



UPPSALA
UNIVERSITET

InternetExplorers – Delrapport 6

Nya användarmönster

Håkan Selg

Nationellt IT-användarcentrum NITA

Olle Findahl

World Internet Institute

Jämförande analys av två användar-
studier

Oktober 2008

**Internetanvändare i svenska universitet och högskolor 2007
– En framsyn av morgondagens Internetanvändning
Ett projekt finansierat av VINNOVA**

Om projektet

Bland avancerade användare av Internet intar studenter/doktorander en nyckelroll. Att studera deras beteenden på nätet gör det möjligt för oss att tidigt upptäcka nya tendenser och att förstå vad som ligger framför oss på några års sikt. Vidare utgör studenter/doktoranderna en stor grupp i samhället som snart kommer att föra sin nyvunna kunskap och sitt tänkande in i arbetslivet.

Hur använder de Internet? Vilka webbsidor besöker de, vad läser de om, vilken kunskap har de? Delar de med sig av kunskaper och innehåll, medverkar de i diskussionsgrupper?

InternetExplorers ska belysa hur Internet används inom universitets- och högskolevärlden. Studien ska utgöra ett underlag för en kvalificerad analys och framsyn av morgondagens breddanvändare av Internet. Den ska ingå i en vidare diskussion om nya användarmönster som i sin tur tolkas i skenet av dess potentiella innovationskraft. Målet är att skapa och sprida ny kunskap om centrala förutsättningar för utformning av framgångsrika IT-baserade tjänster.

InternetExplorers genomförs av Nationellt IT-användarcentrum NITA vid Uppsala universitet och finansieras av VINNOVA. Studien sker genom en enkät under hösten 2007 riktad till studenter/doktorander, doktorander och anställda vid 32 svenska universitet och högskolor. Statistiska Centralbyrån svarar för urval och datainsamling.

Resultaten från undersökningen kommer från och med augusti 2008 att löpande publiceras på projektets webbplats www.internetexplorers.se. Dessa delrapporter, tillsammans med resultaten från fokussamtal, analys och slutsatser kommer att sammanställas i en slutrapport under hösten 2008.

För ytterligare information, kontakta Håkan Selg, e-post selg@nita.uu.se, tfn 08-30 00 40, eller gå in på projektets webbplats.

Innehållsförteckning

Resultat	5
De två kulturerna	5
Söka och hämta information	7
Ta del av medier på Internet	8
Beställa/boka och betala	9
Medverka i nätgemenskaper	10
Tillvägagångssätt	11
Något om spridning av ny teknik	11
Hur beskriva spridningsprocessen?	11
Studenterna fortfarande ledande?	11
Jämförelse av tendenser mellan undersökningarna	12
Exemplet "Resor och inkvartering"	12
Det statistiska underlaget	14
Typ av undersökningar	14
Olika åldersramar	14
Frågor och svarsalternativ inte alltid identiska	14
Känsliga frågor	15
Bearbetning och presentation	16
Tabellbilaga	18
Användningens omfattning	18
Användning av Internet för kontakter	19
E-post	19
Instant messaging	20
Söka och inhämta information	22
Resor och inkvartering	22
Hobby och specialintressen	24
Kultur, litteratur, musik	25
Politik och aktuella samhällsfrågor	27
Myndighetsinformation	28
Söka och kontrollera fakta	30
Diskussion	31

Ta del av medier på Internet	33
Ta del av nyheter	33
Läsa tidningar och tidskrifter på nätet	34
Läsa bloggar	36
Diskussion	37
Köpa/boka och betala varor och tjänster	39
Köpa varor	39
Boka resor och inkvartering	40
Utföra bankärenden	42
Diskussion	43
Medverka i nätgemenskaper	45
Medlemskap i nätgemenskaper/communities	45
Besöksfrekvens	46
Bidrag med eget material till nätgemenskaper	48
Diskussion	49

Resultat

De två kulturerna

Ett naturligt inslag i vardagslivet

Ända sedan tillkomsten på 1970-talet har Internet haft stark ställning inom högskolevärlden. Studenter och forskare, framför allt inom tekniska ämnesområden, har ofta varit föregångare. Därifrån har användarmönstren successivt spridit sig till det övriga samhället. Dessa tendenser bekräftades i en undersökning år 2003 av Internetanvändningen vid 32 svenska universitet och högskolor.¹

Mot den bakgrunden pekar jämförelsen mellan 2007 års undersökning och den riksrepresentativa undersökningen ”Svenskarna och Internet 2008”² på att högskolevärldens försprång till övriga samhället ifråga om att utnyttja Internet i flera avseenden kraftigt reducerats och för vissa aktiviteter helt försvunnit. Resultaten pekar mot att Internetanvändningen blivit ett naturligt inslag i vardagslivet för de allra flesta.

Små skillnader i fråga om tid

När vi jämför hur mycket tid som i genomsnitt ägnas åt Internetanvändning är skillnaderna mellan universitets- och högskolevärlden och svenska Internetanvändare generellt överraskande små. Totalt sett lägger studenter och högskoleanställda ned något mera tid på Internet, män fler timmar än kvinnor.

Framför allt ligger förklaringen i skillnader i ålderskategorin 55 år och uppåt. Upp till 35 år ligger genomsnittssiffrorna för InternetExplorers till och med något under Svenskarna och Internet.

Den första och mycket intressanta slutsatsen är därför att upp till 55 år tycks utbildningsfaktorn inte längre spela någon roll för omfattningen av Internetanvändningen.

Nyckelaktiviteter signalerar utjämning

Fortfarande går det att iaktta skillnader i omfattningen av många aktiviteter på nätet – i vissa fall också stora skillnader. Samtidigt pekar andra detaljer i användarmönstren på att dessa skillnader återspeglar olika vardagssituationer, behov och intressen, snarare än olikheter i Internetspridning och/eller Internetmognad.

Jämförelserna avslöjar nämligen vissa nyckelaktiviteter på nätet som dels utmärks av en hög utnyttjandegrad, dels små eller försumbara skillnader mellan kvinnor och män och mellan olika ålderskategorier. Detta signalerar att stora delar av befolkningen nu är aktiva Internetanvändare. Sådana nyckelaktiviteter är att söka information om resor och inkvartering och att utföra bankärenden.

¹ Selg, Håkan, Internet i den svenska högskolan våren 2003. Användarstudier inom SUNET. Rapport 2003-10-29. <http://basun.sunet.se/anvandare.pdf>

² Findahl, Olle, World Internet Institute, www.wii.se

E-post för de äldre

E-posten är en av de mest centrala funktionerna i Internetanvändningen och som utnyttjas av de allra flesta. Variationerna mellan män och kvinnor respektive InternetExplorers och Svenskarna och Internet handlar främst om användningen sker flera gånger dagligen eller ”bara” dagligen.

E-postanvändningen bryter också det sedvanliga mönstret med fallande Internetanvändning med stigande ålder. I InternetExplorers tar sig detta ett tydligt uttryck i att det är 55+arna som uppvisar högst intensitet i användningen.

MSN för de yngre

Upp till 30 års ålder utnyttjas *instant messaging* (t.ex. ICQ, MSN) av den stora majoriteten, i åldersgruppen 31-35 råder *fifty-fifty*. I åldrarna däröver faller användningen dramatiskt. Skillnaderna mellan universitetsvärlden och övriga befolkningen är fråga om grad. Där svenskarna i genomsnitt oftast uppger daglig användning, svarar studenterna ”Flera gånger dagligen”.

Mejlgenerationen och Messengergenerationen

Situationen kan sammanfattas med att Internetpopulationen kan delas in i två kategorier, med en åldersgräns vid ungefär 35 år. Den ena kategorin utnyttjar huvudsakligen e-posten, ”mejlgenerationen” medan den andra kategorin har *instant messaging* som favoritprotokoll, ”messengergenerationen”.

En annan skillnad ligger i mejlgenerationens relativa handikapp. Medan messengergenerationen inte har något som helst problem med e-posten, är för mejlgenerationen *instant messaging* en okänd värld.

Nya användarmönster eller De två kulturerna

Här framträder tydligt en ny uppdelning bland Internetanvändarna, med skillnader så stora att vi kan tala om två olika kulturer. Den ena kulturen kännetecknas av envägskommunikation som att söka information, ta del av nyheter och betala räkningar. Kommunikationen kan sägas vara vertikal då den knyter samman företag med sina kunder och myndigheter med medborgarna. Detta är mejlgenerationens Internet.

Den andra kulturen utmärks av tvåvägskommunikation, där användare som samtidigt är konsumenter av information och producenter av digitalt innehåll i interaktiva nätverk. Detta är en värld av nätgemenskaper, bloggar och andra former av *social computing*. Kommunikationen är här horisontell. Detta är messengergenerationens Internet.

Mejlgenerationens växande utanförskap

Vi har här jämfört utfallen i två samtidiga användarundersökningar. Samma användarmönster går att utläsa ur båda undersökningarna även om tendenserna är betydligt starkare i högskolestudien. Jämförelserna ger oss däremot inget underlag att bedöma effekterna av den observerade utvecklingen.

Vi kan dock förutse ett dilemma för den mejlgeneration som idag innehar ledande befattningar inom näringsliv och offentlig sektor. Sedan en tid beskrivs vår samtid i termer av ett informations- och kunskapssamhälle. Det betyder att kärnverksamheten i de samhälleliga informations- och kunskapsprocesserna – och därmed en stor del av den samhälleliga dynamiken – i allt större utsträckning äger rum på arenor som endast messengergenerationen har förtrogenhet med.

Söka och hämta information

Studerade aktiviteter

- Resor och inkvartering
- Hobby och specialintressen
- Kultur, litteratur och musik
- Politik och aktuella samhällsfrågor
- Myndigheters webbplatser
- Söka eller kontrollera fakta

Mindre olikheter mellan kvinnliga och manliga studenter

Genomgående råder skillnader mellan kvinnor och män i fråga om informationssökning. Dessa olikheter verkar vara mindre bland studenter och universitets- och högskoleanställda än bland svenska Internetanvändare i gemen. Men samtidigt ger materialet en mycket tydlig signal till att det inte föreligger någon skillnad mellan kvinnors och mäns förmåga att utnyttja Internet för den informationssökning som de finner angelägen.

Användarmönstren skiljer sig också åt på så sätt att männen i genomsnitt tenderar att oftare gå in och göra sökningar än vad kvinnor i genomsnitt gör.

Intensiteten minskar med stigande ålder

För flertalet frågor noteras en ålderstendens, mer eller mindre tydlig, som innebär att andelen användare som utnyttjar Internet som sökverktyg, liksom frekvensen i utnyttjandet, minskar med stigande ålder. Även detta kan återspegla skillnader i underliggande intresseinriktning och behöver inte tolkas som olikheter i spridningen av Internetanvändningen.

Störst skillnad bland 55+arna

Intressant är att någon ålderstendens inte går att upptäcka i universitets- och högskoleundersökningen för resor och inkvartering, respektive myndigheters webbplatser, men väl bland svenska Internetanvändare generellt, även om tendensen är svag. Detta är troligen ett tecken på att Internetpenetrationen ännu inte hunnit slå igenom generellt för befolkningen i den övre medelåldern utan att spridningsprocessen här fortfarande pågår.

Ofta webbrelaterade fritidsintressen för messengergenerationen

För två av frågorna går det att i båda undersökningarna upptäcka klara skillnader mellan mejlgenerationen och messengergenerationen. Vi kan se en mycket tydligare koppling mellan messengergenerationens hobbies och specialintressen och deras Internetanvändning än för mejlgenerationen. Samma gäller även Internetanvändning i samband med politik och samhällsfrågor.

Vanligare med sökningar om kultur och samhälle i den akademiska världen...

Det råder stora skillnader i omfattningen av informationssökningen mellan de båda undersökningarna. Det kanske också ligger i sakens natur. Mycket av verksamheten inom universitet och högskolor är inriktad mot kunskapsområden med direkt eller indirekt bäring mot kultur och samhällsfrågor. Det bör vara det viktigaste skälet till skillnaderna på frågorna om kultur, politik, söka och kontrollera fakta, kanske också myndigheters webbplatser.

...och med resor?

Den stora skillnaden i att söka information om resor och inkvartering återspeglar sannolikt att studenter och akademiker reser mera än svenskarna i allmänhet.

Minst skillnad för hobby och fritid

Betecknande är att minst skillnad hittar vi på frågan om hobby och fritidsintressen, dvs. den enda frågan utan koppling till högskolevärldens specifika situation.

Det betyder att olikheterna i omfattningen i användningen för de aktuella frågorna inte behöver tas som intäkt för att Internetanvändningen i sig nått olika långt. Troligare är istället att skillnaderna återspeglar olikheter i de underliggande intresseinriktningarna.

Ta del av medier på Internet

Studerade aktiviteter

- Ta del av nyheter
- Läs tidningar och tidskrifter
- Läs bloggar

Manlig övervikt för nyheter, kvinnlig för bloggar

Könsdimensionen för mediekonsumtionen på nätet är riktigt intressant. När det gäller att ta del av nyheter och att läsa tidningar och tidskrifter visar båda undersökningarna på en svag manlig övervikt. Beträffande bloggläsning vänds detta till sin motsats så att Svenskarna och Internet pekar på en viss kvinnlig övervikt medan det i InternetExplorers inte går att påvisa statistiskt signifikanta skillnader mellan kvinnor och män.

Åldersrelaterade medievanor

För flertalet frågor noteras genomgående en tydlig ålderstendens. Andelen användare som utnyttjar Internet för att ta del av media, liksom frekvensen i utnyttjandet, minskar med stigande ålder. Med undantag för att ta del av nyheter är tendensen densamma i båda undersökningarna. Detta stärker uppfattningen att mönstret bottnar i olika underliggande medievanor och inte i olikheter i spridningen av Internetanvändningen.

Bloggen inget för mejlgenerationen

För att ta del av nyheter går det inte i någon av undersökningarna att upptäcka tydliga skillnader mellan mejlgenerationen och messengergenerationen. För att läsa tidningar och tidskrifter är bilden splittrad, i Svenskarna och Internet märks en tydlig sådan tendens men inte i InternetExplorers. Mycket tydlig i båda undersökningarna framstår generationseffekten när vi ser till bloggläsningen. Bloggen är hittills inte ett medium för mejlgenerationen.

Nyheter och webbtidningar mogna aktiviteter

Skillnader i omfattningen av mediekonsumtionen på nätet mellan de båda undersökningarna är betydligt mindre än för informationssökning. När det gäller att ta del av nyheter är skillnaden obetydlig, lite större för läsning av tidningar och tidskrifter. Utfallet ligger i linje med situationen för traditionella medier. Det skulle i så fall peka mot att spridningen av Internetanvändningen nått ett relativt moget stadium.

Bloggkulturen mer utvecklad bland studenter än bland andra jämnåriga

Den stora skillnaden ligger i läsning av bloggar. Hur kan det förklaras? Ser vi till huvudkategorier av bloggar finns sådana som handlar om ett visst tema. Det kan vara politik och samhällsfrågor, t.ex. om upphovsrätten eller ”övervakningssamhället”. Det kan också handla om lagsporter, t.ex. ett visst fotbollslag, eller något annat fritidsintresse såsom trädgårdsodling. En annan huvudkategori brukar betecknas sociala bloggar, där dagböcker på nätet är en vanlig form.

Det skulle i så fall betyda att bloggläsningen i det ena fallet blir ett komplement till att ”söka information om politik och samhällsfrågor”, och att ett sådan intresse kan vara vanliga bland studenter än bland folk i allmänhet. En annan förklaring tar sikte på den bloggans sociala funktion, och att läsning av andras bloggar i kombination med eget bloggande kan vara vanligare bland studenter och den speciella miljön kring studentlivet.

Beställa/boka och betala

Studerade aktiviteter

- Köpa varor
- Boka resor och inkvartering
- Utföra bankärenden

Små skillnader män-kvinnor

För köp av varor märks en viss övervikt bland män, tydligare bland svenska Internetanvändare i genomsnitt än inom universitets- och högskolevärlden. En liten manlig övervikt – på gränsen till försumbar enligt båda undersökningarna – kan också noteras för bankärenden. Däremot märks inga statistiskt signifikanta skillnader mellan könen när det gäller att boka resor och inkvartering.

Yngre handlar mer på nätet

I högskolestudien märks ingen ålderstendens för bokning av resor, men det utgör också undantaget. I övrigt noteras en minskning med stigande ålder, svagt för bankärenden, mera tydligt för köp på nätet.

Indikationerna på generationsskillnader är motsägelsefulla, kanske inte så förvånande mot bakgrund av aktiviteternas breda spridning. Skillnader mellan messenger- och mejlgenerationerna går att iakttä i Svenskarna och Internet men inte i InternetExplorers. För att utföra bankärenden märks ingen tendens alls.

De flesta uträttar ärenden

Att utträta ärenden på nätet är något som en stor majoritet av Internetanvändarna ägnar sig åt. Detta styrks av båda undersökningarna. Att boka resor och att betala räkningar tillhör de mest spridda aktiviteterna på nätet.

Medverka i nätgemenskaper

Studerade aktiviteter

- Medlemskap i nätgemenskaper (eng. *communities*)
- Besöksfrekvens
- Bidrag med eget material

Obetydliga skillnader mellan könen...

Genomgående märks inga eller mycket små skillnader mellan män och kvinnor. I InternetExplorers råder en liten övervikt för män ifråga om medlemskap, medan samtidigt kvinnorna är något mera aktiva när det gäller att ladda upp eget material. I Svenskarna och Internet saknas helt signifikanta skillnader mellan kvinnor och män.

...desto större mellan åldrarna

Åter märks en tydlig ålderstendens, som är dessutom nära överensstämmer i båda undersökningarna. Med stigande ålder 1) minskar andelen medlemmar, 2) avtar besöksfrekvensen, liksom 3) hur ofta man bidrar med eget material.

Messengergenerationens spelplan

De båda undersökningarna uppvisar mycket stora likheter vad gäller tendenserna för medlemskap i nätgemenskaper. Ändå pekar slutresultatet på en mycket stor skillnad i utbredningen av medlemskap i nätgemenskaper mellan högskolestudien och svenska Internetanvändare i allmänhet. Förklaringen är enkel: InternetExplorers har sin tyngdpunkt i messengergenerationen medan Svenskarna och Internet ligger tyngst i mejlgenerationen.

Studenter oftare inne...

Ser vi till besöksfrekvensen – dvs. hur ofta man som medlem är inne på sin nätgemenskap – märks en tydlig skillnad i intensiteten. I högskolestudien uppper två tredjedelar av medlemmarna dagliga besök, i Svenskarna och Internet är andelen ”bara” en tredjedel.

...men bidrar inte mer

Vad gäller att bidra med eget material – text, bilder, musik – är skillnaderna mellan undersökningarna mycket små.

Tillvägagångssätt

Något om spridning av ny teknik

Spridning av ny teknik är en social process där individer och grupper av individer successivt tillägnar sig användningen av den nya tekniken. Vilka som kommer tidigare eller senare i spridningsprocessen återspeglar både materiella och kulturella faktorer. Exempel på materiella faktorer är yrkesinriktning och inkomstförhållande, medan utbildningsnivå och attityd är kulturella faktorer av betydelse.

Det är också vanligt att beskriva teknikspridning i begrepp som teknikdriven respektive användardriven utveckling, på engelska *Technology push* och *Demand pull*. Med teknikdriven utveckling menas det stadium i processen där den nya tekniken fortfarande väntar på sitt genomslag utanför kretsen specialister – inte sällan också entusiaster, de som fungerar som ambassadörer för den nya tekniken. Med användardriven utveckling menas att den nya tekniken förankrats utanför kretsen specialister och blivit ett naturligt inslag i användarnas vardag på så sätt att utnyttjandet återspeglar användarnas behov och intressen.

Hur beskriva spridningsprocessen?

Motivet till att studera studenters och doktoranders beteenden på nätet är att vi i tidigare studier upptäckt att bland dessa finns grupper som innehar en nyckelroll i fråga om att fånga upp och sprida innovativa användarmönster. Det visade sig då att nya användarmönster snabbare fick genomslag bland studenterna än bland deras lärare, och snabbare än bland svenska Internetanvändare i allmänhet.

Dessa grupper har vi i våra tidigare delrapporter 2-5 försökt identifiera och beskriva i sociologiska termer som kön, ålder och utbildningsinriktning. Valet av dessa variabler bygger på iakttagelserna att män i högre grad än kvinnor uppträder som tidiga användare, yngre personer tidigare än äldre och studenter från tekniskt inriktade utbildningar tidigare än studenter från övriga utbildningar. Också fildelning har särskilt studerats eftersom vi observerat att denna fungerar som en markör för andra mönster i Internetanvändningen.

Studenterna fortfarande ledande?

Några av de viktigaste slutsatserna i dessa delrapporter är att köns- och utbildningsfaktorerna inte längre någon roll för flera Internetaktiviteter. Det gör däremot åldersfaktorn. Det kan tolkas som att användningen bland de yngre åldersgrupperna nu nått en bred spridning. Det betyder att observerade variationer snarare återspeglar olikheter i individuella intressen och behov än att vara uttryck för att tekniken bland vissa grupper fortfarande skulle vänta på sitt genomslag.

En naturlig fråga i den pågående undersökningen är därför om de tidigare slutsatser fortfarande är aktuella, dvs. om studenter fortfarande uppvisar ett försprång framför övriga svenskar ifråga om olika Internetrelaterade aktiviteter?

Jämförelse av tendenser mellan undersökningarna

Liksom i 2003 års undersökning har det i 2007 års undersökning skett en samordning av frågornas utformning med Svenskarna och Internet i syfte att kunna jämföra utfallet. För ett urval av frågor från ett antal olika frågeblock kommer resultaten från dessa jämförelser att presenteras i tabellbilagan. Frågeblocken är:

- Söka och hämta information
- Ta del av medier
- Beställa/boka och betala
- Medverka i nätgemenskaper

För varje fråga har resultaten i respektive undersökning jämförts med avseende på kön, ålder och fildelning. Tendenserna har sedan sammanfattats i en särskild tabell för varje frågeblock. Där har också noterats om det råder stor skillnad mellan de båda undersökningarna i fråga om användningens omfattning. Under arbetets gång blev det uppenbart att det för en rad av de olika aktiviteterna gick att iakta markerade trender mellan åldersgrupperna 31 – 35 och 36 – 40 år. Sådana observationer har därför också noterats i tabellen. Som exempel på sådan sammanfattande tabell visas här för frågeblocket Söka och hämta information.

Aktiviteter	Kön		Ålder		35-årsgräns		Fildelning		Skillnad i omfattning IE/SOI
	IE ³	SOI ⁴	IE	SOI	IE	SOI	IE	SOI	
Resor och inkvartering	Nej	Nej	Nej	Svag	Nej	Nej	Nej	Nej	Stor
Hobby och specialintressen	Svag	Tydlig	Tydlig	Tydlig	Ja	Ja	Ja	Ja	Måttlig
Kultur, litteratur och musik	Svag	Tydlig	Svag	Tydlig	Nej	Nej	Ja	Ja	Stor
Politik och aktuella samhällsfrågor	Svag	Tydlig	Tydlig	Tydlig	Ja	Ja	Ja	Ja	Stor
Myndigheters webbplatser	Nej	Nej	Nej	Svag	Nej	Nej	Ja	Nej	Stor
Söka eller kontrollera fakta	Svag	Tydlig	Svag	Tydlig	Nej	Ja	Ja	Ja	Stor

Tabellen visar om det föreligger skillnader i aktiviteter på nätet beroende på kön, ålder, fildelning m.m.

Exemplet ”Resor och inkvartering”

Informationen i tabellerna bildar sedan underlag för en diskussion av användarmönster och teknikspridning. Det kan åskådliggöras med ett exempel från den första aktiviteten på listan, ”Resor och inkvartering”. Längst till höger ser vi att det råder stor skillnad i omfattning mellan användarna i den akademiska världen och svenska Internetanvändare i allmänhet. Ska vi tolka det som att det här är en tillämpning på Internet som fortfarande väntar på sitt genombrott bland breda lager av användare, eller är det så att studenter och akademiker reser mer?

³ InternetExplorers

⁴ Svenskarna och Internet

Vi kan först konstatera att det inte i någon av undersökningarna finns någon skillnad mellan män och kvinnor i användarmönster. Det är en viktig iakttagelse eftersom tidiga spridningsfaser ju brukar utmärkas av manlig dominans.

Beträffande ålder ser vi en svag tendens i Svenskarna och Internet, men ingen tendens i InternetExplorers. Vi kan heller inte upptäcka något trendbrott för 35+are i någon av undersökningarna. Om det varit fråga om ett tidigt skede i spridningsförloppet hade detta med största säkerhet tagit sig uttryck i form av stora olikheter mellan yngre och äldre användare. I samma riktning pekar avsaknaden av positivt samband med fildelning.

Det sammantagna intrycket av dessa tendenser är att Söka och hämta information om resor och inkvartering är en aktivitet som nått ett mycket brett genomslag i svenskarnas vardag.

Men hur kan då den stora skillnaden i omfattningen förklaras? Det troligaste svaret är att skillnaden är ett uttryck för olika resmönster. Det vi mäter är om och hur ofta sådan informationssökning görs. Den mest sannolika förklaringen är att man inom den akademiska världen oftare är på resande fot än genomsnittet för svenska Internetanvändare.

Det ska understrykas att vi här ägnar oss åt möjliga tolkningar av materialet i en diskussion som i sin tur ger uppslag till nya frågor. Vad vi försöker göra är att ur det tillgängliga materialet finna en metod för att kunna förstå om olikheter i användningen återspeglar skillnader i den vardagliga situationen, behov och intressen, eller om det är fråga om att olikheter i Internetspridning och/eller handlar om skillnader i Internetmognad.

Det statistiska underlaget

Trots samordning av frågor och svarsalternativ kvarstår ett antal olikheter mellan de båda undersökningarna. Detta är viktigt att hålla i minnet, eftersom de sannolikt har betydelse för utfallet, riktigt hur mycket är naturligtvis inte möjligt att veta med säkerhet. Dessa olikheter ska här kortfattat beskrivas.

Typ av undersökningar

InternetExplorers är en urvalsundersökning där varje respondent representerar ett bestämt antal individer i populationen – studenter, doktorander och lärare/forskare vid 32 svenska universitet och högskolor. Från utfallet av de ca 2000 enkätsvaren går det att göra en skattning för hela populationen. Enkätsvaren samlades in med post under perioden oktober 2007 – januari 2008.

”Svenskarna och Internet” är en årligen återkommande panelundersökning med 2000 medverkande, och där respondenterna successivt förnyas. Urvalet har skett så att panelen ska vara representativ för befolkningen som helhet, dvs. utfallet för panelen antas återspegla situationen för populationen. Enkätsvaren inhämtas genom telefonintervjuer, och som för den aktuella statistiken ägde rum under våren 2008.

Olika åldersramar

InternetExplorers riktar sig till samtliga inom universitetsvärlden utan några restriktioner med avseende på ålder. I praktiken betyder det en undre gräns vid 19 år för de yngsta studenterna och att endast några få respondenter är äldre än 65 år. ”Svenskarna och Internet” omfattar personer från 16 år och upp till och med 85 år. Det faktum att Internetanvändningen bland äldre generellt ligger betydligt lägre än för personer i yrkesaktiva åldrar medför att det genomsnittliga utfallet för Svenskarna och Internet systematiskt blir lägre än för InternetExplorers. Men genom att vi också redovisar det statistiska utfallet på ett antal åldersgrupper blir det ändå möjligt att se situationen för jämförbara åldrar.

Frågor och svarsalternativ inte alltid identiska

Även om de enkätfrågor som rapporten redovisar tar sikte på samma företeelser – t.ex. utföra bankärenden på nätet – är frågorna inte alltid exakt lika formulerade. Exempel:

- Hur ofta använder du Internet för att utföra bankärenden? (InternetExplorers)
- Hur ofta, om någonsin, använder du Internet för att logga in på din Internetbank? (Svenskarna och Internet)

Det förefaller rimligt att de båda alternativa formuleringarna i det här fallet producerar samma svar givet att de ställs till samma individer, men det går aldrig att vara helt säker.

Sannolikt mer problematiskt är det när svarsalternativen inte överensstämmer. T.ex. finns en viktig fråga om eget bidrag till nätgemenskap(er) som respondenten är medlem i, och med svarsalternativen:

- Ja, ofta Ja, ibland Nej (InternetExplorers)
- Dagligen Någon/några gånger i veckan Någon/några gånger i månaden Någon gång Aldrig (Svenskarna och Internet)

I det här konkreta fallet har sammanläggningen av ”Dagligen” och ” Någon/några gånger i veckan” till ”Bidrar ofta” känts som den minst dåliga lösningen, i kombination med att ”Någon/några gånger i månaden” och ”Någon gång” satts lika med ”Bidrar ibland”. Lyckligtvis hör det här exemplet till undantagen så att för det stora flertalet jämförda frågor överensstämmer svarsalternativen (Dagligen, Någon/några gånger i veckan etc.).

Känsliga frågor

Att svaren i det ena fallet registreras i dialog över telefon (Svenskarna och Internet) och i det andra fallet genom maskinell kodning av ett anonymt formulär (InternetExplorers) visar sig ha betydelse för frågor som av många uppfattas som socialt känsliga. Ett sådant exempel är besök på sexsajter. Frågan löd:

- Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om erotik? (InternetExplorers)
- Hur ofta, om någonsin, använder du Internet för att titta på sidor med sexuellt innehåll? (Svenskarna och Internet)

Resultatet kan utläsas ur tabellen:

Tabell 1: Användning av Internet för att besöka sidor med erotiskt innehåll med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Regelbundet	Universiteten	8%	50%	25%
	Svenskarna	1%	11%	6%
Sällan eller aldrig	Universiteten	92%	50%	75%
	Svenskarna	99%	89%	6%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%

I kategorin ”Regelbundet” ingår alla de som angivit något av svarsalternativen ”Flera ggr dagligen – Dagligen – Någon/några ggr i veckan – Någon/några ggr i månaden”. Enligt tabellen besöker hälften av männen i den akademiska världen ”regelbundet” sexsajter mot endast 11 procent av svenska män i gemen.

Eftersom det saknas anledning att tro att den del befolkningen som verkar inom universitets- och högskolevärlden vare sig skulle vara mer eller mindre benägna att besöka erotiskt inriktade webbplatser än befolkningen generellt, är den enda rimliga tolkningen att vi här har att göra med ett stort systematiskt bortfall. Troligast är därför att 4 av 5 ”regelbundna” män i Svenskarna och Internet mörkar med sina svar.

För kvinnor tycks frågan vara ännu mera känslig. Med ett analogt antagande svarar troligen 7 av 8 ”regelbundna” kvinnliga besökare vid telefonintervju att de visst inte använder Internet för att titta på sidor med sexuellt innehåll.

Detta kan också förväntas ha betydelse för hur respondenterna reagerar på frågan om användning av fildelningstjänster.

Tabell 2: Användning av fildelningstjänster med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Använder dagligen	Universiteten	21%	14%	7%	1%	1%	0%	14%
	Svenskarna	8%	9%	5%	2%	1%	0%	3%
Använder regelbundet	Universiteten	46%	35%	20%	14%	6%	1%	34%
	Svenskarna	23%	31%	18%	12%	5%	3%	13%
Använder sällan eller aldrig	Universiteten	33%	50%	73%	85%	93%	99%	52%
	Svenskarna	68%	60%	77%	87%	94%	97%	84%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Här tycks råda stora skillnader mellan högskolevärlden och svenskarna i allmänhet. Daglig användning⁵: 14 procent (InternetExplorers), 3 procent (Svenskarna och Internet). Regelbunden användning⁶ 34 procent (InternetExplorers), 13 procent (Svenskarna och Internet).

En närmare granskning visar att de stora avvikelserna återfinns i åldersgrupperna 19-25 år och 26-30 år. I åldrarna däröver är skillnaderna obetydliga. Man kan å ena sidan föreställa sig att studenter vistas mer i bostaden än yrkesarbetande och därför har större praktiska förutsättningar att ägna sig åt daglig fildelning. Å andra sidan är också en stor andel av de aktuella åldersgrupperna i Svenskarna och Internet just studenter. Och att andelen ”regelbundna användare” i åldersgruppen 19-25 år skulle vara dubbelt så stor i högskolevärlden som i för befolkningen generellt, är inte trovärdigt.

Mot bakgrund av senare års offentliga debatt om vad som är att betrakta som laglig fildelning eller inte, kan en naturlig reaktion vara att inför en främmande person per telefon inte avslöja att man t.ex. dagligen ägnar sig åt fildelning av bl. a. upphovsrättsskyddat material.

Bearbetning och presentation

Materialet i båda databaserna bearbetas statistikprogrammet SPSS, dock var för sig. Det betyder att alla angivna signifikansmått antingen avser InternetExplorers eller Svenskarna och Internet. Däremot saknas signifikansmått på de uppmätta skillnaderna mellan de båda undersökningarna.

Erfarenheterna från en tidigare undersökning av Internetanvändningen inom svenska universitet och högskolor 2003 pekar på fyra faktorer med betydelse för observerade variationer:⁷

- *Kön*, där män genomgående utnyttjar Internet i större utsträckning än kvinnor
- *Ålder*, där utnyttjandegraden är högst i yngre åldrar för att sedan successivt avta.
- *Ämnesområden*, där Internet används mer bland studenter inom samhälls-, natur- och datavetenskaper samt tekniska utbildningar, än inom humaniora, lärar- och medicin/vårdutbildningar.

⁵ De som svarat ”Flera gånger dagligen” respektive ”Dagligen”

⁶ De som svarat ”Någon/några gånger i veckan” respektive ”Någon/några gånger i månaden”

⁷ Selg, Håkan, Internet i den svenska högskolan våren 2003. Användarstudier inom SUNET. Rapport 2003-10-29. <http://basun.sunet.se/anvandare.pdf>

- *Fildelning*, där tunga fildelare genomgående utnyttjar Internet i större utsträckning och för mer kvalificerade ändamål än måttliga fildelare vilka i sin tur uppvisar mer avancerade användarmönster än dem som inte fildelar alls.

I den nu jämförande analysen kommer samma faktorer att användas, dock med undantag för Ämnesområden, då dessa saknar relevans i Svenskarna och Internet.

Svarsandelarna beräknas genom korstabulering. Som signifikansmått används chitvå-test (χ^2), eller där så är möjligt, Fishers exakta test⁸. Signifikansgränsen är satt vid $p < 0.050$. Det ska utläsas som att sannolikheten att de uppmätta skillnaderna mellan olika kategorier, t.ex. kvinnor och män, skulle vara felaktig, är mindre än 5 procent. För de fall $p \geq 0.050$ anges endast p-värdet, men inte svarsandelarna. Vidare anges antalet svar i urvalet som beräkningen är baserad på, t.ex. $n=1913$.

För en fråga, om veckovis Internetanvändning i timmar (InternetExplorers) eller minuter (Svenskarna och Internet) redovisas svaren som medelvärden. Här används ANOVA som signifikanstest. Förutom p-värdet anges även F-värdet som uttrycker förhållandet mellan variansen mellan grupperna (t.ex. kvinnor, män) och variansen inom respektive grupp. Ju högre F-värde desto större signifikans, nedre gräns brukar sättas till $F = 4,26$.

⁸ 2x2-tabeller

Tabellbilaga

Användningens omfattning

I båda undersökningarna ombeds respondenterna uppskatta den tid de använder för olika aktiviteter på Internet, på arbetet, i skolan, på universitetet/högskolan eller på annan plats. Utifrån dessa uppgifter har den totala Internettiden per användare beräknats. I tabellerna nedan anges den genomsnittliga tiden för dels samtliga användare, dels med uppdelning på kön och åldersgrupper.

Tabell 3: Användning av Internet under en normalvecka med fördelning på kvinnor och män. Medelvärde för antal timmar/vecka

Genomsnittlig Internettid (tim/vecka)		Kvinnor	Män	Summa	
Totalt (arbete, studier, privat)	Universiteten	16,6	22,4	18,9	
	Svenskarna	15,1	18,1	16,6	
		n	F-värde	p-värde	
		Universiteten	1913	98.250	0.000
		Svenskarna	1584	9.607	0.002

Vi kan konstatera att skillnaderna är relativt små, dvs. användarna inom universitets- och högskolevärlden spenderar totalt sett ned något mera tid på Internet än genomsnittet för svenska Internetanvändare, män fler timmar än kvinnor. Ser vi till de olika åldersgrupperna förklaras skillnaden främst genom den äldsta kategorin. Upp till 35 år ligger genomsnittssiffrorna för InternetExplorers till och med något under Svenskarna och Internet.

Tabell 4: Användning av Internet under en genomsnittlig vecka med fördelning på åldersgrupper. Medelvärde för antal timmar/vecka

Genomsnittlig Internettid (tim/vecka)		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	>55	Summa
Totalt (arbete, studier, privat)	Universiteten	20,9	18,3	17,0	15,8	14,2	14,1	18,9
	Svenskarna	21,9	19,9	18,4	15,6	14,6	11,8	16,6
		n	F-värde	p-värde				
		Universiteten	1913	8.292	0.000			
		Svenskarna	1584	47.59	0.000			

Den första och mycket intressanta slutsatsen är därför att utbildningsfaktorn inte längre tycks spela någon roll för omfattningen av Internetanvändningen, med undantag för åldersklassen 55 år och däröver.

Användning av Internet för kontakter

E-post

E-posten är en av de mest centrala funktionerna i Internetanvändningen och som utnyttjas frekvent av de allra flesta. Som framgår av tabellerna 5 och 6 handlar variationerna mellan män och kvinnor, respektive mellan InternetExplorers och Svenskarna och Internet, främst om användningen sker flera gånger dagligen eller ”bara” dagligen.

Tabell 5: Kontakter via e-post med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Flera gånger dagligen	Universiteten			40%
	Svenskarna	18%	24%	21%
Dagligen	Universiteten			35%
	Svenskarna	47%	41%	44%
Någon/några ggr/vecka	Universiteten			21%
	Svenskarna	23%	21%	22%
Mindre än en gång/vecka; Aldrig	Universiteten			4%
	Svenskarna	12%	14%	13%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%
		n	p-värde	
	Universiteten	1890	0.119	
	Svenskarna	1637	0.022	

E-postanvändningen bryter också det sedvanliga mönstret med fallande Internetanvändning med stigande ålder. I InternetExplorers tar sig detta ett tydligt uttryck i att det är åldersgruppen 56 -65 år som uppvisar den intensivaste användningen.

Tabell 6: Kontakter via e-post med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Flera gånger dagligen	Universiteten	32%	43%	49%	48%	63%	66%	40%
	Svenskarna	20%	23%	32%	25%	25%	16%	21%
Dagligen	Universiteten	38%	36%	34%	30%	23%	27%	35%
	Svenskarna	46%	52%	50%	49%	44%	44%	44%
Någon/några ggr/vecka	Universiteten	26%	17%	15%	16%	13%	8%	21%
	Svenskarna	23%	17%	13%	16%	19%	25%	22%
Mindre än en gång/vecka; Aldrig	Universiteten	5%	4%	2%	6%	1%	0%	4%
	Svenskarna	11%	7%	5%	10%	13%	15%	13%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
	Universiteten	1890	0.000					
	Svenskarna	1636	0.000					

Ett uttryck för samma sak är att den annars så pålitliga fildelningsfaktorn som indikator på omfattningen för övrig Internetanvändning helt saknar relevans för e-postanvändningen, se tabell 7.

Tabell 7: Kontakter via e-post med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Flera gånger dagligen	Universiteten	39%	41%	39%	40%	40%
	Svenskarna	4%	4%	4%	16%	13%
Dagligen	Universiteten	36%	37%	30%	35%	35%
	Svenskarna	19%	18%	19%	23%	22%
Någon/några ggr/vecka	Universiteten	17%	18%	28%	21%	21%
	Svenskarna	43%	45%	49%	43%	44%
Mindre än en gång/vecka; Aldrig	Universiteten	8%	3%	3%	4%	4%
	Svenskarna	34%	33%	27%	17%	21%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1890	0.001			
	Svenskarna	1621	0,000			

Instant messaging

I *instant messaging* ingår ICQ, MSN messenger och andra *on-line* protokoll som framför allt är populära bland ungdomar, det som också kallas att chatta.

I jämförelse med e-posten finns stora grupper Internetanvändare som står utanför den här typen av kommunikation. I InternetExplorers utgör denna grupp en tredjedel av samtliga, i Svenskarna och Internet rör det sig om två tredjedelar (tabell 8).

Tabell 8: Kontakter via *instant messaging* med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Flera gånger dagligen	Universiteten	25%	33%	28%
	Svenskarna			6%
Dagligen	Universiteten	21%	18%	20%
	Svenskarna			20%
Någon/några ggr/vecka	Universiteten	19%	17%	18%
	Svenskarna			11%
Mindre än en gång/vecka; Aldrig	Universiteten	36%	32%	34%
	Svenskarna			64%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna			100%
		n	p-värde	
	Universiteten	1847	0.000	
	Svenskarna	1637	0.230	

Generationsfaktorn framgår mycket tydligt av tabell 9. Upp till 30 utnyttjas *instant messaging* av den stora majoriteten, i gruppen 31-35 råder fifty-fifty, för att i åldrarna däröver falla dramatiskt. Skillnaderna mellan universitetsvärlden och övriga befolkningen är främst fråga om grad: Dagligen eller Flera gånger dagligen?

Tabell 9: Kontakter via *instant messaging* med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Flera gånger dagligen	Universiteten	39%	29%	16%	5%	3%	2%	28%
	Svenskarna	20%	9%	11%	2%	1%	0%	6%
Dagligen	Universiteten	24%	19%	14%	12%	12%	7%	20%
	Svenskarna	41%	39%	35%	13%	7%	6%	20%
Någon/några ggr/vecka	Universiteten	19%	22%	16%	18%	8%	5%	18%
	Svenskarna	20%	16%	10%	12%	9%	7%	11%
Mindre än en gång/vecka; Aldrig	Universiteten	19%	30%	54%	65%	76%	86%	34%
	Svenskarna	20%	36%	44%	73%	83%	87%	64%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
		Universiteten	1847	0.000				
		Svenskarna	1636	0.000				

Här finns åter ett starkt positivt samband mellan *instant messaging* och användning av fildelningstjänster, det gäller såväl inom högskolemiljön som bland svenska Internetanvändare i gemen (tabell 10).

Tabell 10: Kontakter via *instant messaging* med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Flera gånger dagligen	Universiteten	62%	38%	23%	13%	28%
	Svenskarna	25%	18%	8%	3%	6%
Dagligen	Universiteten	18%	22%	25%	16%	20%
	Svenskarna	43%	39%	25%	14%	20%
Någon/några ggr/vecka	Universiteten	11%	20%	18%	19%	18%
	Svenskarna	8%	18%	16%	9%	11%
Mindre än en gång/vecka; Aldrig	Universiteten	8%	20%	35%	51%	34%
	Svenskarna	25%	25%	50%	74%	64%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
		Universiteten	1847	0.000		
		Svenskarna	1621	0,000		

Situationen kan sammanfattas med att Internetpopulationen kan delas in i två kategorier, och med en åldersgräns vid ungefär 35 år: En som huvudsakligen utnyttjar e-posten, ”mejlgenerationen” och en kategori med *instant messaging* som favoritprotokoll, ”messengergenerationen”.

Söka och inhämta information

I avsnittet görs jämförelser mellan de båda undersökningarna för sökning av information från sex olika områden:

- Resor och inkvartering
- Hobby och specialintressen
- Kultur, litteratur och musik
- Politik och aktuella samhällsfrågor
- Myndigheters webbplatser
- Söka och kontrollera fakta

Frågeformuleringarna och svarsalternativen visar här stor överensstämmelse.

Resor och inkvartering

Två tredjedelar av användarna inom högskolevärlden utnyttjar Internet för att planera sina resor mot ca en tredjedel för Internetanvändare i allmänhet (tabell 11). Här märks inga skillnader mellan män och kvinnor.

Tabell 11: Söka information om resor och inkvartering med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Regelbundet	Universiteten			66%
	Svenskarna			36%
Sällan eller aldrig	Universiteten			34%
	Svenskarna			64%
Totalt	Universiteten			100%
	Svenskarna			100%
		n	p-värde	
	Universiteten	1896	0.591	
	Svenskarna	1636	0.244	

Den intressanta frågan är om skillnaderna beror på olika grad av Internetanvändning eller om det också återspeglar att människorna i högskolevärlden totalt sett reser mera än folk i allmänhet. Ser vi till det åldersrelaterade utfallet i tabell 12 kan vi misstänka det senare, eftersom de flitigaste användarna återfinns bland de äldre inom högskolevärlden.

Tabell 12: Söka information om resor och inkvartering med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Regelbundet	Universiteten	65%	68%	65%	66%	73%	75%	66%
	Svenskarna	36%	45%	42%	37%	37%	34%	36%
Sällan eller aldrig	Universiteten	35%	32%	35%	34%	27%	25%	34%
	Svenskarna	64%	55%	58%	63%	63%	66%	64%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
	Universiteten	1896	0.014					
	Svenskarna	1635	0.000					

Materialet påvisar inte några statistiska samband mellan reseplanering och fildelning (tabell 13).

Tabell 13: Söka information om resor och inkvartering med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Regelbundet	Universiteten					66%
	Svenskarna					36%
Sällan eller aldrig	Universiteten					34%
	Svenskarna					64%
Totalt	Universiteten					100%
	Svenskarna					100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1896	0.251			
	Svenskarna	1622	0.136			

Hobby och specialintressen

Skillnaderna mellan högskolevärlden och Internetanvändare i allmänhet är mindre ifråga om hobby och specialintressen. Ca 80 procent uppger daglig eller regelbunden användning enligt InternetExplorers mot 60 procent i Svenskarna och Internet. I båda undersökningarna finns ett mycket tydligt könsmonster där männen dominerar inom ”Dagligen” och kvinnorna inom ”Sällan eller aldrig”.

Tabell 14: Söka information om hobby och specialintressen med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Dagligen	Universiteten	17%	48%	30%
	Svenskarna	9%	26%	18%
Regelbundet	Universiteten	58%	44%	53%
	Svenskarna	40%	45%	42%
Sällan eller aldrig	Universiteten	24%	7%	17%
	Svenskarna	51%	29%	40%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%
		n	p-värde	
		Universiteten	1893	0.000
		Svenskarna	1638	0.000

I båda undersökningarna går det att spåra ett åldersmonster i form av avtagande Internetaktiviteter med stigande ålder.

Tabell 15: Söka information om hobby och specialintressen med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa	
Dagligen	Universiteten	35%	34%	27%	20%	11%	2%	30%	
	Svenskarna	25%	24%	23%	21%	18%	10%	18%	
Regelbundet	Universiteten	52%	53%	54%	52%	59%	52%	53%	
	Svenskarna	39%	52%	52%	46%	44%	40%	42%	
Sällan eller aldrig	Universiteten	13%	13%	18%	29%	30%	46%	17%	
	Svenskarna	36%	24%	25%	33%	38%	50%	40%	
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
		n	p-värde						
		Universiteten	1893	0.000					
		Svenskarna	1637	0.000					

Vi ser också ett mycket tydligt positivt samband mellan fildelning och hur aktiv man är på Internet i samband med sina hobbies.

Tabell 16: Söka information om hobby och specialintressen med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Dagligen	Universiteten	61%	38%	34%	15%	30%
	Svenskarna	53%	39%	20%	12%	18%
Regelbundet	Universiteten	32%	52%	57%	57%	53%
	Svenskarna	38%	42%	54%	41%	42%
Sällan eller aldrig	Universiteten	7%	9%	9%	28%	17%
	Svenskarna	9%	18%	26%	47%	40%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1893	0.000			
	Svenskarna	1624	0.000			

Kultur, litteratur, musik

Tabell 17 påvisar de hittills största olikheterna mellan de båda undersökningarna. Ca 90 procent av användarna inom högskolevärlden går dagligen eller regelbundet ut på Internet för att söka information om kultur, litteratur och musik mot endast 35 procent för svenska Internetanvändare i allmänhet. För användarna inom den akademiska världen överensstämmer totalsiffrorna ganska väl med utfallet för hobby och specialintressen. För svenskarna i allmänhet är däremot informationsökningen som är relaterad till hobby och specialintressen av betydligt större omfattning än för kultur, litteratur och musik. Det är därför troligt att siffrorna i tabell 17, inte bara återspeglar olika Internetvanor utan också olikheter i fråga om intresseinriktning.

Sett till svenska Internetanvändare finns också ett tydligare könsmönster, där männen är mera aktiva med att söka information på Internet än vad kvinnorna är. Inom högskolevärlden är den tendensen betydligt svagare.

Tabell 17: Söka information om kultur, litteratur och musik med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Dagligen	Universiteten	22%	34%	27%
	Svenskarna	3%	6%	4%
Regelbundet	Universiteten	64%	56%	61%
	Svenskarna	26%	35%	31%
Sällan eller aldrig	Universiteten	14%	10%	12%
	Svenskarna	71%	59%	65%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%
		n	p-värde	
	Universiteten	1894	0.000	
	Svenskarna	1639	0.000	

Motsatt förhållande går att observera för ålderfaktorn. Inom universitetsvärlden är man som mest aktiv upp till 30 år, därefter faller andelarna successivt med ett intressant undantag för gruppen 46-55 år. Någon förklaring går dock inte att utläsa ur statistiken. Bland svenska Internetanvändare i gemen märks en motsvarande men något svagare tendens förutom en tydlig nedgång för den äldsta gruppen (tabell 18).

Tabell 18: Söka information om kultur, litteratur och musik med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Dagligen	Universiteten	34%	28%	16%	15%	9%	13%	27%
	Svenskarna	5%	8%	5%	5%	3%	4%	4%
Regelbundet	Universiteten	59%	62%	66%	59%	79%	54%	61%
	Svenskarna	31%	40%	39%	33%	32%	23%	31%
Sällan eller aldrig	Universiteten	7%	10%	18%	27%	12%	33%	12%
	Svenskarna	65%	52%	56%	62%	65%	74%	65%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
	Universiteten	1894	0.000					
	Svenskarna	1638	0.000					

Däremot finns ett tydligt positivt samband mellan att söka information om kultur och fildelning, och som uppträder i båda undersökningarna.

Tabell 19: Söka information om kultur, litteratur och musik med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Dagligen	Universiteten	56%	34%	25%	14%	27%
	Svenskarna	15%	8%	7%	3%	4%
Regelbundet	Universiteten	42%	61%	67%	65%	61%
	Svenskarna	49%	49%	42%	25%	31%
Sällan eller aldrig	Universiteten	1%	5%	9%	21%	12%
	Svenskarna	36%	43%	51%	72%	65%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1894	0.000			
	Svenskarna	1625	0.000			

Politik och aktuella samhällsfrågor

Skillnaderna mellan de båda undersökningarna är ännu mer markerad för politik och samhällsfrågor. Nio av tio svenska Internetanvändare uppger att de sällan eller aldrig utnyttjar Internet för sådana ändamål (tabell 20). För respondenterna i InternetExplorers är andelarna nästan de omvända, och överensstämmer väl med utfallen för kultur och hobby/specialintressen.

Enligt båda undersökningarna är män mer aktiva än kvinnor.

Tabell 20: Söka information om politik och aktuella samhällsfrågor med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Dagligen	Universiteten	17%	48%	30%
	Svenskarna	1%	3%	2%
Regelbundet	Universiteten	58%	44%	53%
	Svenskarna	8%	15%	12%
Sällan eller aldrig	Universiteten	24%	7%	17%
	Svenskarna	91%	82%	86%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%
		n	p-värde	
		Universiteten	1893	0.000
		Svenskarna	1638	0.000

Yngre är mer aktiva med att söka information på nätet än äldre. En tydlig gräns går vid 35 år. Detta gäller också båda undersökningarna.

Tabell 21: Söka information om politik och aktuella samhällsfrågor med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa	
Dagligen	Universiteten	35%	34%	27%	20%	11%	2%	30%	
	Svenskarna	1%	4%	3%	2%	3%	1%	2%	
Regelbundet	Universiteten	52%	53%	54%	52%	59%	52%	53%	
	Svenskarna	20%	17%	19%	7%	6%	10%	12%	
Sällan eller aldrig	Universiteten	13%	13%	18%	29%	30%	46%	17%	
	Svenskarna	79%	79%	78%	91%	91%	89%	86%	
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
		n	p-värde						
		Universiteten	1893	0.000					
		Svenskarna	1638	0.000					

I båda undersökningarna – om än på olika nivåer – finns ett positivt samband mellan fildelning och att söka information om politiska frågor på nätet (tabell 22).

Tabell 22: Söka information om politik och aktuella samhällsfrågor med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Dagligen	Universiteten	61%	38%	34%	15%	30%
	Svenskarna	4%	5%	2%	2%	2%
Regelbundet	Universiteten	32%	52%	57%	57%	53%
	Svenskarna	26%	19%	22%	8%	12%
Sällan eller aldrig	Universiteten	7%	9%	9%	28%	17%
	Svenskarna	70%	76%	76%	90%	86%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1893	0.000			
	Svenskarna	1624	0.000			

Myndighetsinformation

80 procent av respondenterna till InternetExplorers uppger att de regelbundet söker myndighetsinformation på webben mot 22 procent av de som medverkat i Svenskarna och Internet. Gemensamt för båda undersökningarna är dock att signifikanta skillnader mellan män och kvinnor saknas (tabell 23).

Tabell 23: Söka information på myndigheters webbplatser med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Regelbundet	Universiteten			80%
	Svenskarna			22%
Sällan eller aldrig	Universiteten			20%
	Svenskarna			78%
Totalt	Universiteten			100%
	Svenskarna			100%
		n	p-värde	
	Universiteten	1893	0.573	
	Svenskarna	1639	0.061	

Inte heller går det att urskilja något åldersmönster i statistiken, om vi samtidigt gör antagandet att behovet/intresset av att ta del av myndighetsinformation för de allra flesta svenskar blir mer påkallat en bit in i tjugoårsåldern (tabell 24).

Tabell 24: Söka information på myndigheters webbplatser med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Regelbundet	Universiteten							80%
	Svenskarna	12%	28%	27%	27%	27%	17%	22%
Sällan eller aldrig	Universiteten							20%
	Svenskarna	88%	72%	73%	73%	73%	83%	78%
Totalt	Universiteten							100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
	Universiteten	1893	0.059					
	Svenskarna	1638	0.000					

Ett visst positivt samband mellan myndighetsinformation och fildelning går att urskilja i InternetExplorers, däremot inte i Svenskarna och Internet (tabell 25).

Tabell 25: Söka information på myndigheters webbplatser med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Regelbundet	Universiteten	89%	83%	79%	76%	80%
	Svenskarna					22%
Sällan eller aldrig	Universiteten	11%	17%	21%	24%	20%
	Svenskarna					78%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna					100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1893	0.000			
	Svenskarna	1625	0.591			

Söka och kontrollera fakta

Åter uppträder stora skillnader mellan användarna inom universitets- och högskolevärlden respektive svenska Internetanvändare i allmänhet, kanske inte oväntat med tanke på syftet med högre utbildning. Bland Internetanvändare i allmänhet är det mindre vanligt bland kvinnor än bland män att söka fakta på nätet. Inom högskolemiljön är könstendensen mycket svagare (tabell 26)

Tabell 26: Söka och kontrollera fakta med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Dagligen	Universiteten	35%	53%	42%
	Svenskarna	5%	9%	7%
Regelbundet	Universiteten	61%	45%	54%
	Svenskarna	40%	49%	45%
Sällan eller aldrig	Universiteten	5%	2%	3%
	Svenskarna	54%	41%	48%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%
		n	p-värde	
		Universiteten	1895	0.000
		Svenskarna	1634	0.000

Liknande iakttagelser kan göras vad gäller åldersfaktorn. För svenska Internetanvändare i allmänhet går en skiljelinje vid 35 år, för högskoleanvändarna saknas ett tydligt mönster (tabell 27)

Tabell 27: Söka och kontrollera fakta med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa	
Dagligen	Universiteten	42%	44%	46%	41%	35%	31%	42%	
	Svenskarna	9%	11%	12%	10%	6%	3%	7%	
Regelbundet	Universiteten	55%	54%	50%	51%	59%	62%	54%	
	Svenskarna	53%	58%	54%	43%	45%	30%	45%	
Sällan eller aldrig	Universiteten	2%	2%	4%	8%	6%	7%	3%	
	Svenskarna	38%	31%	34%	46%	49%	67%	48%	
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
		n	p-värde						
		Universiteten	1895	0.004					
		Svenskarna	1633	0.000					

Åter ser vi i båda undersökningarna ett starkt positivt samband mellan att söka fakta på nätet och fildelning (tabell 28).

Tabell 28: Söka och kontrollera fakta med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Dagligen	Universiteten	68%	46%	41%	33%	42%
	Svenskarna	32%	11%	16%	4%	7%
Regelbundet	Universiteten	32%	53%	58%	60%	54%
	Svenskarna	51%	69%	54%	39%	45%
Sällan eller aldrig	Universiteten	0%	1%	2%	7%	4%
	Svenskarna	17%	20%	30%	57%	48%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1895	0.000			
	Svenskarna	1622	0.000			

Diskussion

I tabell 29 sammanfattas utfallen av de statistiska jämförelserna med avseende på ett antal tendenser:

- Kön
- Ålder
- Generation
- Fildelning
- Skillnader i omfattning mellan undersökningarna

Tabell 29: Sammanställning av tendenserna för att söka och hämta information

Aktiviteter	Kön		Ålder		35-årsgräns		Fildelning		Skillnad i omfattning IE/SOI
	IE ⁹	SOI ¹⁰	IE	SOI	IE	SOI	IE	SOI	
Resor och inkvartering	Nej	Nej	Nej	Svag	Nej	Nej	Nej	Nej	Stor
Hobby och specialintressen	Svag	Tydlig	Tydlig	Tydlig	Ja	Ja	Ja	Ja	Måttlig
Kultur, litteratur och musik	Svag	Tydlig	Svag	Tydlig	Nej	Nej	Ja	Ja	Stor
Politik och aktuella samhällsfrågor	Svag	Tydlig	Tydlig	Tydlig	Ja	Ja	Ja	Ja	Stor
Myndigheters webbplatser	Nej	Nej	Nej	Svag	Nej	Nej	Ja	Nej	Stor
Söka eller kontrollera fakta	Svag	Tydlig	Svag	Tydlig	Nej	Ja	Ja	Ja	Stor

⁹ InternetExplorers

¹⁰ Svenskarna och Internet

Skillnaderna i omfattning

För de aktuella aktiviteterna kan vi konstatera stora skillnader i omfattningen av användningen mellan de båda undersökningarna. Det kanske också ligger i sakens natur. Mycket av verksamheten inom universitet och högskolor är inriktad mot kunskapsområden med direkt eller indirekt bäring mot kultur och samhällsfrågor. Det bör vara det viktigaste skälet till de olika utfallen på frågorna om kultur, politik, söka och kontrollera fakta, kanske också myndigheters webbplatser. Den stora skillnaden i att söka information om resor och inkvartering återspeglar troligen att studenter och forskare reser mera än svenskarna i allmänhet.

Betecknande är att skillnaden är som minst ifråga om hobby och fritidsintressen, dvs. den enda frågan utan koppling till högskolevärldens specifika situation. Det betyder att olikheterna i omfattningen i användningen för de aktuella frågorna inte behöver tas som intäkt för att Internetanvändningen nått olika långt, utan att skillnaderna mycket väl kan återspegla olikheter i de underliggande intresseinriktningarna.

Tendenser med avseende på kön

För två frågor – information om resor och inkvartering respektive myndigheters webbplatser – saknas enligt båda undersökningarna statistiskt signifikanta avvikelser mellan kvinnor och mäns användning av Internet. Materialet ger här en mycket tydlig signal till att det inte föreligger någon skillnad mellan kvinnors och mäns förmåga att utnyttja Internet för sådant de finner angeläget.

Däremot ser vi skillnader mellan kvinnor och män i till vad Internet används. Men dessa olikheter verkar vara mindre bland studenter och universitets- och högskoleanställda än bland svenska Internetanvändare i gemen. Det kan också finnas olikheter i användarmönster, på så sätt att männen i genomsnitt tenderar att oftare gå in och göra sökningar än vad kvinnor i genomsnitt gör.

Tendenser med avseende på ålder

För flertalet frågor noteras en ålderstendens, mer eller mindre tydlig, som innebär att andelen användare som utnyttjar Internet som sökverktyg, liksom frekvensen i utnyttjandet, minskar med stigande ålder. Även detta kan återspegla skillnader i underliggande intresseinriktning och behöver inte tolkas som att olikheter i spridningen av Internetanvändningen.

Någon ålderstendens går inte att upptäcka i universitets- och högskoleundersökningen för resor och inkvartering, respektive myndigheters webbplatser, men väl bland svenska Internetanvändare generellt, även om tendensen är svag. Detta är troligen ett tecken på att Internetpenetrationen ännu inte hunnit slå igenom generellt för Internetanvändarna i den övre medelåldern, och att spridningsprocessen här fortfarande pågår.

Generationstendenser

För två av frågorna går det att i båda undersökningarna upptäcka tydliga skillnader mellan mejlgenerationen och messengergenerationen. Vi kan se en mycket tydligare koppling mellan messengergenerationens hobbies och specialintressen och deras Internetanvändning än för mejlgenerationen. Samma gäller även Internetanvändning i samband med politik och samhällsfrågor.

Fildelningstendenser

Genomgående noteras positiva samband mellan omfattning och frekvens av Internetsökningar för de olika aktiviteterna, men med två viktiga undantag, nämligen för resor och inkvartering samt myndigheters webbplatser. Det här kan också ses som en förstärkt av generationsmarkör. För resor och myndighetsinformation håller mejlgenerationen ställningarna.

Ta del av medier på Internet

I avsnittet jämförs hur olika medier på Internet används:

- Ta del av nyheter
- Läsa tidningar och tidskrifter på nätet
- Läsa bloggar

Också för dessa frågor uppvisar formuleringarna och svarsalternativen stor överensstämmelse i de båda undersökningarna

Ta del av nyheter

Att ta del av nyheter på webben är en väl spridd aktivitet, med ca 90 procent (InternetExplorers) respektive ca 80 procent (Svenskarna och Internet) av respondenterna som rapporterar daglig eller regelbunden användning (tabell 30). Könsvariationerna är små.

Tabell 30: Ta del av nyheter med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Dagligen	Universiteten	49%	69%	57%
	Svenskarna	38%	53%	46%
Regelbundet	Universiteten	41%	27%	36%
	Svenskarna	36%	28%	32%
Sällan eller aldrig	Universiteten	10%	4%	8%
	Svenskarna	26%	19%	23%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%
		n	p-värde	
	Universiteten	1892	0.000	
	Svenskarna	1637	0.000	

Störst utbredning enligt båda undersökningarna uppvisar åldersgruppen 26-30 år, därefter avtar andelarna successivt med stigande ålder (tabell 31).

Tabell 31: Ta del av nyheter med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Dagligen	Universiteten	60%	65%	54%	48%	37%	38%	57%
	Svenskarna	44%	59%	63%	54%	44%	33%	46%
Regelbundet	Universiteten	35%	31%	34%	39%	45%	48%	36%
	Svenskarna	39%	32%	24%	29%	31%	38%	32%
Sällan eller aldrig	Universiteten	6%	4%	12%	13%	18%	13%	8%
	Svenskarna	17%	9%	13%	16%	25%	30%	23%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
	Universiteten	1892	0.000					
	Svenskarna	1636	0.000					

Båda undersökningarna visar också på ett tydligt positivt samband mellan att ta del av nyheter på nätet och fildelning (tabell 32)

Tabell 32: Ta del av nyheter med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Dagligen	Universiteten	73%	65%	65%	44%	57%
	Svenskarna	75%	69%	55%	39%	46%
Regelbundet	Universiteten	25%	31%	30%	44%	36%
	Svenskarna	17%	25%	34%	33%	32%
Sällan eller aldrig	Universiteten	2%	4%	5%	12%	8%
	Svenskarna	8%	7%	12%	28%	23%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
		Universiteten	1892	0.000		
		Svenskarna	1623	0.000		

Läsa tidningar och tidskrifter på nätet

För tidningar och tidskrifter på nätet ökar skillnaderna mellan undersökningarna. I högskolemiljön ligger andelarna på ungefär samma nivåer som för att ta del av nyheter, men är nu lägre för Internetanvändare i allmänhet (tabell 33). Fortfarande är olikheterna mellan könen små.

Tabell 33: Läsa tidningar och tidskrifter på nätet med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Dagligen	Universiteten	41%	58%	48%
	Svenskarna	30%	40%	35%
Regelbundet	Universiteten	39%	34%	37%
	Svenskarna	30%	28%	29%
Sällan eller aldrig	Universiteten	19%	8%	15%
	Svenskarna	40%	32%	36%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%
		n	p-värde	
		Universiteten	1892	0.000
		Svenskarna	1638	0.000

Samma åldersmönster som för att ta del av nyheter går igen, men är för tidningar och tidskrifter mera markerat (tabell 34).

Tabell 34: Läsa tidningar och tidskrifter på nätet med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	55-65	Summa
Dagligen	Universiteten	51%	57%	51%	37%	30%	22%	48%
	Svenskarna	25%	51%	49%	42%	33%	26%	35%
Regelbundet	Universiteten	37%	33%	32%	43%	45%	52%	37%
	Svenskarna	36%	33%	32%	28%	27%	33%	29%
Sällan eller aldrig	Universiteten	13%	11%	17%	21%	25%	27%	15%
	Svenskarna	39%	16%	19%	30%	40%	44%	36%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
		Universiteten	1892	0.000				
		Svenskarna	1637	0.000				

Tabell 35 påvisar ett positivt samband mellan att läsa tidningar och tidskrifter på nätet och att utnyttja fildelningstjänster.

Tabell 35: Läsa tidningar och tidskrifter på nätet med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Dagligen	Universiteten	64%	55%	58%	35%	48%
	Svenskarna	53%	53%	50%	29%	35%
Regelbundet	Universiteten	27%	37%	32%	43%	37%
	Svenskarna	34%	31%	29%	28%	29%
Sällan eller aldrig	Universiteten	9%	8%	10%	22%	15%
	Svenskarna	13%	16%	21%	43%	36%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
		Universiteten	1892	0.000		
		Svenskarna	1624	0.000		

Läsa bloggar

Bloggläsandet är generellt sett mindre utbrett än att ta del av nyheter eller att läsa tidningar och tidskrifter på nätet. Inom universitets- och högskolevärlden läses bloggar dagligen eller regelbundet av ca hälften (tabell 36). För Internetanvändare i gemen är andelen 20 procent. Något tydligt könsmonster går inte att upptäcka i någon av undersökningarna.

Tabell 36: Läsa bloggar med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Dagligen	Universiteten			14%
	Svenskarna	7%	4%	6%
Regelbundet	Universiteten			33%
	Svenskarna	16%	15%	15%
Sällan eller aldrig	Universiteten			53%
	Svenskarna	77%	81%	79%
Totalt	Universiteten			100%
	Svenskarna	100%	100%	100%
		n	p-värde	
	Universiteten	1888	0.092	
	Svenskarna	1638	0.017	

Bloggläsandet är mest utbrett i åldersgruppen 19-25 år, detta gäller för båda undersökningarna. Därefter faller andelarna successivt med stigande ålder.

Tabell 37: Läsa bloggar med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Dagligen	Universiteten	19%	15%	10%	1%	4%	1%	14%
	Svenskarna	17%	12%	6%	4%	2%	2%	6%
Regelbundet	Universiteten	38%	36%	29%	22%	19%	8%	33%
	Svenskarna	23%	20%	25%	12%	12%	8%	15%
Sällan eller aldrig	Universiteten	42%	48%	61%	77%	78%	91%	53%
	Svenskarna	61%	68%	69%	84%	87%	89%	79%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
	Universiteten	1888	0.000					
	Svenskarna	1637	0.000					

Även för bloggläsning går ett tydligt positivt samband med fildelning att iaktta.

Tabell 38: Läsa bloggar med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Dagligen	Universiteten	21%	17%	18%	9%	14%
	Svenskarna	11%	13%	11%	3%	6%
Regelbundet	Universiteten	45%	37%	35%	26%	33%
	Svenskarna	28%	26%	20%	12%	15%
Sällan eller aldrig	Universiteten	34%	46%	47%	64%	53%
	Svenskarna	60%	60%	69%	84%	79%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1888	0.000			
	Svenskarna	1624	0.000			

Diskussion

På samma sätt som i föregående avsnitt sammanfattas i tabell 39 utfallen av de statistiska jämförelserna med avseende på ett antal tendenser:

- Kön
- Ålder
- Generation
- Fildelning
- Skillnader i omfattning mellan undersökningarna

Tabell 39: Sammanställning av tendenserna för att ta del av medier på Internet

Aktiviteter	Kön		Ålder		35-årsgräns		Fildelning		Skillnad i omfattning IE/SOI
	IE ¹¹	SOI ¹²	IE	SOI	IE	SOI	IE	SOI	
Ta del av nyheter	Svag	Svag	Svag	Tydlig	Nej	Nej	Ja	Ja	Liten
Läsa tidningar och tidskrifter	Svag	Svag	Tydlig	Tydlig	Nej	Ja	Ja	Ja	Måttlig
Läsa bloggar	Nej	Svag ^a	Tydlig	Tydlig	Ja	Ja	Ja	Ja	Stor

^aKvinnor mer aktiva än män

¹¹ InternetExplorers

¹² Svenskarna och Internet

Skillnaderna i omfattning

Skillnader i omfattningen av mediekonsumtionen på nätet mellan de båda undersökningarna är betydligt mindre än för informationssökning. När det gäller att ta del av nyheter är denna skillnad obetydlig, lite större för läsning av tidningar och tidskrifter. Utfallet ligger i linje med situationen för traditionella medier. Detta pekar mot att spridningen av Internetanvändningen nått ett relativt moget stadium.

Den stora skillnaden ligger i läsning av bloggar. Hur kan det förklaras?

Ser vi till huvudkategorier av bloggar finns sådana som handlar om ett visst tema. Det kan vara politik och samhällsfrågor, t.ex. om upphovsrätten eller ”övervakningssamhället”. Det kan också handla om lagsporter, t.ex. ett visst fotbollslag, eller något annat fritidsintresse såsom trädgårdsodling.

En annan huvudkategori brukar betecknas sociala bloggar, där dagböcker på nätet är en vanlig form.

Det skulle i så fall betyda att bloggläsningen i det ena fallet blir ett komplement till att ”söka information om politik och samhällsfrågor”, och att ett sådan intresse kan vara vanliga bland studenter än bland svenskarna i allmänhet. En annan förklaring tar sikte på den bloggans sociala funktion, och att läsning av andras bloggar i kombination med eget bloggande kan vara vanligare bland studenter och den speciella miljön kring studentlivet.

Tendenser med avseende på kön

Könsdimensionen för mediekonsumtionen på nätet blir riktigt intressant. För att ta del av nyheter och att läsa tidningar och tidskrifter visar båda undersökningarna på en svag manlig övervikt. Beträffande bloggläsning vänds detta till sin motsats: I Svenskarna och Internet märks en viss kvinnlig övervikt medan det i InternetExplorers inte går att påvisa statistiskt signifikanta skillnader mellan kvinnor och män.

Tendenser med avseende på ålder

För flertalet frågor noteras en tydlig ålderstendens som innebär att andelen som utnyttjar Internet för att ta del av media, liksom frekvensen i utnyttjandet, minskar med stigande ålder. Med undantag för att ta del av nyheter är tendensen densamma i båda undersökningarna. Detta stärker uppfattningen att mönstret bottnar i olika underliggande medievanor och inte i olikheter i spridningen av Internetanvändningen.

Generationstendenser

För att ta del av nyheter går det inte i någon av undersökningarna att upptäcka tydliga skillnader mellan mejlgenerationen och messengergenerationen. Bilden är splittrad vad gäller att läsa tidningar och tidskrifter, i Svenskarna och Internet märks en klar sådan tendens men inte i InternetExplorers. Mycket tydlig i båda undersökningarna framstår generationseffekten när vi ser till bloggläsningen. Bloggen är hittills inte ett medium för mejlgenerationen.

Fildelningstendenser

Genomgående noteras positiva samband mellan fildelning och omfattning och frekvens av Internetsökningar för de olika medieaktiviteterna.

Köpa/boka och betala varor och tjänster

I avsnittet görs jämförelser mellan de båda undersökningarna med avseende på att utträta olika slags ärenden på Internet:

- Köpa varor
- Boka i samband med resor och inkvartering
- Utföra bankärenden

Också för dessa frågor uppvisar formuleringarna och svarsalternativen stor överensstämmelse i de båda undersökningarna.

Köpa varor

Två av tre personer inom högskolevärlden köper regelbundet varor på nätet mot endast en av fem svenskar i genomsnitt. Det är vanligare bland män än kvinnor, men tendensen är mindre tydlig inom högskolan (tabell 39).

Tabell 40: Köpa varor med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Regelbundet	Universiteten	63%	73%	67%
	Svenskarna	15%	22%	18%
Sällan eller aldrig	Universiteten	37%	27%	33%
	Svenskarna	85%	78%	82%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%
		n	p-värde	
	Universiteten	1898	0.000	
	Svenskarna	1627	0.003	

Åldersmönstret är förhållandevis likartat mellan de båda undersökningarna. I åldergrupperna 19-25, 26-30 och 31-35, ligger andelarna praktiskt taget på konstant nivå för att därefter successivt minska med stigande ålder (tabell 40).

Tabell 41: Köpa varor med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Regelbundet	Universiteten	70%	69%	67%	62%	57%	34%	67%
	Svenskarna	29%	30%	29%	21%	19%	8%	18%
Sällan eller aldrig	Universiteten	30%	31%	33%	38%	43%	66%	33%
	Svenskarna	71%	70%	71%	79%	81%	92%	82%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
	Universiteten	1898	0.000					
	Svenskarna	1626	0.000					

I båda undersökningarna märks ett positivt samband mellan att köpa varor på nätet och fildelning.

Tabell 42: Köpa varor med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Regelbundet	Universiteten	89%	75%	66%	56%	67%
	Svenskarna	47%	36%	35%	11%	18%
Sällan eller aldrig	Universiteten	11%	25%	34%	44%	33%
	Svenskarna	53%	64%	65%	89%	82%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1898	0.000			
	Svenskarna	1616	0.000			

Boka resor och inkvartering

Åter redovisas relativt stora skillnader mellan undersökningarna. 49 procent av högskolevärlden bokar regelbundet resor och inkvartering i jämförelse med 20 procent av Internetanvändare i allmänhet. Däremot märks inte några tydliga olikheter mellan män och kvinnor (tabell 42).

Tabell 43: Boka resor och inkvartering med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Regelbundet	Universiteten			49%
	Svenskarna	19%	21%	20%
Sällan eller aldrig	Universiteten			51%
	Svenskarna	81%	79%	80%
Totalt	Universiteten			100%
	Svenskarna	100%	100%	100%
		n	p-värde	
	Universiteten	1896	0.095	
	Svenskarna	1635	0.001	

Inte heller uppvisar högskolestudien några signifikanta skillnader mellan de olika åldersgrupperna (tabell 43). Bland svenska Internetanvändare i genomsnitt präglas tendensen av stabilitet över åldersgrupperna, förutom kategorin 55 år och däröver.

Tabell 44: Boka resor och inkvartering med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Regelbundet	Universiteten							49%
	Svenskarna	23%	29%	28%	18%	22%	16%	20%
Sällan eller aldrig	Universiteten							51%
	Svenskarna	77%	71%	72%	82%	78%	84%	80%
Totalt	Universiteten							100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
	Universiteten	1896	0.057					
	Svenskarna	1634	0.000					

Det går inte att upptäcka något tydligt samband mellan fildelning och att boka resor och inkvartering på nätet (tabell 44).

Tabell 45: Boka resor och inkvartering med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Regelbundet	Universiteten					49%
	Svenskarna	19%	34%	25%	16%	19%
Sällan eller aldrig	Universiteten					51%
	Svenskarna	81%	66%	75%	84%	81%
Totalt	Universiteten					100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1896	0.667			
	Svenskarna	1624	0.000			

Utföra bankärenden

Den övervägande majoriteten av Internetanvändarna använder nätet för att utföra bank- och betalningsärenden, 92 procent i högskolevärlden, och 75 procent av svenska Internetanvändare i genomsnitt (tabell 46). Skillnaderna mellan män och kvinnor är här mycket små.

Tabell 46: Utföra bankärenden med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Regelbundet	Universiteten	91%	94%	92%
	Svenskarna	72%	77%	75%
Sällan eller aldrig	Universiteten	9%	6%	8%
	Svenskarna	28%	23%	25%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%
		n	p-värde	
		Universiteten	1898	0.005
		Svenskarna	1636	0.026

Störst utbredning återfinns i åldersgruppen 26-30 år med ca 95 procent i båda undersökningarna (tabell 47). Utvecklingen är parallell upp till och med 36-45 år, därefter sker en viss nedgång som är något kraftigare bland svenska Internetanvändare i gemen.

Tabell 47: Utföra bankärenden med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa	
Regelbundet	Universiteten	94%	96%	94%	84%	84%	77%	92%	
	Svenskarna	74%	95%	92%	86%	76%	71%	75%	
Sällan eller aldrig	Universiteten	6%	4%	6%	16%	16%	23%	8%	
	Svenskarna	26%	5%	8%	14%	24%	29%	25%	
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
		n	p-värde						
		Universiteten	1898	0.000					
		Svenskarna	1635	0.000					

En visst positivt samband mellan fildelning och bankärenden kan observeras.

Tabell 48: Utföra bankärenden med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Regelbundet	Universiteten	99%	98%	95%	86%	92%
	Svenskarna	89%	85%	88%	70%	75%
Sällan eller aldrig	Universiteten	1%	2%	5%	14%	8%
	Svenskarna	11%	15%	12%	30%	25%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1898	0.000			
	Svenskarna	1624	0.000			

Diskussion

På samma sätt som i föregående avsnitt sammanfattas i tabell 49 utfallen av de statistiska jämförelserna med avseende på ett antal tendenser:

- Kön
- Ålder
- Generation
- Fildelning
- Skillnader i omfattning mellan undersökningarna

Tabell 49: Sammanställning av tendenserna för att köpa/boka eller betala varor och tjänster

Aktiviteter	Kön		Ålder		35-årsgräns		Fildelning		Skillnad i omfattning IE/SOI
	IE ¹³	SOI ¹⁴	IE	SOI	IE	SOI	IE	SOI	
Köpa varor	Svag	Tydlig	Tydlig	Tydlig	Nej	Ja	Ja	Ja	Stor
Boka resor och inkvartering	Nej	Nej	Nej	Svag	Nej	Ja	Nej	Nej	Måttlig
Utföra bankärenden	Svag	Svag	Svag	Svag	Nej	Nej	Ja	Ja	Måttlig

Skillnaderna i omfattning

Att uträtta ärenden på nätet är något som en stor majoritet av Internetanvändarna ägnar sig åt. Detta styrks av båda undersökningarna. Men ska inte låta lura sig av den stora skillnaden i tabellen för köp av varor. Bakom denna ligger med största sannolikhet köpen av böcker, inte minst fack- och kurslitteratur, som av naturliga skäl är frekvent återkommande inom universitets- och

¹³ InternetExplorers

¹⁴ Svenskarna och Internet

högskolevärlden. Att boka resor och att betala räkningar tillhör de mest spridda aktiviteterna på nätet.

Tendenser med avseende på kön

För köp av varor märks en viss övervikt bland män, tydligare bland svenska Internetanvändare i genomsnitt än inom universitets- och högskolevärlden. En liten manlig övervikt – på gränsen till försumbar enligt båda undersökningarna – kan också noteras för bankärenden. Däremot märks inga statistiskt signifikanta skillnader mellan könen när det gäller att boka resor och inkvartering.

Tendenser med avseende på ålder

I högskolestudien märks ingen ålderstendens för bokning av resor, men det utgör också undantaget. I övrigt noteras en minskning med stigande ålder, svagt för bankärenden, mera tydligt för köp på nätet.

Generationstendenser

Indikationerna på generationskillnader är motsägelsefulla, kanske inte så förvånande mot bakgrund av aktiviteternas breda spridning. Skillnader mellan messenger- och mejlgenerationerna går att iaktta i Svenskarna och Internet men inte i InternetExplorers. För att utföra bankärenden märks ingen tendens alls.

Fildelningstendenser

Inga positiva samband mellan fildelning och bokning av resor kan observeras, däremot för köp av varor och bankärenden.

Medverka i nätgemenskaper

Medlemskap i nätgemenskaper/communities

I högskolevärlden är det ungefär dubbelt så vanligt att vara medlem i en nätgemenskap (59%) som genomsnittet för svenska Internetanvändare (27%). Kvinnor och män uppvisar i stort sett samma andelar (tabell 50).

Tabell 50: Medlem i en eller flera nätgemenskaper med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Medlem i en eller flera	Universiteten	57%	62%	59%
	Svenskarna			27%
Ej medlem	Universiteten	43%	38%	41%
	Svenskarna			73%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna			100%
		n	p-värde	
		Universiteten	1913	0.001
		Svenskarna	1632	0.133

Det finns en mycket stark åldersfaktor. Bland ungdomar upp till och med gruppen 26-30 år är en majoritet medlemmar. Andelarna inom högskolevärlden är högre än genomsnittet. Därefter faller andelarna successivt med stigande ålder. Det intressanta är att det från åldersgruppen 31-35 år och uppåt är praktiskt taget identiska andelar för de båda undersökningarna (tabell 51).

Tabell 51: Medlem i en eller flera nätgemenskaper med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa	
Medlem i en eller flera	Universiteten	76%	66%	40%	24%	11%	3%	59%	
	Svenskarna	64%	57%	40%	21%	9%	7%	27%	
Ej medlem	Universiteten	24%	34%	60%	76%	89%	97%	41%	
	Svenskarna	36%	43%	60%	79%	91%	93%	73%	
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
		n	p-värde						
		Universiteten	1913	0.000					
		Svenskarna	1631	0.000					

Det finns ett starkt positivt samband mellan medlemskap och fildelning enligt båda undersökningarna (tabell 52).

Tabell 52: Medlem i en eller flera nätgemenskaper med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Medlem i en eller flera	Universiteten	82%	82%	61%	37%	59%
	Svenskarna	70%	61%	41%	17%	27%
Ej medlem	Universiteten	18%	18%	39%	63%	41%
	Svenskarna	30%	39%	59%	83%	73%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1907	0.000			
	Svenskarna	1623	0.000			

Besöksfrekvens

Högskolemiljön utmärks av en intensivare besöksmönster än för genomsnittet (tabell 53). Däremot märks inte några skillnader mellan kvinnor och män.

Tabell 53: Besöksfrekvens för nätgemenskaper med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Flera gånger dagligen	Universiteten			24%
	Svenskarna			4%
Dagligen	Universiteten			43%
	Svenskarna			33%
Någon/några gånger i veckan	Universiteten			28%
	Svenskarna			37%
Mer sällan än en gång i veckan; Aldrig	Universiteten			5%
	Svenskarna			25%
Totalt	Universiteten			100%
	Svenskarna			100%
		n	p-värde	
	Universiteten	1060	0.133	
	Svenskarna	464	0.251	

Det finns åter ett tydligt åldersmönster: Besöksfrekvensen faller med stigande ålder (tabell 54).

Tabell 54: Besöksfrekvens för nätgemenskaper med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Flera gånger dagligen	Universiteten	25%	22%	27%	17%	0%	0%	24%
	Svenskarna	6%	2%	7%	1%	6%	5%	4%
Dagligen	Universiteten	46%	43%	33%	18%	29%	0%	43%
	Svenskarna	40%	26%	31%	39%	22%	0%	33%
Någon/några gånger i veckan	Universiteten	25%	32%	33%	47%	54%	0%	28%
	Svenskarna	40%	49%	37%	30%	38%	24%	37%
Mer sällan än en gång i veckan; Aldrig	Universiteten	4%	4%	7%	18%	18%	100%	5%
	Svenskarna	15%	23%	24%	29%	34%	71%	25%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
		Universiteten	1060	0.000				
		Svenskarna	463	0.000				

I InternetExplorers finns ett positivt samband mellan besöksfrekvens och fildelning vilket saknas i Svenskarna och Internet (tabell 55).

Tabell 55: Besöksfrekvens för nätgemenskaper med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Flera gånger dagligen	Universiteten	32%	24%	26%	16%	24%
	Svenskarna					4%
Dagligen	Universiteten	48%	44%	38%	42%	43%
	Svenskarna					33%
Någon/några gånger i veckan	Universiteten	18%	29%	29%	34%	28%
	Svenskarna					37%
Mer sällan än en gång i veckan; Aldrig	Universiteten	2%	3%	7%	8%	5%
	Svenskarna					25%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna					100%
		n	p-värde			
		Universiteten	1060	0.000		
		Svenskarna	450	0.124		

Bidrag med eget material till nätgemenskaper

En stor majoritet av medlemmarna bidrar med eget material. Det gäller såväl för InternetExplorers (87%) som Svenskarna och Internet (82%). En större grupp i Svenskarna och Internet (37%) än i InternetExplorers (22%) bidrar ofta. Bland de flitigaste bidragslämnarna uppvisar dessutom kvinnorna en högre andel i InternetExplorers, medan signifikanta skillnader mellan kvinnor och män saknas i Svenskarna och Internet.

Tabell 56: Bidrag med eget material till nätgemenskaper med fördelning på kvinnor och män. Andel i procent

Frekvens		Kvinnor	Män	Summa
Bidrar ofta	Universiteten	24%	19%	22%
	Svenskarna			37%
Bidrar ibland	Universiteten	64%	67%	65%
	Svenskarna			45%
Bidrar aldrig	Universiteten	11%	14%	13%
	Svenskarna			18%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%
	Svenskarna			100%
		n	p-värde	
	Universiteten	1060	0.006	
	Svenskarna	462	0.334	

Mest utbredd är bidragen med eget material i de yngsta åldersgrupperna, därefter faller andelarna successivt (tabell 57).

Tabell 57: Bidrag med eget material till nätgemenskaper med fördelning på åldersgrupper. Andel i procent

Frekvens		19-25	26-30	31-35	36-45	46-55	56-65	Summa
Bidrar ofta	Universiteten	25%	17%	19%	10%	0%	0%	22%
	Svenskarna	44%	30%	36%	35%	26%	14%	37%
Bidrar ibland	Universiteten	66%	67%	59%	61%	60%	0%	65%
	Svenskarna	44%	66%	43%	41%	39%	52%	45%
Bidrar aldrig	Universiteten	9%	16%	22%	29%	40%	100%	13%
	Svenskarna	13%	4%	21%	25%	35%	33%	18%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
		n	p-värde					
	Universiteten	1060	0.000					
	Svenskarna	461	0.000					

Det finns också ett visst positivt samband mellan att bidra med eget material och fildelning (tabell 58).

Tabell 58: Bidrag med eget material till nätgemenskaper med fördelning på fildelarkategorier. Andel i procent

		Tunga fildelare	Måttliga fildelare	F.d. fildelare	Ej fildelare	Summa
Bidrar ofta	Universiteten	30%	24%	22%	14%	22%
	Svenskarna	49%	44%	32%	34%	37%
Bidrar ibland	Universiteten	59%	67%	62%	69%	65%
	Svenskarna	41%	45%	57%	44%	45%
Bidrar aldrig	Universiteten	11%	10%	16%	16%	13%
	Svenskarna	11%	11%	12%	22%	18%
Totalt	Universiteten	100%	100%	100%	100%	100%
	Svenskarna					100%
		n	p-värde			
	Universiteten	1060	0.000			
	Svenskarna	461	0.017			

Diskussion

På samma sätt som i föregående avsnitt sammanfattas i tabell 59 utfallen av de statistiska jämförelserna med avseende på ett antal tendenser:

- Kön
- Ålder
- Generation
- Fildelning
- Skillnader i omfattning mellan undersökningarna

Tabell 59: Sammanställning av tendenserna för att köpa/boka eller betala varor och tjänster

Aktiviteter	Kön		Ålder		35-årsgräns		Fildelning		Skillnad i omfattning IE/SOI
	IE ¹⁵	SOI ¹⁶	IE	SOI	IE	SOI	IE	SOI	
Medlemskap i nätgemenskaper	Svag	Nej	Tydlig	Tydlig	Ja	Ja	Ja	Ja	Stor
Besöksfrekvens	Nej	Nej	Tydlig	Tydlig	Ja	Ja	Ja	Nej	Måttlig
Bidrag med eget material	Svag ^a	Nej	Tydlig	Tydlig	Ja	Ja	Ja	Ja	Liten

^aKvinnor mer aktiva än män

¹⁵ InternetExplorers

¹⁶ Svenskarna och Internet

Skillnaderna i omfattning

De båda undersökningarna uppvisar stora likheter vad gäller tendenserna för medlemskap i nätgemenskaper. Ändå pekar slutresultatet på en mycket stor skillnad i utbredningen av medlemskap i nätgemenskaper mellan högskolestudien och svenska Internetanvändare i allmänhet. Förklaringen är enkel: InternetExplorers har sin tyngdpunkt i messengergenerationen medan Svenskarna och Internet ligger tyngst i mejlgenerationen.

Ser vi till besöksfrekvensen – dvs. hur ofta man som medlem är inne på sin nätgemenskap – märks en tydlig skillnad i intensiteten. I högskolestudien uppger två tredjedelar av medlemmarna dagliga besök, i Svenskarna och Internet är andelen ”bara” en tredjedel.

Vad gäller att bidra med eget material – text, bilder, musik – är skillnaderna mellan undersökningarna mycket små.

Tendenser med avseende på kön

Genomgående märks inga eller mycket små skillnader mellan män och kvinnor. I InternetExplorers råder en liten övervikt för män ifråga om medlemskap, medan samtidigt kvinnorna är något mera aktiva när det gäller att ladda upp eget material. I Svenskarna och Internet saknas helt signifikanta skillnader mellan kvinnor och män.

Tendenser med avseende på ålder

Åter märks en tydlig ålderstendens i båda undersökningarna. Med stigande ålder 1) minskar andelen medlemmar, 2) avtar besöksfrekvensen, och 3) hur ofta man bidrar med eget material.

Generationstendenser

Som redan nämnts finns en markerad generationsfaktor ifråga om medlemskap. Samma effekt går att iaktta även för besöksfrekvenser och bidrag med eget material.

Fildelningstendenser

Genomgående råder positiva samband mellan aktiviteterna i anslutning till nätgemenskaper och fildelning. Det finns dock ett undantag: besöksfrekvenserna i Svenskarna och Internet uppvisar ingen relation med fildelning.