

Internet 15 år

Visionerna möter vardagsverkligheten
– om hur svenskarna blev Internetanvändare

Olle Findahl



.se

Internet 15 år

Visionerna möter vardagsverkligheten
– om hur svenskarna blev Internetanvändare

Olle Findahl

.se

© 2009 Olle Findahl, .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur), www.iis.se

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

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

Författare: Olle Findahl, .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Formgivning, layout: Martin Johansson

Omslagsbild: Fredrik Nyman/Johnér

Tryck: Danagårds grafiska i Ödeshög, oktober 2009

ISBN: 978-91-978350-2-2

.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) ansvarar för Internets svenska toppdomän. .SE är en oberoende allmännyttig organisation som verkar för en positiv utveckling av Internet i Sverige.

Besöksadress: Ringvägen 100 A, 9 tr, Stockholm

Brevledes på .SE Box 7399, 103 91 Stockholm

Telefon: +46 8 452 35 00

Fax: +46 8 452 35 02

E-post: info@iis.se

Organisationsnummer: 802405-0190

www.iis.se

Välkommen!

I början av 1990-talet var Internet i allt väsentligt en angelägenhet för ett relativt begränsat antal personer inom den akademiska världen, myndigheter och storföretag.

För 15 år sedan började webbens utveckling ta fart och nätet blev på några få år en väldigt viktig informations- och mediebärare. Den starka tillväxten av nya användare, tekniska landvinningar och tjänster under slutet av 1990-talet – den är unik i sitt slag.

Med 15 års erfarenheter av Internets utveckling i Sverige bakom oss kan vi blicka framåt. Det finns fortfarande mycket att göra för att förbättra förutsättningarna för Internetanvändandet för personer bosatta i Sverige och världen.

Med hjälp av statistik och trendrapporter kan vi bilda oss en uppfattning om vilka effekter Internetutvecklingen har haft på det svenska samhället. I den här rapporten kan vi även föra ett väl underbyggt resonemang om vad som bör ske med Internet i Sverige under de kommande 15 åren.

Danny Aerts

Vd .SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur)

Innehåll

Inledning	7
Internet i begynnelsen	8
Internet och visionerna	10
<i>Internet fördjupar demokratin?</i>	13
<i>Tele- och distansarbete tar över?</i>	17
<i>Massmedierna försvinner?</i>	19
Internets spridning	24
<i>Spridningskurvor</i>	28
Den digitala klyftan	38
<i>Arbetare och tjänstemän</i>	39
<i>Unga, medelålders, äldre</i>	43
<i>Män och kvinnor</i>	45
<i>Den digitala klyftan idag</i>	48
Användningen	50
<i>Förväntningar 1995</i>	51
<i>Användningsmönster</i>	53
<i>Webb 2.0</i>	55
<i>Sammanfattning</i>	60
Framtiden	62
<i>Sätter Internet några djupare spår?</i>	65
<i>De som står utanför</i>	66
Noter	68
Referenser	70

Inledning

*"I have never known how to predict the future.
What I do know is that the only serious way to think
about the future is to have a clear idea, empirically
grounded, of our present, and of our past
— particularly of our recent past."*

Manuel Castells , The Internet Galaxy ¹

En och en halv miljard människor, runt om i världen, använder sig idag av Internet.² För femton år sedan var det bara en begränsad skara välutbildade personer i ett fåtal länder. Då bestod Internet av ett hundratal engelskspråkiga webbsidor. Idag utgörs Internet, ett nätverk av nätverk, av miljarder webbsidor på världens alla språk. De är så många att det är svårt att uppskatta dess antal. Där finns ett mycket stort antal webbsidor som har domännamn, ännu fler webbsidor som är allmänt synbara på Internets yta, det vill säga indexerade och sökbara via sökmotorer som Google och Yahoo och ytterligare många "osynliga" sidor som befinner sig längre ner i Internets djup.

I slutet av 2008 uppskattade man antalet domänsidor till 188 miljoner³ och det indexerbara world wide web till 63 miljarder sidor, av vilka ungefär åtta miljarder är sökbara via Google. Under denna yta döljer sig de "osynliga" webbsidorna, av vilka många är dolda i databaser av olika slag. Det är här den stora ökningen har skett under senare år. Enligt en del uppskattningar är antalet osynliga sidor 50 gånger fler än de synliga. Andra menar att de är minst hundra gånger fler och skulle i så fall uppgå till 10 000 miljarder sidor.

Internet har sålunda, både till innehåll och användning, växt starkt under de senaste femton åren. I vissa avseenden liknar denna utveckling vad som skett när andra tekniska innovationer som radion, televisionen och mobiltelefonen, introducerades. I andra avseenden är Internets utveckling unik. Det är om detta som denna text kommer att handla. Vad har hänt under de 15 senaste åren? Hur har Internet spridit sig i Sverige? Hur ska utvecklingen karakteriseras? Vad kan man utifrån detta säga om framtiden?

Internet i begynnelsen

Man skulle kunna säga att grunden till Internet lades redan på 60-talet. Det följer i så fall tumregeln att det tar ungefär 50 år innan en teknisk innovation slår igenom hos allmänheten.⁴ Det var då som Kleinrock lade fram förslaget att istället för att arbeta med att skicka information via växlande strömkretsar, som telefonen gör med röstsignalen över telefonråden, kunde man skicka information som datapaket, "packet switching". Det kom att utgöra grunden för Internetförbindelserna. Sedan under 80-talet kom TCP/IP-protokollet som blev en gemensam standard så att datorer i de lokala och regionala nätverken kunde identifiera, förstå och kommunicera med varandra. I början på 90-talet kom html, ett textbaserat system för text och bild som länkade samman webbsidor och därmed skapade world wide web. 1994 kom Netcapes webbläsare "Mosaic" som gjorde att man kunde klicka sig runt bland webbsidorna. Den erbjöds fritt på nätet och därmed kunde vem som helst börja utforska innehållet i detta nätverk av nätverk.⁵

Med den tekniska utvecklingen följde också drastiska förändringar i kapaciteten i nätverken och därmed de ekonomiska förutsättningarna för informationsöverföring. En informationsmängd som på 70-talet kostade \$150 000 att överföra hade 1999 sjunkit till \$0,12.⁶

Sverige tillhörde inte ursprungsländerna, men hade goda kontakter med de som drev fram utvecklingen i USA. Universitetsnätverket Sunet spelade en viktig roll och förutseende nog hade man valt att satsa på TCP/IP-protokollet när en stor del av Europa hade valt annorlunda. Därmed var Sverige också tidigt med i utvecklingen och följde USA i hälsarna.⁷

På en del universitet i USA började forskarna

använda e-post på 70-talet. I Sverige kom det att dröja till 80-talet och det rörde sig då om en liten begränsad grupp människor. Vi kan kalla dem pionjärer, eftersom det fortfarande rörde sig om att ge sig in i ett utforskat område, stadd i snabb utveckling. Pionjärerna var själva med i utvecklingen; arbetade med öppen källkod, samarbetade över nätet, deltog i olika webbgemenskaper. Redan här fanns inslagen av användargenererat innehåll, i form av både program och frågor och svar.⁸ Den grundläggande filosofin var den som fortfarande kännetecknar program som bygger på öppen källkod (till exempel Firefox och Open office) och öppet innehåll (till exempel Wikipedia). Öppna program är fritt tillgängliga och bygger på en öppen källkod, så att andra kan förbättra, bygga vidare på och anpassa programmet. Öppet innehåll är också fritt tillgängligt. Med angivande av källa kan det distribueras och användas vidare.

Internet och visionerna

Ingen tidigare medieteknologisk utveckling före Internet har gett upphov till så många visioner och förutsägelser om snabba och genomgripande framtida förändringar.⁹ Det har inte bara gällt medierna utan också kulturen, samhället, ekonomin och verkligheten själv. Ja, själva människan skulle förändras.

När radion etablerades på 20-talet understöddes det av folkhemstanken att alla människor, var helst de bodde, rik som fattig, ung som gammal, skulle nås av kunskap, utbildning och kultur. Så väl den bästa klassiska musiken som den bästa underhållningen och en objektiv och rättvisande information om vad som tilldrog sig i världen skulle vara tillgänglig för alla. Televisionen på 50-talet byggde vidare på public service-tanken om ett medium för information, underhållning och bildning. Etermidierna som var tillgängliga för alla via luften skulle kunna överbrygga kunskapsklyftorna.

Tillkomsten och spridningen av Internet har gett upphov till andra mer genomgripande visioner, långt innan Internet blev tillgängligt för gemene man. Det var framför allt Internets interaktiva möjligheter och att det var individens aktiva, fria val som styrde användningen som sågs som en kontrast till massmedierna och massamhället. Publiken till de traditionella massmedierna – radion, televisionen och tidningarna – blev passivt matade av centralt producerade massprodukter. Med Internet öppnade sig en global värld och de geografiska avstånden skulle försvinna. Till detta kom de tekniska möjligheterna att skapa virtuella rum och virtuella verkligheter.

Visionerna

Alvin Toffler beskrev i sin bok "Den tredje vågen" (1980) hur olika civilisationer följer på varandra:¹⁰

Efter en civilisation baserad på jordbruk följde den industriella revolutionen med massproduktion och därefter informationsrevolutionen med en civilisation grundad på information. Jordbruket och de tekniker som utvecklades för detta gav upphov till den första vågen. Den andra vågen kom med industrialismen som inte bara förändrade produktionsförhållandena utan även hur samhället organiserades. Digitaliseringen och tekniker för att handskas med information gav upphov till den tredje vågen. Enligt Toffler är det inte bara teknikerna som ändras, utan hela kulturen och samhället. Vågen rullar vidare och genomsyrar allt. Därför talar han om tre olika civilisationer.

Vi är nu på väg, under den tredje vågen, in i en civilisation baserad på information och den skiljer sig på avgörande sätt från det industriella samhället under den andra vågen. Alla sociala institutioner var under den andra vågen inriktade på massproduktion, massmedia, massamhälle. Det gällde allt från transportsystem och utbildning till familjesystem och värderingar.

Informationssamhället, som red på den tredje vågen, skulle bli något helt annat. Datorteknologin gav inte bara upphov till nya audiovisuella media utan den skulle, menade Toffler, påverka de flesta aspekter av informationssamhället: arbetets organisering, demokratin, medierna, kulturen med mera. Vi skulle inte längre vara bundna till speciella arbetsplatser. Resandet skulle minska. Den indirekta demokratin skulle ersättas av en direkt demokrati. Massmedierna skulle försvinna och ersättas av mångfald och individuella valmöjligheter som varje individ själv kunde styra över.

Nu var inte Toffler den förste och inte den siste att formulera dessa framtidsprognoser om

snabba och genomgripande förändringar. De återkom under mitten av 90-talet* med förnyad kraft när Internet växte fram och de återfinns även idag i debatten om informationssamhällets framväxt. Det är således frågan om seglivade föreställningar om Internets påverkan på bland annat arbetet, demokratin och medierna. Föreställningar som fått karaktären av myter. Vi ska här se närmare på några av dessa förutsägelser och pröva i vilken mån de blivit besannade. Här inskränker vi oss till tre områden där det finns tillgängliga data om utvecklingen. I senare kapitel skall vi, på olika sätt, försöka beskriva utvecklingen med fakta om vad som verkligen har hänt under de första 15 åren med Internet. Men vi börjar med visionerna.

* En ledande person var Nicolas Negroponte med återkommande artiklar i tidskriften "Wire" och i boken "Being digital", 1995.

Internet fördjupar demokratin?

Demokratin var i kris, hävdade flera forskare under 80-talet. Intresset för politik var lågt och valdeltagandet minskade. Med Internet öppnade sig på 90-talet nya möjligheter att skaffa sig information, att ta kontakt med politikerna, att diskutera och att delta. Alla kunde lägga fram sina åsikter och rösta direkt via Internet. Inga redaktörer och grindvakter skulle styra de åsikter som nådde offentligheten. Internet skulle vitalisera och stärka demokratin. Men den växande skaran av Internetanvändare var inte övertygade.

Avvaktande attityd till Internet

Svenskarnas attityd till datoriseringen av samhället och utvecklingen av den elektroniska kommunikationen var kring 1995 snarare negativ än positiv. Många tyckte att utvecklingen gick för fort men visade samtidigt en bredvilighet för fortsatta satsningar. Många var avvaktande och en del var skeptiska. På frågan om vad

man tyckte om de så kallade elektroniska motorvägarna, svarade 25 procent bra, 23 procent var tveksamma, 13 procent svarade dåligt och 39 procent visste inte vad de skulle tycka.¹¹

Denna avvaktande attityd till Internet återfinns också i svenskarnas syn på Internets betydelse för demokratin. Till skillnad från de genomgripande visionerna hos många framtidsexperter, hyste de flesta inte någon tilltro till Internets förmåga att förändra de rådande förhållandena. Det förhållandet kvarstår år 2000 när hälften av den svenska befolkningen skaffat sig tillgång till Internet. Endast 7 procent av befolkningen anser att Internet kommer att fördjupa demokratin. Bara 8 procent anser att Internet kommer att ge människor mer politisk makt.¹² 10 procent svarar att de instämmer i påståendet att Internet kommer göra det lättare för människor att påverka regeringen. Däremot är det fler (20 procent) som tycker att Internet kommer att ge bättre tillgång till myndigheternas information. Det är således 90 procent eller fler av svenskarna som inte hyser någon större tilltro till att Internet kommer att förbättra demokratin. Undantaget gäller tillgången till information. (Se tabell.)

	2000	2002	2003	2004	2005	2007	2008	2009
Människor kommer att få lättare att påverka regeringen			6%	7%	14%	9%		13%
Människor kommer att få lättare att förstå politik			11%	11%	12%	18%		19%
Myndigheterna bryr sig mer om vad människor tycker			5%	5%		8%	13%	15%
Människor kommer att få mer politisk makt	8%		6%	6%		10%		9%
Människor kommer att få bättre tillgång till myndigheternas information		21%		47%	57%	53%		

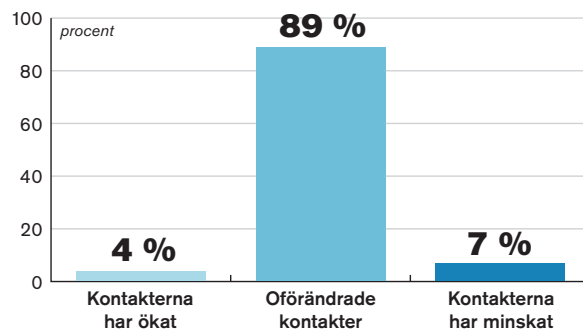
Andelen i befolkningen över 18 år som instämmer i olika påståenden om Internet och demokratin (4 eller 5 på en femgradig skala).

KÄLLA: WORLD INTERNET INSTITUTE FRÅN ÅR 2000 OCH FRAMÅT

Det har nu gått snart 10 år sedan år 2000 och mer än 80 procent av befolkningen använder Internet, men i vissa avseenden har deras inställning till Internet och demokratin inte förändrats. Efter fem år, år 2000, var det 8 procent som instämde i påståendet att Internet kommer att ge människor mer politisk makt. Efter femton år, år 2009, är det fortfarande 9 procent. Mer än 90 procent är således skeptiska till detta påstående. En viss ökning, om än liten, har dock skett när det gäller synen på i vilken mån Internet kommer att göra regering och myndigheter mer lyhörda för vad folk tycker. Däremot är tron starkare på Internets möjlighet att göra informationen mer tillgänglig – och det gäller även myndigheternas information.

Svenskarnas skepsis till talet om att Internet kommer att fördjupa demokratin är, som vi sett, grundmurad. Så var förhållandet 1995, när Internet började introduceras. Så var förhållandet efter fem år och så är fortfarande förhållandet efter femton år med Internet. Denna åsikt är inte längre grundad i föreställningar om något okänt, utan i en mångårig erfarenhet av Internet. Vilken är då denna erfarenhet? I vilken mån använder man Internet för att söka upp information om politik? Har Internet bidragit till en fördjupad diskussion om politik och ökade kontakter mellan personer som delar samma politiska intressen? (Se diagram.)

Internet har i många andra avseenden bidragit



År 2009. Har Internet ökat eller minskat kontakterna med människor som delar dina politiska intressen?

KÄLLA: WII, 2009

till ökade kontakter. Det gäller med andra människor som delar samma hobby och intressen. Det gäller yrke och vänner, men inte politik.¹³ Omkring 90 procent av befolkningen har sedan år 2000, i undersökning efter undersökning, svarat att kontakterna varit oförändrade. Samma andel har återkommit år för år. I marginalen har den genomgående tendensen varit att det är fler som uppger att kontakterna med politiskt likasinnade har minskat än som uppger att de ökat. Det gäller alla åldrar. Denna tendens är särskilt tydlig hos unga kvinnor upp till 35 år.

Om nu inte Internet bidragit till att de politiska kontakterna ökat, så har kanske Internet ökat möjligheterna för människor att leta upp och ta del av politisk information? Vi såg tidigare

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

Andel av befolkningen som någon gång använder Internet för politisk information.

KÄLLA: WII FRÅN 2003 OCH FRAMÅT

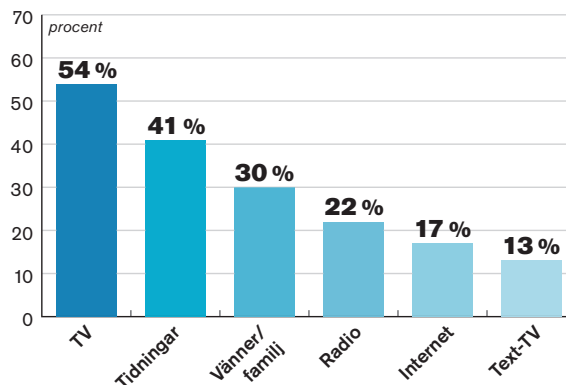
att många ansåg att myndigheternas information blivit lättare tillgänglig via Internet. En liknande tendens finns när det gäller politisk information. Över åren har en stigande andel av befolkningen, åtminstone någon gång, använt Internet för att ta del av politisk information. (Se tabell.)

Men aktiviteten för att ta del av politisk information på Internet är inte stor. Även om 33 procent någon gång har använt Internet för politisk information är det endast 8 procent av befolkningen som använder Internet åtminstone någon gång i veckan för att ta del av politisk information. Andelen är ungefär densamma i alla åldersgrupper, med männen som mer aktiva än kvinnorna. Även om andelen är låg, är det dock frågan om en successiv ökning från tidigare år. Kanske är det en återspeglning av ett ökande intressant politiskt innehåll på nätet? Utan ett sådant innehåll finns det inget skäl att gå online. Men det är fortfarande långt kvar tills medieföretag och olika organisationer lyckats skapa webbsidor som verkligen bjuder in medborgarna till en aktiv dialog.¹⁴

Internets roll vid demokratiska val

I det virtuella samhället var tanken att den indirekta demokratin skulle kunna bytas ut mot en direkt demokrati där alla skulle kunna rösta via Internet. Så har inte blivit fallet, utan den indirekta demokratin lever kvar. Men Internet har kanske en större betydelse i ett tidigare skede, under själva valdebatten? När väljarna informerar sig och argument står mot argument? Hur viktig har Internet blivit som debattforum och informationskälla?

Låt oss först gå tillbaka till 2004 och valet till EU-parlamentet. Vid den tiden hade en



Andel av befolkningen som anger hur viktiga olika informationskällor var inför riksdagsvalet 2006 (4 eller 5 på en 5-gradig skala).
KÄLLA: WORLD INTERNET INSTITUTE 2007

majoritet av svenska folket tillgång till Internet. Visserligen var intresset inte särskilt stort för EU-valet, men endast 6 procent av befolkningen hade skaffat sig information om detta genom att använda Internet.¹⁵ Internet spelade således, efter tio år, knappast någon roll som politisk informationskälla.

Riksdagsvalet i september 2006 rönt, till skillnad från EU-valet, ett mycket större intresse. Valutgången var osäker. Valdebatten var intensiv. Vilken roll spelade då Internet?

Televisionen var fortfarande den viktigaste informationskällan för de flesta (52 procent). Sedan kom tidningarna (41 procent), vänner och familj (30 procent) och radion (22 procent). Därefter Internet (17 procent) och text-tv (13 procent). (Se diagram.)

De traditionella medierna var således fortfarande dominerande som informationskällor. Internet fanns dock med som ett alternativ för en tredjedel (32 procent), men aktiviteten online

var låg. 12 procent vände sig till Internet åtminstone en dag i veckan för att informera sig om valet under tiden inför valet. (Se tabell.)

Internet för de politiskt intresserade

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

Förutom de mycket aktiva politiskt organiserade ungdomarna, visar en europeisk undersökning att de flesta ungdomar inte uppvisar något politiskt deltagande online. Websidor med samhälls- eller politiskt innehåll samlade högst 10 procent av ungdomarna. Det är ungefär den andel som uppvisar något slags deltagande online.¹⁶

De unga männen och EU-valet 2009

Hur stämmer då detta med att Piratpartiet rös-

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

Ja, valfrågan har gällt övervakningssamhället; den personliga friheten och integriteten på nätet. Det är en sakfråga med stort personligt värde för många ungdomar. De inte bara fildelar, utan är överhuvudtaget mycket aktiva på nätet. Två av tre i åldern 16–25 år har fildelat. Det är tre gånger så vanligt bland unga män som bland kvinnor. Internet är en högst påtaglig del av deras vardagsliv, ett liv som de känner är hotat och har blivit politiserat. När det finns en sådan central fråga kan sedan Internet tjäna som ett sätt att mobilisera de gemensamma krafterna. Främsta informationskällan för Piratpartiets sympatisörer var Piratpartiets egen hemsida.¹⁸ Men detta är inte någon regel, utan snarare ett undantag. Ett aktivt politiskt deltagande online tillhör vanligen den mycket mindre gruppen politiskt aktiva.¹⁹

	Dagligen	Åtminstone en dag i veckan	Någon gång
Hur ofta användes Internet som informationskälla inför valet?	3%	12%	32%

Andel av befolkningen som anger att de använt sig av Internet för att informera sig om riksdagsvalet 2006.

KÄLLA: WII, 2007

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

Andel av olika åldersgrupper som tar del av politisk information via Internet år 2009.

KÄLLA: WII, 2009

Tele- och distans- arbete tar över?

Internet gör det möjligt att kommunicera på ett nytt sätt. Man kan arbeta tillsammans utan att behöva befinna sig på samma geografiska plats. Distansarbete blev ordet för dagen. Många förutspådde att detta skulle få genomgripande positiva konsekvenser för både individ och samhälle. Fler kan, med hjälp av Internet, arbeta hemifrån och därmed slippa de dagliga resorna till och från arbetet. Trafiken skulle därmed minska. Bilköerna försvinna. Miljön i storstäderna förbättras och tiden som kan ägnas åt familj och fritid skulle på detta sätt öka. Vad händer?

Kan allt fler arbeta hemifrån?

Mellan 1986 och 1995, när skrivmaskinerna kastades ut och byttes mot datorer, ökade inte distansarbetet, det vill säga. "förvärvsarbete som helt eller delvis förläggs till bostaden eller annan plats än den ordinarie arbetsplatsen". Datoriseringen fick inga sådana effekter. Den yrkesgrupp som i störst utsträckning ibland arbetade hemifrån var lärare och chefer för mindre företag.²⁰

Efter 1995 kom Internet och allt fler kunde arbeta tillsammans, telearbeta, utan att befinna sig på samma plats geografiskt. Någon större, mer genomgripande förändring av arbetsplatserna ägde dock inte rum. 2003 var det 4 procent av befolkningen som någon gång använde Internet för att arbeta hemifrån. År 2004 var motsvarande siffra 5 procent.²¹ På frågan om

detta medfört att de därmed kunde vara mindre på arbetsplatsen svarade de flesta "ibland" och knappt 1 procent svarade att de mer regelbundet, åtminstone en dag i veckan, kunde arbeta hemifrån.

Detta är inget specifikt svenskt fenomen. Även internationella undersökningar visar att arbetsplatserna består och att telearbetet inte minskar resandet. Tvärtom skulle ett ökat telearbete kunna öka kraven på resandet.²²

Under senare år, när allt fler fått tillgång till bärbara datorer, har det dock blivit vanligare att människor använder Internet för att arbeta hemifrån. 2009 är det 17 procent av befolkningen som gör detta någon gång, jämfört med 4 procent år 2003. 7,5 procent arbetar hemifrån åtminstone någon dag i veckan. Detta har dock inte förändrat arbetsplatserna. Ett begränsat antal kan mer regelbundet vara mindre på sin arbetsplats. 1,5 procent någon dag i veckan och 1,5 procent till största delen hemma. 5 procent kan ibland vara mindre på arbetsplatsen.

Internet har under sina femton år sålunda gjort det möjligt för 17 procent av befolkningen att ibland arbeta hemifrån, men de flesta tillbringar ändå lika mycket tid på sin arbetsplats. Kanske sitter man inte kvar på arbetet, utan arbetar över hemma? Flexibiliteten har ökat. Men endast 3 procent kan mer regelbundet vara mindre på sin arbetsplats.

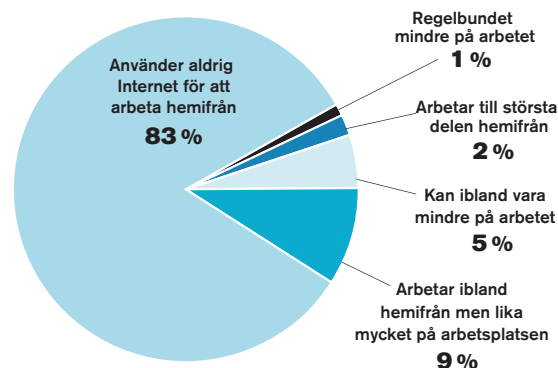
Enligt Kontorsbarometern 2005 är det många som tar med sig datorn hem och jobbar några timmar hemifrån lite då och då.²³ Ofta sker det oreglerat – och de distansavtal som rekommenderas från fackligt håll upprättas sällan. Ande-



len personer med dold övertid är mycket högre bland de grupper som arbetar hemma än bland de övriga.

Distansarbete sker sålunda, men arbetsresorna har inte minskat nämnvärt. Internet har inte lyckats förverkliga visionen om det kontorslösa samhället. Myten om den lycklige distansarbetaren som jobbar i båten eller i parken, uppkopplad till sin arbetsplats, stämmer inte. (Se diagram.)

Vilka är det som kan utnyttja möjligheten att huvudsakligen arbeta hemifrån? Enligt WII:s senaste undersökning²⁴ är det i fallande ordning olika typer av konsulter, försäljare, konstnärer, forskare/lärare och chefer. Läger vi till dem som kan arbeta regelbundet hemma, åtminstone någon dag i veckan, återfinner vi samma yrkesgrupper som tidigare, med forskare/lärare på en mer framskjuten plats tillsammans med konsulter. Det är således frågan om fria yrken av vilka många har en arbetsplats i hemmet.



Andel av befolkningen som kan vara mindre på arbetsplatsen eftersom de arbetar hemifrån med hjälp av Internet.

KÄLLA: WII, 2009

Massmedierna försvinner?

Det finns många tecken på idag att de traditionella massmedierna har problem. Det handlar inte bara om konkurrens om tid; att människor ägnar mer och mer tid åt att vara online, istället för att lyssna på radio, läsa tidningar och titta på tv. Det handlar också om innehåll. Nyheter, musik och film finns tillgängligt på Internet och användarna kan utan kostnad läsa tidningar, lyssna på radio och se på tv-program, närhelst de vill. Vad kommer detta att få för konsekvenser? Visionärerna på 80-talet, mitten av 90-talet och idag ser ett snabbt slut för de traditionella massmedierna. Och det finns tecken i tiden.

Många tidningar har ekonomiska problem. Över hela världen, särskilt i USA, läggs tidningar ner. Traditionella tv-kanaler tappar publik. tv-nyhetspubliken minskar. Detta var något som framtidsforskare²⁵, teknikexperter²⁶ och medieexperter²⁷ förutsåg för länge sedan. I deras framtidsvisioner skulle de traditionella pappers-tidningarna och de traditionella etermedierna – radion och televisionen – som riktade sig till en masspublik, försvinna när människor fick tillgång till Internet.

Framtidsforskaren Alvin Toffler menade 1980 att under den tredje vågen skulle de fabriksmässigt, centralt producerade "bilderna" som riktade sig till en masspublik få allt mindre betydelse. Under industrialismen – den andra vågen – hade medierna blivit allt mäktigare. Men nu under den tredje vågen skulle informationssamhället "av-massifieras". Det bästa exemplet var tidning-

arna. Redan på 70-talet såg Toffler tecken på att både tidningarna och även televisionen tappade publik.

Dessa förutsägelser tycktes också stämma vid enkla jämförelser mellan användare och icke-användare av Internet. De som använder Internet läser mindre tidningar och ser mindre på tv än de som inte använde Internet. I många länder ägnar icke-användarna 50 procent mer tid än Internetanvändarna åt att läsa tidningar och se på tv (WIP, 2009).

Men det kan vara att dra en förhastad slutsats att säga att det är Internet som orsakar en minskad tid med tidningar och Internet. Vi vet att äldre människor ser mer på tv än yngre och att yngre använder Internet mer än äldre. Sålunda kan den mindre tv-tiden bland Internetanvändarna vara en effekt av ålder snarare än en effekt av Internet. Och kontrollerar vi för ålder så försvinner skillnaderna. Förklaringen är att Internetanvändarna i genomsnitt är mycket yngre än dem som inte använder Internet. Och yngre människor läser mindre tidningar och ser mindre på tv. Detta är inget nytt, utan förhållandet har varit detsamma långt före Internet.²⁸

Men oavsett detta har tidnings- och tv-branschen fått problem att omstrukturera sig i det nya medielandskapet. Hur mycket det beror på publiken kan diskuteras. Jämför vi länder finner vi stora skillnader i vad som hänt med de traditionella medierna efter 1995, då Internet började spridas. I en del länder, som USA, har tidningsupplagorna gått ner, i andra har de gått upp och i de flesta har det bara skett små förändringar under de senaste åren.²⁹ I de flesta länder har tv-publiken inte minskat.³⁰ Här ska vi inte gå in på hela problembilden, utan rikta in oss på vad som hänt

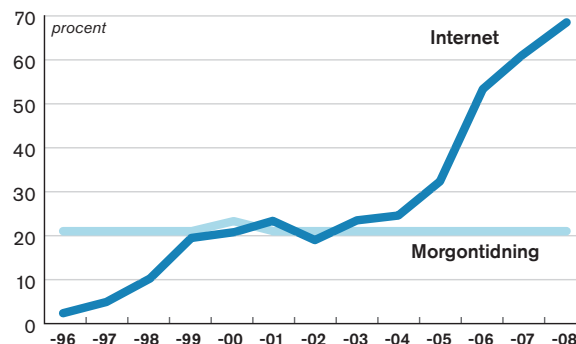
med läsarna, lyssnarna och tittarna i Sverige under den tid då svenskarna blev Internetanvändare.

Internet och tidningarna

Sverige är, internationellt sett, ett stort tidningsland. Tillsammans med de andra nordiska länderna och Japan, toppar Sverige listan över länder med störst tidningsräckvidd liksom högst upplaga beräknad per tusen invånare.³¹ Sverige har sålunda sedan länge varit ett land med många tidningsläsare; mer än 80 procent av den vuxna befolkningen läser dagligen en tidning.³² Nu har det också blivit ett land med många Internetanvändare (80 procent av befolkningen). Det har medfört att hälften av befolkningen också läser tidningar online.³³ Hur har det påverkat deras traditionella tidningsläsande?

Lästid

En enkel jämförelse mellan dem som använder och inte använder Internet visar en tydlig skillnad mellan de två grupperna. Men om vi istället gör samma jämförelse inom varje åldersgrupp (18–25, 26–35, 36–45, 46–55, 56–65, 66–75, äldre än 76 år) blir resultatet annorlunda. I tre åldersgrupper är det Internetanvändarna som läser mer; i tre åldersgrupper är det inga skillnader och i en grupp är det de som använder Internet som läser mindre. Men när det är frågan om kvällstidningsläsning håller den enkla jämförelsen för



Daglig användning (9-79 år) i minuter av morgontidning och Internet 1996-2006.
KÄLLA: MEDIEBAROMETERN 2008

de flesta åldersgrupper: Internetanvändarna läser mindre kvällstidningar. En preliminär slutsats är att Internet tycks ha ett negativt inflytande på läsningen av kvällstidningar, men inte på den dagliga morgontidningen. (Se tabell.)

Ett annat sätt att analysera vad som händer är att studera förändringarna över tiden. År 2000 var det 83 procent av svenskarna som dagligen läste en tidning. Sju år senare är det 87 procent som säger att de är dagliga läsare (WII, 2007). Detta ger ingen antydning om att Internet har haft ett negativt inflytande på tidningsläsandet. Men det kanske inte är frekvensen som påverkats utan lästiden? Kanske läser Internetanvändarna tidningen lika ofta som förut, men ägnar den mindre tid?

	Internetanvändarna läser mer	Inga skillnader	Internetanvändarna läser mindre
Tidningar	3 åldersgrupper	3 åldersgrupper	1 åldersgrupp
Kvällstidningar	1 åldersgrupp	2 åldersgrupper	4 åldersgrupper

En jämförelse av lästiden i sju åldersgrupper mellan dem som använder och inte använder Internet.

KÄLLA: WORLD INTERNET INSTITUTE 2007

Som vi kan se av nedanstående diagram har det dagliga användandet av Internet i befolkningen ökat från 1996 till 2008. Människor ägnar mer och mer tid åt Internet. Från ett par minuter om dagen har tiden ökat till över en timme (i genomsnitt över alla vuxna). Huvudökningen har skett under de senaste åren i samband med att allt fler har skaffat sig bredband. Samtidigt har den traditionella morgontidningsläsningen förblivit konstant. (Se diagram.)

Internetanvändningen genomgår en stark ökning under 2004–2008, medan antal minuter människor ägnar att läsa morgontidningen är ungefär densamma under hela perioden ända från 1996. Ser vi närmare på vilket sätt människor får sin traditionella tidning kan vi se att det under perioden är små förändringar i hur många som köper enstaka exemplar, läser gratistidningar, läser tidningen på arbetet och prenumererar, även om där finns en liten minskning. Den härstammar från de yngre. Men på det hela taget har det traditionella dagliga tidningsläsandet förändrats mycket lite sedan Internet introducerades för femton år sedan. (Se tabell.)

Undantaget återfinns bland de yngre (18–25 år). År 2000 prenumererade mer än hälften av dem (59 procent) på en morgontidning. 2007 är siffran nere i en tredjedel (38 procent). De läser



lite mer gratistidningar, men köper mindre lösnnummer och läser inte tidningen lika mycket på arbetet som tidigare. Totalt är det emellertid 71 procent av de unga som dagligen läser en traditionell morgontidning. Det är exakt samma siffra som för morgontidningsläsning år 2000.

Den starka traditionen i Sverige att läsa en traditionell papperstidning tycks överleva åtminstone under Internets första 15 år. Det är anmärkningsvärt när samtidigt tidningsläsning online på Internet har blivit en av de populäraste aktiviteterna bland Internetanvändarna i alla åldrar.³⁴ Dessutom har de flesta dagstidningar en nätversion av sin tidning, åtkomlig för alla.

Ser vi till de unga vuxna, där en del förändringar har inträffat, kan vi notera att 90 procent av dem använder Internet och 72 procent av dem läser en dagstidning online åtminstone dagligen eller några gånger i veckan. Det är samma siffra som vi tidigare noterade för läsning av pappersversionen av en traditionell dagstidning. Så även bland de unga vuxna existerar online-tidningen som ett komplement till papperstidningen, snarare än som en ersättning.

Internet och televisionen

Svenska folket ägnar tv-tittandet dagligen mer tid än tidningsläsandet. Och även om svenskarna

	Daglig tidningsläsare off-line	Prenumererar	Köper lösnnummer	Läser gratistidning	Läser tidning på arbetet
2000	83%	76%	13%	12%	22%
2007	87%	72%	6%	9%	12%

Diagram. Traditionella tidningsläsare off-line. En jämförelse mellan år 2000 och 2007.

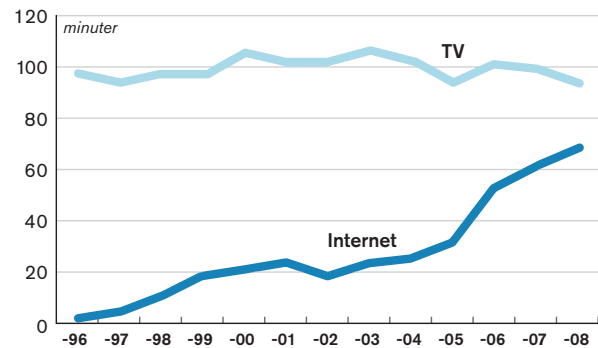
KÄLLA: WORLD INTERNET INSTITUTE 2007

inte tillbringar lika mycket tid framför tv-apparaten som amerikanerna, japanerna eller engelsmännen, så borde tv-tittandet vara en aktivitet som påverkades när allt fler började ägna allt mer tid åt Internet på kvällarna. Men med hjälp av publikstatistik kan vi se att tv-tittandet tycks ha förblivit konstant under de senaste 15 åren, då Internetanvändandet har ökat. (Se diagram.)

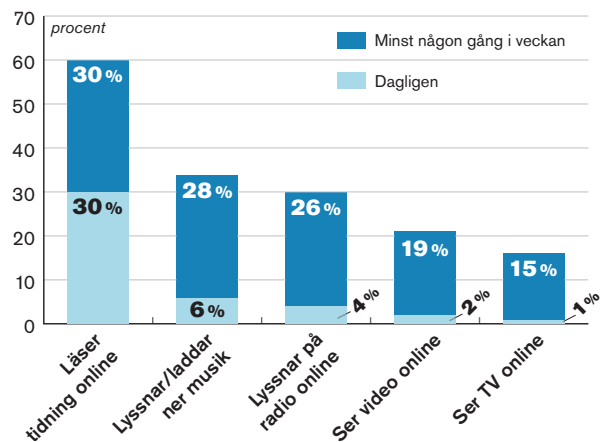
Även om tv-tittandet har förblivit konstant över åren, kan det finnas en skillnad mellan dem som använder och inte använder Internet. Håller vi åldern under kontroll och jämför tv-tittandet inom var och en av sju åldersgrupper, är det svårt att hitta tydliga belägg för att användningen av Internet påverkar tv-tittandet. I två yngre åldersgrupper är det Internetanvändarna som ser mer på tv än icke-användarna och i två äldre åldersgrupper är det tvärtom. I tre åldersgrupper finns det inga skillnader. (Se tabell.)

Traditionella medier online

Ett annat sätt som Internet kan påverka de traditionella medierna är via konvergensen, det vill säga, att ett medium kan förekomma på flera olika plattformar: man ser på tv via Internet, lyssnar på radio online och läser tidningen på nätet. Genom att allt fler har tillgång till bredband och att kapaciteten på bredbanden har ökat blir dessa möjligheter realistiskt möjliga för allt fler. Men det är fortfarande, efter 15 år, få (1 procent)



Daglig användning (9-79 år) i minuter av Internet och tv 1996-2008.
KÄLLA: MEDIABAROMENTERN 2008



Andel av befolkningen som använder Internet för att ta del av traditionella medier dagligen eller åtminstone någon gång i veckan.
KÄLLA: WORLD INTERNET INSTITUTE 2007

Internetanvändarna tittar mer på tv		Inga skillnader	Internetanvändarna tittar mindre på tv
Television	2 åldersgrupper	3 åldersgrupper	2 åldersgrupper

Tabell. En jämförelse av tv-tittandet mellan dem som använder och inte använder Internet i sju åldersgrupper.

KÄLLA: WORLD INTERNET INSTITUTE 2007

som på daglig basis ser på tv på detta sätt. Internet har blivit en ny plattform där det går att hitta tv-program och filmer, men Internet har inte ersatt det traditionella sättet att se på tv.

Tidningsläsandet på nätet har dock blivit mycket vanligt och en majoritet svenskar gör detta dagligen (30 procent) eller nästan dagligen (30 procent). Men som vi sett tidigare prenumererar de fortfarande på en daglig tidning i ett traditionellt pappersformat. (Se diagram.)

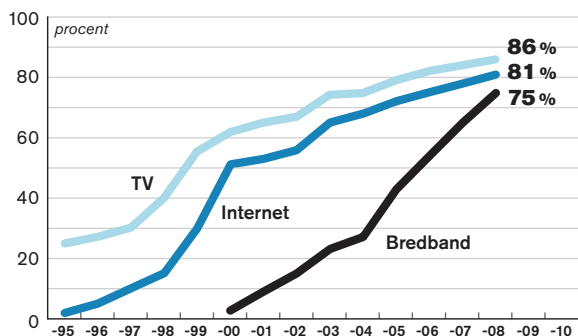
**Internets
spridning**

Internet växte fram i USA, som vi beskrivit tidigare, redan på 70-talet som ett sätt för specialister inom datavetenskap på några av de ledande universiteten att koppla ihop sina datorer. Ända fram till slutet av 80-talet var nätverken tillgängliga endast för forskare, universitetsfolk och vissa företag. Då anslöt sig också det svenska nätverket Sunet, som ett av de första i Europa, till Internet vilket vid den tiden började göra skäl för namnet som ett nätverk av nätverk.

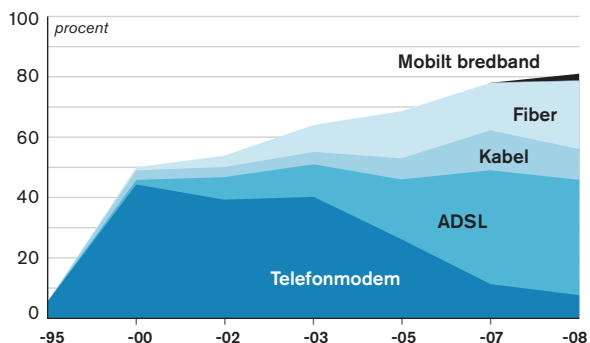
Men det var först med world wide web, www, och en användarvänlig webbläsare som Mosaic som Internet blev tillgängligt för de vanliga Internetanvändarna. Vi är då framme vid 1993.

I Sverige började en begränsad grupp använda Internet på 80-talet, men det var först efter det att Internet tagit fart i USA som spridningen började också i Sverige. Och när den väl tog fart efter 1996, i slutet av 90-talet under den så kallade primära spridningsfasen fram till år 2000, spred sig Internet mycket snabbt ut i befolkningen. Efter fem år hade halva den vuxna svenska befolkningen skaffat sig tillgång till Internet i hemmet. Sedan, under den sekundära fasen, började tillväxttakten att mattas av. Men fortfarande efter 13 år tillkommer det nya Internetanvändare varje år. Under de senaste åren har omkring två till tre nya procent av befolkningen skaffat sig Internet årligen, vilket motsvarar ungefär 200 000 nya Internetanvändare för varje år. Vi ska senare återkomma till en mer detaljerad analys av detta spridningsförlopp.

Den stora förändringen, under den sekundära fasen, har varit knuten till bredbandsutbyggnaden. Omkring 10 procent av befolkningen har efter 2004 blivit nya bredbandsanvändare varje år. 2008 hade 75 procent av befolkningen,



Andel av svenska folket med tillgång till dator, Internet och bredband i hemmet 2008. KÄLLA: SVENSKARNA OCH INTERNET 2008



Förändringar av befolkningens huvudsakliga Internet-uppkoppling i hemmet. KÄLLA: WII 2002-2008; PTS 2007

91 procent av Internetanvändarna, tillgång till bredband i hemmet. Andelen med telefonmodem har minskat till 7 procent. (Se diagram.)

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

Det allra senaste är mobilt bredband över 3G-nätet. Som huvudsaklig uppkoppling i hemmet är det inte så vanligt (gäller 5 procent av befolkningen), men som kompletterande uppkoppling har det bara under senaste året (fram till hösten 2008) blivit desto vanligare. Totalt har 14 procent av befolkningen tillgång till mobilt bredband, vilket motsvarar en tredjedel av de som har bärbar dator. (Se tabell.)

Bredbandsrevolutionen

Vad är det då som händer när telefonmodemen ersätts av bredband; en uppkoppling som kan vara på hela tiden? Vi har sett att genomsnittstiden för hur länge man använder Internet ökar. Under några år fördubblas och tredubblas tiden som användarna tillbringar online. Studerar vi denna ökning mer i detalj, finner vi dels att användarna

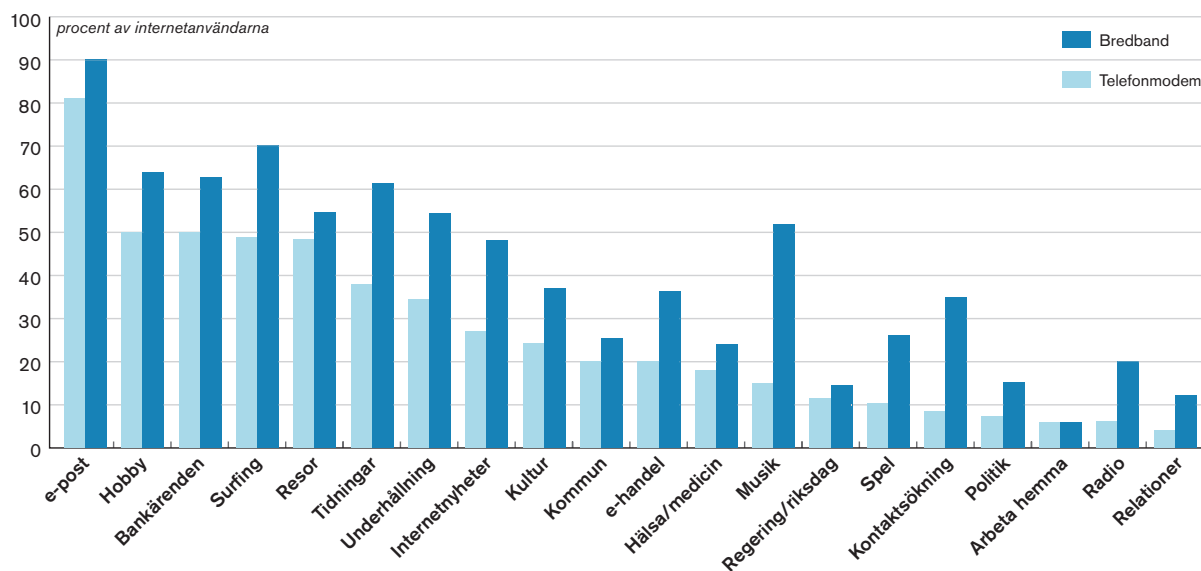
Andel av befolkningen 16–75 år	
Telefonmodem	5%
ADSL	47%
Kabelmodem	9%
Fiber/LAN	12%
Mobilt bredband	5%

Huvudsaklig Internetuppkoppling i hemmet 2008.

KÄLLA: PTS, INDIVIDUNDERSÖKNING, 2008

blir mer aktiva. De ägnar sig åt fler aktiviteter än modemanvändarna och framför allt lägger de ned betydligt mer tid på vissa aktiviteter.

Det är således vanligare bland dem med bredband att de ägnar sig åt att lyssna och ladda ned musik, kontaktsökning, radiolyssning, e-handel, läsa tidning online, ta del av nyheter, politik, kultur och att bara surfa runt. Här underlättar



De vanligaste Internetaktiviteterna. En jämförelse mellan dem med telefonmodem och dem med bredband.

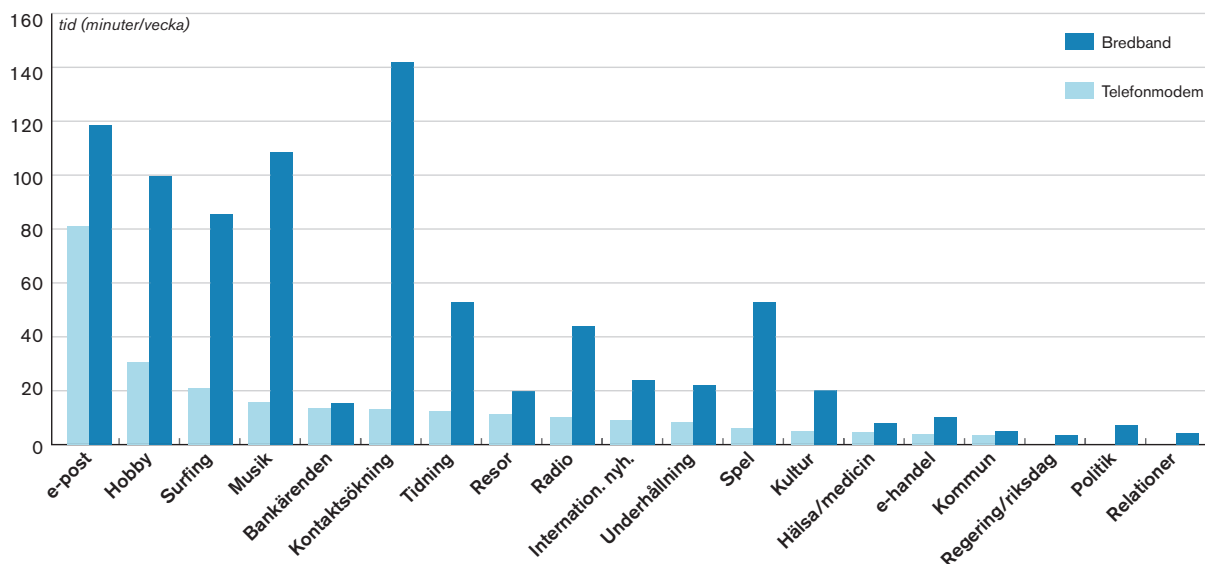
KÄLLA: WII, 2003

bredbandsuppkopplingen. 39 procent av dem med bredband letar information online om till exempel tidtabeller etcetera, åtminstone någon gång i veckan, mot 15 procent av dem med modem. (Se diagram.)

Men det är ungefär lika stora andelar som utför bankärenden, ägnar sig åt sin hobby online, har kontakt med offentliga myndigheter, laddar ned blanketter, tar del av hälsoinformation eller informerar sig om resor. Intresset för dessa aktiviteter skiljer sig lite mellan dem med modem respektive bredband.

Däremot spelar bredbandsuppkopplingen stor roll för hur mycket tid man ägnar åt dessa aktiviteter: kontaktsökning, musik, surfa runt, hobby, spel, läsa tidning och lyssna på radio. De med bredband ägnar mångdubbelt mer tid åt dessa aktiviteter än dem med vanligt telefonmo-

dem. Skillnaderna i tid är betydligt mindre för bankärenden, information om resor, hälsoinformation och e-handel. Det är aktiviteter som inte ingår i de dagliga aktiviteterna, utan "sällan"-aktiviteter som många utför men inte varje dag, inte så ofta.



Tid som ägnas olika Internetaktiviteter. En jämförelse mellan dem med telefonmodem och dem med bredband. KÄLLA: WII, 2003

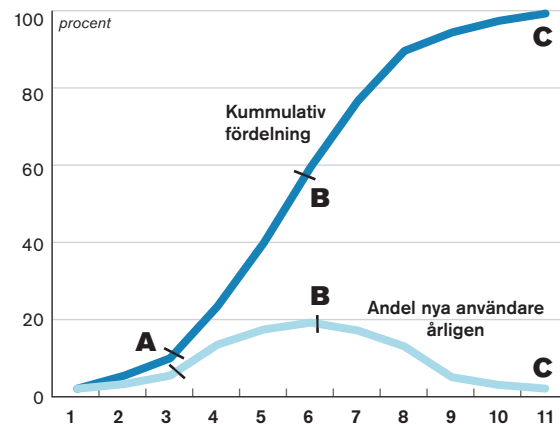
Spridningskurvor

Everett Rogers (1962/1995), som har gått genom forskning om hur olika tekniska innovationer sprids, har kommit fram till att man kan skilja mellan fem olika grupper av adoptanter (adopters) beroende på hur tidiga de är att ta till sig den nya innovationen. Där finns innovatörerna (Innovators, 2,5 procent) som är de första att intressera sig för den nya tekniken. Sedan följer de tidiga användarna (Early adopters, 13,5 procent) som tidigt vill vara med innan spridningen av det nya riktigt har tagit fart. Därefter följer den tidiga majoriteten (Early majority, 34 procent) och efter den, den sena majoriteten (Late majority, 34 procent) samt sist de ointresserade (Laggards, 16 procent). Det är viktigt att använda dessa kategorier, menade Rogers, om man ska kunna jämföra hur fort olika innovationer sprider sig. Det är också det vi ska göra. Återfinner vi Rogers fem kategorier om vi studerar Internets spridning i Sverige? Men låt oss börja med själva spridningskurvan.

Den klassiska spridningskurvan

Den klassiska spridningskurvan för nya innovationer följer formen av en S-kurva. Efter en långsam start tar spridningen fart, når sin maximala hastighet, avtar successivt och planar till slut långsamt ut i den sista fasen. Formen på spridningskurvan är symmetrisk, med ungefär lika många användare före toppunkten som efter. (Se diagram.)

De intressanta punkterna på spridningskurvan är när kurvan böjer av och ändrar riktning. Det



Den typiska spridningskurvan för en teknisk innovation.

KÄLLA: ROGERS 1995

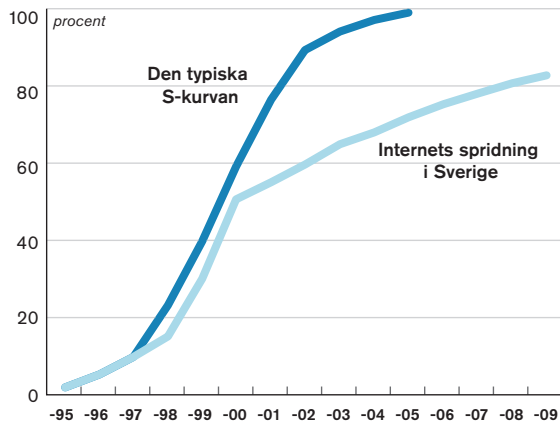
88%

Andelen svenskar, 16 år och äldre, som använder sig av Internet 2008. (2007 81%)

är punkt A under den primära spridningsprocessen, när utvecklingen tar fart efter den trevande inledningen. Det är punkt B, när spridningshastigheten når sitt maximum och sedan börjar avta under den sekundära spridningsprocessen. Och det är punkt C, när kurvan planar ut och når sin mättnadspunkt. Var denna ideala mättnadspunkt befinner sig beror på hur man definierar målgruppen för en innovation. När det gäller Internet har målet varit ett Internet för alla, det vill säga målet är att hela befolkningen ska ha tillgång till Internet.

Den svenska spridningskurvan

Spridningskurvan för Internet i Sverige skiljer sig i flera avseenden från den typiska innovationskurvan med sin S-form. Början under den

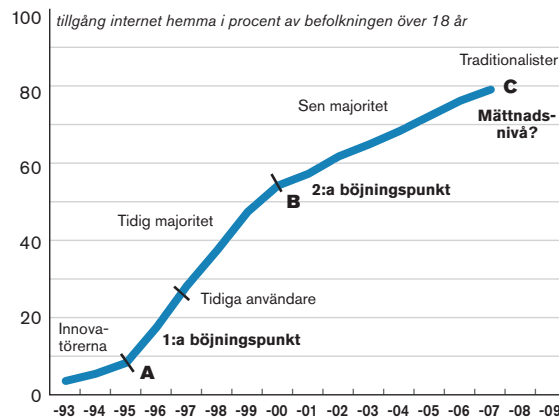


En jämförelse mellan Internets spridning i Sverige och den klassiska spridningskurvan.

KÄLLA: ROGERS 1995, DIFFUSION OF INNOVATIONS;
FINDAHL, SVENSKARNA OCH INTERNET 2008

primära spridningsprocessen är densamma, men sedan tar Internets spridningskurva en annan riktning. Istället för att fortsätta med oförminskad hastighet har den sekundära spridningsprocessen blivit mycket mer långdragen. Fortfarande efter 15 år kommer nya användare till. (Se diagram.)

Spridningen tog fart 1995, markerat av A, den första böjningspunkten i kurvan. Spridningshastigheten nådde sitt maximum år 1998–99 och började avta vid den andra böjningspunkten B, då drygt 50 procent av befolkningen hade tillgång till Internet. Utifrån dessa böjningspunkter kan vi räkna ut den primära tillväxthastigheten för Sverige och gör vi det samma med andra länders spridningskurvor kan vi göra jämförelser.



Andel av svenska befolkningen (över 18 år) som har tillgång till Internet i hemmet 1993–2007.

KÄLLA: FINDAHL, 2008

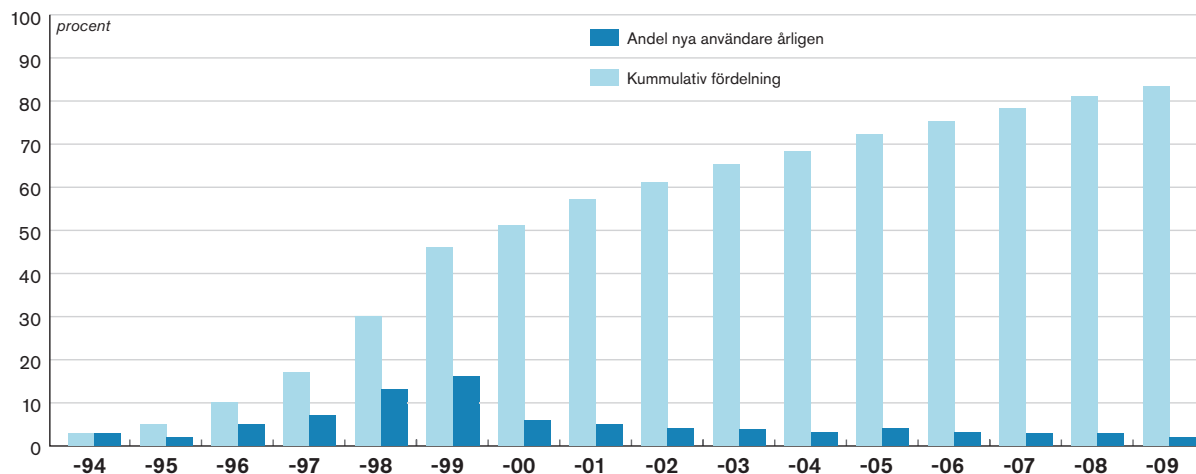
**Primär tillväxtperiod = tiden mellan A och B
(2000–1995=5 år)**

**Primär tillväxtökning = skillnaden i procent
mellan A och B (55–5=50%)**

**Primär tillväxthastighet = primär tillväxtökning/
primär tillväxtperiod (50/5=10)**

Detta sätt att använda den kumulativa fördelningen för att räkna ut böjningspunkterna är en förenkling. Men syftet är här inte att diskutera spridningskurvornas matematiska egenskaper

När det gäller fördelningen över tid förväntas den i alla modeller att vara sned, med en snabb uppgång, där många människor blir användare under en ganska kort tid, följt av en långsammare utplaning med allt färre nytillkomna användare. Det stämmer i Sveriges fall, liksom i många andra jämförbara länder, men hastigheten i avstanningen varierar. Det innebär att en



Andel av befolkningen som börjar använda Internet för varje år 1994–2009.

KÄLLA: WII, 2000–2009

diffusionsmodell måste tillåta asymmetri och en lång svans under senare delen av spridningsprocessen.

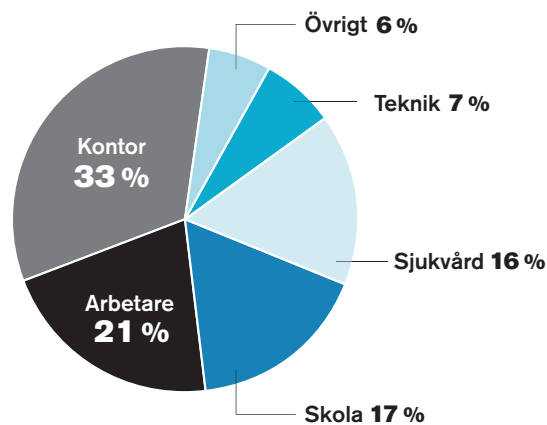
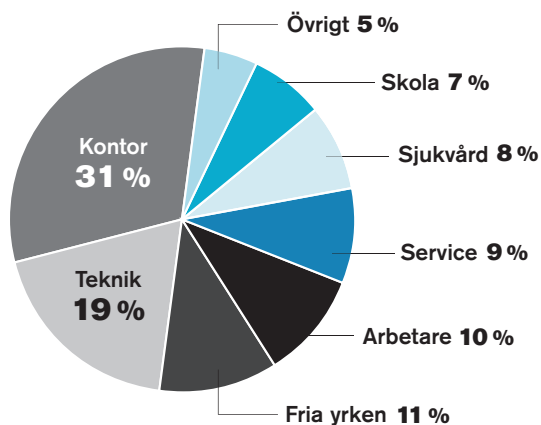
Forskningen kring hur tillgång och användning av nya tekniker sprider sig har i första hand riktat in sig på spridningens början, den primära fasen. Man har frågat sig hur och varför olika nya tekniker tar fart och varför den gör det i vissa länder och inte i andra. Det affärsmässiga intresset har varit styrande. Detta är fortfarande en viktig fråga i många utvecklingsländer där Internet endast fått en mycket begränsad spridning. Men i den rika industrialiserade världen

har Internetspridningen redan tagit fart och upp emot hälften eller fler i befolkningen har tillgång till och använder Internet. Den intressanta frågan är nu hur fortsättningen, i den sekundära fasen, kommer att se ut. Kommer spridningen att fortsätta eller kommer den att plana ut? Hur stor kommer den sekundära tillväxtökningen att bli? Var ligger mättnadspunkten och befinner sig denna på olika nivåer i olika länder? Mycket lite av spridningsforskningen har ägnat sig åt detta. Redan Rogers (1962/1995) pekade på att detta förbisedda område borde uppmärksammas mer.

	Innovatörer 1993–1994	Tidiga användare 1995–1997	Tidig majoritet 1998–2000	Sen majoritet 2001–2009	Ointresserade 2010–
Rogers kategorier	2,5%	13,5%	34%	34%	16%
Svenska Internetanvändare	3%	14%	35%	31%	17%

Kategorier av adoptanter enligt Rogers klassiska spridningskurva och enligt Internets svenska spridningskurva.

KÄLLA: WII 2000–2009



Yrkesbakgrund hos tidiga användare, 1995. Yrkesbakgrund hos tidig majoritet, 1998.

KÄLLA: WII, 2009

Tidiga och sena adoptanter*

Följer vi den svenska spridningskurvan för Internet och jämför med Rogers klassiska kurva för hur en innovation sprider sig, finner vi att likheterna är mycket stora. Vi återfinner samma fem grupper av adoptanter som Rogers gjorde och storleken på grupperna är nästan exakt densamma. Där finns innovatörerna som blev Internetanvändare före 1995. De tidiga användarna 1995–1997. Den tidiga majoriteten 1998–2000 och den sena majoriteten från och med 2001 fram till idag. Kvar finns de ointresserade som fortfarande inte använder Internet. (Se tabell & diagram.)

Innovatörerna

I början av 90-talet började Internet att uppmärksammas och bland de första som prövade den nya tekniken kring 1990–1994 var "Innovatörerna". Fortfarande var tekniken krånglig, men

dess möjligheter var stora och intressanta att utforska. Antalet personer som använde Internet var fortfarande mycket begränsat.

Innovatörerna är en liten välutbildad grupp, med speciell position. De har ett stort tekniskt intresse. De var med när Internet mest handlade om testning och utveckling.

De tidiga användarna

1994 gjordes Netscape, en webbläsare för World Wide Web, fritt tillgänglig att ladda ned för användning och därigenom kunde en bred allmänhet börja utforska Internet. Internet började att sprida sig bland de datakunniga och nu tog också spridningen av Internet fart. De som var de första att hoppa på under 1995–1997 tillhör de "tidiga användarna".

* Det finns ingen bra översättning av det engelska ordet "adopter". Ibland förekommer "adoptör" och ibland "adoptant", av vilka det senare omnämns i Svenska akademins ordlista, då i samband med barnadoptioner.

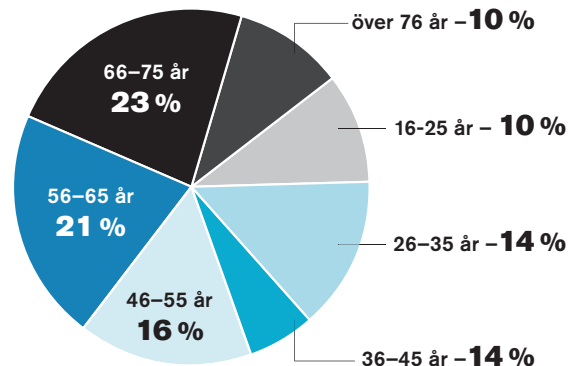
De tidiga användarna är dem som sticker ut mest. De var med att dra igång själva utvecklingen och få fart på spridningen. De är tekniskt duktiga, välutbildade med bra inkomster. De använder Internet lika mycket på arbetet som privat. I båda sammanhangen är Internet mycket viktigt för dem. Via arbetet använder de idag också mobilen för att vara online. Männen dominerar i dessa grupper.

Här ska vi göra ett nedslag bland dem som blev tidiga användare 1995. Varifrån kom de som började använda Internet 1995? Här är det nyfikenheten på en ny teknik som är det intressanta. Ingenjörer och tekniker är överrepresenterade, men de som är intresserade av nya tekniska prylar kommer från alla yrkesområden, med ett försprång för de som redan är vana att arbeta med datorer inom kontor, skola och fria yrken. (Se diagram föregående uppslag.)

Tidig majoritet

1998 tog spridningen ordentlig fart. Det var under 1998 och 1999 som hastigheten var som störst och då tillkom en miljon nya användare varje år. Den tidiga majoriteten är en stor grupp som skaffade sig Internet när det började att uppmärksammas stort i medierna. Under bara några få år hade en tredjedel av befolkningen blivit Internetanvändare. Här fanns många barnfamiljer och tjänstemän och också alltför arbetare.

Gör vi ett nedslag 1998 och jämför med 1995 finner vi att sammansättningen av grupperna skiljer sig åt. Det är fortfarande många tjänstemän med kontorsbakgrund, men färre tekniker och fler arbetare och personer från skola och



Åldersfördelning bland den sena majoriteten. KÄLLA: WII, 2009

sjukvård. Här finns en övervikt av tjänstemän och kontorsanställda som redan är vana att arbeta med datorer. Men här finns också arbetare med yrken som bilmekaniker, byggnadsarbetare och grävmaskinist. Lärare av alla de slag finns också rikt representerade, liksom sjukvårdspersonal från läkare till undersköterskor.

Hit, under den primära spridningsprocessen, följer den svenska spridningskurvan mycket nära den klassiska S-kurvan. Där finns innovatörerna (3 procent jämfört med 2,5 procent), tidiga användare (14 procent jämfört med 13,4 procent) och tidig majoritet (36 procent jämfört med 34 procent). Men därefter, under den sekundära fasen, följer en lång utdragen process med några få procent nya varje år, som pågått hittills i över tio år och som pågår fortfarande. De som blir nya användare under denna senare period tillhör, enligt Rogers indelning, den sena majoriteten. Här ingår både dem som blev användare år 2001, när spridningskur-

16%

Andelen svenskar, 16 år och äldre, som INTE använder sig av Internet regelbundet 2008. (2007 23%)

van började plana ut, och dem som blivit användare under de allra senast åren. Jämför vi dessa finner vi dock stora skillnader. 2001-gruppen är betydligt yngre än dem som kommer långt senare och liknar mer den tidiga majoriteten än den senare. De är mer tekniskt intresserade och kunniga. Det hade här varit möjligt att komplettera Rogers fem grupper av adoptanter med ytterligare en grupp som vi kunde kalla ”varken tidig eller sen”.

Därefter följer sedan den sena majoriteten, som tar steget att skaffa sig Internet när de flesta i befolkningen redan är användare. De är äldre och har i genomsnitt en låg inkomst och utbildning. De är inte så intresserade av tekniska prylar.

Den sena majoriteten

Efter år 2000 minskar spridningen drastiskt. De

mest intresserade har redan skaffat sig Internet och frågan uppstår om Internet är tillräckligt intressant och användbart för den andra halvan av befolkningen som ännu inte blivit Internetanvändare. Ser vi närmare på den del av den sena majoriteten som kommit till som användare efter 2006 finner vi att de har kortare utbildning bakom sig än de tidiga grupperna. Fyra av tio är pensionärer, huvudsakligen yngre pensionärer. En tredjedel är arbetare med yrken som sömmerska, byggnadsarbetare och lastbilschaufför. Var tionde är studerande. 60 procent är kvinnor.

Det intressanta med denna grupp är att den inte bara består av äldre människor. Där ingår alla åldersgrupper. Lika många i åldrarna 16–25 år som över 75 år. Det konstaterade redan Rogers. Det är inte åldern som kännetecknar den sena majoriteten. (Se diagram.)

	Tycker om att pröva tekniska prylar (1–5)	Kan installera nya tillbehör	Självskattning av datorkunnighet (1–5)	Använder Inter- net på mobilen	Internet viktigt för arbetslivet? (1–5)	Internet viktigt för privatlivet? (1–5)
Innovatörer	3,5	80%	2,9	39%	3,6	3,6
Tidiga användare	3,5	86%	3,1	59%	4,1	3,9a
Tidig majoritet	3,2	81%	2,9	54%	3,8	3,7
Sen majoritet	2,8	64%	2,6	27%	3,5	3,4
De ointresserade	2,0		1,3			

	Ålder Median	Utbildning 1–5	Inkomst 1–8	Andel kvinnor	Andel arbetare	Andel i befolkningen
Innovatörer	50	3,7	5,8	39%		3%
Tidiga användare	45	3,6	6,0	42%	38%	14%
Tidig majoritet	39	3,4	5,7	49%	47%	35%
Sen majoritet	41	2,6	5,2	54%	66%	31%
De ointresserade	74	2,2	3,6	58%	72%	17%

Attityd och bakgrundsfrågor. En jämförelse mellan Rogers fem adoptant-kategorier.

KÄLLA: ROGERS, 1995; WII, 2009

Slutligen har vi dem som fortfarande är ointresserade. De är betydligt äldre än alla andra grupper, med lägre inkomst och kortare utbildning. De är inte intresserade av ny teknik. Vi återkommer senare till denna grupp. (Se tabell föregående uppslag.)

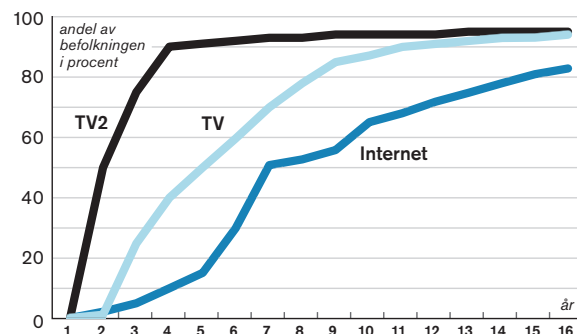
Jämförelse med andra tekniska innovationer

Radion och televisionen uppvisar det klassiska S-mönstret i sina spridningskurvor. Efter en kort tveksam början, skjuter spridningen fart och så fortsätter det utan avbrott tills 90 procent av befolkningen har införskaffat den nya apparaten. Jämför vi Internets spridning med televisionens spridning på 50-talet finner vi att Internet, med sin mer komplicerade teknik och ökade krav på användarna, har spridit sig betydligt långsammare. Fem år efter introduktionen av televisionen hade 50 procent av befolkningen skaffat sig tv, medan endast 15 procent hade tillgång till Internet efter samma tidsperiod. Vi utgår då från 1956 som startdatum för televisionen och 1993 som start för Internet.

Ännu snabbare spred sig en ny teknik när TV2 infördes. På några få år hade 90 procent av befolkningen skaffat sig den nya tillsatsen och en ny antenn.³⁵ Betydligt långsammare gick det för färg-tv.

För televisionens del tog det tio år innan nästan 90 procent hade skaffat sig tillgång till tv. Efter tio år hade 65 procent tillgång till Internet och det dröjer kanske 25 år innan 90 procent av befolkningen har Internettillgång. (Se diagram.)

Televisionens förhållandevis snabba spridning innebar inte att alla oförbehållsamt gick ut och köpte en tv-apparat. Där fanns ett ekonomiskt



En jämförelse mellan televisionens och Internets spridningskurvor.

hinder att överbrygga och en invand tradition av radiolyssnande att övervinna, trots att många av radions populära kvällsprogram flyttades över till televisionen. Fortfarande 15 år efter televisionens introduktion var 10–20 procent av pensionärerna, ju äldre desto fler, trogna kvällslyssnare på radion och ointresserade av det nya massmediet tv.³⁶

Även om underlaget är bristfälligt, tyder det mesta på att det var personer med högre utbildning och bättre inkomster som var de första att skaffa sig tv. Sedan kom barnfamiljer och storstadsbor. Det är tendenser som går igen även i länder som USA och Storbritannien. De största skillnaderna hade dock utjämnats när 25 procent av befolkningen hade fått tv.³⁷ Efter 15 år var det, förutom äldre, även en del i åldrarna 20–30 år och en del med hög utbildning som inte hade tv. Skillen bakom detta varierade mellan dessa grupper.

Jämförelse med Internets spridning i andra länder

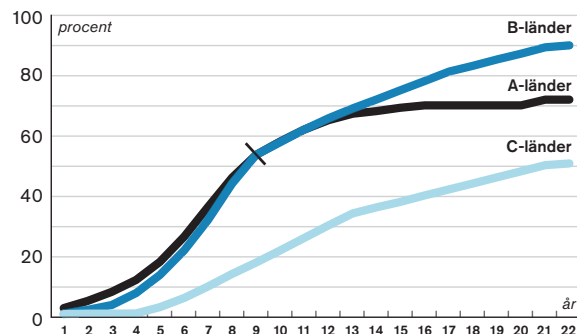
Vid en genomgång och analys av spridningskurvorna för Internet i ett hundratal länder fann

Lunn & Suman (2008) att man kunde särskilja sju olika typiska spridningskurvor. ³⁸ Här nedan återges tre av dessa. A och B är typiska för rika OECD-länder, där A beskriver utvecklingen i de länder där Internet har sitt ursprung och där det finns stora resurser på forskning och utveckling. Där återfinns länder som USA och Sydkorea. Spridningen kommer här igång tidigare än i andra länder, men planar ut på en lägre nivå än länder med större ekonomisk jämlikhet och mer sekulariserade värderingar. Sådana länder, dit Sverige hör, följer B-kurvan. C-kurvan är representativ för mindre rika industriländer, där det tar tid innan Internet börjat att sprida sig och där den fortsatta spridningen sedan går långsamt. (Se diagram.)

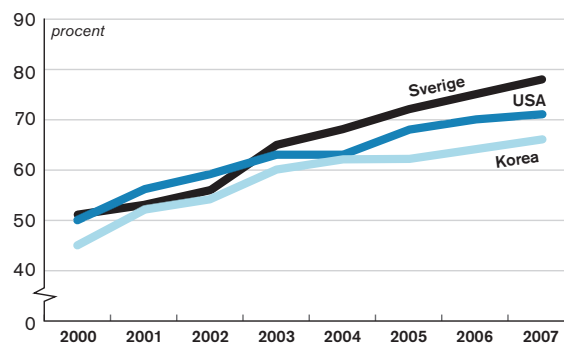
Faktorer som påverkar Internets spridning i ett land

Bland de förhållanden som antas påverka spridningsprocessen och som brukar testas i dessa modeller är bland annat ett lands ekonomi, dess telekommunikationsinfrastruktur, folkets utbildningsnivå, graden av jämlikhet med mera. Men också sådana saker som statligt engagemang, kostnaderna för användarna och konkurrensen på telekommarknaden.

När det gäller att förklara skillnaderna mellan till exempel OECD-länder och utvecklingsländer är det inte förvånande att ekonomin spelar en avgörande roll. Det finns ett klart samband mellan ekonomi och Internetspridning. Ju bättre ekonomi i ett land, desto fler har tillgång till Internet. Mer komplicerat blir det om man jämför länder som är mer homogena till exempel olika utvecklingsländer, med varandra eller om man jämför spridningsprocesserna bland de rika länderna.



Tre olika spridningskurvor för Internet.



En jämförelse mellan spridningskurvorna i Sverige, USA och Korea.

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 socioekonomis-

ka förhållanden som kommer att vara avgörande för Internets fortsatta spridning.³⁹ Det är viktigt att komma ihåg att vi här inte talar 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 ska fortsätta att sprida sig till alla befolkningsgrupper. Här handlar det främst om den äldre generationen.

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 till exempel 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 ska sprida sig till de äldre generationerna är många, åtminstone inom det närmaste årtiondet.

Den digitala klyftan

Arbetare och tjänstemän

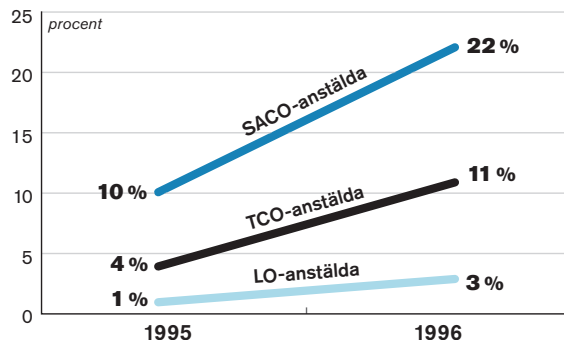
När Internet blev tillgängligt under 1995 och 1996 visade det sig tidigt stora skillnader i hur snabbt tekniken spred sig bland arbetare och tjänstemän. Jämför vi Internetspridningen hos de LO-, TCO- och SACO-anslutna finner vi det typiska mönstret av vidgade klyftor. (Se diagram.)

Medan all fler av tjänstemännen börjar använda Internet (22 procent av de som tillhör SACO och 11 procent av de TCO-anslutna) är det mycket få av arbetarna (3 procent) som har blivit Internetanvändare under de första åren.

För att ge detta skeende ett perspektiv är det nödvändigt att gå ett tiotal år tillbaka. Det var då datorn introducerades och i all större utsträckning kom att ersätta skrivmaskinen och räkneparaten. Det var tjänstemännens nya arbetsverktyg som kom att helt förändra deras arbetsliv. Datorn är också förutsättningen för Internet.

1985 använde omkring 10 procent av befolkningen en dator, vilket under de närmaste tio åren kom att öka till nära 30 procent. Den största ökningen skedde 1989–1991. Detta var en teknologisk utveckling som huvudsakligen ägde rum på tjänstemännens arbetsplatser och drevs fram av arbetslivets behov. Så även om endast en knapp tredjedel av befolkningen använde en dator 1994, när Internet började sprida sig, så bestod den tredjedelen huvudsakligen av tjänstemän och studenter. 75 procent av tjänstemännen var datoranvändare 1994–95, jämfört med 21 procent av arbetarna.

Tjänstemännen var därmed väl förberedda när



Internetanvändare hos fackföreningsanslutna 1995 och 1996.

KÄLLA: ÖSTERMAN & TIMANDER, 1997 (S 23)

Internet började spridas. På många arbetsplatser upprättade man nätverk av datorer och successivt blev det allt fler som använde sig av e-post. Klyftan mellan tjänstemän och arbetare blev allt större och var som störst 1999, för att sedan långsamt minska när spridningen bland tjänstemännen började närma sig 95 procent och därmed slå i taket, medan andelen Internetanvändare bland arbetarna fortfarande ökade något för varje år.

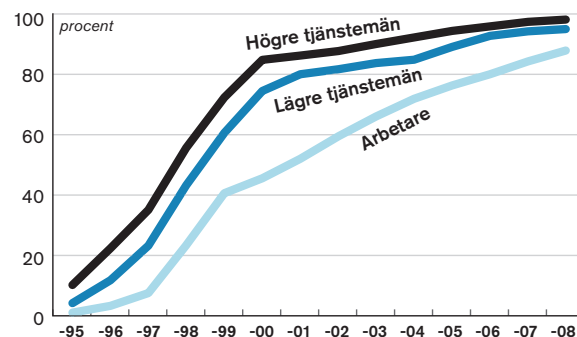
På fem år hade 85 procent av de högre tjänstemännen fått tillgång till Internet. Det tog nio år för de lägre tjänstemännen och efter 13 år hade 85 procent av arbetarna tillgång till Internet. Jämför vi spridningskurvorna ser vi att alla tre kurvorna till en början går brant uppåt med accelererande fart, för att böjas av och plana ut när spridningshastigheten sjunker. För de högre tjänstemännen böjer kurvan av år 2000 när 85 procent har tillgång till Internet. Kurvan för de lägre tjänstemännen planar ut år 2001 när 80 procent har tillgång till Internet och för arbetarna böjer kurvan av redan år 1999 när endast 40 procent har tillgång till Internet.

Fram till dessa tidpunkter hade utvecklingen drivits på av de teknikintresserade som tillhörde den så kallade tidiga majoriteten. När det gäller Internet bestod den till stor del av tjänstemän som redan var vana att arbeta med datorer. Därefter blir spridningen beroende av i vilken mån den s.k. sena majoriteten tycker att Internet är tillräckligt intressant för att de ska skaffa sig en dator och en Internetuppkoppling. Den sena majoriteten domineras av arbetare.

Det intressanta med denna sista kurva är att spridningen inte planar ut, utan fortsätter att stiga ända fram till idag. I detta avseende, när det gäller tillgången till Internet, har klyftorna bland förvärvsarbetande minskat under de senaste åren. Så gott som alla tjänstemän har tillgång till Internet och nästan lika vanligt har det successivt blivit även bland arbetarna.

Det brukar ibland hävdas att personaldatorreformen skulle ha orsakat den snabba spridningen av Internet i Sverige 1998–1999. Det var den speciella satsning som infördes 1998, där företag kunde köpa datorer till sina anställda som fick avdrag på bruttolönen men slapp förmånsbeskattning. Reformen kostade en hel del men det är tveksamt om den fick så stora effekter. Det fanns redan ett starkt intresse hos den så kallade tidiga majoriteten att skaffa Internet. 70 procent av dem som skaffade sig en dator skulle ha skaffat en dator även om erbjudandet inte funnits.⁴⁰ Mest förmånligt var personaldatorreformen för höginkomsttagarna med höga marginalsatser. Mer framgångsrik var den tidigare satsningen som riktades direkt till LO-medlemmar för att underlätta för dem att skaffa en dator.

Har då klyftorna försvunnit? Ja, bland de förvärvsarbetande men inte i befolkningen. Orsaken



Andel av de förvärvsarbetande med tillgång till Internet 1995–2008.

KÄLLA: INTERNETBAROMETERN 2007, MEDIEBAROMETERN 2008

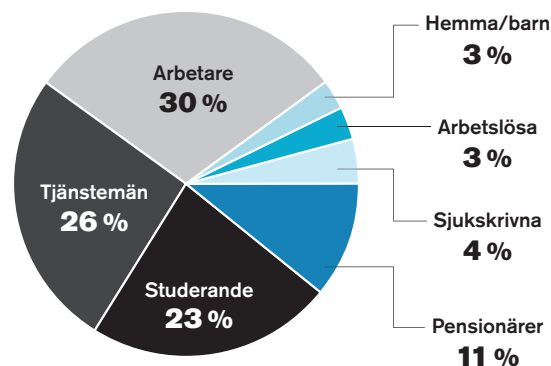


Diagram. Internetanvändarna fördelade på olika sysselsättningar.

KÄLLA: WII, 2009

till detta är att de äldre arbetarna – utan Internet – under de gångna femton åren, från 1995 till 2009, blivit äldre och pensionerats och sålunda inte längre räknas in bland de förvärvsarbetande. De återfinns nu bland de äldre över 65 år, där den digitala klyftan fortfarande existerar. I ett senare kapitel ska vi behandla detta och se närmare

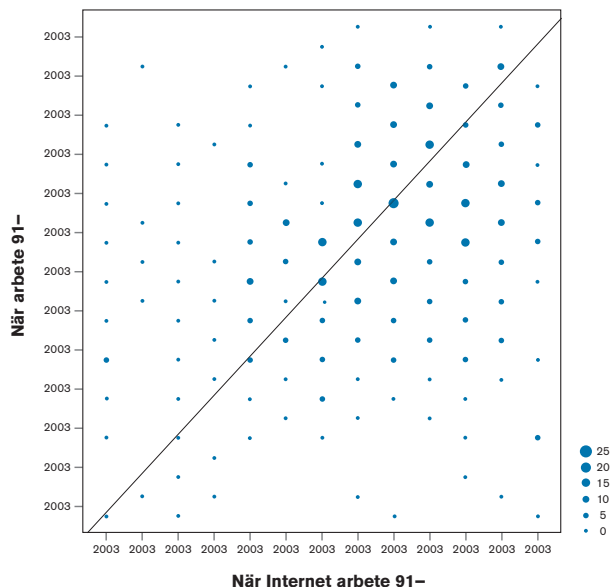
på dem som fortfarande står utanför Internetvärlden. (Se diagram.)

Men innan dess ska vi se hur Internetanvändarna idag, år 2009, fördelar sig efter olika sysselsättningar. Vi har tidigare talat om utbildningen och inkomstens betydelse. Med bättre utbildning och inkomst är sannolikheten större att man använder Internet. En större andel av tjänstemännen har Internet jämfört med arbetarna. Men samtidigt är arbetarna fler till antalet och kanske motsvarar en mindre andel av arbetarna, till antalet, en större andel av tjänstemännen. Låt oss se hur dem som använder Internet fördelar sig på olika arbeten och sysselsättningar? (Se diagram.)

Av cirkeldiagrammet framgår att arbetarna utgör den största gruppen bland användarna. 2 100 000 arbetare använder Internet. Det är till antalet fler än de 1 800 000 tjänstemännen. Sedan följer 1 600 000 studerande, 800 000 pensionärer och några hundratusen av vardera sjukskrivna/förtidspensionerade, arbetslösa och personer som är hemma med barn.

Arbetet eller hemmet? Var kommer Internet först?

En tidig teori var att spridningen av Internet, precis som datorn, drevs på via arbetslivet. Det var på arbetet man bekantade sig med Internet. Man lärde sig surfa och e-posta. Med dessa kunskaper om Internet kunde man sedan skaffa sig en dator med Internetuppkoppling i hemmet och börja använda Internet för personligt bruk. Detta kan ha sin riktighet under de första åren. Ser vi på spridningskurvan bland arbetarna dröjer det flera år innan spridningen tar fart. 1997 hade endast 7 procent bland arbetarna till-

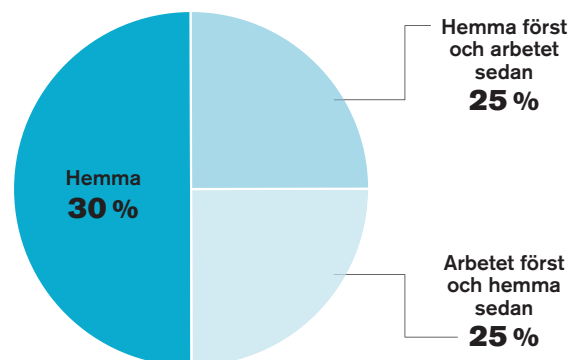


Scatterdiagram över de tidpunkter då Internetanvändarna började använda Internet på arbetet respektive hemma.

gång till Internet medan 35 procent har tillgång bland högre tjänstemän. Först 1998 tog spridningen av Internet fart bland arbetarna. Vi kan anta att det här finns ett personligt intresse som drivkraft eftersom de flesta av dem inte hade tillgång till Internet på sitt arbete. Ett liknande intresse fanns säkerligen också hos många tjänstemän. (Se diagram.)

Men vad kommer först i spridningen av Internet, hemmet eller arbetet? Hur vanligt är det att man först får tillgång till Internet på arbetet och sedan i hemmet? Hur vanligt är det omvända, att man skaffar sig Internet privat i hemmet och sedan får tillgång på arbetet? Pensionärer och andra som inte förvärvsarbetar har inte dessa två möjligheter. Där är det hemmet som gäller.

År 2003 hade 62 procent av befolkningen över 17 år tillgång till Internet hemma. I vilken ordning skaffade de sig Internet? För hälften av Internetanvändarna är detta ingen relevant fråga eftersom de aldrig haft Internet på sitt arbete. För den andra hälften som både har Internet på arbetet och hemma, är svaret beroende på när de fick tillgång till Internet. Fram till 1995 var det dubbelt så vanligt att man redan hade Internet på arbetet när man skaffade sig det hemma. Efter 1996 förhöll det sig tvärtom. För dem som då fick tillgång till Internet var det dubbelt så vanligt att det skedde hemma först och att de först senare fick Internet på arbetet. Detta återspeglar tjänstemännens dominans bland Internetanvändarna under det tidigare skedet av Internets spridning. Men ser vi på hela perioden från 1990 fram till 2003, är det 75 procent (50 + 25) av dem som använder Internet som skaffat sig Internet först hemma. 25 procent hade börjat använda Internet på sin arbetsplats först och sedan, ett eller flera år senare, också skaffat sig Internet hemma. (Se diagram.)



Andel av Internetanvändarna som skaffat sig Internet först hemma respektive först på arbetet

Unga, medelålders, äldre

Det sägs ofta att Internet är de ungas medium. Det talas om Internetgenerationen. Det stämmer i utvecklingsländer där unga välutbildade män utgör de vanligaste användarna. Det stämde också i Sverige i mitten av 90-talet då Internet började sprida sig. Medelåldern på Internetanvändaren var 28 år 1995. Männen var tre gånger så många som kvinnorna. De högutbildade tre gånger så många som de lågutbildade.⁴¹ Spridningen kom dock att ske lika snabbt hos 60-talister och 70-talister som hos dem som var i tjugoårsåldern, födda på 70-talet.

Efter fem år, vid sekelskiftet år 2000, hade medelåldern hos Internetanvändarna ökat till 38 år. Och idag, ytterligare nio år senare, lig-

ger medelåldern på 42 år (Internetanvändarna under 18 år är inte inräknade). I mogna Internetländer, som Sverige och USA, dominerar inte ungdomarna. Det är de medelålders, 30 till 60 år, som utgör de flertaligaste användarna. (Se diagram.)

Vi kan se närmare på hur denna utveckling gått till genom rita upp en spridningskurva för varje åldersgrupp, det vill säga, för dem som är födda på 20-talet, 30-talet, 40-talet, 50-talet, 60-talet, 70-talet och slutligen 80-talet. Vi följer dem över de 15 åren från 1995 till 2009.* (Se diagram på nästa uppslag.)

År 1995, när Internet började spridas, hade de som då var i tjugo- och trettioårsåldern ett visst försprång. Inom några år hade mer än hälften

* Det är inte här frågan om longitudinella data, där man följer samma personer över tid. Här är det frågan om att samma åldersklasser jämförs med hjälp av tvärsnittsundersökningar.

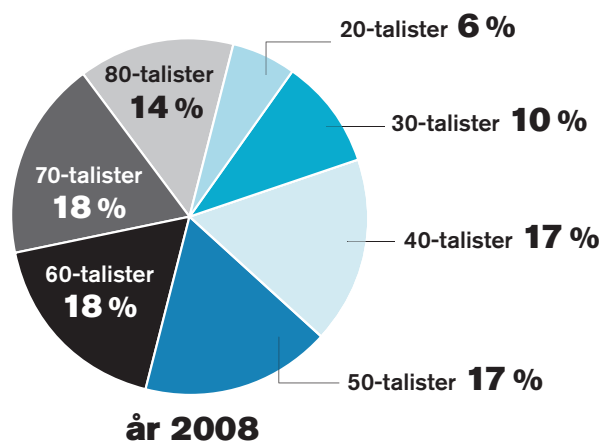
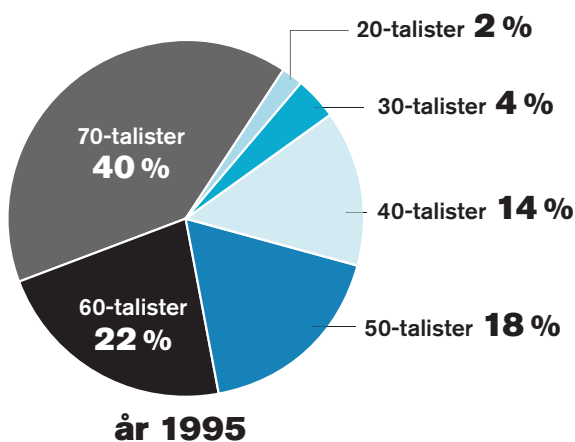


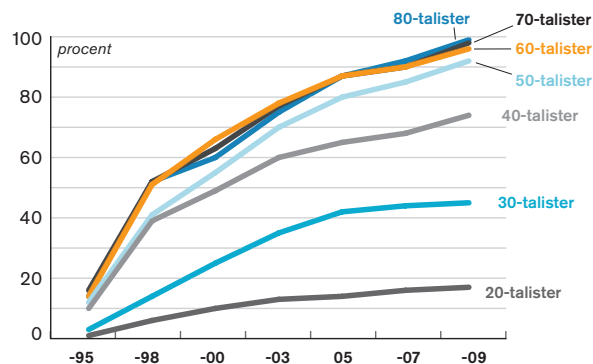
Diagram. Internetanvändarnas fördelning på olika åldersgrupper, 1995 och 2008.

KÄLLA: ÖSTERMAN & TIMANDER 1997, WII 2008

av dem skaffat sig Internet. Men 40- och 50-talisterna var inte långt efter i början. Däremot var intresset betydligt mindre hos dem som var födda på 20- och 30-talet, och som redan då var pensionärer.

”Knycken” i spridningskurvorna kring 1998, där den branta stigningen på kurvorna (med undantag för hos de äldsta), böjer av till en långsammare ökningstakt, markerar att de välutbildade tjänstemännen, som redan innan Internet var vana att arbeta med datorer, hade skaffat sig Internet. Efter 1998 blev spridningstakten något långsammare. Men väl värt att observera är att 50-talisterna, som idag befinner sig i femtioårsåldern, inte befinner sig långt efter dem som är födda 10, 20 eller 30 år senare. Bland fyrtiotalisterna, som befinner sig kring pensionsåldern, är det dock många som fortfarande inte använder Internet.

En annan observation är att kurvorna fram till idag, med undantag för hos de äldsta, fortfarande lutar uppåt. Det innebär att nya Internetanvändare fortfarande rekryteras bland de medelålders och yngre, inte hos de äldsta. Hos 20- och 30-talister har spridningskurvorna nästan helt planat ut. De flesta av dem som var intresserade av Internet bland de äldre har redan skaffat sig tillgång till den nya tekniken.



Andelen Internetanvändare i olika åldersgrupper, 1995–2009. KÄLLA: ÖSTERMAN & TIMANDET, 1997, WII FRÅN 2000 OCH FRAMÅT

Män och kvinnor

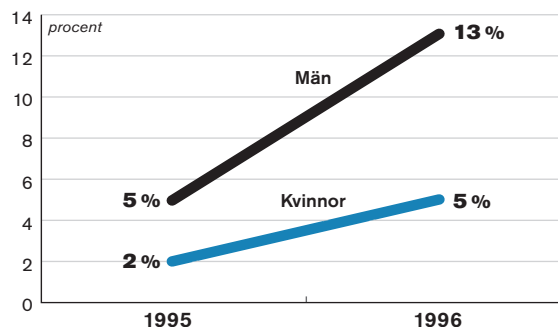
Internet var i mitten av 90-talet förknippat med en hel del tekniska problem. Sladdar skulle dras och kopplas ihop. Modemet skulle anslutas till datorn och sedan kopplas upp via telefonen. Det kunde dröja flera försök innan summertonen bekräftade att uppkopplingen fungerade. Ofta var man tvungen att stänga av och starta om på nytt.

Vid den här tiden var det de unga välutbildade männen som visade störst intresse för de nya tekniska prylarna. Det återspeglar sig också i de första årens spridning av Internet. Det var tre gånger så många män som kvinnor som blev Internetanvändare. (Se diagram.)

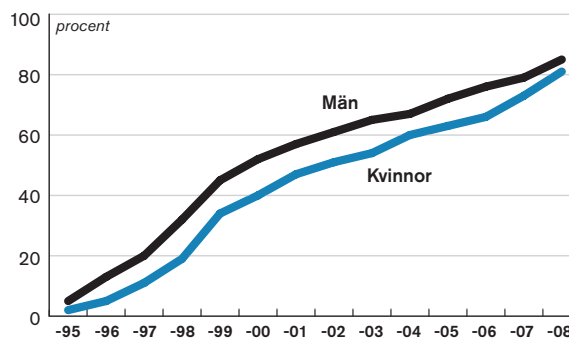
Efter de första åren stabiliserades skillnaderna och spridningskurvorna för män och kvinnor följer varandra parallellt. Denna skillnad mellan män och kvinnor både i tillgång och användning, på omkring tio procent, kvarstår ända fram till de senaste åren då skillnaden mellan män och kvinnor minskar. (Se diagram.)

Dessa spridningskurvor bygger på genomsnittsvärden för kvinnor och män i alla åldrar. Ser vi på enskilda åldersgrupper finner vi att det i vissa åldersgrupper, som till exempel bland dem som är 35–44 år, inte finns några skillnader mellan män och kvinnor, medan skillnaderna är som störst bland de äldsta. (Se diagram.)

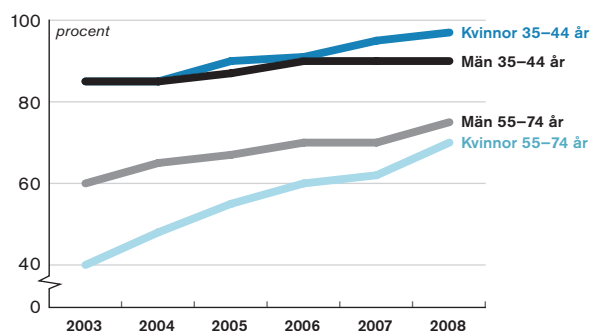
Ny teknik anammas ofta först av de unga välutbildade männen. Så var det med datorer i slutet av 80-talet och början av 90-talet och sedan med Internet från mitten av 90-talet. Ännu vid millennieskiftet, när hälften av svenskarna skaffat sig tillgång till Internet, hade männen fortfarande ett försprång. Det var särskilt tydligt



Andel av män och kvinnor som skaffade sig Internet under de första åren.
KÄLLA: ÖSTERMAN OCH TIMANDER, 1997



Andel Internetanvändare bland män och kvinnor från 1995–2008.
KÄLLA: ÖSTERMAN & TIMANDER, 1997. SCB, 2008



Andel av män respektive kvinnor med tillgång till Internet i två åldersgrupper.
KÄLLA: SCB, 2008

bland de unga och bland de gamla. Bland medelålders män och kvinnor var dock skillnaderna små. När Internet fortsatte att sprida sig minskade klyftan mellan män och kvinnor allt mer och år 2007 har skillnaderna i tillgång nästan helt försvunnit. Fortfarande finns dock skillnader kvar mellan pensionerade män och kvinnor. Det finns också skillnader mellan unga män och kvinnor. Här är det de unga männen som nästan alla har skaffat sig tillgång till Internet. De unga männen har också mer tillgång till webb 2.0-sidor som bloggar, communities och egna hemsidor.

Även om skillnaderna i tillgång nästan har försvunnit, så föreligger det stora skillnader i hur män och kvinnor använder Internet. Män lägger ner betydligt mer tid på sin Internetanvändning jämfört med kvinnorna. Det gäller Internet i hemmet och Internet i offentliga miljöer som till exempel bibliotek (dubbla tiden jämfört med kvinnorna). Det gäller även för Internet på arbetet och totalt för nästan alla aktiviteter och användningsområden. (Se tabell.)

Denna skillnad i tid som män och kvinnor använder till Internet fanns redan i slutet av 90-talet. Utgår vi från skillnaderna som förelåg år 2000 och följer utvecklingen sju år framåt, finner vi att skillnaderna inte har minskat, men de har inte heller ökat. Både män och kvinnor

lägger ned nästan tre gånger så mycket tid på Internet idag som för sju år sedan. Denna ökning har framför allt skett under de senaste åren, samtidigt som allt fler har skaffat sig bredbandsuppkopplingar.

Barn och ungdomar

Systematiska skillnader mellan pojkar och flickor i hur de använder Internet finns inte bland barn

i förskolan eller småskolan. Det är först i tonåren som en del av pojkarna börjar ägna mer tid åt Internet än flickorna.

Unga män och kvinnor har samma tillgång till Internet och de använder alla Internet. En del av de yngre männen, upp till 25 år, lägger ned mer tid på Internet än kvinnorna i samma ålder. Männen dominerar på de underhållningsinriktade aktiviteterna, såsom att spela spel och lyssna på eller ladda ned musik. De unga kvinnorna är mer inriktade på det användargenererade innehållet och det sociala i form av communities och bloggar.⁴² Återfinns samma skillnader bland vuxna män och kvinnor?



Vad använder män och kvinnor Internet till?

Jämför vi mäns och kvinnors Internetaktiviteter finner vi några tydliga skillnader, på liknande sätt som bland de unga. Den ökade tid som

Tid hos Internetanvändarna	18–29 år	30–65 år	65 år och äldre
Män	15 tim/v	7,2 tim/v	7 tim/v
Kvinnor	11 tim/v	6,5 tim/v	5,5 tim/v

Tabell över den genomsnittliga tid män och kvinnor ägnar Internet.

KÄLLA: WII, 2009

männen lägger ner på Internet tycks gå till underhållning: ladda ned musik och video, spela spel och leta efter humor och skämt. Men de ägnar också mer Internettid än kvinnorna åt sin hobby, och att informera sig på olika sätt om till exempel politik och produkter. Männen är också mer framåt vad det gäller att testa ny teknik som IP-telefoni och mobilt Internet. (Se tabell.)

Kvinnorna har en seriösare inriktning i sitt Internetanvändande: De söker jobb, letar information för sitt skolarbete och besöker webbsidor för hälsa och medicin. De använder också SMS mer än männen, deltar oftare i sociala communities och bidrar i större utsträckning än männen med innehåll till de webbgemenskaper som de är medlemmar i. De är också något mer oroad för olika saker som till exempel datavirus.

Dessa skillnader mellan män och kvinnor innebär inte att kvinnor inte skulle leta efter

humor på nätet eller att män inte använder SMS. Men det är fler män än kvinnor som söker efter skämt på nätet och det är fler kvinnor än män som använder SMS ofta.

Aktiviteter som män ägnar sig åt mer än kvinnor	Aktiviteter som kvinnor ägnar sig åt mer än män
Använda mobilt Internet	Använda SMS
IP-telefoni	Söka jobb
Söka efter humor och skämt	Hälsoinformation
Information om politik	Information för skolarbetet
Hobby webbsidor	Medlem i social community
Ladda ned musik	Bidra med community-innehåll
Ladda ned video	Mer oroad för datavirus
Spela spel	
Lyssna på radio via Internet	
Spela om pengar	
Information om produkter	
Fildela	
Medlem i community	

Tabell över Internetaktiviteter som män respektive kvinnor använder mest.

Den digitala klyftan idag

Tillgången till Internet har stadigt ökat i befolkningen sedan 1994. Tjänstemännen som var vana att arbeta med datorer var betydligt snabbare att till sig den nya tekniken än arbetarna och det uppstod redan från början en markant klyfta mellan de långutbildade tjänstemännen och arbetarna, som hela tiden växte och var som störst i slutet av 90-talet. Idag, när nästan alla förvärvsarbetande har tillgång till Internet, har skillnaderna i tillgång nästan helt försvunnit. Men gäller detta också i vilken utsträckning man använder sig av Internet?

Ja, när det gäller det privata användandet av Internet i hemmet finns det inga skillnader längre mellan arbetare och tjänstemän. De använder Internet lika ofta och ägnar lika mycket tid åt Internet. Det är snarare arbetarna som lägger ned mer tid på Internet.

I många avseenden finns det inte heller några skillnader i hur de använder sig av Internet. De använder Internet lika ofta för att surfa omkring, läsa tidning, ägna sig åt sin hobby, ladda ned musik och video, fildela, betala räkningar, blogga och vara med i en community.

Men där finns också skillnader mellan arbetare och tjänstemän. Tjänstemännen använder i större utsträckning Internet för att skaffa sig samhällsinformation, politisk information, information från offentliga myndigheter och kommuner. De har också oftare en e-legitimation. Det är även betydligt vanligare bland tjänstemän, jämfört med arbetare, att utnyttja Internet för att söka

fakta, kolla tidtabeller, köpa biljetter, ta del av nyheter och använda Internet för kartor och vägbeskrivningar. Internet är också något viktigare i vardagslivet för tjänstemännen än för arbetarna. Och, av naturliga skäl, i arbetslivet.

Visserligen har en majoritet av arbetarna tillgång till Internet på arbetet och de använder också Internet där, men de ägnar mycket lite tid åt Internet under sitt arbetsliv. För tjänstemännen däremot ingår Internet i deras arbete och en stor del av dagen är de uppkopplade på Internet. Det har gett dem större kunskaper om datorer och Internet. De känner sig mer delaktiga i det nya informationssamhället och jämfört med arbetarna är det fler tjänstemän som föredrar tangentbordet framför papper och penna när de ska skriva.

Det är lika få arbetare och tjänstemän som skulle vilja använda Internet mer än vad de redan gör. De är lika nöjda med Internet vad gäller information och underhållning, medan betydligt fler av tjänstemännen är nöjda med Internet för kommunikation. e-post och att bifoga filer med e-posten ingår i tjänstemännens dagliga Internetanvändning på ett helt annat sätt än hos arbetarna.

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att efter 15 år med Internet har skillnaderna mellan arbetare och tjänstemän, i tillgång och användning av Internet, försvunnit i många avseenden. De skillnader som kvarstår kan till stor del hänföras till arbetslivet, där dator och Internet ingår som en del i tjänstemännens vardag. Deras längre utbildning och typ av yrken medför att de utnyttjar Internet på ett något annorlunda sätt, till exempel för att söka fakta och slå upp ord. Tjänstemännens större Internetvana visar sig också i

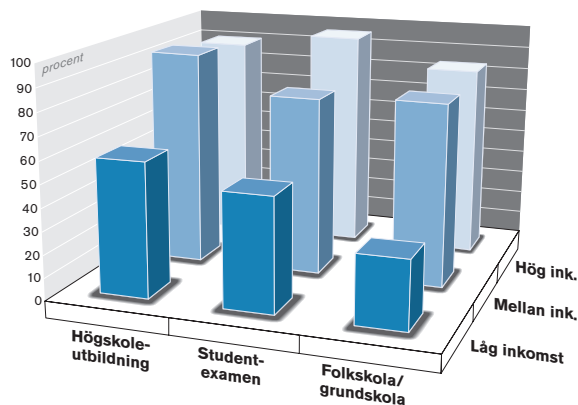
att de i betydligt större utsträckning än arbetare har skaffat sig e-legitimation och använder Internet för att ta del av offentlig information från myndigheter och kommun.

Men ser vi på tiden som ägnas Internet i hemmet har det efter att de flesta skaffat sig en bredbandsuppkoppling blivit de med lägre utbildning som ägnar mest tid åt Internet. Det följer mönstret från hur andra traditionella massmedier, som radio och tv, används.

Kvarvarande skillnader

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

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



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

Användning

Förväntningar 1995

När ett urval människor 1996 fick frågan om vad de skulle vilja använda den nya tekniken till hade bara omkring 10 procent av befolkningen börjat använda Internet. Att skicka e-post och surfa runt bland webbsidorna, var bekant för många. Men vad skulle man vilja använda Internet till? Uträtta bankärenden, svarade 63 procent, hämta information från myndigheter (51 procent), beställa biljetter (50 procent), få rådgivning (34 procent), beställa varor (32 procent), utbildning (32 procent), hämta information (30 procent), hämta musik och böcker (26 procent), hämta dataprogram (26 procent), göra nya bekantskaper (20 procent) samt läsa dagstidningen (18 procent).⁴³

Det är nyttoaspekter som toppar listan. De flesta tänker på hur den nya tele- och datatekniken skall kunna förenkla vardagen och göra livet lättare att leva.

Internetanvändande 2009

Vad hände? Vi gör ett nedslag efter 15 år, då 80 procent av befolkningen använder Internet. Vad gör man när man går online?

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

information, kolla fakta, informera sig om resor, betala räkningar, handla varor, köpa biljetter, slå upp ord etcetera.

En del av dessa aktiviteter ingår inte i det dagliga användandet av Internet. Det gäller till exempel att betala räkningar, informera sig om resor, leta information om produkter och handla. Det är sådant man gör mer sällan, som någon gång i månaden. Men nästan alla gör det.

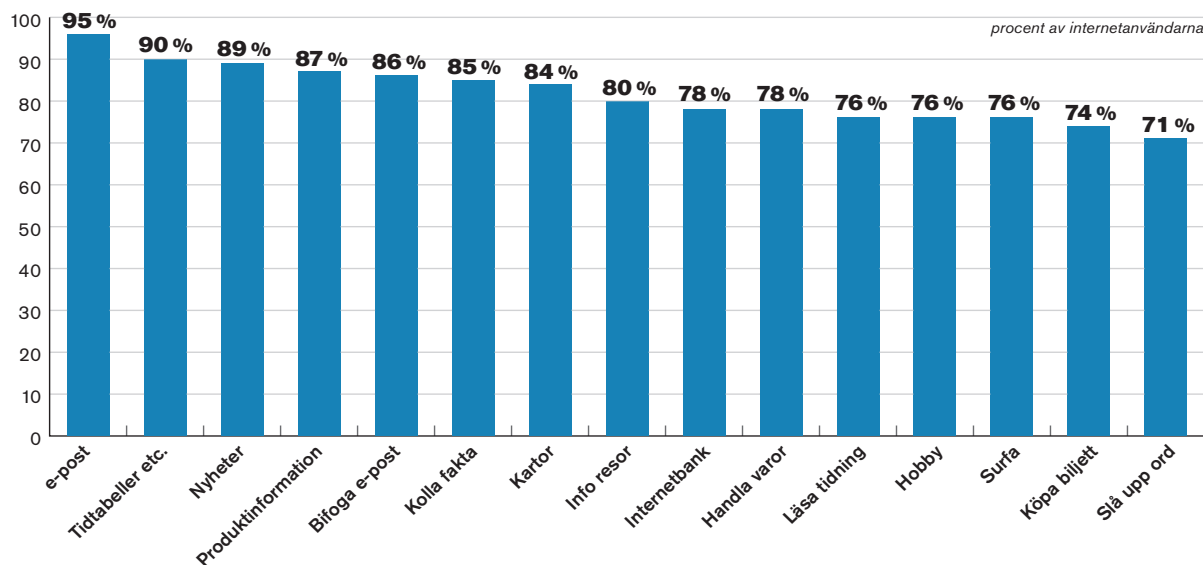
Det som istället dominerar det vardagliga användandet är kommunikation med andra via e-posten och instant messaging för de yngre. Det är nyheterna och tidningsläsningen online. Och där finns surfandet och allt det som rör ens hobby och specialintressen. Men man utnyttjar också dagligen Internet som en faktabank för tidtabeller, fakta, språk, kartor med mera.

(Se diagram på nästa uppslag.)

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

Det är dags att analysera användningen lite mer i detalj för att se vad som hänt under 15 år. Vilka användningsmönster döljer sig bakom det som alla gör? Hur ser de individuella variationerna ut?





Andel av Internetanvändarna som någon gång ägnar sig åt olika aktiviteter.

KÄLLA: WII, 2009

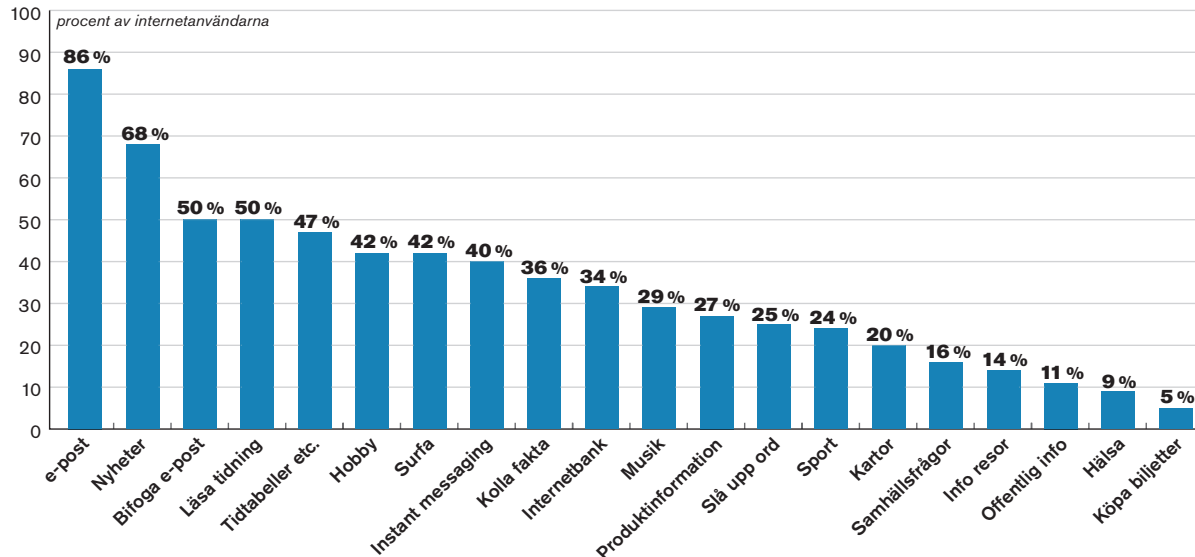


Diagram. Andel av Internetanvändarna som ägnar sig åt olika aktiviteter minst 1–3 ggr/veckan.

KÄLLA: WII 2009

Användningsmönster

Internet har på ett helt annat sätt än tidigare medier öppnat upp för ett mer aktivt användande, där användarna själva kan styra och medverka. Det digitala formatet har gjort det möjligt att nästan utan kostnad lagra och sprida innehåll över nätet. Användaren kan själv bli producent och en allt större del av Internets innehåll har blivit användarproducerat. Men vilka är det som utnyttjar dessa möjligheter? Vem är det som fildelar för att hämta och dela med sig av musik och film? Vem är det som sköter sina bankärenden över nätet? Gör alla det? Är alla med i någon webbgemenskap? Alla dessa Internets möjligheter skapar en uppsjö av tänkbara variationer. Därför borde det också finnas en mängd olika användningsmönster.

Utmärkande för de grupperingar av Internetanvändarna som skapas i en klustringsprocess av svenska Internetanvändare, där användare som ägnar sig åt samma aktiviteter grupperas ihop, är att där hela tiden finns två extremgrupper oberoende av hur många grupper som indelningen görs i. En grupp, "de avancerade entusiasterna", har tillgång till allt och använder flitigt Internets alla möjligheter. Deras motsats, "de försiktiga", är en grupp med begränsad tillgång till den nya tekniken och ett mycket restriktivt användande, där endast några få av alla möjligheterna utnyttjas. Mellan dessa ytterligheter finns en rad grupper vars användningsmönster på olika sätt skiljer sig åt. Men de är i princip varianter av två grundmönster: det traditionella och det moderna. Det traditionella användningsmönstret är uppbyggt kring Internets informativa egenska-

per och det moderna, som bärs fram av den unga Internetgenerationen, lutar sig mot Internets kommunikativa, interaktiva egenskaper.⁴⁴

De avancerade entusiasterna

Denna grupp domineras av unga män. De har tillgång till all ny teknik och web 2.0-möjligheter. De lever ständigt med Internet och mobil och använder sig av alla dess möjligheter. De nätverkar, fildelar, producerar för blogg och community, hämtar musik och video, samtidigt som de också använder Internet för fakta och information betydligt mer än alla andra grupper. Detta är den grupp som står för det mesta av webb 2.0-aktiviteterna. De är mycket positiva till Internet och de möjligheter som erbjuds. De handlar över Internet. De säger de kan förstå politiken bättre och få tillgång till myndigheternas information. De upplever Internet som mycket viktigt för dem och att de påverkats positivt. Kontakterna med andra människor har ökat.

Storlek: en kärna på åtta procent av befolkningen med lika många till, om avgränsningen görs mindre strikt. 450 000–700 000.

Entusiastiska modernister

Denna grupp består huvudsakligen av unga människor, både män och kvinnor, med stort intresse för Internet och mobil. Liksom den förra gruppen är de flitiga användare, men riktar in sig huvudsakligen på två områden: kommunikation och underhållning. SMS, MMS, och instant messaging är en stor del av vardagen. Musik och video i alla digitala former och via alla kanaler är betydelsefullt. De utnyttjar också Internets möjligheter för att skaffa information och kontrollera

fakta. De handlar över Internet och anser att produktiviteten på arbetet har ökat. De är mycket positiva till Internets möjligheter och känner sig delaktiga i informationssamhället.

Storlek: Elva procent av befolkningen. 580 000

Entusiastiska traditionalister

De som ingår i denna grupp är lite äldre än dem i de två tidigare grupperna. De har också en bättre ekonomi. Lika många män som kvinnor. De har tillgång till det mesta av ny teknik och använder också de möjligheter som erbjuds. De är flitiga användare, särskilt för att kommunicera och för att söka information och fakta. De är inte främmande för att använda Internet för underhållning och deltar i viss mån i webb 2.0-aktiviteter. De är mycket positiva till Internets möjligheter, särskilt dess informationsmöjligheter. Myndigheternas information blir tillgängligare och politiken lättare att förstå. De handlar över Internet. De känner sig delaktiga i informationssamhället.

Storlek: 18 procent av befolkningen. 950 000

Modernister

Detta är den enda gruppen med lite kvinnlig övervikt. De är företrädesvis yngre och har tillgång till en hel del ny digital teknik. De ägnar sig inte åt webb 2.0-aktiviteter, och inte särskilt mycket åt andra aktiviteter heller, förutom att kommunicera på alla sätt och vis. Just detta gör de däremot ofta och mycket. De är positiva till Internets möjligheter att kommunicera.

Storlek: 19 procent av befolkningen. 1 000 000

Traditionalister

Denna grupp domineras av medelålders män och kvinnor. De har tillgång till en del av den nya tekniken, men webb 2.0-aktiviteter är de inte engagerade i. De lägger inte ned lika mycket tid på Internet som tidigare grupper och när de använder Internet gör de det för att hämta information, kontrollera fakta och sköta praktiska bestyr. De är allmänt positiva till Internet, men andra traditionella medier är viktigare. En del av de nytilkomna Internetanvändarna tillhör denna grupp.

Storlek: 22 procent av befolkningen. 1 100 000

De försiktiga

Här ingår de som ägnar Internet minst tid. Medelåldern är den högsta. De har tillgång till en del ny teknik, men använder inte så många av dess möjligheter. Om de använder Internet är det för information, fakta och i någon mån att kommunicera. De oroar sig för virus och kreditkortsbedrägerier. Internet är inte viktigt för dem och de känner sig inte delaktiga i det nya informationssamhället, men de anser att Internet har ökat deras produktivitet på arbetet. En del av de nytilkomna Internetanvändarna tillhör denna grupp.

Storlek: 22 procent av befolkningen. 1 100 000

Webb 2.0

Vad som blivit vanligare under de senaste åren är att innehållet på nätet i allt större utsträckning produceras av användarna själva. Det gör de ideellt utifrån ett eget engagemang, precis som de som arbetar och arbetade med öppen källkod. Öppet innehåll är också fritt tillgängligt. Det fyller idag inte bara communities och de mest besökta webbsajterna, utan också encyklopedier, informationssidor och webbtidningar.

Utmärkande är framför allt utvecklingsprocessen som bygger på ett samarbete mellan ett ofta mycket stort antal människor. Istället för att enskilda individer och företag arbetar fram sina egna lösningar som de försöker skydda med patent och copyright, så samarbetar istället människor för att med gemensamma krafter få fram en allt bättre lösning.

Den stora skillnaden mot tidigare är antalet engagerade personer. Även om det finns tiotusentals entusiastiska programmerare, så rör det sig idag om miljontals Internetanvändare som aktivt skickar in innehåll för att publiceras online på olika webbplatser och som bidrag i olika webbgemenskaper, "communities". I de flesta fall hamnar innehållet inom den webbgemenskap som man är engagerad i, men i vissa fall riktas intresset mot vissa globala webbplatser som YouTube (videoklipp), Flickr (Foto), MySpace (vänner, musik) med flera. Intressant är att dessa sidor, med alla sina miljontals besökare (MySpace 26 miljoner/månad), nu blivit kommersiellt mycket intressanta och köpts upp för miljardbelopp. Platser där många män-

niskor samlas drar också till sig annonsörer. En affärsmodell som blivit allt vanligare på nätet.

Två perspektiv

De webbgemenskaper och nätsidor som uppstod i början av 2000-talet kan ses ur två perspektiv. Dels ett större globalt perspektiv, där man räknar antalet medlemmar och konton, och dels ett befolkningsperspektiv, där man ser på hur stor andel av befolkningen som är engagerade i dessa nätaktiviteter. Det ena perspektivet leder till en imponerande global framgångssaga medan det andra perspektivet visar på att endast en begränsad del av Internetanvändarna är indragna i de flesta av dessa aktiviteter. Låt oss börja med en översikt utifrån det globala perspektivet.

När Internet hade funnits i mer än fem år och de allra flesta ungdomar hade tillgång till Internet och upptäckt hur de digitala musikfilerna i MP3-format kunde kopieras, skickas och bytas, uppstod intresset efter en plattform där detta kunde ske. Ungas musikintresse är mycket starkt. De ägnar mycket tid åt att lyssna, samtidigt som den musik de väljer är ett uttryck för deras identitet. 2003 startade MySpace som en social nätverksida där var och en kan samla sina vänner och sin musik. Webbplatsen blev snabbt mycket populär och hade 100 miljoner konton 2006.

Det anmärkningsvärda med MySpace var den snabba tillväxten. Det är något som den delar med några andra populära nätverkssajter. De fylls snabbt av användargenererat innehåll som sajten hjälper till att organisera.

En annan utvecklingstrend inom öppet innehåll är att försöka samla användarnas kunskaper



inom olika områden. Det kan gälla en encyklopedi som Wikipedia eller mer specialiserade webbplatser inriktade på resor, elektronik eller skidåkning. Det mest framgångrika exemplet är uppslagsboken Wikipedia. Den grundades 2001 och hade 2007 publicerat två miljoner artiklar.

Det kan vid första anblicken tyckas förvånande att en webbplats för öppet innehåll blivit framgångsrik just inom detta område. Traditionellt är uppslagsböcker ett resultat av betalda experter inom smala begränsade områden. Dessa välkända auktoriteter inom sina ämnen är garantin för uppgifternas vederhäftighet. Grundprincipen är att det i Wikipedia endast ska finnas redan känt innehåll som kan verifieras med referenser och länkar till använda källor.

Webbsidorna med öppet innehåll fortsätter att stärka sina positioner bland 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 (vdeoeklipp) och Facebook (profiler, vänner, bilder, länkar) som alla är uppbyggda av öppet innehåll som användarna producerar. Som nummer åtta kommer Wikipedia.

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%.

Facebook, som är det senaste tillskottet bland de globala webbsajterna, har några nya egenskaper. Facebook är en öppen plattform som tillåter utvecklare att lägga till egna små program och länkar. Man kan således specialanpassa sidor för vännerna eller en speciell intressegrupp.

Fler besökare än deltagare

Känt sedan tidigare är att det finns en asymmetri i uppladdning och nedladdning. Det är många fler som laddar ned eller 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 visas 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 1:10000.

	Startår	Daglig räckvidd i % av världens Internetanvändare	Etableringstid	Innehåll*
MySpace	2003	6%	3 år	200 milj konton
YouTube	2005	18%	2 år	58 milj videos
Facebook	2004	6%	1 år	300 milj användare
Wikipedia	2001	9%	2 år	2 100 000 artiklar (eng) 75 000 bidragsgivare

* Siffrorna är från början av 2009. Eftersom utvecklingen är snabb kan de snabbt förändras.

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 fildelningssajt.

Hemsida

Det klassiska sättet att presentera sig på nätet har varit att göra en egen hemsida. Till en början var det ganska komplicerat, men idag är det enklare. Trots detta har denna typ av informationssida inte blivit så vanlig. Det är dubbelt så vanligt med hemsidor bland männen och förekomsten är ungefär densamma från 16 till 45 år. 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.

Blogg

En senare, mer interaktiv variant av hemsidan är bloggen, där personer kan skriva ner och visa vad de vill för andra i Internetvärlden. I Sverige, i motsats till en del andra länder, har dock inte bloggandet blivit särskilt omfattande. 5 procent av befolkningen ägnar sig åt detta.

Tidigare var bloggarna i Sverige ganska jämt 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 procent) och ju yngre man är desto vanligare är det (28 procent). Detta tyder på att bloggandet är på frammarsch. Frågan är dock om det är några som uppmärksammar och läser alla bloggar?

Vi kan konstatera att det är många fler som läser bloggar än som författar sådana. Närmare bestämt fem gånger så många (5 procent jämfört med 33 procent), vilket motsvarar närmare två miljoner människor. Även när det gäller läsandet är det de unga kvinnorna som är mest aktiva (74 procent). Intresset att läsa andras bloggar kvarstår upp till 35 års-åldern, där det börjar att avta.

Bloggandet sprider sig således sakta i befolkningen, men bland ungdomsgrupperna och 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.

Webbgemenskaper och communities

Communities på nätet var till en början mest för tekniker och dataprogrammerare för utbyte av erfarenheter och utveckling av program.⁴⁵ Sedan kom yrkessajter och hobby sajter. För några år sedan introducerades mer sociala sajter, vilka omedelbart fick en explosionsartad tillväxt. 35 procent av dem som har Internet är medlemmar i en webbgemenskap. Här dominerar nu de unga kvinnorna, som fick något på nätet som verkligen intresserade dem.

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 procent av medlemmarna, över alla åldrar, besöker sin community åtminstone några gånger i veckan.

Den återstående frågan är medlemmarnas bidrag. Hur mycket av innehållet är användar-

genererat? Hur aktiva är community-medlemmarna? En majoritet av medlemmarna säger att de bidrar med innehåll och bland de yngre är det 90 procent eller mer som bidrar. Man är således mycket aktiva och mest aktiva är de yngsta kvinnorna i övre tonåren 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 hobbysajterna som är mest aktiva. Hälften av dem är aktiva med att sända in bidrag någon/några gånger i veckan.

Digitala fotografier på nätet

En framgångsrik affärsidé kring det användargenererade innehållet är att rikta in sig på alla de foton som människor tar med sina nya digitala kameror.⁴⁶ Bara man blir medlem kan man spara sina bilder på nätet, skapa album och bestämma vilka som får tillgång till bilderna. 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 (29 procent av användarna), men det är de yngsta (58 procent) som använder denna möjlighet flitigast. Även här är det de unga kvinnorna som är mer aktiva än männen.

Skicka in videoklipp

En mer avancerad form av bilder är videoklipp och kortare och längre filmsnuttar. 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 det. 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.

Fildelning

Förutsättningen för fildelning är att man själv har något att dela med sig. Bakom ligger en överenskommelse: om jag får något av dig får du något av 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. Särskilda program, allt mer sofistikerade, har utvecklats för att organisera trafiken i fildelningsnätverken. Det är framför allt musik som delas även om video blivit vanligare i takt med att allt fler har tillgång till bredband.⁴⁷

För varje år sedan Internet började spridas har fildelarna blivit fler. 2008 var det 19 procent av befolkningen som sa att de fildelade. Det motsvarar 1,4 miljoner svenskar i vuxen ålder. Det ökande antalet fildelare kommer sig till stor del av att de yngre har blivit äldre och fortsätter att fildela. En stor majoritet av tonåringarna, framför allt bland pojkarna, är fildelare. Männens dominans återfinns i alla åldrar, med resultatet att mer än dubbelt så många män som kvinnor fildelar.

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 procent av befolkningen. Dessa återfinns framför allt

15%
Andelen av befolkningen, 16 år och äldre som använder Internet för att köpa varor och/eller tjänster 2008. (2007 16%)

i åldrarna 26–35 år. Det tyder på att fildelningen är en aktivitet som främst hör ungdomen till 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. Ser vi till befolkningen i stort kan vi säga att en av fyra (27 procent) i befolkningen fildelar eller har prövat på fildelning.

Sammanfattning

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

Att skicka in och ladda upp 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.

Hobbysajterna 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 egna hemsidor.

Ser vi på relationen mellan att ta del av vad andra gjort och vad man själv producerar finner vi, i webbgemenskaperna, kvoter på en helt annan nivå än dem 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

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

Visar hur många som är engagerade i olika användarstyrd aktiviteter på nätet 2008.

KÄLLA: WII, 2008

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 många 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.

Framtiden

Åtta av tio svenskar har efter 15 år tillgång till Internet. Det är en långsammare spridningstakt än när televisionen introducerades, men det är förhållandevis snabbt om man ser till Internets komplicerade teknik och om man jämför med hur snabbt Internet har spridit sig i andra länder. På samma sätt som för televisionen i Sverige var starten till att börja med långsam. Men när väl utvecklingen satte fart gick det fort. Spridningen av Internet fortsatte dock inte som televisionen, med oförminskad hastighet upp mot 95% av befolkningen, utan stannade av efter fem år när halva befolkningen hade skaffat sig Internet. Spridningen stannade dock inte av helt, utan har fortsatt hela tiden och successivt kommer fler till, även om ökningstakten är långsam. Samtidigt har Internet krupit allt längre ner i åldrarna, ner bland förskolebarnen. Hos skolbarnen, från första klass och uppåt, är Internet redan mycket väl etablerat.

Tiden som Internetanvändarna ägnar Internet har också ökat. Den har tredubblats under de senaste sju åren. Detta har möjliggjorts genom att allt fler, snart nio av tio användare, kunnat koppla upp sig via bredband och fasta abonnemang. Det öppnar upp för en helt annan användning av nätet. Så har det till exempel blivit vanligt att använda nätet som en faktabank, en språklig hjälpreda för att slå upp saker och som ett sätt att hålla sig ajour med de senaste händelserna.

Som tidigare är Internet en viktig källa till information. Den utnyttjas av alla. Drivkraften för detta engagemang är ofta ett specialintresse och en hobby. Det sätter också sina spår i den tid som läggs ner framför datorskärmen. E-posten tillhör också allmängodset, medan däremot det

mer interaktiva "instant messaging" har blivit den nya Internetgenerationens kännemärke. Dit hör också användningen av Internet som en källa för underhållning: musik, video och spel.

Förutom online-kommunikation och underhållning, driver också Internetgenerationen på uppbyggnaden av olika webbgemenskaper och många är med att själva producera innehåll som publiceras på nätet. Men detta är inte något som majoriteten av användarna sysslar med. Fem procent av befolkningen har exempelvis en egen blogg, där de publicerar sina tankar och berättar om sitt liv. Det låter kanske inte mycket, men det rör sig om trehundra tusen svenskar, varav många inte publicerat sig förr. Var tredje användare är medlem i en webbgemenskap, en community, där de allra flesta också i någon mån bidrar med innehåll.⁴⁸ Det rör sig om två miljoner svenskar som är ute med andra och rör på sig i den virtuella världen.

Utifrån alla data som samlats in inom projektet "Svenskarna och Internet" träder det fram några typiska användningsmönster. Det mest framträdande är de "avancerade entusiasterna" (en halv miljon). Den gruppen domineras av unga män som har tillgång till allt och använder Internet till allt, mycket mer än några andra. De fildelar, nätverkar och bloggar. Det är de som står för det mesta av webb 2.0-aktiviteterna. Internet är mycket viktigt för dem.

Deras motsats är "de försiktiga" (en miljon). En dubbelt så stor grupp. De ägnar inte mycket tid åt Internet och när de gör det är det för fakta och information. Internet är inte viktigt för dem och de känner sig inte som delaktiga i informationssamhället.

Mellan dessa extremer befinner sig majorite-

ten av Internetanvändarna som traditionalister eller modernister. Modernisterna (en och en halv miljon) är lite yngre än traditionalisterna och är inriktade mest på kommunikation och underhållning. Men de använder också Internet för information och fakta. De är positiva till Internets möjligheter och känner sig delaktiga i informationssamhället.

Traditionalisterna är den största gruppen (två miljoner). De lägger inte ner lika mycket tid på Internet som tidigare grupper och intresserar sig mest för Internets traditionella roll som källa till information, för att kontrollera fakta och för praktiska bestyr. De är allmänt positiva till Internet men anser att andra medier är viktigare.

Sätter Internet några djupare spår?

Många svenskar har idag använt Internet i upp emot tio år. Är det möjligt att skönja några mer genomgripande förändringar av denna Internetanvändning, som gäller människors sätt att vara och tänka, på så här kort tid? Ofta behövs det en större distans till skeendet för att upptäcka sådana saker. Däremot är det tydligt att användandet av mobiler, datorer och Internet har påverkat det manuella handhavandet av tangentbord och knappar. Frågar man den yngre generationen (16–18 år) om de föredrar papper och penna eller ett tangentbord om de skall skriva en text, svarar tre av fyra att de helt klart föredrar tangentbord. Men även de äldre föredrar tangentbord. Två av tre i åldern 55–65 år svarar tangentbord. De som föredrar papper och penna finns spridda i ungefär lika stor utsträckning, 15–20 procent, i alla åldrar.⁴⁹

Vi kan vidga perspektivet och fråga oss vilken roll Internet har som informations- och kunskapsförmedlare? De traditionella medierna, särskilt televisionen, värderas fortfarande av de flesta som viktigare än Internet. Men vi har också sett hur Internet har blivit en lätt-tillgänglig källa till information, som annars är svår att få tag på. Det gäller allt från tidtabeller, resor, varor, kartor, fakta och ord till offentlig information. Men är Internet något mer än en faktabank? Lär sig den som använder Internet något? Förmedlas kunskap? Ökas förståelsen av världen, eller handlar Internet mer om yta än djup? Många frågor återstår att besvara. Mycken

kunskap finns tillgänglig online, men hittar Internetanvändaren dit och är innehållet presenterat på ett sätt som gör det förståligt? Internet har överbryggat geografiska och fysiska avstånd, men är Internet också ett medium som kan överbrygga utbildnings- och klassklyftor?

Vad vi vet är att redan tillgången till Internet innebär att många barriärer har försvunnit. Under de 15 år som Internet existerat har åtta av tio svenskar skaffat sig direkt tillgång till detta kommunikationsmedium och denna ofantliga informationsmängd. För de barn som växer upp idag ingår Internet som en självklar del i deras liv. Men resultatet har inte blivit som många framtidsforskare, teknik- och medieexperter förutspådde. De genomgripande förändringarna inträffade inte, utan istället införlivades Internet successivt i människors vardagsliv. Man tog till vara de möjligheter som man hade nytta av och som fyllde ens behov, utan att för den skull överge det redan invanda traditionella. Man behöll "barnet" och kastade inte ut det med badvattnet. Internet, liksom Internetanvändaren, är dock hela tiden stadd i förändring. Internet idag är inte samma Internet som för tio år sedan. Sista ordet är ännu inte sagt.

De som står utanför

Trots denna fortsatta spridning av Internet befinner sig ungefär en fjärdedel av svenskarna utanför Internetvärlden.* Internet ingår inte som någon, mer eller mindre, naturlig del i deras vardagsliv. Fortfarande har också inkomst och utbildning, med undantag för hos de unga, betydelse för vilka som står utanför. I den bemärkelsen kvarstår den digitala klyftan. Det vanligaste skälet till att man inte vill kosta på sig utgiften att köpa en dator med Internetuppkoppling är helt enkelt att man inte ser nyttan av detta. I alla fall inte en nytta som uppväger kostnaderna. Till detta kommer också tekniska problem och problem med funktionshinder som försämrade syn och motorik. I och med att allt fler blir äldre ökar denna senare typ av problem.

Avgörande för Internets fortsatta spridning i Sverige är hur denna grupp ställer sig till att bli Internetanvändare i framtiden. Är de överhuvudtaget intresserade? Innan den frågan besvaras är det nödvändigt att göra en åtskillnad mellan tre grupper. De som har tillgång till Internet men inte utnyttjar denna möjlighet, de som tidigare har använt Internet men inte gör det längre och de som aldrig använt Internet och aldrig haft tillgång. Orsakerna till icke-använd-

ningen är olika för dessa tre grupper. (Se tabell.)

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

Majoriteten av icke-användarna tillhör grupper med låg utbildning och inkomst. De flesta lever dock inte isolerade från andra användare. Men de är inte intresserade av den nya tekniken. De är helt enkelt inte intresserade av att testa nya tekniska prylar. De är osäkra på vad Internet kan erbjuda dem och i vilken mån de kan klara av tekniken utan att den "går sönder". Där finns således psykologiska och kulturella hinder inblandade.⁵⁰

Intervjuer med äldre svenskar som börjat använda Internet när de varit pensionärer visar också att de psykologiska argumenten dominerar både motiv och hinder. De hade som icke-användare tvivel både på sin egen förmåga att lära sig handskas med den nya tekniken och vilka kostnader som är förknippade med Internet.⁵¹

Använder inte Internet	Är intresserade av att använda Internet	Intresserade av att använda (andel av befolkningen 16+)
240 000 har tillgång men använder inte	70 000	1%
1 275 000 har aldrig haft tillgång	166 000	2,4%
225 000 har haft tillgång tidigare	125 000	2%

Hur många icke-användare är intresserade av att börja använda Internet?

Vi kan förvänta oss att den sekundära spridningsprocessen fortsätter ytterligare något i Sverige, men att Internet inte kommer att bli lika spridd som televisionen, åtminstone inte inom det närmaste årtiondet. Det innebär att politiker och myndigheter kommer att möta dels icke-användare med funktions- och socioekonomiska hinder och dels en stor grupp som medvetet väljer att stå utanför.

I många andra länder, där de socioekonomiska villkoren är annorlunda eller där sekulariseringen och individualiseringen inte hunnit lika långt, kommer spridningen av Internet att plana ut på en lägre nivå. Det innebär att en tredjedel av befolkningen i många länder kommer att förbli exkluderad.

* Här inräknas både dem som inte har tillgång till Internet i hemmet och dem som bara använder Internet någon gång ibland.

Noter

- 1 Castells, M. (2001). The Internet Galaxy – Reflections on the Internet, Business and Society. Oxford: Oxford University Press. s.194
- 2 Global Reach, 2009
- 3 Netcraft 2009
- 4 Winston, B (1998). Media Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet.
- 5 Leiner, Cerf m.fl. A brief history of the Internet. Internet Society, ISOC, 2003
- 6 Human Development Report 2001. UNDP, 2001
- 7 Hamngren & Odnoff (2003). De byggde Internet i Sverige.
- 8 Findahl, O & Selg H (2008), Öppen källkod och öppet innehåll. En undersökning av och med erfarna Internetanvändare
- 9 Flichy, (2001/2007). The Internet Imaginaire.
- 10 Toffler, (1980). The Third Wave.
- 11 Österman & Timander, (1997). Internetanvändningen i Sveriges befolkning.
- 12 Svenskarna och Internet 2000. World Internet Institute.
- 13 Findahl, (2008). Svenskarna och Internet 2008. World Internet Institute.
- 14 Buskqvist, U (2007). Medborgarnas röster: studier av Internet som politisk offentlighet. Örebro universitet.
- 15 World Internet Institute, 2004.
- 16 Fadi Hirzalla & Liesbet van Zoonen (2008). Uses of the Web for Civic Participation. CivicWeb,
- 17 SVT:s Vallokalsundersökning EUP-valet 2009, 7 juni 2009
- 18 SVT (2009). EU-val 09. tv, Internet och andra informationskällor. Hur informerade vi oss om EU-valet.
- 19 CivicWeb. Young People, the Internet and Civic Participation. Briefing Document.
- 20 Kontorsbarometern, 1995. Vasakronan.
- 21 World Internet Institute 2003 och 2004.
- 22 Gillespie & Richardson (2000). Teleworking and the city. Myth of workplace transcendence and travel reduction.
- 23 Kontorsbarometern 2005. Vasakronan.
- 24 World Internet Institute 2009.
- 25 Toffler, The third wave, 1980
- 26 Negroponte, Being digital. 1996
- 27 Kraut et. al.,(1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?; Haythornthwaite, C & Wellman, B. (2002). The Internet i Everyday Life. An Introduction; Nie & Erbring, (2000). Internet and society: a preliminary report.
- 28 Findahl, 1986. Svensken – en världsmedborgare i framtidens massmedievärld? Om etermedierna igår, idag och i morgon
- 29 WAN, 2008. World Press Trends 2007
- 30 International Television Expert Group (2009). Television 2008. International Key Facts.
- 31 WAN, 2008. World Press Trends 2007
- 32 Mediebarometer 2008.
- 33 Findahl, Svenskarna och Internet 2007
- 34 Findahl, Svenskarna och Internet 2007
- 35 Törnqvist (1967), tv-ägendets utveckling i Sverige. 1956–65; Sjöden (1967). Etermediernas publik; Tvåkanalsystemet i tv (1975); Findahl (1986). Svensken – en världsmedborgare i framtidens massmedievärld?
- 36 Wachtmeister, A-M. (1972). Televisionens publik. Ingår i Radio och tv möter publiken.
- 37 Belson, The impact of television. 1967.

- 38 Lunn, B. & Suman, M.
- 39 Findahl (2008). Internet i ett internationellt perspektiv.
- 40 Roland Steen. Personaldatorer – en utvärdering av arbetsmarknadseffekter. IT-kommissionen 2002.
- 41 Österman & Timander, 1997. Internetanvändningen i Sveriges befolkning.
- 42 Findahl, O & Simic, S (2008). Unga svenskar och Internet 2008. World Internet Institute.
- 43 Österman & Timander 1997.
- 44 Findahl, Svenskarna och Internet 2007.
- 45 Findahl & Selg,(2007), Öppen källkod och öppet innehåll. En undersökning av och med erfarna Internetanvändare
- 46 Selg & Findahl (2007), Nätgemenskap som affärsidé – Drivkrafter och framgångsfaktorer
- 47 Findahl (2006), Trends in downloading and filesharing of music; Selg & Findahl (2006), File sharing and downloading – actors, motives and effects.
- 48 World Internet Institute 2009
- 49 World Internet Institute 2009.
- 50 Green, M. (2006). Unpacking "I don't want it" – why novices and non-users don't use the Internet; Gil-de-Zúñiga, H. (2006). Reshaping Digital Inequality in the European Union: How Psychological Barriers Affect Internet Adoption Rates.; Selwyn,N., Gorard, S., & Furlong, J. (2005). Whose Internet is it Anyway? Exploring Adults' (Non)Use of the Internet in Everyday Life.
- 51 Selg, H. & Svensson, B.R. (2008). Promoting the Adoption of Internet among Elderly People.

Referenser

- Albero-Andrés, M., Tobias Olsson, with Albert and Fredrik Miegel (2009). A Qualitative Analysis of European Web-based Civic Participation Among Young People. CivicWeb Deliverable 16
- Leiner, B., Cerf, V., Clark, D., Kahn, D., Kleinrock, L., Lynch, D., Postel, J., Roberts, L., & Wolff, S. (2003). Histories of the Internet. A Brief History of the Internet. Internet Society (ISOC).
- Belson, W.A. (1967). The impact of television. Methods and findings in program research.
- Buskvist, B (2007). Medborgarnas röster : studier av Internet som politisk offentlighet / Örebro: Örebro universitet, 2007.
- Castells, M. (2001). The Internet Galaxy – Reflections on the Internet, Business and Society. Oxford: Oxford University Press.
- CivicWeb (2009). Young People, the Internet and Civic Participation . Briefing Document. Institute of Education, University of London, 2009.
- Fadi Hirzalla & Liesbet van Zoonen (2008). Uses of the Web for Civic Participation. CivicWeb, Deliverable 8
- Findahl, O(2009). Svenskarna och Internet 2009. World Internet Institute
- Findahl, O(2008). Svenskarna och Internet 2008. World Internet Institute
- Findahl, O (2008). The importance of equality and cultural values during the secondary phase of the diffusion of the Internet. The case of Sweden. Paper presented to the IAMCR (International Association of Media and Communication Researchers) Conference Stockholm July 2008.
- Findahl, O. (2008). Internet i ett internationellt perspektiv. Del 2. Sverige i världen. World Internet Institute.
- Findahl, O(2007). Svenskarna och Internet 2007. World Internet Institute
- Findahl (2006), Trends in downloading and filesharing of music. MusicLessons, Deliverable 5. Stockholm: MusicLessons (updated version)
- Findahl, O(2005). Svenskarna och Internet 2005. World Internet Institute
- Findahl, O(2003). Svenskarna och Internet 2003. World Internet Institute
- Findahl, O(2002). Svenskarna och Internet 2002. World Internet Institute
- Findahl, O(2000). Svenskarna och Internet 2000. World Internet Institute
- Findahl, O. (1986). Svensken – en världsmedborgare i framtidens massmedievärld? Om etermedierna igår, idag och i morgon. Stockholm: Sveriges Radios publik- och programforskning.
- Findahl, O & Selg H (2008), Öppen källkod och öppet innehåll. En undersökning av och med erfarna Internetanvändare. Ingår i Eriksson, L-E, Findahl, O & Selg, H . Framtiden är öppen. Om problem och möjligheter med öppen källkod och öppet innehåll. Stockholm: Vinnova.
- Findahl, O & Simic, S (2008). Unga svenskar och Internet 2008. World Internet Institute.
- Flichy, P. (2001/2007). The Internet Imaginaire. London: MIT Press (franskt original 2001)
- Gil-de-Zúñiga, H. (2006). Reshaping Digital Inequality in the European Union: How Psychological Barriers Affect Internet Adoption Rates. Webology, Volume 3, Number 4, December, 2006.
- Gillespie & Richardson, (2000). Teleworking and the city. Myth of workplace transcendence and travel reduction. I J. Wheeler, Y. Aoya & B. Warf (red.), Cities in the Telecommunications Age: The Fracturing of Geographics. London: Routledge.
- Global Reach, 2009.
- Green, M. (2006). Unpacking "I don't want it" – why novices and non-users don't use the Internet. First Monday September 2006.

- Hamngren, I & Odnoff, J. (2003). De byggde Internet i Sverige.
- Haythornthwaite, C & Wellman, B. (2002). The Internet in Everyday Life. An Introduction. In B. Wellman & C. Haythornthwaite (Eds.), *The Internet in Everyday Life*. Oxford: Blackwell.
- UNDP (2001). Human Development Report 2001.
- International Television Expert Group (2009). Television 2008. International Key Facts. www.ip-network.com/tvkeyfacts
- Internet World Stats, 2008. Internet Usage World Stats – Internet and Population Statistics. www.internet-worldstats.com/
- Kontorsbarometern 1995. Vasakronan.
- Kontorsbarometern 2005. Vasakronan.
- Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53 (9), 1017–1031.
- Lunn & Suman (2008)
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. New York: Vintage books.
- Netcraft 2009
- Nie, H & Erbring L. (2000). Internet and society: a preliminary report. [Http://www.stanford.edu/group/siqss/Nordicom](http://www.stanford.edu/group/siqss/Nordicom) (2008). Internetbarometern 2007,
- Nordicom (2009). Mediebarometern 2008. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet
- Nordicom (2008). Mediebarometern 2007. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet
- Nordicom (2007). Mediebarometern 2006. Medienotiser, nr 1, 2007. Göteborgs universitet, Nordicom-Sverige
- PTS (2008). Individundersökning 2008. Post- och telestyrelsen.
- PTS (2007). Individundersökning 2007. Post- och telestyrelsen.
- Rogers, E (1995). *Diffusion of innovations*. London: The free press (4:e upplagan). Första upplagan kom 1962.
- SCB, (2008). Privatpersoners användning av datorer och Internet 2008. Statistiska centralbyrån.
- SCB, (2007). Tillgång samt användning av dator och Internet 1994–2006. Undersökningarna av levnadsförhållandena (ULF). Statistiska centralbyrån.
- Selg & Findahl (2006), File sharing and downloading – actors, motives and effects. *MusicLessons, Deliverable 4*. Stockholm: Musiclessons, KTH (updated version)
- Selg & Findahl (2008), Nätgemenskap som affärsidé – Drivkrafter och framgångsfaktorer – En pilotstudie av fyra nätgemenskaper. Ingår i Eriksson, Findahl & Selg (2008), *Framtiden är öppen*. Vinnova.
- Selg, H. & Svensson, B.R. (2008). Promoting the Adoption of Internet among Elderly People. In P. Cunningham and M. Cunningham (Eds), *Collaboration and the Knowledge Economy: Issues, Applications, Case Studies* IOS Press.
- Selwyn, N., Gorard, S., & Furlong, J. (2005). Whose Internet is it Anyway? Exploring Adults' (Non)Use of the Internet in Everyday Life. *European Journal of Communication* Vol 20(1): 5–26.
- Sjöden, R. (1967). *Etermediernas publik*. Stockholm: Sveriges Radio.
- Steen, R. (2002). Personaldatorer – en utvärdering av arbetsmarknadseffekter. IT-kommissionen 2002.
- Sveriges Radio. (1975). *Tvåkanalsystemet i tv*. Stockholm: Sveriges Radio
- SVT (2009). EU-val 09. tv, Internet och andra informationskällor. Hur informerade vi oss om EU-valet. SVT september 2009.
- SVT (2009). SVT:s Vallokalsundersökning EUP-valet 2009, 7 juni 2009

- Toffler, A (1980). *The Third Wave*. London: Pan books.
- Törnqvist (1967), tv-ägandets utveckling i Sverige. 1956–65;
- UNDP, 2005. *Human Development Report 2001*. UNDP, 2001
- Wachtmeister, A-M. (1972). *Televisionens publik. Ingår i Radio och tv möter publiken*. Stockholm: Sveriges Radio.
- WAN, (2008). *World Press Trends 2007*. World Association of Newspapers (WAN).
- WAN, (2009). *World Press Trends 2008*. WAN World Association of Newspapers
- WII 2002–2008; PTS 2007
- Vijat M, Muller E & Bass F (1990). New product diffusion models in marketing: A review and directions of research. *Journal of Marketing*, 54: 1–26.
- Winston, B (1998). *Media Technology and Society. A History: From the Telegraph to the Internet*. London: Routledge.
- Österman, T. & Timander, J. (1997). Internetanvändningen i Sveriges befolkning. Utvecklingen av attityder och användningen beträffande vissa tekniska hjälpmedel (Internet, dator, modem, CD-ROM och mobiltelefon). Teldok rapport nr 115.

Nyckeltal för Internets utveckling i Sverige

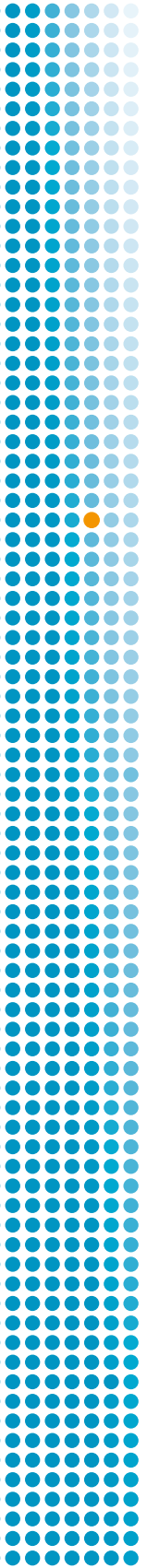
Tillgång till Internet i hemmet

- 1 Andelen av Svenskarna 16 år < som har tillgång till Internet i hemmet. Siffra: 88% (2007 84%)
- 2 Andelen av Svenskarna 16 år < som har tillgång till bredband i hemmet. Siffra: 74% (2007 70%)
- 3 Andelen av befolkningen 16 år < som använder sig av Internet 2008. Siffra: 88% (2007 81%)
- 4 Andelen av befolkningen som INTE använder sig av Internet regelbundet (dvs. minst veckovis) i åldern 16 år < 2008. Siffra: 16% (2007 23%)
- 5 Andelen av befolkningen som använder Internet dagligen i åldern 16–75 år 2008. Siffra: 71% (2007 66%)
- 6 Andelen av pensionärerna som använder Internet dagligen år 2008. Siffra: 25% (2007 19%)

Mobil Internetanvändning

- 7 Andelen av befolkningen som använder Internet i mobiltelefonen 16–74 år 2008. Siffra: 21% (2007 17%)
- 8 Andelen av befolkningen som använder Internet för att köpa varor och/eller tjänster 16 år < 2008. Siffra: 15% (2007 16%)

Dataunderlaget är hämtat från SCB, Mediebarometern, PTS och World Internet Institutes årliga undersökningar av Internetanvändandet. För mer information om beräkningsmetoder och dataunderlag se rapporten: Nyckeltal för Internets utveckling i Sverige och webbsajten "Internetstatistik.se".



.SE (Stiftelsen för Internetinfrastruktur) är en oberoende allmännyttig organisation som verkar för en positiv utveckling av Internet i Sverige. .SE ansvarar för Internets teknisk drift av det nationella domännamnsregistret. Överskottet från registrering av domännamn finansierar initiativ som främjar Internetutvecklingen i Sverige, både genom egen verksamhet och genom finansiering av fristående projekt.

.se