

METODBESKRIVNING

SVENSKARNA OCH INTERNET

Innehållsförteckning

Inledning	1
Metodbeskrivning Svenskarna och Internet	2
Urval	3
Gratifikation	3
Hantering av persondata	3
Data	4
Granskning	4
Svenskarna och Internet år för år	5
2000	5
2002	5
2003	6
2004	6
2005	6
2007	6
2008	7
2009	9
Panelen	11
Generellt om Internetstatistik	12
Bortfall	13
Grupper i samhället som lätt försvinner i kvantitativa undersökningar	14
Ungdomsintervjuer	15
Webbenkät	16
Referenser	18

Inledning

World Internet Institute har sedan år 2000 samlat in data om hur den svenska befolkningen använder informations- och kommunikationsteknik samt hur detta påverkar enskilda individer, familjer och samhället. Detta har framförallt gjorts genom panelstudien "Svenskarna och Internet", en panelstudie som omfattar ungefär 2000 telefonintervjuer baserat på ett slumpvist urval av befolkningen från 16 år och uppåt (fram till 2007 från 18 år). Telefonintervjuerna är omfattande och innehåller frågor om de intervjuade personernas bakgrundsdata, tillgång till teknik, användning av traditionella medier och framförallt attityder till och användning av Internet i olika former. Till föräldrar med hemmavarande barn mellan 3 och 13 år ställs frågor om barnens användning av Internet. Från och med år 2008 görs också urval på ungdomar i åldrarna 12-15 år. Det innebär att urvalet är riksrepresentativt för Sveriges befolkning från 12 års ålder och panelen kan därför sägas vara från 12 års ålder. I intervjuerna med 12-15 åringarna ställs också frågor till deras föräldrar/vårdnadshavare.

Svenskarna och Internet är den svenska delen av World Internet Project, ett internationellt forskningsprojekt, som följer Internets spridning och användning runt om i världen. Antalet deltagande länder ökar för varje år och i år 2010 har projektet 33 medlemsländer. Varje partner i respektive land finansierar sin egen verksamhet i projektet. De nationella urvalen är representativa urval av befolkningen. I frågepaketen är drygt 100 frågor gemensamma för alla länder, de så kallade "Common Questions". Dessa är exakt lika formulerade i varje land för att skapa jämförbara resultat. World Internet Project startade 1999 och initiativtagare var Jeffery Cole vid Center of Communication Policy/UCLA (numera Digitalcenter vid Annenberg School of Communications) i USA. År 2000 genomfördes de första panelstudierna i USA, Sverige, Italien och Singapore.

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

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

För frågor kring studien kontakta i första hand prof. Olle Findahl, forskningsledare vid World Internet Institute. Kontaktperson internationellt:

Prof. Jeffery Cole, Digital Center, USC Annenberg School for Communication in USA

Metodbeskrivning Svenskarna och Internet

Svenskarna och Internet är upplagd efter en s.k. *revolving panel design*. Revolving panel design innebär att man samlar data om samma objekt vid ett flertal tillfällen, det vill säga, man återkommer till samma studieobjekt men efter ett tag ersätts några utav de ursprungliga studieobjekten med nya studieobjekt (Menard, 2002). Det innebär att grunden i Svenskarna och Internet utgörs av en panel av människor som intervjuas år efter år och en del gamla panelrespondenter ersätts med nya. Detta sker med de i panelen som faller ifrån av olika skäl. De vill inte vara med längre, eller de har flyttat, bytt namn eller är av andra anledningar svåra att få tag på igen. Därför tillkommer ett nytt urval människor varje år som skall fylla upp bortfallet i panelen. De utgörs också en kontrollgrupp som gör det möjligt att kontrollera för paneleffekter. De återkommande mätningarna gör det också möjligt att kontrollera för snedvridna resultat genom exempelvis så kallade "test – re-test" där man kan titta på om respondenternas svar är konsekventa vid två olika mättillfällen. En annan positiv effekt med paneldata är att kunna minska minnesfelen vid retrospektiva data. Det finns möjlighet att gå tillbaka och se hur respondenten svarat vid tidigare tillfällen samt påminna honom eller henne om vilket svar de lämnat. Alla frågor behöver inte ställas varje år heller, vilket är en fördel med tanke på att antalet frågor minskar och intervjun tar kortare tid.

Intervjuerna genomförs som telefonintervjuer, men sedan 2007 finns möjligheten att besvara frågorna via webben genom att varje respondent tilldelas ett individuellt användarnamn och lösenord för att kunna komma in i systemet och besvara frågorna. Detta infördes för att undvika att panelmedlemmar faller bort. Många panelmedlemmar efterfrågade möjligheten att besvara frågorna online. Då kan de själva styra när de ska besvara frågorna och de kan ta god tid på sig. Frågorna är dock desamma i webbenkäten som i telefonintervjuerna, där intervjuerna använder sig utav samma webbenkät när de registrerar svaren för de respondenter de intervjuar. Webbenkäter är oftast inlagda i ett system som gör att frågorna kan besvaras på webben och svaren registreras direkt i systemet. Trots att enkäten för Svenskarna och Internet är webbaserad räknas metoden som en så kallad *mixed-mode survey* (Dillman, 2007) därför att den har två olika metoder för att samla in data. Antingen genom att respondenten själv besvarar frågorna via Internet eller genom att intervjuare fyller i svaren i webbenkäten som respondenten förmedlar via telefonen. Med andra ord är de två metoderna telefonintervjuer och webbenkät.

Det totala urvalet av människor som intervjuas varje år, skall vara representativt för befolkningen i Sverige. Det är framförallt bakgrundsvariablerna ålder och kön som det tas hänsyn till i urvalsprocessen.

Urval

Första året undersökningen genomfördes, år 2000, drogs ett slumpmässigt urval på Sveriges befolkning (18 år <) från ett nationellt telefonregister. Detta urval kompletteras årligen för det bortfall som uppstår för att panelen konstant skall hålla ca 2000 personer. Det är ett obundet slumpmässigt urval som görs på hela befolkningen då adresserna/telefonnumren köps in. Sedan används inte samtliga av de inköpta telefonnumren. Intervjuerna fortgår tills att proportionerna mellan kön och åldrar motsvarar befolkningens. Man eftersträvar att intervjua ungefär lika många personer i varje ålder. 2009 gjordes ett överurval av de som är mellan 12 och 20 år, med syfte att kunna göra specifika analyser på den unga gruppen. De viktades ner när de analyserades tillsammans med andra åldersgrupper för att få den rätta proportionen. Ett specialurval gjordes också av icke-användare.

Vanligtvis måste ungefär 700 nya personer rekryteras till panelen för att kompensera för personer som inte längre vill delta i studien. 2008 och 2009 tillkommer helt nya grupper som inte beror på panelbortfall.

Nyrekryteringen av panelen görs som tidigare nämnt genom proportionellt stratifierade urval, styrda på ålder och kön. Detta innebär att urvalet representerar Sverige i miniatyr där i stort sett alla åldersgrupper är representerade. Vissa åldersgrupper kan ibland bli något över- eller underrepresenterade i urvalet jämfört med proportionen i befolkningen

För att säkerställa att icke-användare av Internet inte skall falla bort i allt för stor utsträckning till följd av att de inte känner sig berörda av undersökningen, presenteras studien för respondenten som en allmän medieundersökning och inleds med frågor om användningen av traditionella medier.

3

Gratifikation

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

Hantering av persondata

I en longitudinell studie måste personliga uppgifter såsom namn, adress och telefonnummer sparas och lagras under många år. För att säkerställa den personliga integriteten för respondenterna lagras frågeresultat och kontaktinformation separat.

Data

Alla data lagras kodat i SPSS-filer. Frågor med svarsalternativ finns både på svenska och engelska. Allt är dokumenterat i kodlistor för studien.

Granskning

De flesta frågor är självkodande. Sedan finns det en handfull frågor med öppna svarsalternativ. Några av frågorna är exempelvis:

V46i1: Varför slutade du använda Internet?

V46i4: Ge exempel på några nackdelar du upplever, till följd av att du INTE använder dig av Internet?

V46i6: Ge exempel på några fördelar du upplever, till följd av att du INTE använder dig av Internet?

V216c3: Hur många olika communities använder du dig av?

V216c4: Vilken eller vilka communities är det du använder dig mest av? Uppge max tre st.

V251b: Vilken typ av funktionshinder är det du har som försvårar din Internetanvändning?

4

De tre förstnämnda frågorna ställs endast till de som inte använder Internet. V46i1 ställs endast till före detta användare av Internet och svaren analyseras separat. Dessa svar har ibland jämförts med de svar som icke-användare uppger som anledning till att inte använda Internet. I det mån det går har svaren kategoriserats lika, men ibland har denna fråga använts endast för att ge ett par exempel på före detta användare. Likaså har v46i4 och v46i6 tjänat i syfte att ge exempel på icke-användarnas uppfattning om hur det är att inte använda Internet.

Frågorna om online communities har däremot kategoriserats. V216c3 har kategoriserats som 1, 2, 3 eller flera och v216c4 har kategoriserats efter typ av community, exempelvis socialt relaterat, yrkes-/studierelaterat eller hobbyrelaterat.

Frågan om funktionshinder ställs endast till de som svarat att de har något slags funktionshinder som försvårar deras användning av internet och sedan har den kategoriserats på olika sätt så som exempelvis "synfel" eller "motoriska svårigheter".

Svenskarna och Internet år för år

Tabell 1: Antal genomförda intervjuer i *Svenskarna och Internet* år 2000 till år 2009

År	Antal intervjuer	Åldersurval	Period för datainsamling	Antal nya
2000	2078 st	18 år <	feb-maj -00	2078 st
2002	2049 st	18 år <	feb-maj -02	1148 st
2003	2001 st	18 år <	maj-juni och aug-sep -03	655 st
2004	2002 st	18 år <	sep-okt -04	720 st
2005	961 st	18 år <	sep-okt -05	0 st
2007	2017 st	16 år <	feb-mars -07	775 st
2008	2266	12 år <	feb-maj -08	976 st
2009	2353 (viktat: 2065)	12 år <	feb-maj -09	944 st

2000

Målet för undersökningen var att intervjua cirka 2000 personer om bl. a. deras Internetinnehav. Urvalet skulle inrymma vuxna personer från 18 års ålder, av båda könen, med varierande utbildning och inkomst. Utgångspunkten var slumpmässiga riksrepresentativa urval. Resultatet blev 2078 telefonintervjuer. Detta slutliga urval liknar i de flesta avseenden ett normalurval vad gäller könsfördelning, inkomster, utbildning, hushållsstorlek etc. Däremot finns en viss överrepresentation i åldrarna 20 till 30 år. Intervjuerna gjordes per telefon och tog i genomsnitt en halvtimme, kortare för de som inte hade Internet och längre för de som ägnade mycket tid åt Internet. Undersökningen presenterades som en medieundersökning om "hur svenska folket använder medierna i Sverige idag".

2002

Svar från 2049 personer utgör grunden för undersökningen som genomfördes under första halvåret 2002. Knappt hälften av dessa, 901 personer, tillfrågades om sina Internetvanor första gången 2000 och ingår i en Internetpanel. Den andra hälften, 1148 personer, är nya

och hämtade från ett slumpmässigt individurval av Sveriges befolkning från 18 års ålder, hämtat från befolkningsregistret.

2003

Undersökningen ägde rum med hjälp av telefonintervjuer under perioden maj, juni, augusti och september 2003. Totalt genomfördes 2001 stycken intervjuer varav 1346 stycken var med föregående års panel och 655 stycken var kompletterande urval.

2004

Datainsamlingen genomfördes september – oktober 2004. Totalt genomfördes 2002 intervjuer år 2004. Av dessa var 1282 stycken intervjuer med respondenter från panelen 2003 och 720 personer nyrekryterades till panelen.

2005

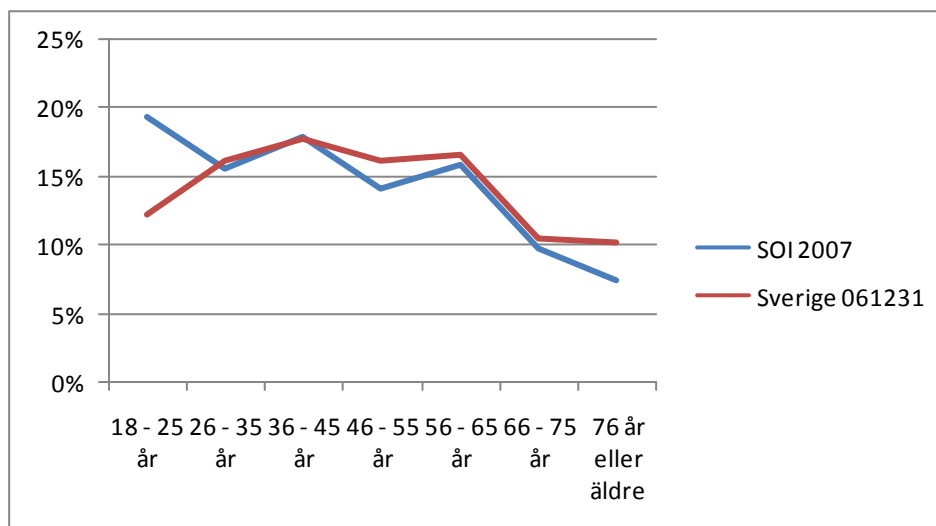
2005 intervjuades 961 personer. Samtliga av dessa personer intervjuades 2004. Någon komplettering av panelen gjordes inte. Intervjuerna genomfördes sep-okt 2005. En underrepresentation finns i åldrarna 18-25 år vilket gör att resultaten viktas upp för dessa.

6

2007

Datainsamlingen 2007 genomfördes under feb – mars. 2017 intervjuer genomfördes. 775 personer nyrekryterades till panelen medan övriga intervjuer genomfördes med befintliga panelmedlemmar från tidigare år.

Figur 1: Befolkningen och urvalet uppdelat på ålder



Diagrammet visar åldersfördelningen för befolkningen i Sverige över 18 år enligt SCB 2006-12-31 och för urvalet, efter bortfall, i Svenskarna och Internet 2007. En liten skillnad finns där undersökningen har viss överrepresentation av svarande i gruppen 18-25 år och viss underrepresentation i gruppen över 75 år.

2008

Datainsamlingen år 2008 genomfördes under februari-maj. Ett nytt obundet slumpmässigt urval drogs för de som är mellan 12 och 15 år och 249 respondenter intervjuades i den åldersgruppen. Sammantaget var det 976 nya intervjuer som gjordes år 2008. I jämförelse med proportionen 12-15 åringar i befolkningen är gruppen överrepresenterad i urvalet. Ingen viktning gjordes detta år då det var första gången den unga gruppen intervjuades och därför ansågs 2008 års ungdomsintervjuer vara mer av en pilotundersökning. Mer information om metoden kring ungdomsintervjuerna finns under rubriken "Ungdomsintervjuer".

Fördelningen mellan män och kvinnor år 2008 är 49 procent män och 51 procent kvinnor.

Tabell 2: Sysselsättning (12+) i Svenskarna och Internet 2008

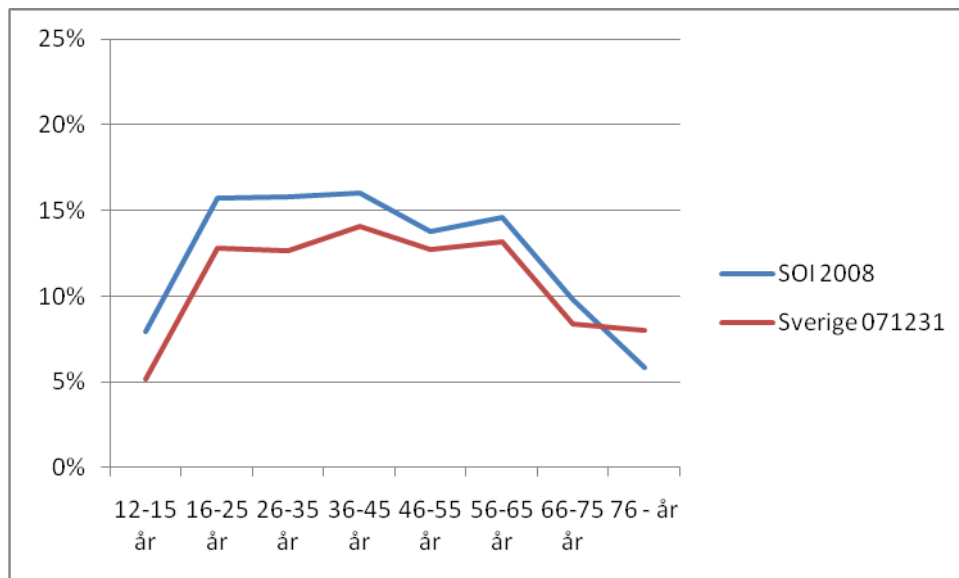
Arbete	51%
Studerande	23%
Hemma med barn	2%
Arbetslös	2%
Sjukskriven/sjukpensionär	3%
Pensionär	19%

Tabellen och diagrammet nedan visar åldersfördelningen i Sverige (mätt 31 december 2007) samt åldersfördelningen i urvalet efter bortfall. Man kan se att den yngsta åldersgruppen (12-15 år) är kraftigt överrepresenterad och den äldsta gruppen (76 år +) är något underrepresenterad.

Tabell 3: Åldersfördelningen i urvalet 2008 och i befolkningen enligt SCB 2007-12-31

WII:s urval 2008			Svenska Folkets åldersfördelning enligt SCB (31 december 2007)	
Ålder	Antal	Procent	Ålder	Procent
12-15 år	249	11	12-15 år	5
16-25 år	328	15	16-25 år	13
26-35 år	360	16	26-35 år	13
36-45 år	364	16	36-45 år	14
46-55 år	315	14	46-55 år	13
56-65 år	331	15	56-65 år	13
66-75 år	225	10	66-75 år	8
76 - år	134	6	76 - år	8
Totalt	2266		Totalt	

Figur 2. Befolkningen och urvalet uppdelat på ålder



2009

Datainsamlingen år 2009 ägde rum under februari-maj. Antalet nyrekryterade till panelen är 944 stycken.

9

Könsfördelningen är 49 procent män och 51 procent kvinnor.

63 procent av respondenterna uppger att de bor i stad och 37 procent på landsbygd.

Tabell 4: Sysselsättning (12+) i *Svenskarna och Internet* 2009

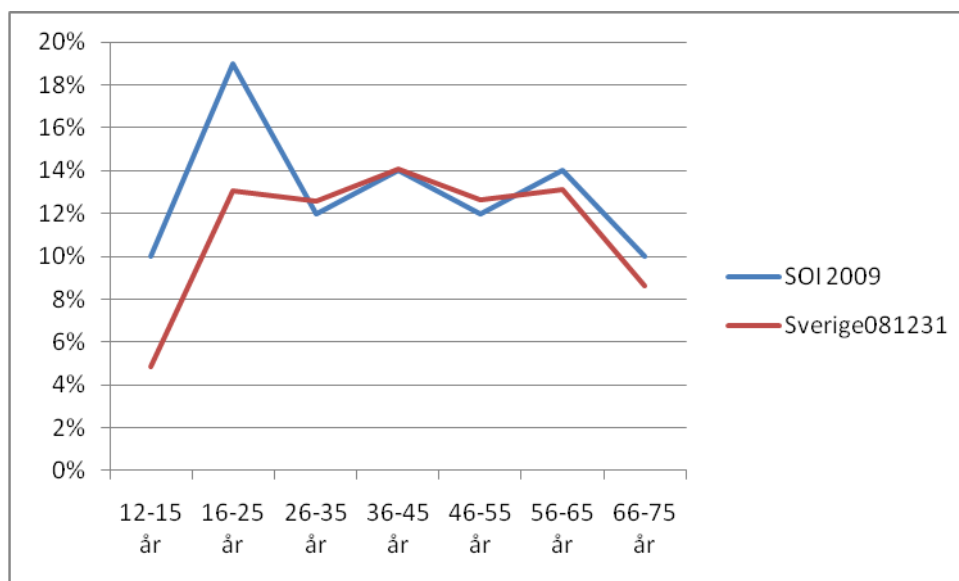
Arbete	49%
Studerande	18%
Hemma med barn	2%
Arbetslös	3%
Sjukskriven/sjukpensionär	4%
Pensionär	23%
Annat	1%

Tabellen och diagrammet nedan visar åldersfördelningen i Sverige enligt SCB (mätt 31 december 2008) samt åldersfördelningen i urvalet efter bortfall. Detta år viktades 12-20 åringarna med 0,5 då de i urvalet var dubbelt så många i proportion till hur det ser ut i befolkningen. I tabellen visas proportionerna utan viktning.

Tabell 4: Åldersfördelningen i urvalet 2009 och i befolkningen enligt SCB 2008-12-31

WII:s urval 2009			Svenska Folkets åldersfördelning enligt SCB	
Ålder	Antal	Procent (oviktat)	Ålder	Procent
12-15 år	236 (118 viktat)	10	12-15 år	5
16-25 år	454 (284 viktat)	19	16-25 år	13
26-35 år	279	12	26-35 år	13
36-45 år	330	14	36-45 år	14
46-55 år	288	12	46-55 år	13
56-65 år	332	14	56-65 år	13
66-75 år	236	10	66-75 år	9
76 - år	198	8	76 - år	8
Totalt	2353 (2065 viktat)		Totalt	

Figur 3. Befolkningen och urvalet uppdelat på ålder



Panelen

Tabell 5: Beskrivning av panelen från år 2000 till och med år 2009

	2000	2002	2003	2004	2005	2007	2008	2009
2000	2078	930	648	461	343	336	250	200
2002	0	1148	698	442	315	302	222	170
2003	0	0	655	379	125	241	153	114
2004	0	0	0	720	178	362	242	165
2005	0	0	0	0	0	0	0	0
2007	0	0	0	0	0	775	423	261
2008	0	0	0	0	0	0	976	499
2009	0	0	0	0	0	0	0	944
Totalt	2078	2078	2001	2002	961	2016	2266	2353

Tabellen visar hur nuvarande panel fördelar sig år efter år. Inga intervjuer med nya respondenter genomfördes vid studien 2005. Vi kan se att år 2009 finns 200 personer kvar från den ursprungliga panelen år 2000.

Generellt om Internetstatistik

Att undersöka tillgången och användningen av Internet kan göras på många olika sätt. Det finns olika mått att välja på och det urval som bildar underlag för statistiken kan variera. Inom den traditionella mediestatistiken för t ex tidningsläsning och TV-tittande finns vedertagna mått men inte för Internetstatistiken. Det som framförallt är viktigt att tänka på är dels vilka åldersgrupper som ingår i urvalet och dels tidsperioden som måttet hänför sig till. Eftersom yngre människor använder Internet mer än äldre människor har det stor betydelse om urvalet som statistiken grundar sig på är 18-60 år eller 18-85 år. Ju yngre urval desto högre blir måtten på tillgång och användning, I mycket internationell Internetstatistik har pensionärer och äldre räknats bort. Det är också viktigt att skilja mellan tillgång och användning av Internet. Tillgången är alltid högre eftersom det finns en hel del som har tillgång till Internet men som inte är användare. Tillgång kan också beräknas efter var man har tillgång till Internet: hemma eller på arbetet eller överhuvudtaget någon stans. I Sverige har alltid tillgången till Internet i hemmet legat mycket högt eftersom många svenskar har tillgång till dator i hemmet. När det gäller användningen är tidsintervallet viktigt. Hur ofta skall man använda sig av Internet för att räknas som en Internetanvändare? Räcker det med att man någon gång provat Internet, eller skall det vara senaste året, eller senaste månaden eller senaste veckan, eller igår? Ju längre tidsperiod desto fler blir Internetanvändare. I den här rapporten och i mycket internationell statistik används veckomåttet, men skall man jämföra med tidningsläsning och TV-tittande bör man använda ett dagsmått som den uppskattade tiden för Internetanvändningen genomsnittlig dag eller igår.

12

Varje år publicerar flera olika organisationer internetstatistik som t.ex. SCB (Statistiska centralbyrån), PTS (Post- och telestyrelsen), Nordicom, SOM-institutet och WII (World Internet Institute). Skattningarna skiljer sig åt dels på grund av metod men framförallt på grund av vilket urval av befolkningen man undersökt. Ju lägre man sätter den övre åldersgränsen desto högre siffra över internetanvändningen erhåller man.

Tabell 6: Jämförande Internetstatistik – SCB, PTS, Nordicom och WII

	SCB	PTS	Nordicom	WII	WII
Åldersurval	16-74 år	16-75 år	12-79 år	16-75 år	16 år <
Tillgång till Internet	89%	89%	89%	90%	85%
Användning av Internet	92%	91%		90%	84%

Bortfall

Från det första urvalet (dvs. det obundna slumpmässiga urvalet av adresser som köps in) utgörs det största bortfallet av respondenter som saknar adress eller telefonnummer, eller så kallad "adressat okänd". Detta kan påverka urvalet om dessa personer på något sätt skulle särskilja sig ifrån de som har ett känt telefonnummer, och därmed svara på ett annat sätt. Det är svårt att göra felskattningar på detta då man inte har så mycket information om dessa personer. Det man vet är att det framför allt är yngre personer som saknar fast telefonnummer och för att se till att tillräckligt många unga personer kommer med i studien görs större urval för de som är upp till 20 års ålder. Utifrån befintliga adresser/telefonnummer slumpas ett visst antal personer ut som ska intervjuas. Utav dessa är det vanligtvis från 700 till 1000 som intervjuas och utgör nyrekryteringar till panelen för att kompensera för personer som inte längre vill delta i studien. Antalet genomförda intervjuer styrs genom att ta hänsyn till proportionen av ålder och kön, så att proportionerna blir lika i urvalet som i befolkningen. Detta innebär att urvalet representerar Sverige i miniatyr där i stort sett alla åldersgrupper är representerade.

En del grupper kan dock vara svårare att få tag på. Unga som flyttar och byter telefonnummer kan vara svåra att få tag på igen och antalet nyrekryteringar kan därför komma att bli större inom dessa grupper. Representativiteten när det gäller ålder och kön är således alltid tillgodosett då proportionerna styrs så att de stämmer överrens med befolkningens. Däremot kan kategorier i andra variabler så som socioekonomisk status eller geografisk position vara mer eller mindre över- eller underrepresenterade.

13

Av de telefonnummer som slumpas ut från början används således bara ett visst antal. Ett exempel på hur detta kan se ut redovisas i tabellen för 2008 års redogörelse för bortfall. Antalet genomförda intervjuer för studien räknades till 2266, varav 944 är nyrekryterade respondenter och de resterande 1290 stycken har intervjuats tidigare år. Totalt köptes 7000 obundet slumpmässigt utvalda adresser från folkbokföringsregister och telefonregister. Utav dem var det 1871 som saknade telefonnummer vilket innebär att det första urvalet var 5129 och det var utifrån det urvalet som nästa slumpmässiga urval gjordes, nämligen det urval som man skulle ringa till. Detta urval var 2897. Utav dem var det lite mer än en tredjedel som blev intervjuade (976 st). Hälften (1463 st) ville inte vara med i studien och den resterande delen kunde inte vara med på grund av hälsoskäl, man fick inte tag på dem eller så avslutades inte intervjun (partiellt bortfall). Dessutom var år 2007, 2016 personer med i panelen. Utav dessa var det slutligen 1290 som intervjuades vilket innebär att 726 utav dem utgör bortfallet i panelen 2008. Dessa finns det tyvärr ingen särredovisad bortfallsstatistik för men man kan anta att de fördelar sig ungefär lika som bortfallet av de nya urvalen, d.v.s. "adressat okänd", vill ej, kan ej p.g.a. hälsoskäl samt ej svar. "Ej kontaktad" gäller endast för det nya urvalet.

Tabell 7: Bortfallsstatistik från *Svenskarna och Internet* 2008

Status	Antal
Ej kontaktad	2232
Adressat okänd	2269
Vill ej	1860
Kan ej p.g.a. hälsoskäl	54
Fick ej tag på/ej avslutad intervju	335
Intervjuade	2266
Totalt	9016

Detta tyder på att det är en stor del av det slutliga urvalet som inte vill vara med i studien och det påverkar säkerheten i skattningarna, i och med att det kan vara så att det är en viss typ av individer som deltar i studien. Dock presenteras studien som en medieundersökning och det finns inte anledning att tro att de mer Internetintresserade väljer att delta första gången. Däremot de panelmedlemmar som väljer att fortsätta delta i studien kan ha ett större intresse för Internetanvändning. År 2002 gjordes en bortfallsanalys mellan den första och andra undersökningen för att se vilka som faller ifrån. Det visade sig att de äldre kvinnorna deltog i lägre utsträckning, medan bortfallet var litet bland yngre kvinnor. För männen är bortfallet jämnt fördelat i alla åldersgrupper. Bortfallet är större för åldersgruppen 20-40 år då de är svåra att nå p.g.a. att de exempelvis flyttar, byter telefonnummer eller byter efternamn. Särskilt yngre kvinnor kan vara svåra att hitta igen.

Representativiteten av Svenskarna och internet kan jämföras med annan internetstatistik som i exemplet i tabell 6. Där kan man se att svaren stämmer överrens med andra undersökningar som görs. Det är svårt att tillgodose representativitet på samtliga bakgrundsvariabler, men Svenskarna och Internet har god representativitet på många utav dem. Ålder och kön är alltid representativa och dessa variabler är mycket viktiga i den här typen av statistik.

Grupper i samhället som lätt försvinner i kvantitativa undersökningar

För att förstå hur e-samhället växer fram är det viktigt att göra undersökningar där hela den svenska befolkningen ingår. Genom riksrepresentativa undersökningar skapas en generell bild av det svenska samhället, men samtidigt försvinner lätt vissa grupper i dessa

undersökningar. Orsakerna till detta är flera och kan delvis relateras till designen av undersökningar men även till ovilja eller oförmåga att delta i undersökningar.

Ett generellt problem med större undersökningar är ofta att urvalet av respondenter begränsas i åldersammansättning alternativt att undersökningar designas för specifika målgrupper som exempelvis Internetanvändare. En annan problematik är att stora kvantitativa undersökningar begränsas av legala och etiska aspekter där det krävs speciella tillstånd för att genomföra enkät- eller telefonintervjuer med barn under 16 år. WII gör intervjuer med unga ner till 12 år och får sekundärdata om unga barns internetanvändande genom föräldrarnas svar om sina barns användning. Förutom att det är svårt att få primärdata om unga barns användning av internet så är unga generellt svåra att få tag på, då dem, som tidigare nämnt, ofta flyttar och byter telefonnummer. Även de äldsta i befolkningen kan vara svåra att få en representativ bild för. Ett utav hindren är att en del på grund av hörselproblem har svårt att genomföra intervjun. Andra funktionshinder bland befolkningen i allmänhet kan också försvåra intervjun. Vidare är gruppen förvärvsarbetande svåra att få tag på då de sällan är i hemmet och har svårt med att få tid till att genomföra intervjun. En annan grupp som kan vara underrepresenterad är de personer som har begränsade kunskaper i det svenska språket. Frågorna har inte översatts till andra språk och intervjuerna kan därmed endast genomföras på svenska.

Ungdomsintervjuer

15

De Leeuw, Borgers och Smits (2007) diskuterar vad man bör tänka på när man ska konstruera enkäter för barn och unga. Barn har inte samma förmåga att komma ihåg och uppskatta exempelvis hur mycket tid de lägger ner på vissa vardagliga aktiviteter. De har inte heller samma förmåga som vuxna att uppfatta vaga begrepp och negationer. Därför är det viktigt att ställa tydliga och enkla frågor till barn och unga samt ge dem god tid för att svara på frågorna. Den psykologiska utvecklingen hos unga spelar stor roll för svarsprocessen. Exempelvis unga upp till 10 år tror ofta att vuxna redan kan allt. Därmed är barn upp till 10 års ålder känsliga för icke-acceptabla svar. Vid känsliga frågor svarar de på ett sätt som de tror är önskvärt. Efter 10 års ålder blir kamratpåverkan en allt viktigare faktor. Efter 11 års ålder kommer stadiet där kognitiva funktioner är väl utvecklade vilket innebär att det formella tänkandet och logiken utvecklats väl. Den sociala kompetensen är också mer utvecklat i detta stadium. Från 16 år och uppåt kan unga räknas som vuxna när det gäller den kognitiva utvecklingen och hur information bearbetas.

År 2008 började World Internet Institute att intervjua unga ner till 12 års ålder angående deras Internetanvändning. Undersökningen är en förlängning av Svenskarna och Internet som är en årlig panelstudie av svenska folkets Internet- och medievanor. Syftet med Svenskarna och Internet är att ge en representativ bild av hur svenska folkets Internetvanor ser ut, det vill säga hur mycket de använder Internet, var Internet används, till vad det används samt vilka attityder människor har gentemot Internet. Det finns också en ambition

att följa nya trender och försöka kartlägga användningen av de nytilkomna användningsområdena på Internet. Då Unga Svenskar och Internet är en förlängning av Svenskarna och Internet har så många frågor som möjligt behållits för att jämförelser mellan åldersgrupper skall vara möjliga. En del ursprungliga frågor har omformulerats i ungdomsundersökningen för att passa den yngre åldersgruppen bättre och slutligen har nya frågor lagts till som en fördjupning av exempelvis Internetanvändningen inom skolmiljön. Enkäten som ligger till grund för Unga Svenskar och Internet är också något kortare, det vill säga innehåller färre frågor än den enkäten som befolkningen 16 år och uppåt får besvara.

Ett par dagar innan intervjun startar skickas ett introduktionsbrev till de utvalda individerna där information om undersökningens syfte samt hur genomförandet av intervjun kommer att gå till presenteras. Individerna erbjuds också chansen att besvara enkäten på webben. Eftersom unga under 16 år inte får intervjuas utan förälderns/målsmans godkännande så är det först föräldern/målsman som intervjuas. Därmed ställs en del frågor till föräldrarna bland annat om bakgrundsvariabler, frågor som handlar om barnets bakgrund och hemmiljö, tillgång till och form av uppkoppling till Internet i hemmet samt en del frågor om föräldrarnas eget internetanvändande. Efter den korta intervjun med föräldern/målsman ber intervjuaren om att få prata med den 12-15 åringen som valts ut för intervjun.

Webbenkät

En webbenkät skiljer sig på många sätt ifrån en vanlig postal enkät. Det är till skillnad från den postala enkäten inte alls självklart att respondenten och den som designat enkäten kommer att se samma enkät. Ofta kan texten, färgerna och den grafiska framställningen se annorlunda ut för respondenten än vad designern själv ser på sin skärm. Dessa skillnader beror bland annat på att det är olika mjuk- och hårdvaror samt olika grundinställningar på datorerna (Dillman, 2007).

På många sätt innebär webbenkäter en större frihet att exempelvis lägga till applikationer så som ljud eller bilder, men dessa kan också innebära begränsningar i och med att ju mer avancerade webbenkäter man gör desto svårare är det att konfigurera mellan olika system. Individer som har datorer med litet minne eller som har ett långsamt Internet kommer att ha svårt att besvara enkäten då det exempelvis tar lång tid att ladda upp den. Dillman förespråkar således enkelt utformade webbenkäter (Dillman, 2007). Några riktlinjer är bland annat att:

- i) Det ska finnas tydliga instruktioner angående hur enkäten ska besvaras
- ii) Presentationen av frågorna ska vara klart och tydligt och utformat på ett traditionellt sätt så att det påminner om pappersformatet
- iii) Varje fråga bör vara numrerad och siffran bör vara ganska markant och placeras innan frågetexten

- iv) Eftersom datorer kan vara konfigurerade på olika sätt och enkäten kan visas i olika storleksformat på olika skärmar så är det viktigt att tänka på att skapa enkäten på ett sätt så att hela texten syns och instruera respondenten att ändra inställning på sin dator till helskärm bild då hon ska besvara enkäten.
- v) Det är viktigt med tydliga instruktioner till hur de olika frågorna ska besvaras. Ovana Internetanvändare måste känna sig bekväma och få hjälp under tiden de besvarar enkäten. Det är inte lämpligt att i början presentera hur olika typer av frågor ska besvaras. Det är mer pedagogiskt att vid varje fråga ha en förklaring hur den ska besvaras.
- vi) "Drop-down" fält, eller med andra ord fält där man kan klicka och få upp flera svarsalternativ varpå man kan klicka på ett svarsalternativ som sedan visas i fältet kan för ovana Internetanvändare vara svårt att använda. Man bör just därför försöka undvika sådana konstruktioner och utfall de används ska inte något utav svarsalternativen stå i fältet utan att respondenten har valt det. Det bör stå "Klicka här" eller någonting annat som indikerar vad respondenten ska göra.
- vii) Det är inte etiskt riktigt att använda system där respondenten tvingas välja ett svar för att få fortsätta till nästa fråga. En del system tillåter inte att man fortsätter om ingenting är ifyllt. I sådana fall ska man ha svarsalternativen "vet ej" och "ej svar" som respondenten kan välja.
- viii) Enkäten ska vara enkelt utformad så att det är lätt att komma till de följdfrågor som ska besvaras. Det vill säga, om respondenten ska hoppa över någon fråga på grund av att hon svarat på ett sätt som inte kräver svar på en del frågor då bör det vara enkelt och smidigt att komma vidare till nästa fråga som ska besvaras.
- ix) Enkäten går att konstruera antingen så att respondenten får skrälla ner från början till slut och därmed kan se hela enkäten, eller så kan en fråga eller ett par frågor i taget visas och respondenten får klicka på "nästa" för att få nästa set av frågor. Dillman förespråkar skrällningsmetoden då detta erbjuder möjlighet för respondenten att gå tillbaka och se hur hon har svarat på tidigare frågor. Det är särskilt lämpligt om det är många följdfrågor som handlar om ett ämne.
- x) När svarsalternativen är så många att de inte får plats i en kolumn ska de delas in i två eller eventuellt tre kolumner som på ett bra sätt representerar de kategorier som ingår i dem.
- xi) För att inte tappa respondenter i slutet av enkäten är det bra att använda en så kallad "progress-bar", en stapel som hela tiden visar hur långt man har kommit igenom enkäten.
- xii) Slutligen är det viktigt att fundera över hur flervalsfrågor och öppna svarsfrågor ska presenteras. När det gäller flervalsfrågor har det visat sig att människor inte alltid läser alla svarsalternativ som erbjuds. I telefonintervjuer undviks bortfall genom att respondenten får svara ja eller nej på varje påstående som intervjuaren läser upp, men i en webbenkät är det enklast att ha rutor som respondenten får klicka för. Öppna frågor har visat sig vara

lämpligare i webbenkäter än postala pappersenkäter. Ofta ger respondenter utförligare svar i webbenkäten (Dillman, 2007, kap 11).

World Internet Institutes webbenkät är på många sätt exemplarisk om man ska följa Dillmans principer kring webbenkätkonstruktion. Den är enkelt utformad med siffror till varje fråga och stor och tydlig text. Flervalsfrågorna är försedda med rutor som respondenten kan klicka i. Det går bara att klicka i en ruta per påstående/svarsalternativ. Det finns inga direkta instruktioner för hur frågorna ska besvaras men det kommer ett felmeddelande med en liten gul triangel bredvid den frågan där felet uppstått. Respondenten måste fylla i svaret enligt instruktionen hon får i felmeddelandet för att gå vidare i enkäten. Det som Dillman inte skulle förespråka är dock att det är ett formulär där endast ett par frågor i taget visas. Anledningen till att World Internet Institutes webbenkäter är utformade på det sättet är för att det i systemet sätts villkor för olika frågor som innebär att endast de frågor som respondenten ska få visas. Detta gör det enklare både för respondenten och för intervjuaren genom att de inte måste tänka på vilka frågor som ska hoppas över. Nackdelen är att de inte kan gå tillbaka och titta på tidigare besvarade frågor. En annan brist är att den som designar enkäten måste jobba mycket mer med systemet och vara mycket noggrann med att villkoren sätts rätt. Systemet i sig självt är inte heller problemfritt. Precis som alla andra system har den sina brister och ibland upptäcks oförklarliga fel som skett på grund av att systemet registrerat vissa svar fel.

Referenser

- De Leeuw, B. a. S. (2007). In S. Presser, Rothgeb, J. M., Couper, M. P., Lessler, J. T., Martin, E., Singer, E. (Ed.), *Methods for testing and Evaluating Survey Questionnaires*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Dillman, D. A. (2007). *Mail and Internet Surveys – The Tailored Design Method* (Second ed.). New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Menard, S. W. (2002). *Longitudinal research* (2. ed.). Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.