



# informationssamhällets framväxt

en trendrapport  
år 2000 - 2003

# **Informationssamhällets framväxt**

## **En trendrapport**

av Christoffer Nilsson  
och Jan Svensson

### **Denna rapport är skyddad av upphovsrättslagen**

Alla rättigheter till rapporten ägs av World Internet Institute. Utskrift och kopiering av denna rapport får endast ske för personligt bruk. Mångfaldigande av denna rapport är förbjudet. Undantag från detta beviljas normalt inte och prövas i varje enskilt fall. Vid referat av texter, tabeller och diagram skall källa angivas.

### **Rapporter**

World Internet Institutets rapporter finns för kostnadsfri nedladdning på institutets hemsida: [www.worldinternetinstitute.org](http://www.worldinternetinstitute.org). Önskas tryckta rapporter går det bra att beställa dessa på telefon: 026-10 38 15. Priset för dessa är 200 kronor inklusive moms, frakt tillkommer.

Publicering: September 2004

Upplaga, 10.000 exemplar

Tryckt av Printall AS / Tallinn, Estland

Ansvarig utgivare: Christoffer Nilsson

ISBN: 91-85291-04-8

## ***World Internet Institute***

World Internet Institute är ett oberoende forskningsinstitut som studerar hur Internet påverkar individ och samhälle. Forskningen har en utpräglad beten-  
devetenskaplig ansats, som söker svaren bakom statistiken. Vilka effekter har  
Internetanvändandet på individers agerande i samhället och på marknaden?  
Tydliga svar på generella frågor som hur påverkas individens medievanor, kom-  
munikationsmönster, konsumtions-vanor, syn på politik, konsumtion och delta-  
gande i samhälle söks.

Kärnverksamheten i World Internet Institute är en longitudinell panelstudie där  
ett representativt urval av drygt 2000 svenska hushåll följs under en längre  
period. Studierna startade år 2000 och genomförs årligen.

Varje år ställs ca 230 frågor till panelen, som består av användare och icke-  
användare av Internet. Urvalet är representativt på den svenska befolkningen  
och innefattar åldrarna 18 och uppåt. Varje år fylls panelen på för att upprätt-  
hålla det stora urvalet. Fördelen med longitudinella panelstudier är att tren-  
der mycket lätt kan följas och förklaras. Longitudinella panelstudier kan se  
effekterna av en viss tekniks införande då det är möjligt att gå tillbaka och se  
hur samma individer levde sina liv innan de fick tillgång till tekniken. Liknande  
forskning sker i drygt 25 andra länder inom ramen för World Internet Project  
där World Internet Institute är en aktiv partner. Detta möjliggör även avance-  
rade internationella jämförelser.

World Internet arbetar aktivt med att tillgängliggöra den omfattande statistik  
som årligen samlas in genom att årligen presentera rapporten *Svenskarna och  
Internet*. World Internet Institute är en icke vinstdrivande ekonomisk förening  
som aktivt arbetar för att ge en bred samhälls- och användarnytta, vara en  
tillgång i forskarsamhället och vara oberoende av kommersiella intressen.

<b><i>Innehåll</i></b>	
<b>Föord</b>	6
<b>Inledning</b>	8
<b><i>Tillgång</i></b>	12
Datorpenetration i hemmet	13
Internetpenetration i hemmet	14
Mobiltelefonipenetration	16
<b><i>Kommunikation</i></b>	20
Allt fler e-postar	21
Användningen av SMS sprider sig	22
Chattandet börjar sprida sig	23
<b><i>Användning</i></b>	26
Fritid	28
Samhälle	29
Ekonomi	30
Media	31
<b><i>Attityder</i></b>	34
Internet och politisk makt	35
Internet och möjligheten att påverka	36
Internet och förståelsen för politik	37
Internet och underläge	38
Internet och utanförskap	39
Delaktigheten i informationssamhället	40
<b><i>Sammanfattning och slutsatser</i></b>	43
<b>Appendix</b>	48

## **Förord**

Den första pc:n kom 1982. Det är 20 år sedan. Inom samhällsutveckling är det en kort tid. De flesta som gått i pension fram till 1992 har sällan eller aldrig använt en pc.

Först i mitten på nittiotalet började näringslivet använda Internet, e-post och webb i stor skala. Det är 10 år sedan. De flesta som gått i pension under nittiotalet har till exempel aldrig skickat någon e-post. Den breda användningen av pc och Internet i hemmen kom i gång i slutet av nittiotalet – för cirka 5 år sedan. Idag har vi ett Internet som är ett överlägset media med en infrastruktur som snart har samma täckning som telenätet.

Utvecklingstakten är med andra ord mycket hög, nästan exponentiell. Det ställer stora krav på den som vill hänga med eller kanske till och med leda utvecklingen. Sverige har länge betraktats som en ledande IT-nation, en position vi är på väg att förlora.

Nästa steg i utvecklingen är byggandet av e-samhället och där finns goda förutsättningar för Sverige att återta en tätposition. Dataföreningen stödjer därför de initiativ som tagits från 24-timmarsdelegationen och IT-strategigruppen för att utveckla ett e-samhälle för alla. Ett fungerade e-samhälle innebär bättre resursutnyttjande, ökad service och ökad tillväxt. Och kanske en ny exportprodukt för Sverige.

De positiva effekterna av e-samhället är stora, men det hänger på användarna om vi ska lyckas. Att inte få med sig användarna är den vanligaste orsaken till att IT-projekt misslyckas.

Fortfarande står en närmare en tredjedel av Sveriges befolkning utanför det gryende e-samhället. Här ingår till exempel pensionärer, arbetslösa, lågutbildade, låginkomsttagare, invandrare och ungdomar – medborgare som på olika sätt inte får ta del av IT-utbildningar och datorsubventioner. Det finns också många som inte alls är roade av datorer och som inte på eget initiativ skaffar utrustningar för tusentals kronor.

En tredjedel är många, men det kan till och med vara ännu fler –beroende på hur "utanför" definieras. Även om många har tillgång till datorer och Internet, betyder inte det att de är fullfjädrade användare med e-tjänster som en naturlig del av tillvaron. WII:s senaste undersökning visar på att det är stor skillnad mellan tillgång och förmågan att kunna använda.

Problemet är en möjlighet – vi kan ta ledningen igen! Om vi får med alla i e-samhället skapar vi en unik nationell konkurrensfördel. Sverige har en hundraårig tradition när det gäller folkbildning och nu är det hög tid att genomföra en stor folkbildande insats igen – för att få dem som idag står utanför e-samhället att bli fullvärdiga e-medborgare.

Dataföreningen har tagit initiativ till att etablera en gruppering med 24-timarsdelegationen, IT-strategigruppen och andra viktiga samhällsaktörer för att hitta lösningar.

WII:s trendrapport är ett viktigt instrument för uppföljningen av den här utvecklingen. Vi är glada att kunna sprida några av resultaten till dig genom denna trendrapport i samband med Networks Telecom 2004.

Inger Gran  
Föreningsdirektör  
Dataföreningen

## **Inledning**

För fyra år sedan stod Internet på sin höjdpunkt i människors medvetande. I efterdyningarna av personaldatorreformer och kampanjer i media hade hälften av svenska folket en Internetuppkopplad dator i hemmet. Bredbandsutbyggnaden var ett hett politiskt ämne, julgranar skulle köpas över Internet och demokratin skulle stärkas. Svensken skulle kopplas upp, både i hemmet, på arbetet och i telefonen.

Sedan hände något, de tekniska möjligheterna fanns men var marknaden med, var användarna mogna för förändring? Svaret på frågan var nej, användarna var inte mogna för denna radikala förändring. Kombinationen av en o mogen marknad och överskattade affärsanalyser ledde till en kris i branschen, men inte hos användarna.

Bilden av Internet förändrades möjligen något, men användandet fortsatte att öka, penetrationen av datorer och Internet i det svenska samhället har under de senaste fyra åren fortsatt att öka. Sakta växer en gruppen mogna och rationella användare fram. Internet är inte längre synonymt med att surfa på nätet, istället finner allt flera svenskar resurser på Internet som är viktiga för sitt sätt att leva. Oavsett om det handlar om att genomföra bankärenden, registrera föräldradagar, delta i mailinglistor om flugfiske eller fågelskådning.

Vi ser nu också en ny typ av infrastruktur växa fram i de svenska hemmen, bredbandsuppkopplingen. Oavsett om bredbandet är äkta bredband via fiber, kommer via telenätet eller kabel-TV nätet sker ett radikalt skifte i användandet. Internet finns tillgängligt när datorn står på, och datorn börjar alltmer vara påslagen i de svenska hemmen. Bredbandet gör Internetanvändandet mer interaktivt och spontant, det går snabbare och hitta telefonnummer, bioannonser och TV-tablåer via Internet än att slå i telefonkataloger och tidningar. Långsamt börjar svenskarna ändra sina vanor och flyttar beteenden till Internet. Men följer alla med i denna utveckling?

Rapporten "Informationssamhällets framväxt – en trendrapport" har inte ambitionen att ge en analys av informationssamhället men väl etablera en bild av läget år 2003. Just bilden av informationssamhället är både relevant och intressant att för att se hur ny informationsteknik sprider sig, används och inte minst svenskarnas förhållningssätt till tekniken.

Rapporten är uppbyggd på fyra områden, tillgång, kommunikation, användning och attityder. Genomgående för alla områden är att vi har valt sex grupper av användare; ungdomar 18-24 år, yngre låg- respektive höginkomsttagare 25-44 år, äldre låg- respektive höginkomsttagare 45-65 år samt seniorer 66-75 år. Om inte annat anges utgår vi från hela svenska folket i ålder 18-75 år, och inte bara de som har tillgång till Internet. I appendixet längst bak i rapporten finns en några kommentarer om de variabler vi redovisat och hur vi använt dem.

Rapporten har tagits fram av World Internet Institute i samarbete med NITA - Nationellt IT-användarcentrum, IHT – Institutet för Human Teknologi samt Dataföreningen Sverige. Rapporten har sponsrats av IT-Scandinavia och Fiber Optic Valley. Datamaterialet baserar sig på World Internet Institutes panelundersökningar som delfinansierats av VINNOVA.

Uppsala och Hudiksvall 17 september, 2004



Christoffer Nilsson  
VD



Jan Svensson  
Undersökningsledare

## **Tillgång**

Internet har sedan 1994 blivit en allt viktigare del av det svenska samhället. Internet har kommit att på ett mycket omvälvande sätt påverka företag, offentlig verksamhet och individers privatliv. Utvecklingen har skett stegvis och präglats av allt från naiv optimism i entreprenörskap till strukturella förändringar i organisationer. Under den 10-års period som Internet har varit tillgängligt för den svenska befolkningen har stora delar av service och tillgänglighet för kunder och medborgare digitaliserats.

Idag möts vi av Internetbanker, referenser till hemsidor i reklam, media och samhällsinformation. Vi kan deklarerar över Internet, träffa våra partners över Internet, spela poker, bridge eller bilda klaner. Vi kan skapa virtuella gemenskaper, arbeta med projektverktyg och shoppa över Internet. Ser vi i backspegeln kan vi konstatera att mycket som vi kan göra idag, kunde vi göra för fyra år sedan, men vi gjorde det inte, eller rättare sagt väldigt få gjorde det då.

Basen för informationssamhället är förknippat till tillgängligheten av information, såväl från informationsresurser som från människor. Kanske vill vi själva vara uppkopplade men hellre vill vi kanske att andra är uppkopplade och information tillgänglig på våra villkor.

Vi kan konstatera att mobiltelefonen blir en allt viktigare del av informationssamhället, kanske inte så mycket för att tala i som för att skicka och hämta information. SMS har på många sätt ersatt det snabba samtalet, det enkla vykortet eller möjligheten att på ett mobilt sätt beställa information.

## Datorpenetration i hemmet

Den kanske allra viktigaste grundstenen för informationsamhällets framväxt är tillgången till datorer i hemmet. Här har personaldatorreformen spelat en viktig roll att sprida datorer till de svenska hemmen. Tack vare reformen fick stora grupper i samhället möjlighet att införskaffa datorer till ett mycket förmånligt pris. Men samtidigt kan vi konstatera att det är i de högvärlönde grupperna som penetrationen är absolut högst. En skillnad som består år 2003.

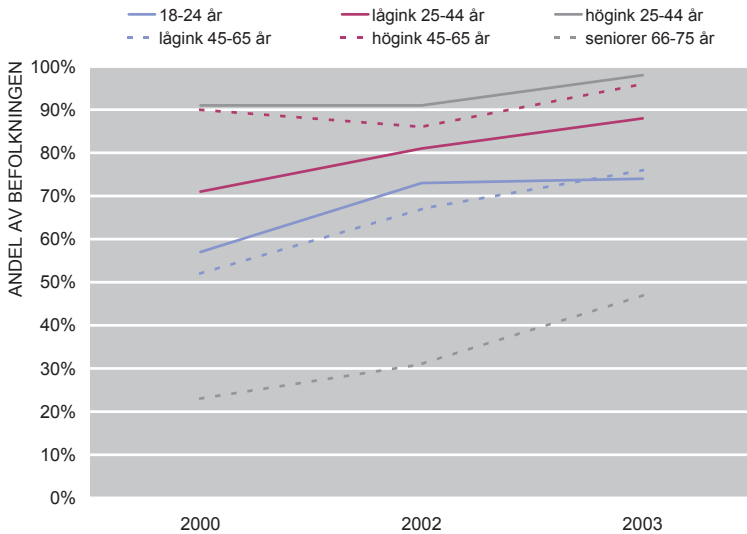


Diagram 1: Datorpenetration i Hemmet

År 2003 hade 3 av 4 svenskar en dator hemma och bland höginkomsttagarna är penetrationen i princip fullständig.

	2000	2002	2003
Ungdomar 18-24 år	57 %	73 %	74 %
Låginkomsttagare 25-44 år	71 %	81 %	88 %
Höginkomsttagare 25-44 år	91 %	91 %	98 %
Låginkomsttagare 45-65 år	52 %	67 %	76 %
Höginkomsttagare 45-65 år	90 %	86 %	96 %
Seniorer 66-75 år	23 %	31 %	47 %
<b>Totalt</b>	<b>64 %</b>	<b>67 %</b>	<b>74 %</b>

Tabell 1: Datorpenetration i hemmet

## Internetpenetration i hemmet

Redan år 2000 var Internetpenetrationen i de svenska hemmen mycket stor. Drygt hälften av svenskarna hade tillgång till Internet i hemmet, något som fram till 2003 ökat till 65 %. Sverige har internationellt sett en av de mest erfarna Internetanvändarna där år 2003 knappt hälften av dessa har haft Internet i hemmen 5 år eller längre.

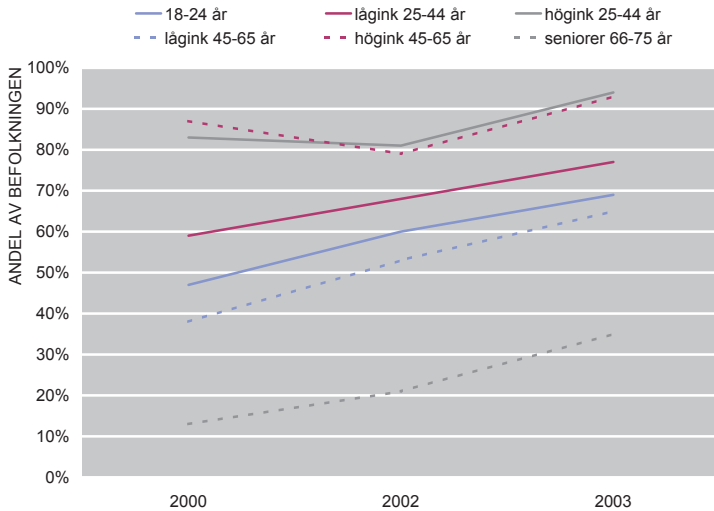


Diagram 2: Internetpenetration i hemmet

Även här kan vi se effekterna av personaldatorreformen som subventionerade datorer med Internetuppkoppling, men där effekterna framförallt var att höginkomsttagarna fick ett rejält försprång.

	2000	2002	2003
Ungdomar 18-24 år	47 %	60 %	69 %
Låginkomsttagare 25-44 år	59 %	68 %	77 %
Höginkomsttagare 25-44 år	83 %	81 %	94 %
Låginkomsttagare 45-65 år	38 %	53 %	65 %
Höginkomsttagare 45-65 år	87 %	79 %	93 %
Seniorer 66-75 år	13%	21 %	35 %
<b>Totalt</b>	<b>51 %</b>	<b>56 %</b>	<b>65 %</b>

Tabell 2: Internetpenetration i hemmet

## Penetrationen av bredband ökar dramatiskt, men äldre hamnar på efterkälken

Utbyggnaden av bredbandsnäten i Sverige, kombinerat med allt fler konkurrerande tekniker att koppla upp sig, såsom via KabelTV-nätet, kopparnätet (ADSL) och riktiga fibernät gör att Sverige har fått allt fler bredbandsanvändare. I Sverige hade år 2003 ca 24% av befolkningen en aktiv bredbandsuppkoppling, men skillnaderna mellan grupperna är betydande.

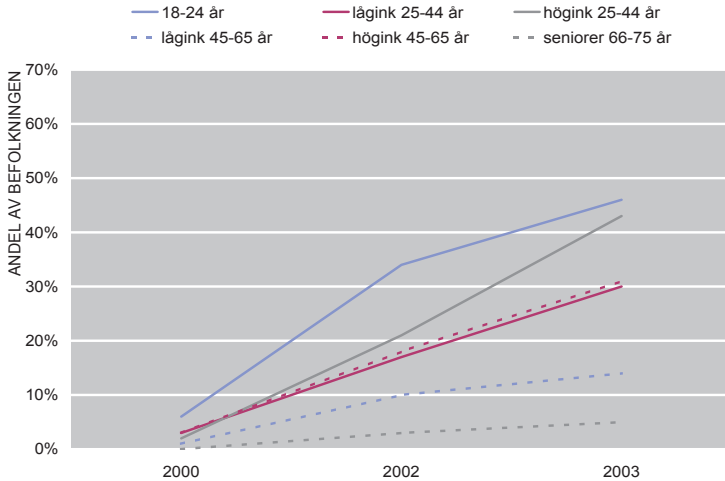


Diagram 3: Bredbandsuppkopplade

Mer än 40 % av ungdomar och yngre höginkomsttagare (25-44 år) har en bredbandsuppkoppling i hemmet. Kombinationen av intresse för Internet och ekonomiska barriärer gör att två stora grupper hamnar på efterkälken, seniorerna, de över 65 år, samt äldre låginkomsttagare 45-65 år. Trots detta ser vi hur en ny typ av infrastruktur växer fram i de svenska hemmen.

	2000	2002	2003
Ungdomar 18-24 år	6 %	34 %	46 %
Låginkomsttagare 25-44 år	3 %	17 %	30 %
Höginkomsttagare 25-44 år	2 %	21 %	43 %
Låginkomsttagare 45-65 år	1 %	10 %	14 %
Höginkomsttagare 45-65 år	3 %	18 %	31 %
Seniorer 66-75 år	0 %	3 %	5 %
<b>Totalt</b>	<b>3 %</b>	<b>15 %</b>	<b>24 %</b>

Tabell 3: Bredbandsuppkopplade

## Mobiltelefonpenetration

Sverige är antagligen ett av de mest mobiltelefonföretagade länderna i världen. Ser man till gruppen 18-44 år slog penetrationen i taket redan 2002 där ca 95 % anger att de har en mobiltelefon. Endast marginella förändringar har skett i dessa grupper

År 2003 kan vi konstatera att penetrationen är extremt hög, mer än 8 av 10 personer i gruppen 18-75 år har en mobiltelefon. Mobiltelefonmarknaden i Sverige kan endast växa bland äldre låginkomsttagare och seniorer.

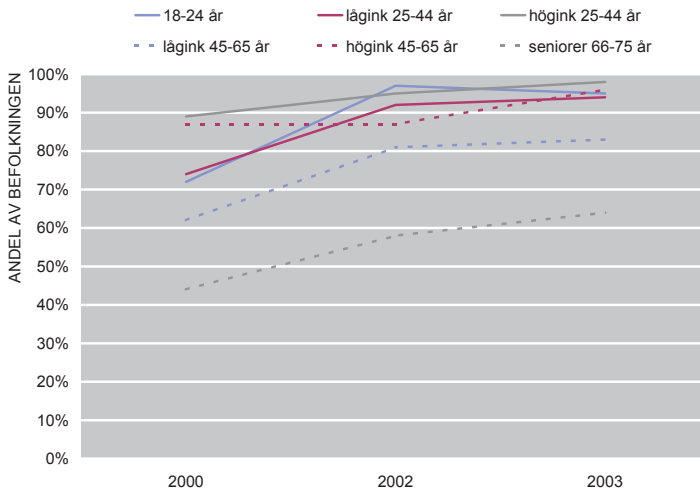


Diagram 4: Mobiltelefonipenetration

Värt och notera är att redan för två år sedan kom ungdomar och de yngre låginkomsttagare ikapp yngre höginkomsttagarna.

	<b>2000</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Ungdomar 18-24 år	72 %	97 %	95 %
Låginkomsttagare 25-44 år	74 %	92 %	94 %
Höginkomsttagare 25-44 år	89 %	95 %	98 %
Låginkomsttagare 45-65 år	62 %	81 %	83 %
Höginkomsttagare 45-65 år	87 %	87 %	96 %
Seniorer 66-75 år	44 %	58 %	64 %
<b>Totalt</b>	<b>71 %</b>	<b>81 %</b>	<b>84 %</b>

Tabell 4: Mobiltelefonipenetration

## Senast införskaffade mobiltelefonen

Mobiltelefonerna har under de senaste fyra åren blivit allt mer trendorienterade. Inköpscyklerna i de svenska hushållen har blivit kortare. Den allra mest ombytliga gruppen är ungdomar mellan 18-24 år där medelåldern på mobiltelefoner endast är 15 månader, tätt följda av yngre medelålders i åldern 25-44 år. Här syns heller inga skillnader mellan inkomstnivåer.

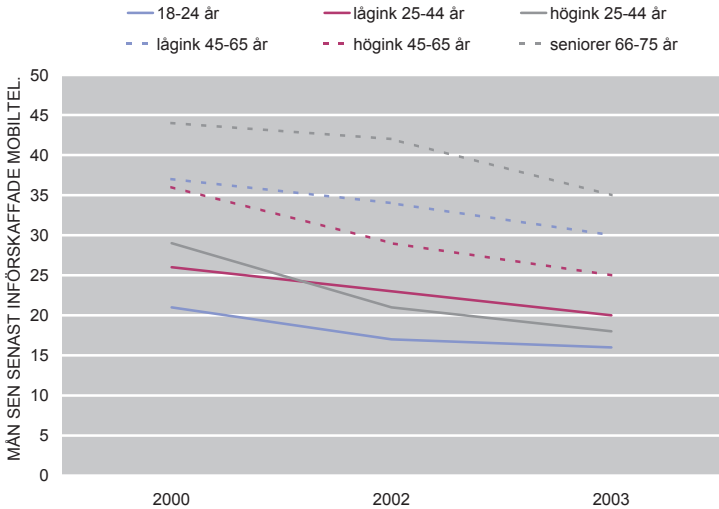


Diagram 5: Senast införskaffade mobiltelefonen

Drivkraften i bytet av telefoner beror i dessa grupper på nya funktioner såsom kamera och färgskärmar. Fortsätter trenden med allt kortare livslängd och att en 3G-telefon är det naturliga valet på nästa telefon kan vi anta att 2005 blir det riktiga genombrottsåret för 3G.

	<b>2000</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Ungdomar 18-24 år	21 mån	17 mån	16 mån
Låginkomsttagare 25-44 år	26 mån	23 mån	20 mån
Höginkomsttagare 25-44 år	29 mån	21 mån	18 mån
Låginkomsttagare 45-65 år	37 mån	34 mån	30 mån
Höginkomsttagare 45-65 år	36 mån	29 mån	25 mån
Seniorer 66-75 år	44 mån	42 mån	35 mån
<b>Totalt</b>	<b>30 mån</b>	<b>27 mån</b>	<b>24 mån</b>

Tabell 5: Åldern på senast införskaffade mobiltelefonen (i månader)

## Sammanfattning

Vi kan konstatera att basen för informationssamhället växer, men att det fortfarande är en lång väg kvar tills vi ser ett informationssamhälle för alla. Det gäller inte minst om vi utgår från att alla ska ha möjlighet att koppla upp sig via bredband, där Internet utgör mediet och där datorn är verktyget.

I diagram 6 presenteras en bild av hur det svenska informationssamhället såg ut år 2003.

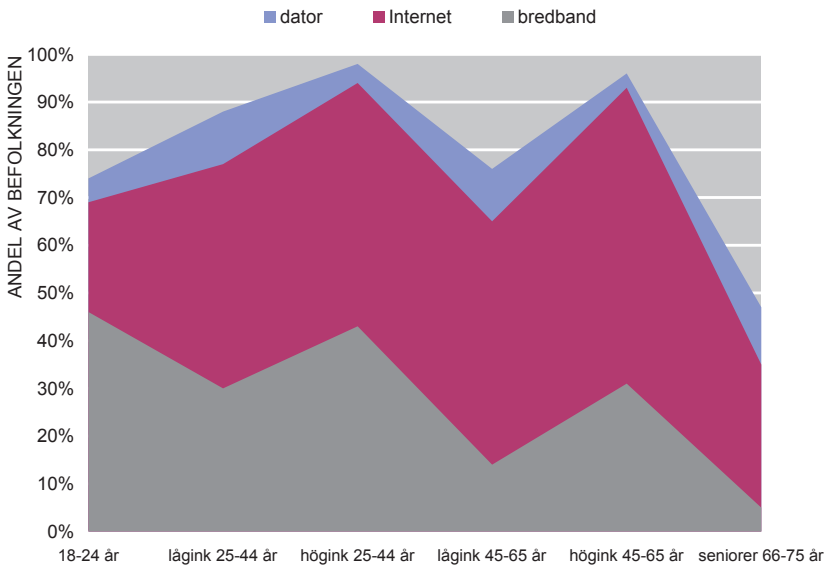


Diagram 6: tillgången till dator Internet och bredband 2003

Diagrammet visar på ett tydligt sätt klyftorna mellan datorpenetrationen, Internetpenetrationen och bredbands-penetrationen. Klyftan mellan tillgången till datorer och tillgången till Internet har under de senaste fyra åren krympt alltmer. Bredband som i princip började få spridning under år 2000 har alltmer ersatt modemmet som Internetuppkoppling, men fortfarande är gapet mycket stort i flera grupper, framförallt hos de med lägre inkomst och hos seniorerna.

## **Kommunikation**

E-posten är på många sätt Internets moder. Förmågan att skicka elektroniska meddelanden var banbrytande. Men e-posten liksom all kommunikation kräver mottagare. Det är inte självklart att det första en ny Internetanvändare gör är att skriva en e-post. En ny typ av adressbok behöver byggas upp med digitala adresser och identiteter. Om informationssamhället ska byggas upp med delaktighet som en viktig ledstjärna är det centralt att även studera det elektroniska utanförskapet. Det är en sak att ha tillgång till mobiltelefon, dator och Internet, men en helt annan sak hur det används.

Även om penetrationen i Sverige av ny teknik är internationellt sett mycket hög, så är det en helt annan sak hur den används. Är Internet ett medium där information inhämtas och lämnas, eller utgör Internet även ett kommunikationsmedel?

För tio år sedan använde de allra flesta privatpersoner telefonen till att ringa på och fysiska brev och vykort användes för att skicka hälsningar och meddela sig med. Under de 10 år som har gått har Internet och mobiltelefonen förändrat våra kommunikationsvanor på ett fundamentalt sätt. För många har mobiltelefonen förvandlats till en mobil elektronisk brevlåda, e-posten används för korrespondens och chatt, direktmeddelanden, har börjat få fotfäste tack vare bredbandspenetrationen.

Vi kan se att nya kommunikationsvanor etableras i många grupper, men det skapar också en ny typ av utanförskap. Och det är viktigt och konstatera att kommunikation kräver åtminstone en mottagare, och frågan är om och när vi når den kritiska massan användare som både har tillgången, viljan och förmågan att breda sina kommunikationsvanor till allt fler kanaler.

## Allt fler e-postar

E-post är den aktivitet som är vanligast bland Internetanvändarna i hemmet. Men det är långt från alla som gör det. I diagram 7 ser vi skillnaden mellan de som har tillgång till Internet och de som uppger att de ägnar sig 5 minuter eller mer åt e-post i hemmet.

Att det finns ett gap mellan tillgång till Internet och användandet av e-post har flera orsaker; rädsla för virus och spam samt att e-post inte används i det sociala umgänget är några sådana. Istället fyller Internet en annan funktion än den rent kommunikativa såsom att få tillgång till information och tjänster.

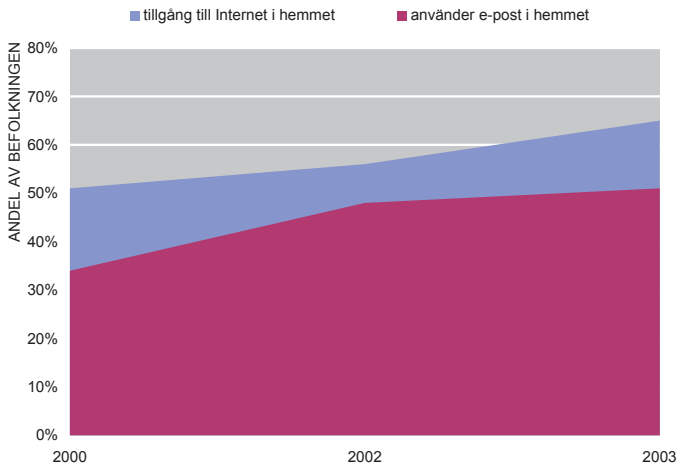


Diagram 7: Andel som e-postar

År 2003 skiljer sig två grupper från de övriga, äldre låginkomsttagare och seniorer där användandet är betydligt lägre än hos övriga grupper

	2000	2002	2003
Ungdomar 18-24 år	43 %	69 %	65 %
Låginkomsttagare 25-44 år	38 %	60 %	63 %
Höginkomsttagare 25-44 år	53 %	68 %	69 %
Låginkomsttagare 45-65 år	19 %	34 %	39 %
Höginkomsttagare 45-65 år	56 %	55 %	67 %
Seniorer 66-75 år	6 %	9 %	18 %
<b>Totalt</b>	<b>34 %</b>	<b>48 %</b>	<b>51 %</b>

Tabell 6: Andel av svenska folket som e-postar hemifrån

## Användningen av SMS sprider sig

När SMS slog igenom på allvar och övergick från att vara ett meddelandeverktyg till en kommunikationskanal runt sekelskiftet, var det framförallt ungdomar som utnyttjade tekniken. Idag är användningen betydligt mer spridd i åldrarna och allt fler använder sig av SMS-tekniken.

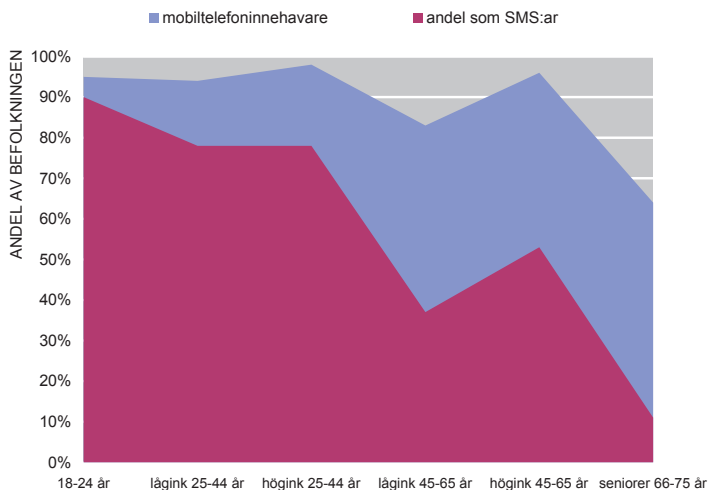


Diagram 8: Andel mobiltelefonnehavare och andel som kommunicerar via sms

Tyvärr saknas data från år 2000 men vi kan tydligt se allt fler börjar kommunicera via SMS. Tekniken är mer använd hos de yngre grupperna, även om vi ser en ökning även bland de äldre. Vi kan anta att användningen i de äldre grupperna kommer att gå långsammare då det existerar en inlärningströskel i användandet.

	<b>2000</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Ungdomar 18-24 år		93 %	90 %
Låginkomsttagare 25-44 år		70 %	78 %
Höginkomsttagare 25-44 år		69 %	78 %
Låginkomsttagare 45-65 år		30 %	37 %
Höginkomsttagare 45-65 år		42 %	53 %
Seniorer 66-75 år		7 %	11 %
<b>Totalt</b>		<b>51 %</b>	<b>56 %</b>

Tabell 7: Andel som SMS:ar

## Chattandet börjar sprida sig

Tekniken att skicka snabbmeddelanden över Internet har på allvar börjat sprida sig. Men än så länge är det framförallt i de yngre grupperna som chattandet har fått fotfäste. Chattandet har en viktig skillnad mot e-post och SMS, tekniken bygger på att även mottagaren är uppkopplad. Det finns således ingen lagring av meddelandena vilket gör att det blir en delvis annan typ av kommunikationskanal.

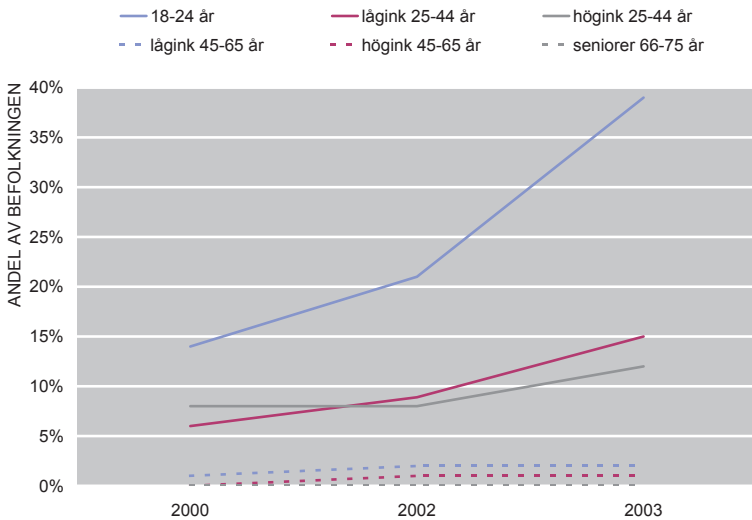


Diagram 9: Andel som chattar

Ser vi till spridningen så är det först de senaste två åren som chattandet utbreder sig, vilket kan antas bero på att allt fler skaffar en bredbandsuppkoppling i hemmet.

	<b>2000</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>
Ungdomar 18-24 år	14 %	21 %	39 %
Låginkomsttagare 25-44 år	6 %	8,9 %	15 %
Höginkomsttagare 25-44 år	8 %	8 %	12 %
Låginkomsttagare 45-65 år	1 %	2 %	2 %
Höginkomsttagare 45-65 år	0 %	1 %	1 %
Seniorer 66-75 år	0 %	0 %	0 %
<b>Totalt</b>	<b>6 %</b>	<b>6 %</b>	<b>10 %</b>

Tabell 8: Andel som chattar

## Sammanfattning

Genomgående ser vi att det är framförallt de yngre grupperna som använder sig av de nya kommunikationskanalerna som erbjuds via mobiltelefoni och Internet. Teknikspridning tar tid i ett samhälle men att skapa nya kommunikationsvanor tar än längre tid.

I diagram 10 ser vi hur antalet kommunikationskanaler e-post, SMS och Chatt är spridda i de olika grupperna. Vad som tydligt framgår är att nästan 80 % av seniorerna inte har tillgång till någon av de ovanstående kommunikationskanalerna.

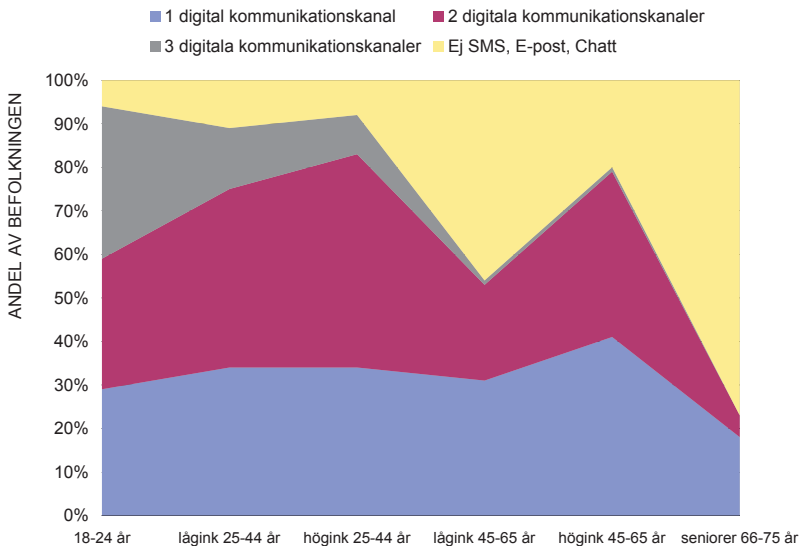


Diagram 10: Antalet digitala kommunikationskanalers spridning i det svenska samhället 2003

Ur diagrammet framgår också att de yngre har etablerat flera kommunikationsvägar med sin omgivning, där drygt 35 % regelbundet använder såväl e-post, sms och chatt.

Vad som framgår med all tydlighet är att den kommunikativa aspekten på informations-samhället har en lång bit kvar innan det raderat ut det digitala utanförskapet.

## **Användning**

Hur svenska folket använder Internet är av stor betydelse för att se hur Informationssamhället växer fram. Tillgång och användning är två olika saker och där tillgången egentligen bara anger förutsättningarna för användning. För att skapa en bild av svenskarnas förhållningsätt till Internet måste man studera hur Internet används.

När vi studerar användningen ser vi också hur uppkopplingsalternativen spelar en roll för användandet. Av de som tillgång till bredband i hemmet kopplar 66 % upp sig dagligen mot Internet i hemmet jämfört med 19 % av modem användarna. Ser vi till veckomått kopplar 87 % av bredbandsanvändarna upp sig flera gånger per vecka jämfört med 62 % av modem användarna. Att datorn blir mer interaktiv med bredbandsuppkoppling präglar användningen, och ser man på olika Internetaktiviteter finns stora skillnader mellan modem användare och bredbandsanvändarna, vilket åskådliggörs på nästa sida i diagram 11

Att se hur användningen sprider sig i olika samhällsgrupper är viktig för att förstå såväl drivkrafterna bakom svenskarnas användning som deras förhållningsätt gentemot Internet. Att använda och hitta på Internet är en läroprocess som tar tid, och handlar mycket om att flytta vanor och beteenden till ett nytt medium. Men ju lättare tekniken är desto snabbare sker denna läroprocess och här betyder bredbandsuppkopplingen mycket för att underlätta för användarna.

För att tydligare presentera utvecklingen av användandet av olika tjänster har vi på kommande sidor sammanfört aktiviteterna i fyra grupper, fritidsrelaterade aktiviteter, ekonomirelaterade aktiviteter, samhällsrelaterade aktiviteter och medierelaterade aktiviteter.

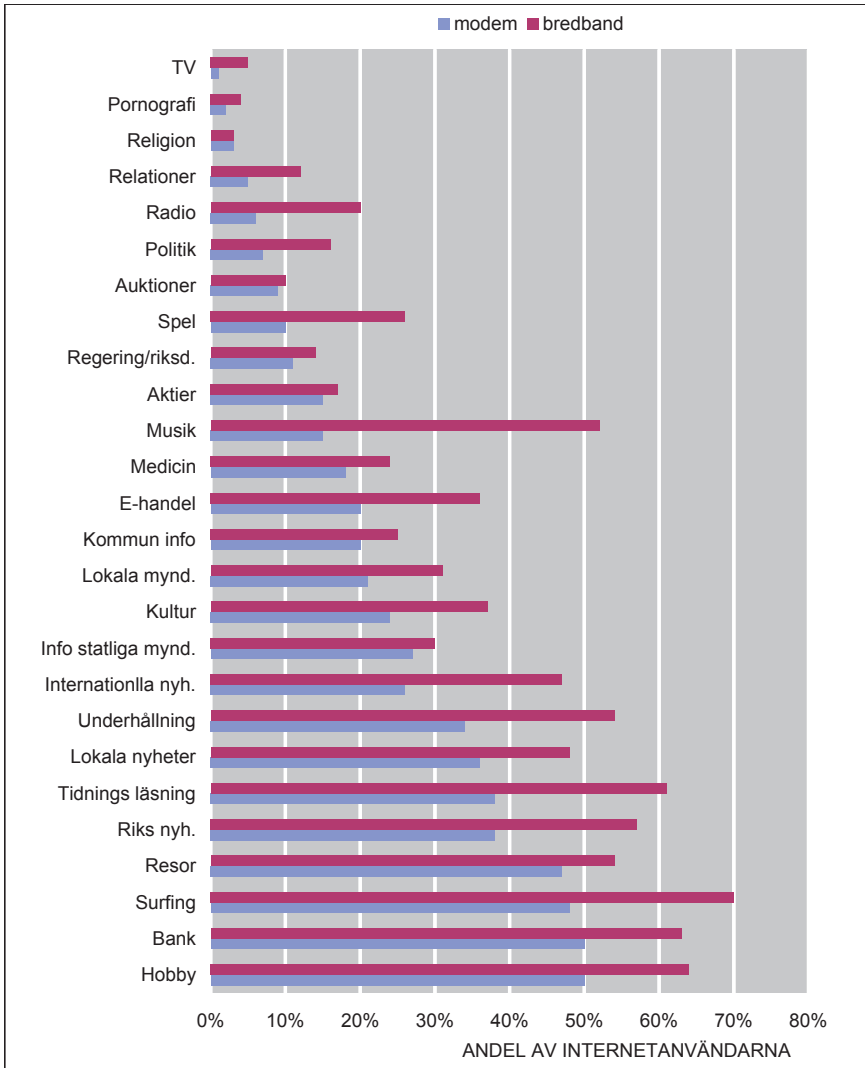


Diagram 11: Andel Internetanvändare som ägnar sig åt olika Internetaktiviteter, år 2003.

## Fritid

Gruppen av fritidsrelaterade aktiviteter som är den bredaste gruppen av aktiviteter, där allt från allmänt surfande på Internet till information om resmål, relationer, religion, hälsa och medicinsk information ingår. Denna grupp av aktiviteter är de som Internetanvändarna använder sig mest av. Vi har valt att även ta med de som inte har Internet hemma men tillgång till Internet på andra platser som arbetsplatser och skolor.

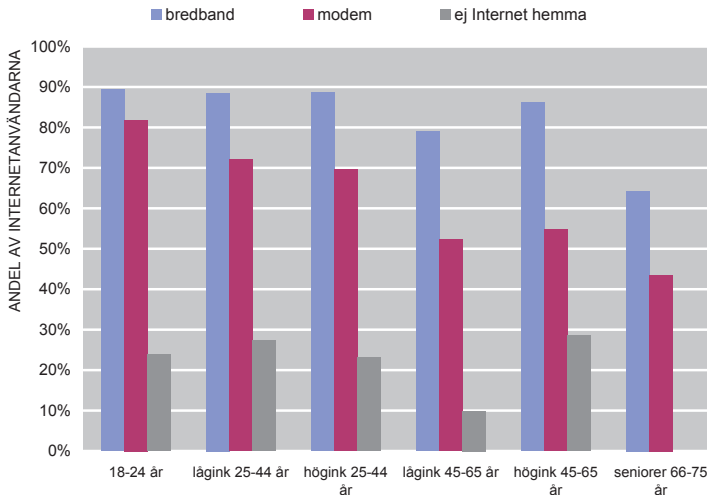


Diagram 12: Andel med olika uppkopplingsmöjligheter som ägnar sig åt fritidsrelaterade aktiviteter år 2003

De fritidsrelaterade aktiviteterna på Internet växer allt mer, och allt fler svenskar utnyttjar Internet på det sättet.

	2000	2002	2003
Ungdomar 18-24 år	14 %	21 %	39 %
Låginkomsttagare 25-44 år	6 %	8,9 %	15 %
Höginkomsttagare 25-44 år	8 %	8 %	12 %
Låginkomsttagare 45-65 år	1 %	2 %	2 %
Höginkomsttagare 45-65 år	0 %	1 %	1 %
Seniorer 66-75 år	0 %	0 %	0 %
<b>Totalt</b>	<b>6 %</b>	<b>6 %</b>	<b>10 %</b>

Tabell 9: Andel svenskar som ägnar sig åt fritidsrelaterade aktiviteter på Internet

## Samhälle

I gruppen samhällsrelaterade aktiviteter ryms samhällsinformation, information om politik, från myndigheter och kommuner. När vi betraktar denna grupp så är mycket av informationen och tjänsterna kontextbunden till specifika behov. Ett tecken på att så är fallet är att skillnaderna mellan bredbandsanvändare och modem användare är relativt liten.

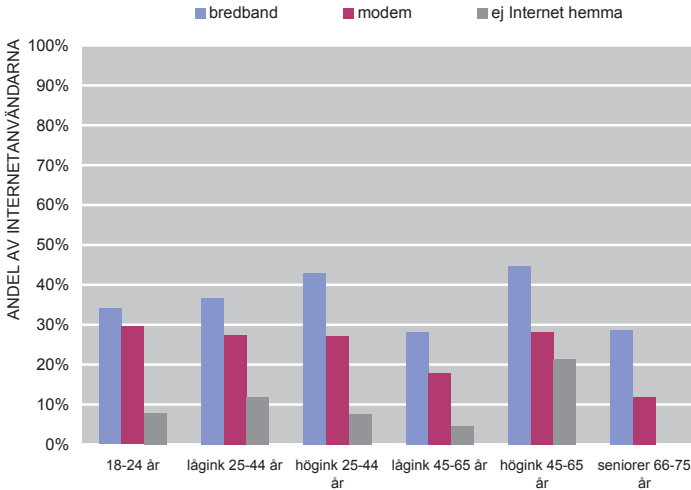


Diagram 13: Andel med olika uppkopplingsmöjligheter som ägnar sig åt samhällsrelaterade aktiviteter år 2003.

De samhällsrelaterade aktiviteterna ökar i användning, vilket kan förklaras av att allt fler satsningar görs i den offentliga förvaltningen, men dessa satsningar når inte den äldsta gruppen.

	2000	2002	2003
Ungdomar 18-24 år	8 %	18 %	25 %
Låginkomsttagare 25-44 år	9 %	17 %	27 %
Höginkomsttagare 25-44 år	11 %	25 %	33 %
Låginkomsttagare 45-65 år	5 %	16 %	15 %
Höginkomsttagare 45-65 år	11 %	18 %	32 %
Seniorer 66-75 år	1 %	2 %	5 %
<b>Totalt</b>	<b>7 %</b>	<b>16 %</b>	<b>21 %</b>

Tabell 10: Andel svenskar som ägnar sig åt samhällsrelaterade aktiviteter på Internet

## Ekonomi

I den ekonomirelaterade gruppen har vi sammanfört bankrelaterade aktiviteter, auktioner, e-handel och aktiehandel. Den absolut största enskilda aktiviteten är givetvis bankrelaterade aktiviteter som att betala räkningar. Vi ser även att e-handeln börjar sprida sig i allt fler grupper.

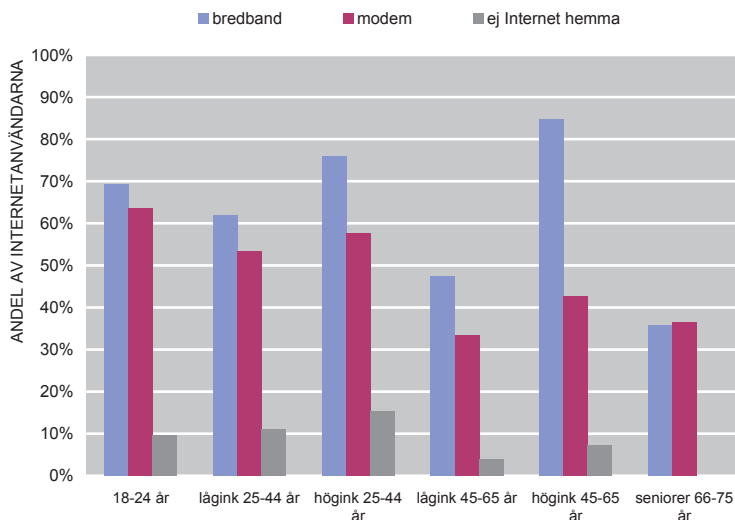


Diagram 14: Andel med olika uppkopplingsmöjligheter som ägnar sig åt ekonomirelaterade aktiviteter

Internet som kanal för ekonomiska aktiviteter har i många grupper blivit allt mer dominerande, men två grupper visar betydligt lägre aktivitet inom detta område, äldre låginkomsttagare och äldre.

	2000	2002	2003
Ungdomar 18-24 år	21 %	37 %	49 %
Låginkomsttagare 25-44 år	20 %	44 %	46 %
Höginkomsttagare 25-44 år	34 %	51 %	63 %
Låginkomsttagare 45-65 år	8 %	27 %	25 %
Höginkomsttagare 45-65 år	30 %	47 %	54 %
Seniorer 66-75 år	4 %	7 %	13 %
<b>Totalt</b>	<b>18 %</b>	<b>35 %</b>	<b>39 %</b>

Tabell 11: Andelen svenskar som ägnar sig åt ekonomiska aktiviteter över Internet

## Media

I gruppen medierelaterade aktiviteter återfinns all typ av nyhetskonsumtion liksom även radiolyssnande och TV-tittade på Internet. Här är skillnaderna stora mellan bredbandsanvändare och modemanvändare. Anledningen kan vara besök på olika nyhetsförmedlare på Internet är mer spontana.

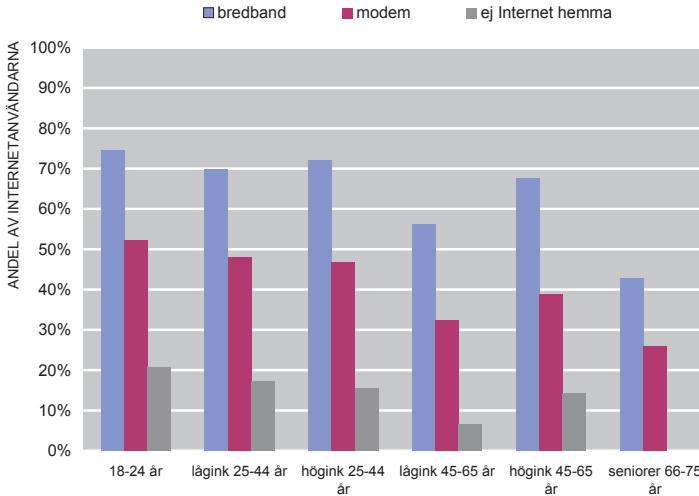


Diagram 15: Andel med olika uppkopplingsmöjligheter som ägnar sig åt medierelaterade aktiviteter, år 2003.

Internet som komplementär nyhetskanal blir allt vanligare i det svenska samhället. Samtidigt finns inga tecken på att Internet hotar de traditionella nyhetsmedierna. Exempelvis säger mindre än 10 % av svenskarna att de har minskat sitt tidningsläsande på grund av Internet.

	2000	2002	2003
Ungdomar 18-24 år	22 %	46 %	53 %
Låginkomsttagare 25-44 år	23 %	39 %	47 %
Höginkomsttagare 25-44 år	25 %	45 %	55 %
Låginkomsttagare 45-65 år	10 %	25 %	26 %
Höginkomsttagare 45-65 år	29 %	29 %	46 %
Seniorer 66-75 år	4 %	7 %	10 %
<b>Totalt</b>	<b>19 %</b>	<b>32 %</b>	<b>38 %</b>

Tabell 12: Andelen svenskar som ägnar sig åt medierelaterade aktiviteter på Internet

## Sammanfattning

Tittar vi på hur användningen av Internet utvecklas så breddas den i takt med att tillgången till sprider sig i samhället. De fritidsrelaterade aktiviteterna dominerar men tenderar att stagnera samtidigt som de medierelaterade och ekonomiska aktiviteterna följer varandra.

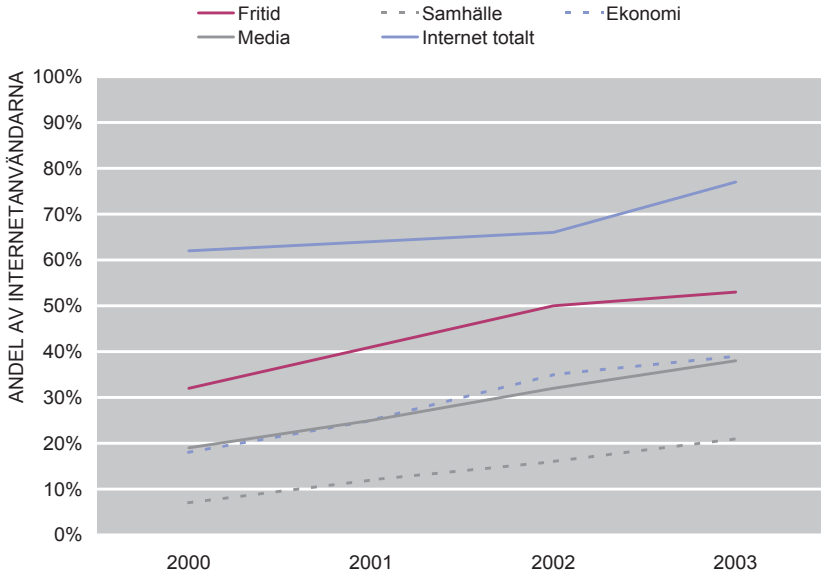


Diagram 16: Andelen svenskar som använder olika aktiviteter på Internet.

Det som är mycket omtalat i Sverige just nu är 24-timmarsmyndigheten och möjligheterna att ge medborgarna utökad service via Internet, oavsett om det handlar om deklarationer eller anmälan av föräldrapenning. Dessa aktiviteter är än så länge kontextbundna till specifika behov, livscyklar eller situationer.

## **Attityder**

Informationssamhället växer fram, med vad innebär det egentligen? Känner sig svenskarna delaktiga i det som förknippas med informationssamhället och hänger man med när det pratas om datorer och Internet? Förstår man innebörden av vad tjänster på Internet egentligen är?

Svenskarnas förhållningssätt till informationssamhället handlar om förhållningssätt till datorer, Internet och bilden av vad som finns på Internet. När det gäller tillgång till datorer och Internet så är Sverige världsledande, vi använder Internet som en kommunikationskanal och har allt mer börjat integrera datorn och Internet i våra dagliga vanor. Allt fler beställer resor, läser tidningar, bokar biobiljetter och söker information om allt från bioprogram till medicin.

Samtidigt som dessa vanor i allt högre grad etableras i de svenska hemmen och stimuleras av såväl näringsliv som myndigheter bör frågan ställas om utvecklingen ställer grupper utanför informationssamhället. Kommer Internet att stärka den demokratiska dialogen, eller skapas istället en barriär där ekonomiskt starka eller mycket engagerade grupper befinner sig på ena sidan av en digital mur och stora grupper står på den andra sidan?

Visionen om ett informationssamhälle för alla handlar inte enbart om tillgång till datorer och Internet eller dess användning utan lika mycket om hur vi betraktar teknikens möjlighet och de erfarenheter vi har och kommer att få. Under lång tid har man i Sverige pratat om Internet som ett sätt att stärka den demokratiska dialogen, men frågan är om svenskarna ser och känner denna möjlighet.

## Internet och politisk makt

När vi ställer frågan om man ser Internet som en möjliggörare för att få mer politisk makt ser vi att det skiljer sig betydligt mellan människor som har olika uppkopplingsalternativ. Generellt kan vi konstatera att mindre än 10 % av svenskarna ser Internet som en möjlighet att få mer politisk makt.

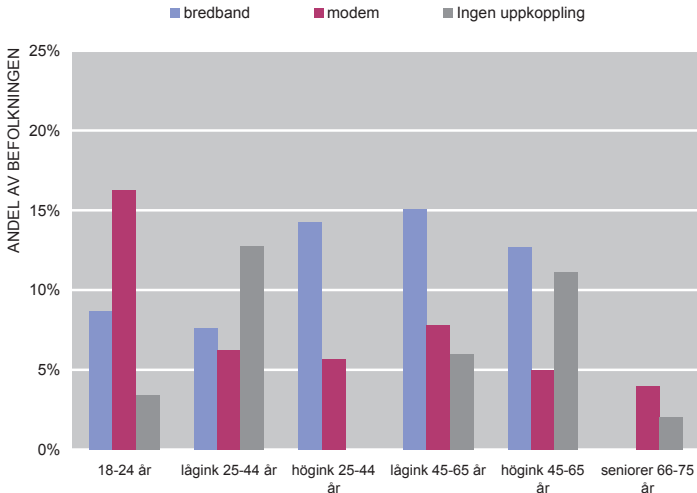


Diagram 17: Andel svenskar med olika uppkopplingsalternativ i hemmet som ser Internet som en möjlighet att få mer politisk makt.

Bilden av Internet som en möjliggörare för att få mer politisk makt och därmed ser Internet som en möjliggörare för att påverka politiken har inte förändrats nämnvärt, mindre än 10 % i alla de olika grupperna ser inte Internet som en politisk arena.

	2000	2003
Ungdomar 18-24 år	10 %	9 %
Låginkomsttagare 25-44 år	10 %	8 %
Höginkomsttagare 25-44 år	16 %	9 %
Låginkomsttagare 45-65 år	11 %	8 %
Höginkomsttagare 45-65 år	9 %	8 %
Seniorer 66-75 år	11 %	2 %
<b>Totalt</b>	<b>11 %</b>	<b>8 %</b>

Tabell 13: Andel som instämmer i påståendet att Internet ger den enskilde mer politisk makt

## Internet och möjligheten att påverka

Att göra sin röst hörd och påverka innebär inte enbart att engagera sig politiskt utan även möjligheten att direkt påverka regering och riksdag. På frågan om man ser Internet som en väg att påverka regeringen är tilltron till Internet mycket låg. Det finns här inte någon skillnad mellan uppkopplingsalternativen.

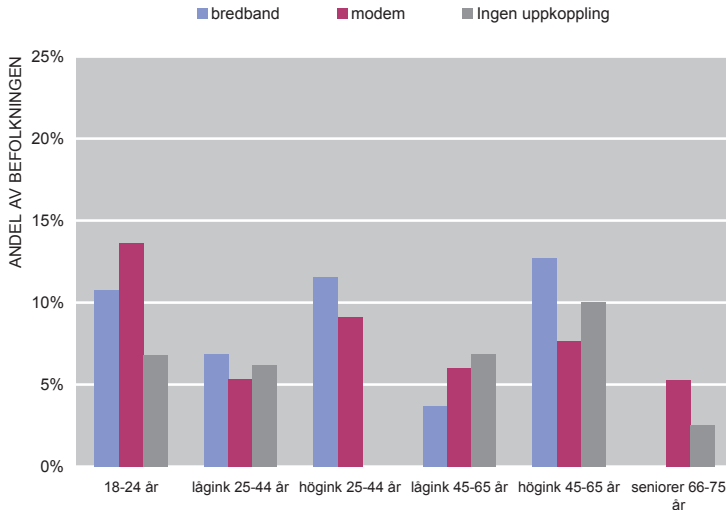


Diagram 18: Andel svenskar med olika uppkopplingsalternativ i hemmet som ser Internet som en möjlighet att påverka regeringen.

Vi kan konstatera att det inte finns några nämnvärda skillnader mellan de olika grupperna, och att tilltron var något högre år 2000, trots att färre då hade tillgång till Internet.

	2000	2003
Ungdomar 18-24 år	10 %	11 %
Låginkomsttagare 25-44 år	12 %	6 %
Höginkomsttagare 25-44 år	16 %	9 %
Låginkomsttagare 45-65 år	12 %	6 %
Höginkomsttagare 45-65 år	13 %	9 %
Seniorer 66-75 år	7 %	3 %
<b>Totalt</b>	<b>12 %</b>	<b>7 %</b>

Tabell 14: Andel svenskar med olika uppkopplingsalternativ i hemmet som ser Internet som en möjlighet att påverka regeringen

## Internet och förståelsen för politik

Det verkar emellertid som svenskarna är mer positiva till att använda Internet för att förstå politik. Ungdomar är mest positiva till att använda Internet i detta syfte, oavsett om man har en Internetuppkoppling i hemmet eller inte.

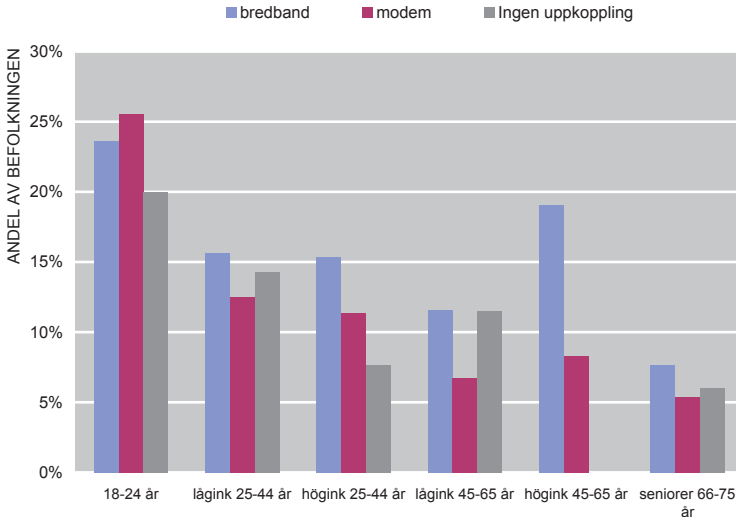


Diagram 19: Andel svenskar med olika uppkopplingsalternativ i hemmet som ser Internet som en möjlighet att påverka regeringen.

Över tid har synen på Internet inte förändrats i detta avseende i någon av grupperna. Internet är inte mediet för svenskarna att använda för att bättre förstå politik. Ungdomarna utmärker sig på sätt och vis genom att ha något mer positiv syn än de övriga grupperna.

	2000	2003
Ungdomar 18-24 år	21 %	23 %
Låginkomsttagare 25-44 år	14 %	14 %
Höginkomsttagare 25-44 år	17 %	13 %
Låginkomsttagare 45-65 år	13 %	9 %
Höginkomsttagare 45-65 år	10 %	11 %
Seniorer 66-75 år	14 %	6 %
<b>Totalt</b>	<b>12 %</b>	<b>13 %</b>

Tabell 15: Andel svenskar som instämmer i påståendet att genom Internet blir det lättare att förstå politik

## Internet och underläge

Hur ser svenskarna då på dem som saknar tillgång till Internet? De som har bredband hemma och utgör de mer frekventa användarna av Internet i hemmet är också den grupp som mest instämmer i påståendet att människor utan tillgång till Internet befinner sig i ett allvarligt underläge.

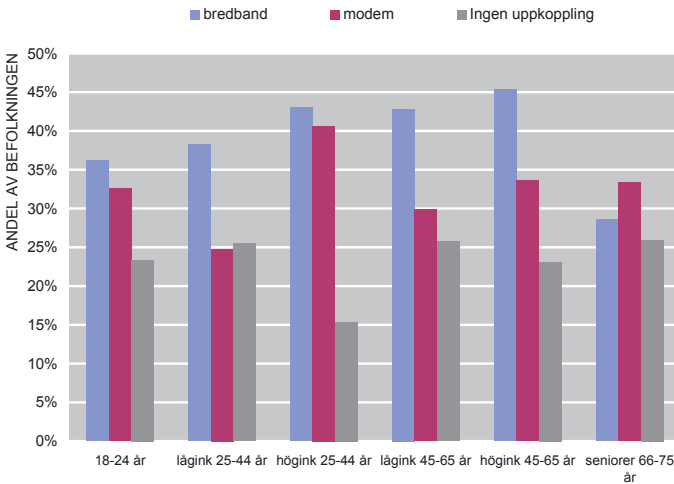


Diagram 20: Andel svenskar med olika uppkopplingsalternativ i hemmet som instämmer i påstående att de utan Internet befinner sig i ett allvarligt underläge, år 2003.

Över tid ser vi att frågan tenderar att avta i betydelse. Det var fler år 2000 som ansåg att icke-användare befann sig i underläge än år 2003. Ett tecken på att Internets betydelse har avdramatiserats.

	2000	2002	2003
Ungdomar 18-24 år	34 %	30 %	31 %
Låginkomsttagare 25-44 år	35 %	31 %	29 %
Höginkomsttagare 25-44 år	39 %	36 %	40 %
Låginkomsttagare 45-65 år	43 %	30 %	30 %
Höginkomsttagare 45-65 år	48 %	42 %	37 %
Seniorer 66-75 år	44 %	30 %	28 %
<b>Totalt</b>	<b>38 %</b>	<b>32 %</b>	<b>32 %</b>

Tabell 16: Andel svenskar som instämmer i påståendet att människor utan tillgång till Internet befinner sig i underläge

## Internet och utanförskap

Hur hemma känner sig då svensken i Internet och datorns terminologi, hänger svensken med när det skrivs och pratas om datorer och Internet i media? Något förvånande finns inga skillnader mellan de som har bredbands- och de som har modemuppkoppling i hemmet. Ungefär lika många i de båda grupperna känner att de inte hänger med.

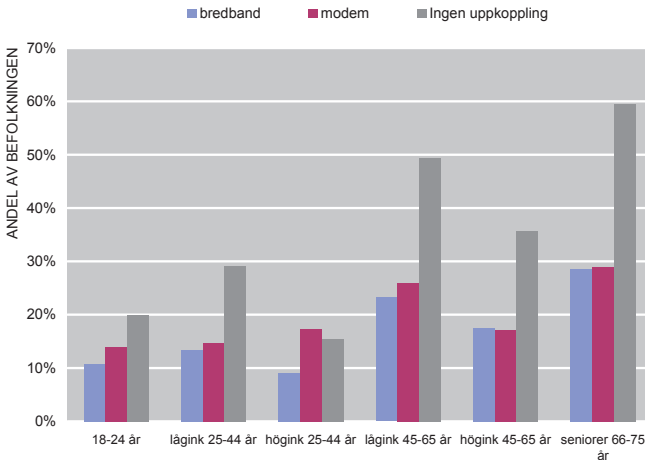


Diagram 21: Andel svenskar med olika uppkopplingsalternativ i hemmet som instämmer i påstående att de inte hänger med när det pratas om datorer och Internet

Från år 2000 till 2003 är det allt färre som känner sig utanför. Minskningen återfinns i alla grupper, men fortfarande känner sig hälften av seniorerna sig utanför.

	2000	2002	2003
Ungdomar 18-24 år	27 %	9 %	14 %
Låginkomsttagare 25-44 år	30 %	19 %	18 %
Höginkomsttagare 25-44 år	18 %	12 %	14 %
Låginkomsttagare 45-65 år	44 %	32 %	34 %
Höginkomsttagare 45-65 år	20 %	22 %	18 %
Seniorer 66-75 år	65 %	58 %	48 %
<b>Totalt</b>	<b>34 %</b>	<b>25 %</b>	<b>26 %</b>

Tabell 17: Andel svenskar som instämmer i påståendet att man inte hänger med när man pratar om datorer och Internet

## Delaktigheten i informationssamhället

Vi möts dagligen av tekniker, tjänster, service och information som kan kopplas tills framväxten av informationssamhället. Internets utveckling är intressant, nya tjänster presenteras och övergången till Internetbaserad service både stimuleras och tvingas på den enskilde. Men hur många känner sig delaktiga?

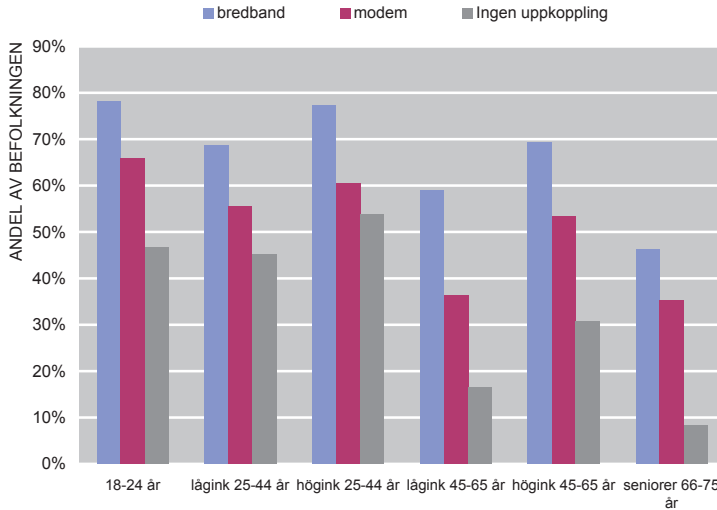


Diagram 22: Andel svenskar med olika uppkopplingsalternativ i hemmet som känner sig delaktiga i informationssamhället, år 2003

Vi kan konstatera att allt fler svenskar känner sig delaktiga i framväxten av informationssamhället. Samtidigt är det två grupper som halkar efter, de äldre låginkomsttagarna och seniorerna.

	2000	2002	2003
Ungdomar 18-24 år	44 %	70 %	66 %
Låginkomsttagare 25-44 år	40 %	55 %	57 %
Höginkomsttagare 25-44 år	58 %	64 %	67 %
Låginkomsttagare 45-65 år	23 %	30 %	32 %
Höginkomsttagare 45-65 år	55 %	54 %	57 %
Seniorer 66-75 år	9 %	13 %	19 %
<b>Totalt</b>	<b>37 %</b>	<b>47 %</b>	<b>47 %</b>

Tabell 18: Andel svenskar som anger att de känner sig delaktiga i informationssamhället.

## Sammanfattning

Internet har under de senaste åren, trots politiska visioner, inte utvecklats till att stärka det politiska samtalet eller öka medinflytandet. Få ser Internet som ett medium att ge människor mer politisk makt, lika få ser Internet som en möjliggörare att påverka beslutsfattare. Något fler ser Internet som ett sätt att förstå politiken, men sammantaget har inte svenskarna under de senaste fyra åren upptäckt Internet som ett sätt att delta i politiken.

Är det svenskarna som det är fel på eller det demokratiska systemet. Svensken ser inte Internet som ett medium att agera på för att göra sin röst hörd (politisk makt), inte som ett sett att kommunicera på för att göra sin röst hörd (påverka regering) och knappt som ett sätt att ens förstå politiken och dess processer. Vi kan konstatera att Internet fram till år 2003 inte utvecklats till att bli en politisk arena för den breda allmänheten.

En annan aspekt är att betrakta utanförskapet i det framväxande informations-samhället. En tredjedel av svenska folket anser att de som inte har tillgång till Internet befinner sig i ett allvarligt underläge. Det intressanta är att det är ungefär lika stor andel i alla grupper som uttrycker dessa farhågor trots att tillgången och användningen skiljer sig dramatiskt mellan grupperna. Är detta ett tecken på att Internet håller på att avdramatiseras och etableras i den svenska allmänbildningen? Bara en fjärdedel av svenska folket upplever sig stå utanför denna gemenskap och anger att de inte hänger med när det talas eller skrivs om Internet och datorer, men en stor del av dessa är de äldre.

Vad som är positivt är att knappt hälften av svenska folket, 47 %, känner sig delaktiga med den nya tekniken, har en referensram och åtminstone tror sig förstå innebörden av Internet, vad det är, hur det fungerar och vad som finns och hur Internet kan användas.

## **Sammanfattning och slutsatser**

### **Trots allt har mycket hänt**

Trots en motig tid för IT-branschen och bilden av Internet som möjliggörare har Internet fortsatt att växa i Sverige. Allt fler blir övertygade om Internets möjligheter och börjar använda allt fler av de tjänster som finns tillgängliga. Kanske är det en högst naturlig utveckling, men bilden av Internet i media har under de senaste åren varit allt annat än entusiasmerande, - konkurser och börsnedgångar hos IT-företag, bordell- och barnpornografihärvor, antidemokratiska hemsidor, terrorister som använder Internet för att sprida sin propaganda. Till bilden av innehållet på Internet ska läggas fenomen som spam, virus, modemkidnappingar och ekonomiska bedrägerier.

Kanske är det därför inte konstigt att den största barriären för ickeanvändare är ointresse och rädsla för vad som kan hända med Internet i hemmet. Men som sagt, Internet fortsätter att växa, och gruppen icke-användare blir allt färre. År 2003 hade två tredjedelar av svenskarna tillgång till Internet i hemmet.

Vad vi kan se är att 10 år efter Internets introduktion och 20 år efter datorns introduktion i hemmen har nya vanor och en ny infrastruktur fått fotfäste i de svenska hemmen. Med bredband skapas en ny typ av plattform för utveckling. En utveckling som vi möjligtvis kan se potentialen i, men som vi ännu inte kan dra några slutsatser om annat än att den i allt högre grad kommer påverka våra beteenden och vanor.

### **Tillgången**

Datorpenetrationen har slagit i taket hos höginkomsttagare. I denna grupp, oberoende av ålder, köps antingen datorer för att utöka antalet i hemmet, eller så ersätts gamla datorer. I de andra grupperna som är relativt ekonomiskt svaga finns två barriärer, intresset och priset.

Penetrationen av Internet följer mycket väl datorpenetrationen även om den senare är 8-10 % högre. Med stor sannolikhet kommer skillnaderna mellan Internet och datorpenetrationen att minska i takt med att datorn blir en brygga

till Internet, till skillnad mot för fem-sex år sedan då Internet var en tilläggs-tjänst för dem som hade en dator.

Under fyraårsperioden 2000-2003 utjämnas många klyftor gällande tillgång till datorer, Internet och bredband, men två grupper hamnar efter, låginkomsttagare över 45 år samt seniorer. Även om tillgången ökar i dessa grupper så är den inte alls lika dramatisk som i övriga grupper.

Studerar vi utvecklingen av Internet och bredband ser vi att ungdomar och höginkomsttagare följer varandra relativt väl, om vi bortser från en diskriminerande faktor, - tillgång till datorer. Här har ungdomar klart sämre förutsättningar att finansiera en dator.

Mobiltelefonpenetrationen har slagit i taket i det svenska samhället, nu sker nyförsäljningen genom nya funktioner, design och innehåll. Under perioden 2000-2003 har medelåldern för telefoner sjunkit med ett halvår förutom hos höginkomsttagarna där medelåldern sjunkit med knappt ett år. 2003 var medelålder på en mobiltelefon två år och i den yngre gruppen 18-44 år var medelålder endast ett och ett halvt år. Om 3G-telefonerna klarar av att konkurrera med kvalitet, funktionalitet och design gentemot GSM-telefonerna torde 3G explosionen ske under år 2005.

## **Kommunikationen**

Den digitala kommunikationstekniken har haft en stor inverkan på det svenska folkets kommunikationsvanor. För många är det svårt att föreställa sig en tillvaro utan mobiltelefon och Internet. SMS och E-post har till stor del ersatt brev och vykort, meddelanden har blivit momentana. Ser vi till spridningen av nya kommunikationssätt kan vi konstatera att hälften av svenska folket har tillgång till e-post i hemmet. Tillgången kommer att öka i takt med att allt fler får tillgång till Internet. SMS används av allt fler, och av allt äldre. Det finns fortfarande en stor skillnad mellan tillgång till mobiltelefoner och användningen av SMS, speciellt i de äldre grupperna.

Chatt är ett relativt nytt fenomen som först de senaste åren börjat sprida sig till nya grupper. Tidigare var chatt främst en kommunikationsform hos ungdomar men vi kan se att under perioden 2000-2003 ökar antalet som regel-

bundet använder chatt och sprider sig till allt äldre. Chatt har ett viktigt särdrag gentemot SMS och e-post, chatten är exkluderande i sin vanligaste form. Som användare bjuds man in eller bjuder in till samtal och därmed aktivt välja bort personer som man inte vill ha kontakt med. Detta gör att chatten har en annan karaktär än sms och e-post, och kommer därför att sannolikt utveckla en egen tydlig kontext för användandet. Chatt kommer med stor sannolikhet att växa både i betydelse och omfattning, inte minst tack vare tillväxttakten i bredbandsanvändningen.

Med 3G telefonin och mobilt Internet kommer vi antagligen och se en synergi mellan sms och chatt, men där e-post kommer att vara den fortsatt dominerande kommunikationskanalen för distribution av information och korrespondens.

## **Användningen**

Svenskarna använder Internet alltmer, även om det föreligger en viktig skillnad mellan tillgång och användning, så ser vi att användandet både ökar och breddas. Två grupper, seniorer och äldre låginkomsttagare använder emellertid Internet mycket lite. Om ökningstakten i användning och tillgång är den samma kommande år som den har varit under tidigare, kommer det att ta lång tid innan dessa grupper kommer i nivå med övriga samhället.

Den generella utvecklingen visar att svenskarna alltmer breddar sitt användande och gör fler saker på Internet. Men skillnaden är stor mellan modem-användare och bredbands-användarna, där bredbandsanvändarna är betydligt bredare i sitt användande.

Störst skillnad mellan modemanvändare och bredbandsanvändare finner vi i medierelaterade aktiviteter. Skillnaderna är mycket stora i streamade format som radiolyssnande och TV-tittande men skillnaderna är även stora inom nyhetskategorierna.

Radiolyssnande, TV-tittande och Musikyssnande ökar i takt med att bredbandspenetrationen stiger i det svenska samhället. Trenden tyder på en ökad användning av streamade tjänster.

Offentliga resurser på Internet utnyttjas allt mer, men ligger fortfarande på en låg nivå. Besöken är framförallt kontextbundna till olika målgrupper, behov eller situationer, och utgör än så länge resurser på nätet som man besöker när man behöver eller måste, inte av nyfikenhet eller av allmänt intresse.

## **Attityder**

Knappt hälften av svenska folket känner sig delaktiga i informationssamhället. Vi ser att förståelsen av datorer och Internet och känslan av delaktighet stagnerade under perioden 2002 -2003. Endast mindre rörelser har skett mellan de olika grupperna under det senaste året. Trots det ökar både tillgången och användningen.

Internet tar tid att lära sig använda, eller rättare sagt är Internetanvändandet en läroprocess, en process där vanor, beteenden och förhållningssätt förändras. Att digitalisera vanor och bryta upp det kontextbundna användandet tar tid.

Att Internet skulle stärka individens politiska makt, påverka eller för den delen förstå politiken är något som svensken inte tror på. Frågan är om svensken är allmänt ointresserad eller om det helt enkelt saknas fungerande exempel och aktiv inbjudan av det politiska systemet.

## **Att övervinna 2/3-delssamhället är en utmaning med tillväxtpotential**

Vi kan konstatera att Sverige håller på bli ett informationssamhälle. Allt fler tjänster finns på nätet, producerade av både offentlig förvaltning som ideella förmågor och kommersiella intressen. Utgångspunkten är inte sällan att effektivisera sina egna system, att göra kundservicen mer effektiv och självadministrerande. Men upplevelsen är ändå att användaren får tillgång till service, tjänster och produkter på sina egna villkor och på sina egna tider.

Det är därför ett problem att grupper så tydligt ställs utanför framväxten av informationssamhället. Gruppen låginkomsttagare och pensionärer är om inte förlorade så åtminstone utanför. Yngre, oavsett inkomst, driver på utvecklingen och prioriterar uppenbarligen att vara en del av den uppkopplade gemenskapen. Det allvarliga är att vi får två grupper; den uppkopplade som

kommer att kräva att allt mer av service och tjänster görs tillgängligt på Internet, oavsett om det är samhällliga eller kommersiella. Hittills har sådana prioriteringar lett till att den traditionella servicen "över disk" rationaliseras eller helt försvinner.

Samtidigt kan vi konstatera att den uppkopplade 2/3-delen av svenska folket redan är en mogen marknad, de har mobiltelefoner, de har datorer och de har snart bredband. Ska marknaden vidgas krävs att den sista tredjedelen av svenska folket bjuds in i det framväxande samhället. Kanske krävs en helt ny typ av gränssnitt och design av såväl hårdvara som mjukvara för att lyckas skapa ett informationssamhälle för alla. Men få nationer har kommit så långt i uppbyggandet som Sverige.

Sverige är den första nationen som ställs inför denna utmaning, att på allvar integrera den sista tredjedelen av befolkningen i informationssamhället. Antar vi, industri och samhälle, denna utmaning och vinner den, så har vi fått en enorm konkurrensfördel.

## **Appendix**

Datamaterialet som presenteras i rapporten kommer från World Internet Institutes panelundersökning som hittills genomförts år 2000, 2002 och 2003. Undersökningen för 2004 genomförs under sensommaren och kan därför inte presenteras i denna rapport.

Genomgående beskriver vi utvecklingen i sex grupper. Inkomst intervallerna har vi hanterat statistiskt över tid, där gränsen för höginkomsttagare i denna rapport är en hushållsinkomst på 400.000 kr eller mer. År 2000 tillhörde 1812 personer de aktuella grupperna, år 2002 1654 personer och år 2003 1766 personer.

### **Tillgång**

#### *Bredbandspenetration*

Till bredband räknar vi i denna rapport uppkoppling till Internet som ger en fast uppkoppling, till ett fast pris. Vi räknar bredband som Internetaccess via telefonnätet – ADSL, Kabel-TV nätet och fiber/nätverk i fastighet.

### **Kommunikation**

#### *Chatt*

Andelen som chattar baseras på frågan "Hur mycket tid ägnar du åt chatt under en vecka?". I rapporten räknas de som anger att de chattar 5 minuter eller mer per vecka.

### **Användning**

Frekvenserna för användning baseras på hur mycket tid respondenterna anger att de ägnar sig åt de olika aktiviteterna under en vecka. I rapporten räknas de som anger att de ägnar sig 5 minuter eller mer under vecka åt en aktivitet.

#### *Fritid*

Till gruppen fritid har vi räknat hobbies och specialintressen, religiösa och andliga aktiviteter, information om nöje och underhållning, allmänt surfande på Internet, kultur, litteratur och vetenskap, hälso- och medicinsk information,

pornografi, relationer och sex, lyssna och hämta hem musik, resor och reseinformation, spela spel samt söka jobb och specialannonser.

### *Samhälle*

Till gruppen samhällsinformation har vi samlat information om politik och samhälle, information från statliga myndigheter, information från regering och riksdag, information från lokala myndigheter samt information från kommun.

### *Ekonomi*

Till gruppen ekonomirelaterade aktiviteter räknar vi bankärenden via Internet, auktioner, aktie- och fondhandel samt e-handel.

### *Media*

Till gruppen medierelaterade aktiviteter räknar vi lokala nyheter, riksnyheter, internationella nyheter, läsa tidningar, titta på TV och lyssna på radio.

## **Attityder**

Frågorna är påståenden där respondenten uppmanas att använda en 5-gradig skala där 1 betyder instämmer inte alls och 5 betyder instämmer helt och fullt. I tabeller och diagram redovisas andelen som svarar 4 eller 5.

Nedan redovisas frågorna i sin helhet.

### *Internet och politisk makt*

Genom att använda Internet, kommer människor som du att få mer politisk makt?

### *Internet och möjligheten att påverka*

Genom att använda Internet, kommer människor som du att få lättare att påverka regering och riksdag ?

### *Internet och förståelsen för politik*

Genom att använda Internet, kommer människor som du att få lättare att förstå politik?

### *Internet och underläge*

Människor som inte har tillgång till Internet befinner sig i ett allvarligt underläge.

### *Internet och utanförskap*

Man känner att man inte hänger med när man hör talas om Internet och datorer.

### *Delaktigheten i informationssamhället*

Denna fråga har respondenten möjlighet att svara Nej - inte alls, Ja - men bara lite, Ja - till stor del, Ja - helt och fullt samt Vet ej. I rapporten redovisas andelen som svarar Ja - till stor del samt Ja - helt och fullt.

Frågan lyder: "Du har nu fått svara på en rad frågor om olika medier, och du har säkert hört och läst hur det överallt talas om att surfa på nätet, använda e-post och den nya informationstekniken. Känner du dig delaktig i detta?"

ISBN: 91-85291-04-8

World Internet Institute

Vågskrivargatan 5

803 20 Gävle

Sverige

[info@worldinternetinstitute.org](mailto:info@worldinternetinstitute.org)

[www.worldinternetinstitute.org](http://www.worldinternetinstitute.org)

# informationssamhällets framväxt

en rapport framtagen av



tillsammans med



[www.worldinternetinstitute.org](http://www.worldinternetinstitute.org)