

# DIGITALA ÄR VI ALLIHOPA?

ANDERS CARLANDER, ULRIKA ANDERSSON OCH  
MARCUS WEISSENBILDER

I många kulturer samlas människor kring olika typer av ringlekar eller ringdans. I Sverige förekommer ringdans kanske främst vid jul, runt julgranen, eller midsommar, runt midsommarstången. Ringdanser verkar vara en aktivitet för gemenskap kring ett tematisk innehåller eller symbol. Tematiken för den här boken är digitalisering, vi väljer därför att – som så många andra gjort före oss – parafrasera sången ”Morsgrisar är vi allihopa” till boktiteln *Digitala är vi allihopa?* Titeln gör anspråk på att undersöka olika sociala aspekter av digitalisering. Centralt för SOM-institutet är att belysa samhället utifrån frågor som inkludering och frågan vi implicit ställer oss är hur attityder och beteenden i relation till digitalisering eventuellt skiljer sig åt mellan olika sociala grupper. I den här boken gör vi det genom analyser av den västsvenska SOM-undersökningen 2019.

Vi tittar som vanligt i backspegeln när vi fortsatt kör på den sällan kartlagda vägen framåt, men det kan inte understrykas nog att 2020 har kvaliteter som gör att det här årets händelser skrivs rakt in i historieböckerna. Årets tveklöst största händelse som har överskuggat det mesta är utbrottet av coronaviruset SARS-Cov-2 som ger upphov till infektionssjukdomen Covid-19. Den 11 mars deklarerade världshälsoorganisationen WHO att Covid-19 klassas som en pandemi (WHO, 2020). Hälsokrisen av coronapandemin spred sig mycket snabbt till världsekonomin och det stod klart att vi nu också var i början av nästa ekonomiska kris. Det index som mäter aktiemarknadernas förväntningar på framtida risk (VIX (FRED, 2020), även kallat ”skräckindex”) nådde en ny toppnotering och slog därmed det förra rekordet från finanskrisen 2008. Finanspolitiken, med USAs centralbank Federal Reserve i spetsen, svarade genom att avisera stödprogram och åtgärder av astronomiska mått i princip utan några som helst begränsningar så länge som det krävs (Federal Reserve, 2020).

En annan historisk händelse är förstås presidentvalet i USA. Valkampanjen 2020 var präglad av hetsigare debatter och ett skarpare tonläge än vad som syns i USA på mycket länge. För många i USA, både demokrater och republikaner, var en förlust ett absolut skräckscenario (Time, 2020). Coronapandemin spelade visserligen en stor roll under valet, men även frågor om ekonomi, sociala problem och nya politiska rörelser till både höger och vänster om de traditionella partierna fick stort utrymme. Valet, som slutade med en vinst för Joe Biden, präglades även av mer konstitutionella frågor om demokrati, det amerikanska valsystemet och rösträknande. Ingen av dessa tidigare nämnda frågor lär försvinna inom de

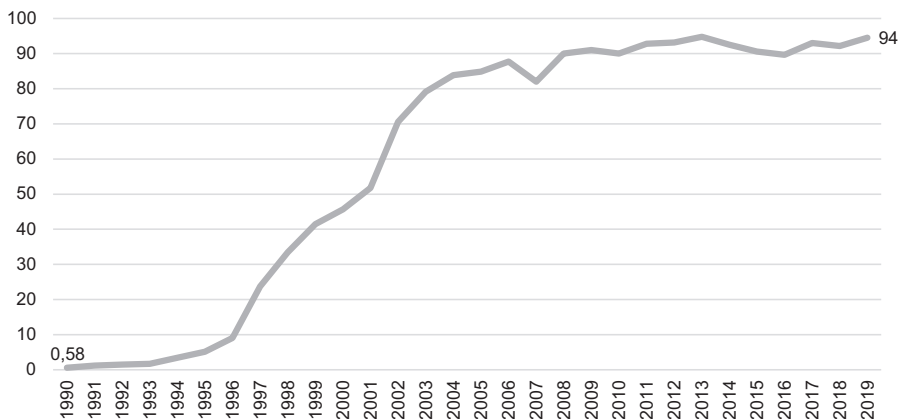
närmsta åren. Inte minst ifrågasättandet av de demokratiska processerna verkar ha fått fäste i debatten i USA.

Noterbart är då förstås att de data som används i denna bok samlade in innan samtliga av ovan händelser. Läsaren bör ha med sig att mycket kan ha förändras i svenskarnas opinion sedan hösten 2019. De frågor som behandlas i denna bok, om internet och digitalisering, har nog snarast blivit mer relevanta sedan 2019 och de analyser som genomförts i boken är goda utgångspunkter för hur dessa frågor kan förstås.

## Västsvenskarna och internet

Tillgång till internet är en slags kärnfråga när det kommer till digitalisering. Enligt Internetstiftelsen har cirka 98 procent av hushållen i Sverige tillgång till internet och omkring 95 procent av befolkningen använder internet någorlunda regelbundet (Internetstiftelsen, 2019). Internetanvändningen i Sverige har ökat stadigt de senaste 20 åren enligt Världsbanken (Världsbanken, 2019) och har under de senaste tio åren stabiliserats till strax över 90 procent av populationen (figur 1).

**Figur 1** *Individer som använder internet i Sverige 1990–2019 (procent av populationen)*



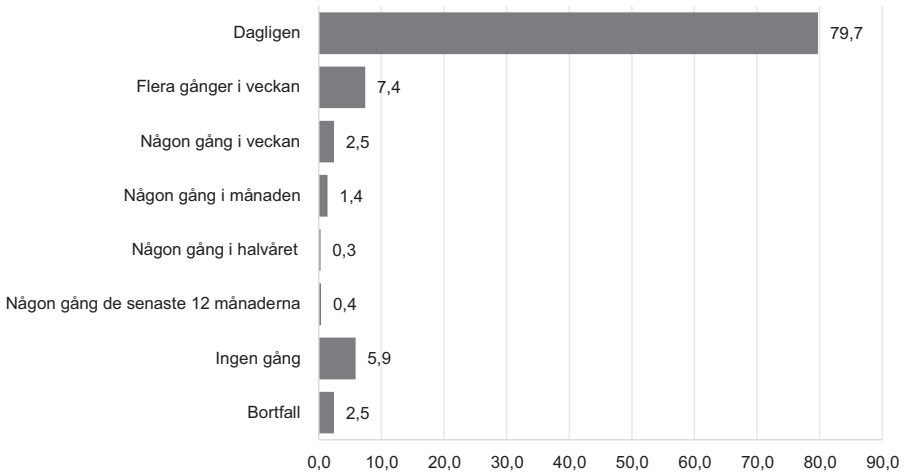
**Kommentar:** Individer som använder internet i Sverige (andel av populationen).

**Källa:** Världsbanken [International Telecommunication Union (ITU) World Telecommunication/ICT Indicators Database].

Tittar vi närmare på vad västsvenskarna rapporterar när det gäller internetanvändning ser vi ett liknande resultat, där endast sex procent uppger att de inte har använt internet någon gång under de senaste 12 månaderna (figur 2). Omkring

80 procent anger att de använder internet så gott som dagligen. Vidare är det en absolut majoritet som verkar vara nöjda med hur internet fungerar hemma då omkring 85 procent svarade ganska eller mycket bra.

**Figur 2 Internetanvändning de senaste 12 månaderna, Västra Götaland 2019 (procent)**



**Kommentar:** Frågan lyder 'Hur ofta har du under de senaste 12 månaderna använt internet?' Svarsskalan framgår av figuren. Totalt antal svarande är 2 823.

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2019.

Den västsvenska SOM-undersökningen 2019 inkluderade även en fråga om hur många timmar om dagen som spenderas på internet på arbetet/i skolan eller motsvarande samt på fritiden. Resultaten indikerar att de flesta spenderar mellan 0–2 timmar både på arbetet och på fritiden men att det finns en viss övervikt till förmån för fritidssurfandet där många verkar spendera fler aktiva timmar på internet jämfört med på arbete eller i skolan (tabell 1). Den övergripande bilden är att folk i allmänhet inte verkar spendera så mycket tid online som många kanske tror. Det är emellertid inte helt självklart hur tolkningen av hur aktiv någon är på internet ska göras. Det finns sannolikt ett visst tolkningsutrymme i den här frågan.

En annan relevant aspekt av digitalisering och internet är hur det sociala succesivt flyttat till olika tekniska plattformar. Vi tänker på sociala nätverk, communitys, eller sociala medier där plattformar medger följare eller vänner online – i kontrast till vänner ”IRL” (In Real Life) eller ”AFK” (Away From Keyboard). I den västsvenska SOM-undersökningen 2019 ställde vi därför en fråga om hur stort det sociala nätverket är när det gäller vänner ”i riktiga livet” men även vänner online.

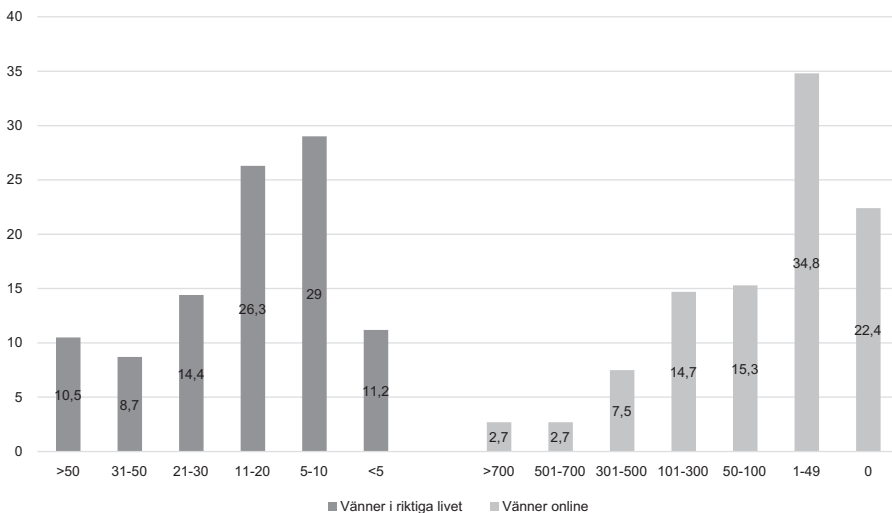
**Tabell 1 Antal timmar aktivitet på internet per dag, Västra Götaland 2019 (procent)**

Arbete/skola	Fritid							Total
	0–2	2–4	4–6	6–8	8–10	10–12	Fler än 12	
0–2	30,72	16,42	5,68	1,58	0,84	0,26	0,31	55,81
2–4	5,85	8,71	2,77	0,75	0,44	0,13	0,00	18,66
4–6	2,99	4,40	2,99	0,62	0,35	0,13	0,04	11,53
6–8	2,51	3,21	1,32	1,28	0,31	0,13	0,22	8,98
8–10	0,62	1,14	0,66	0,26	0,57	0,22	0,13	3,61
10–12	0,18	0,04	0,00	0,09	0,09	0,18	0,04	0,62
Fler än 12	0,00	0,00	0,13	0,00	0,00	0,09	0,57	0,79
Total	42,87	33,93	13,56	4,58	2,60	1,14	1,32	100,00

**Kommentar:** Frågan lyder 'Hur många timmar per dag är du i genomsnitt aktiv på internet: På arbetet/i skolan eller motsvarande; På fritiden?' Den sjugradiga skalan framgår av tabellen. Totalt antal svarande är 2 272.

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2019.

**Figur 3 Storleken på individernas sociala nätverk, Västra Götaland 2019 (procent)**



**Kommentar:** Frågan lyder 'Hur stort är ditt sociala nätverk när det gäller: Vänner i riktiga livet; Vänner online'. Svarsskalorna framgår av figuren. Totalt antal svarande är 2 632.

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2019.

Av resultaten framgår att båda skalorna verkar fungera relativt väl då det är en någorlunda jämn spridning av antalet vänner (figur 3). Lite mer än en femtedel (22,4%) svarar att de saknar vänner online och det verkar vara relativt sällsynt att ha flera hundra vänner online. En majoritet ( $\approx 55\%$ ) svarar att de har mellan fem och 20 vänner i riktiga livet och ungefär var tionde anger att de har fler än 50 vänner eller färre än fem vänner.

Men finns det en koppling mellan att vara ständigt uppkopplad och att ha många vänner online? Ja, en korrelationsanalys som visar det linjära sambandet mellan två variabler indikerar att det finns en del signifikanta samband mellan graden av internetaktivitet och storleken på sociala nätverk (tabell 2). Fler timmar internetaktivitet på arbetet eller i skolan är relaterat till fler timmar online även på fritiden. Resultaten indikerar också att fler vänner i riktiga livet är associerat med fler vänner online, och en högre grad av internetaktivitet är också förknippat med fler vänner online. Däremot verkar vänner i riktiga livet inte vara relaterat till graden av internetaktivitet.

**Tabell 2 Korrelation mellan internetaktivitet och storleken på socialt nätverk, Västra Götaland 2019**

	1	2	3	4
1. Internetaktivitet (arbete/skola)				
2. Internetaktivitet (fritid)	,39***			
3. Vänner i riktiga livet	,09***	-,03		
4. Vänner online	,26***	,21***	,34***	

\* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$  och \*\*\* $p < 0,001$

**Kommentar:** För frågornas formulering se kommentar till tabell 1 och figur 3 ovan. Minsta antal svar för någon parvis jämförelse är 2 272.

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2019.

## Aktiviteter på internet

Det är onekligen många av våra vardagsverksamheter som pågår på nätet och användningsområdena spänner över ett brett spektra. I den västsvenska SOM-undersökningen fångas några breda kategorier av användning inför att få en övergripande bild av hur människor orienterar sig i den digitala världen. Under i stort hela 2010-talet har en stor del av den västsvenska befolkningen uppgett att de flera gånger i veckan, i vissa fall flera gånger om dagen, använder internet för att söka information, hantera epost och ta del av nyheter (tabell 3). På samtliga områden har användningen ökat, vilket också gäller för andelen som uppger att de flera gånger i veckan använder sociala medier. Ungefär två tredjedelar anger att de ägnar sig åt det senare, vilket kan jämföras med ungefär hälften så många

i 2010 års mätning. Tillsammans utgör fakta- och informationssökning, eposthantering, nyhetskonsumtion och användning av olika sociala medier de fyra användningsområden som tillhör de i särklass vanligaste 2019 och har så gjort under den senaste tioårsperioden.

**Tabell 3 Användningsområden på internet, flera gånger i veckan eller mer, Västra Götaland 2010–2019 (procent)**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sökt fakta/information	-	62	63	66	67	71	73	74	76	75
Använt e-post	61	61	63	67	69	70	71	72	73	71
Tagit del av nyheter/nyhetstjänst	-	49	50	55	58	62	65	67	70	67
Använt sociala medier	35	35	41	44	49	53	57	60	63	65
Skrivit/kommenterat i sociala medier	-	-	-	-	-	-	-	17	22	23
Lärt mig nya saker med hjälp av Youtube	-	-	-	-	-	-	-	8	16	20
Umgåtts med vänner online	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18
Spelat onlinespel	6	7	7	8	9	11	11	11	6	9
Sett på vlogg (videoblogg)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9
Läst bloggar	-	-	-	-	15	15	15	15	8	8
Gjort ärenden hos myndighet	1	2	2	2	2	3	3	5	4	5
Nätdejtat	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Köpt/sålt begagnade varor	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1
Köpt livsmedel	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Spelat om pengar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Spelat in podcast	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Skrivit egen blogg	2	3	3	2	-	-	-	1	1	-
	3 278	3 151	3 186	2 983	2 900	2 828	3 824	3 059	2 913	2 898

**Kommentar:** Frågan lyder 'Hur ofta har du gjort följande på internet?' Svarsskalan är sjugradig och går från 'Ingen gång', 'Minst någon gång de senaste 12 månaderna', 'Minst någon gång i halvåret', 'Minst någon gång i månaden', 'Minst någon gång i veckan', 'Flera gånger i veckan', 'Dagligen' till 'Flera gånger om dagen'. I figuren visas andelen som svarat 'Flera gånger i veckan', 'Dagligen' eller 'Flera gånger om dagen'. Antal svarande 2019 är 2 898.

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2010-2019.

Ett annat användningsområde som har blivit något vanligare över tid är att skriva och kommentera i sociala medier. Det kan kanske tyckas förvånande att det endast är 23 procent som svarar att de ägnar sig åt detta flera dagar i veckan när det samtidigt är 65 procent som uppger att de använder sociala medier (tabell 3). Aktiviteter som kräver ett större engagemang och aktivitet hos användaren lockar dock generellt en mindre andel av befolkningen, ett resultat som visat sig

även i tidigare studier (Bergström, 2018). Att logga in och skanna av läget kräver en mindre insats än att aktivt kommentera någon annans aktivitet eller inlägg, eller att producera eget innehåll, vilket också förklarar att sådana aktiviteter sker mindre frekvent än den allmänna användningen av sociala medier (Khan, 2017; Dolan m.fl., 2019).

Nästan var femte person uppger sig umgås med vänner online flera gånger i veckan, en aktivitet som hänger starkt samman med användning av sociala medier. Drygt en av fem uppger också att de återkommande lär sig nya saker via YouTube. Och knappt en av fem ägnar sig åt onlinespel, läser bloggar eller tittar på vloggar (videobloggar). Till de minst frekventa användningsområdena hör att göra myndighetsärenden, nätdejting, köpa och sälja varor på internet, spela om pengar samt att spela in en egen podcast. De senare aktiviteterna är det någon enstaka procent som ägnar sig åt flera gånger i veckan, vilket inte är särskilt konstigt då det i de flesta fall handlar om sådant som oftare görs någon enstaka gång i veckan eller kanske någon eller några gånger i månaden. Om måttet för dessa aktiviteter istället ändras till att omfatta minst någon gång i månaden, är det ungefär hälften, 48 procent, som brukar göra ärenden hos någon myndighet på internet, 17 procent som köper livsmedel online, 10 procent som spelar på t.ex. lotteri, casino eller sport och 10 procent som ägnar sig åt nätdejting. Andelen som under det senaste året har spelat in en podcast är däremot fortfarande låg, 3 procent, även med ett utökat tidsspann.

Likt många andra vanor skiljer sig den digitala vardagen mellan olika samhällsgrupper. Män tar exempelvis del av nyhetstjänster, lär sig saker via YouTube och spelar onlinespel i något högre utsträckning än kvinnor, medan kvinnor i sin tur är mer aktiva på sociala medier än män (tabell 4). Det är ett resultat som framkommit också vid tidigare undersökningar (Bergström, 2018). De största gruppskillnaderna hittas emellertid mellan människor i olika åldrar och med olika utbildningsnivå. Åldersskillnaderna går i en tydlig riktning, där yngre med några få undantag gör mer av allt jämfört med äldre. För aktiviteter som informationsökning och epost-användning går skiljelinjen framför allt vid pensionsåldern, medan skillnaden mellan yngre och medelålders användning däremot är relativt små. För användningen av sociala medier syns en tydlig skillnad mellan personer under och över 50 år, medan umgänge med vänner online är klart mest frekvent bland unga under 30 år. Knappt hälften av 16–29-åringarna uppger att de umgås med vänner online flera gånger i veckan, vilket kan jämföras med omkring en femtedel av 30–49-åringarna och en tiondel av 50–85-åringarna. Fördelningen är ungefär densamma när det gäller att använda YouTube för att lära sig nya saker. Bland de minst åldersskiktade användningsområdena hittas onlinespel och myndighetsärenden.

**Tabell 4 Användningsinriktning i olika grupper, flera gånger i veckan eller mer, Västra Götaland 2019 (procent, eta)**

	Sökt info/fakta	Använt e-post	Använt nyheter/nyhetstjänst	Använt sociala medier	Lärt mig nya saker med h a Youtube	Umgåtts med vänner online	Skrivit/kommenterat i sociala medier	Spelat online-spel	Sätt på vlogg	Läst blogg	Gjort myndighets-ärend	Antal svar
Alla	75	71	67	65	20	18	22	9	9	8	5	2 898
Kvinnor	74	71	64	71	16	18	29	6	9	9	5	1 506
Män	75	71	71	59	25	17	16	12	8	7	5	1 376
<i>Eta</i>	<i>0,04</i>	<i>0,02</i>	<i>0,08</i>	<i>0,11</i>	<i>0,13</i>	<i>0,02</i>	<i>0,16</i>	<i>0,17</i>	<i>0,05</i>	<i>0,09</i>	<i>0,06</i>	
16-29 år	86	74	61	87	45	49	36	7	32	13	3	438
30-49 år	89	88	80	83	26	22	31	12	10	13	7	786
50-64 år	81	78	76	68	14	12	22	9	2	5	5	764
65-85 år	51	50	50	36	10	8	9	7	2	4	2	898
<i>Eta</i>	<i>0,40</i>	<i>0,39</i>	<i>0,31</i>	<i>0,46</i>	<i>0,47</i>	<i>0,34</i>	<i>0,42</i>	<i>0,11</i>	<i>0,48</i>	<i>0,31</i>	<i>0,37</i>	
Låg utbildning	38	34	38	36	11	11	10	7	3	2	1	401
Medellåg utb.	75	69	65	71	26	21	27	11	14	8	3	838
Medelhög utb.	83	80	74	71	20	17	22	9	6	8	6	621
Hög utb.	91	90	83	74	20	19	26	7	8	12	6	912
<i>Eta</i>	<i>0,49</i>	<i>0,51</i>	<i>0,44</i>	<i>0,35</i>	<i>0,27</i>	<i>0,15</i>	<i>0,29</i>	<i>0,11</i>	<i>0,19</i>	<i>0,28</i>	<i>0,36</i>	
Ren landsbygd	70	67	63	60	17	15	22	9	6	5	4	431
Mindre tätort	72	69	63	62	19	13	23	8	8	7	4	574
Stad/större tätort	77	73	69	68	21	18	24	10	9	9	5	1 012
Göteborg	80	79	73	70	22	22	22	9	10	10	5	793
<i>Eta</i>	<i>0,23</i>	<i>0,22</i>	<i>0,20</i>	<i>0,16</i>	<i>0,11</i>	<i>0,13</i>	<i>0,11</i>	<i>0,07</i>	<i>0,10</i>	<i>0,14</i>	<i>0,13</i>	

**Kommentar:** Frågan lyder 'Hur ofta har du gjort följande på internet?' Svarsskalan är sjugradig och går från 'Ingen gång', 'Minst någon gång de senaste 12 månaderna', 'Minst någon gång i halvåret', 'Minst någon gång i månaden', 'Minst någon gång i veckan', 'Flera gånger i veckan', 'Dagligen' till 'Flera gånger om dagen'. Tabellen visar andelen som svarat 'Flera gånger i veckan', 'Dagligen' eller 'Flera gånger om dagen'. Eta är ett sambandsmått som varierar mellan 0 och 1. Ju längre avstånd från 0 desto starkare är sambandet mellan den beroende och den oberoende variabeln.

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2019.

Även utbildning har betydelse för internetvanorna, där högutbildade i de flesta fall är mer aktiva än lågutbildade (tabell 4). Det finns visserligen en viss korrelation mellan utbildningsnivå och ålder, där gruppen lågutbildade innefattar en större andel äldre individer. Men utbildningsnivå slår trots det igenom som den viktigaste förklaringsfaktorn för vanor som rör informationssökning, epostanvändning och nyhetskonsumtion. Även boendeområde har viss betydelse för internetvanorna, framför allt för områden som rör information, kommunikation, nyheter och sociala medier, där boende på landsbygden har en något mindre användningsgrad jämfört med boende Göteborg och andra städer i Västra Götaland. Här finns dock en



samvariation med utbildningsnivå och ålder, då andelen högutbildade respektive yngre är högre i städer än på landsbygden. Det bör dock påpekas att skillnaderna i internetvanor mellan boende i urbana respektive rurala områden är mer modesta jämfört med skillnaderna mellan exempelvis olika åldersgrupper.

## **Orosområden**

Internet för med sig mycket positivt för många i samhället. Förbättrad tillgång till internet medför till exempel att även de som bor på landsbygden lättare kan ta del av service från myndigheter, att mängden distansundervisning vid högskolor och universitet kan öka och att medborgarna lättare kan ta del av information och nyheter som inte de lokalt tillgängliga medierna berättar om. Att samhället till så stor del förlitar sig på internet och blir allt mer digitaliserat medför dock ett antal stora utmaningar. Exempelvis har påverkanskampanjer och digitala intrång från olika aktörer på valkampanjer blivit en högst aktuell fråga under senare år, både i USA så väl som i Europa (Downing & Ashmed, 2019). Under 2020 kom även frågor om elavbrott och elbrist att diskuteras allt mer i olika delar av Sverige (DN, 2020-07-11) och i stora delar av landet diskuteras så kallad ”centrumdöd” när allt fler butiker flyttar online (Sveriges Radio, 2019-06-11).

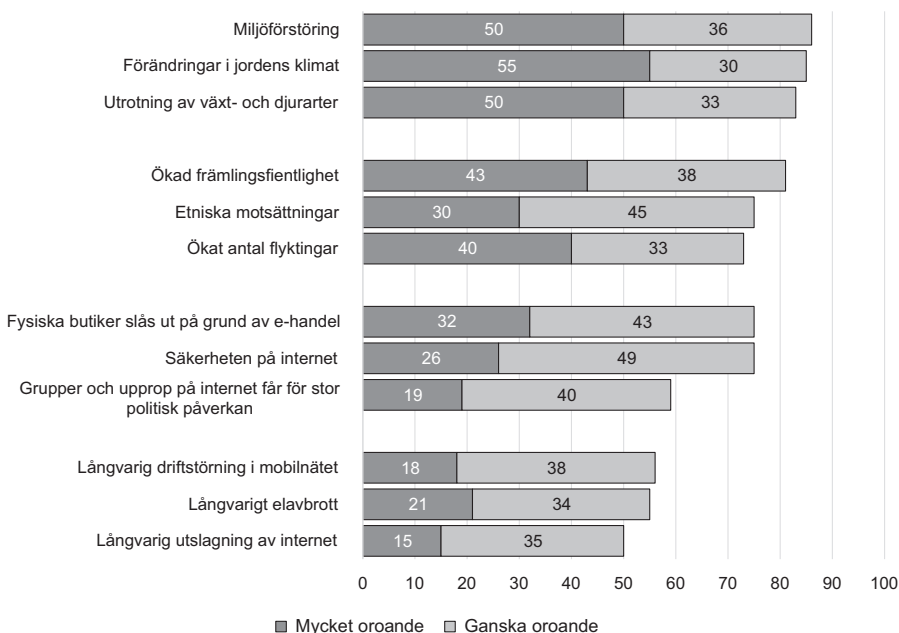
I SOM-institutets undersökningar har det under många år frågats om respondenternas oro inför framtiden. Frågorna berör ett stort antal områden så som miljö, ekonomi, flyktingar och stora internationella kriser. I takt med att frågor om internet och digitalisering tar allt större plats i samhället är det därför av värde att undersöka hur oroande befolkningen finner även dessa frågor. I den västsvenska SOM-undersökningen 2019 inkluderades därför ett antal frågor om digital oro. I figur 4 har ett antal av dessa frågor plockats ut och jämförs med ett antal av de orosfrågor som även har ställts tidigare i den regionala undersökningen. Det är värt att tolka dessa värden med ett visst mått av försiktighet. I spåren av coronapandemin är det förstås möjligt att oro för t.ex. att fysiska butiker slås ut på grund av e-handel har ökat, då den digitala konsumtionen har ökat rejält sett till den fysiska handeln och många fysiska butiker har tvingats stänga ner i spåren av pandemin (Sveriges Television, 2020-07-04).

Ett antal observationer som lär kvarstå går dock att observera i figur 4. Främst av allt går det att notera hur de boende i Västra Götaland har en fortsatt stor oro för frågor som rör miljö och klimat. Notera här att frågan ställs med formuleringen ”Om du ser till läget i dag, hur oroande upplever du själv följande inför framtiden?”. Respondenterna tar inte ställning till fenomen som är oroande i dagsläget utan enbart inför framtiden, vilket högst troligt är avgörande för vilka bedömningar som görs, jämför med t.ex. frågor om ”största samhällsproblemen idag” där sjukvård, utbildning och invandring ofta ligger högst på dagordningen.

Noterbart är även hur frågor som berör etniska motsättningar, främlingsfientlighet och flyktingar nästan ligger på samma nivåer som oron för miljöfrågor. Figuren

redovisar enbart ett axplock av de frågor som ställts i undersökningen, men visar ändå hur oroande frågor om internet är för de boende i regionen. Den tidigare nämnda frågan om hur e-handel slår ut fysiska butiker oroar en stor del av medborgarna och även säkerheten på internet placerar sig i paritet med framtidsoron för de invandringsrelaterade frågorna. Sådant som snarare berör infrastrukturen kopplad till internet och det digitala samhället är betydligt mindre oroande för befolkningen. I läget där denna undersökning genomfördes hade dock frågan om elbrist ännu inte fått genomslag i Sverige. Huruvida denna debatt har påverkat oron går ännu inte att säga, det blir dock intressant för framtida undersökningar att följa utvecklingen av oro för ett flertal av de redovisade frågorna.

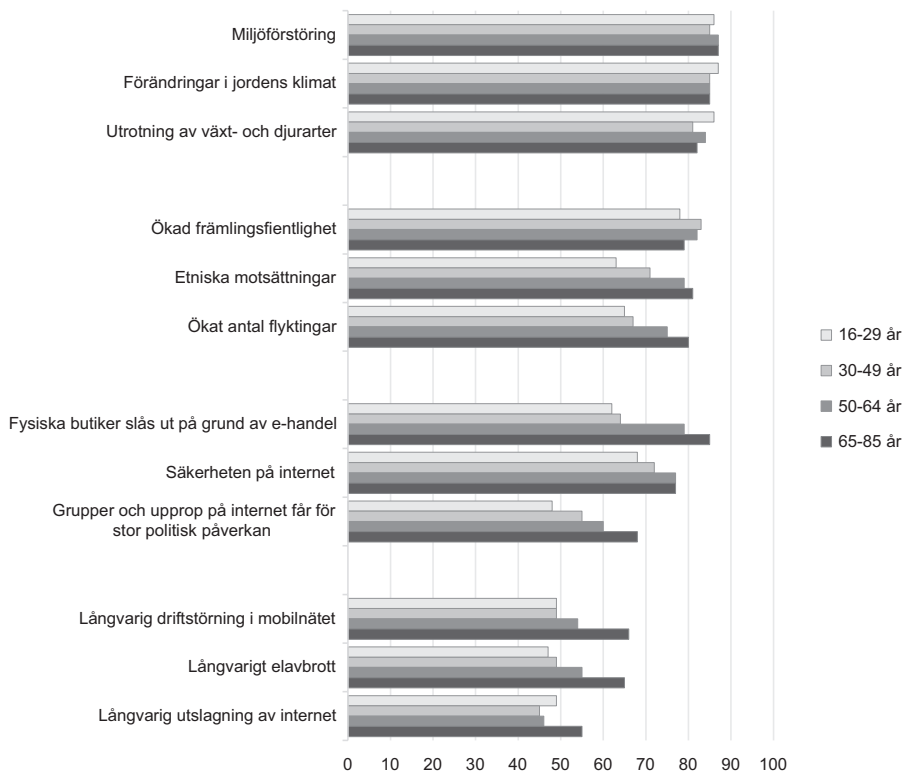
**Figur 4 Upplevd oro inför framtiden, Västra Götaland 2019 (andel ganska/mycket oroade)**



**Kommentar:** Frågan lyder 'Om du ser till läget i dag, hur oroande upplever du själv följande inför framtiden?'. En fyrgradig svarsskala användes: 'Mycket oroande', 'Ganska oroande', 'Inte särskilt oroande' och 'Inte alls oroande'. De sex översta frågorna ställdes tillsammans med ett antal andra orosfrågor, de sex lägsta frågorna ställdes tillsammans med orosfrågor fokuserade på internet och digitalisering. Figuren visar andelen som svarar 'Mycket oroande' eller 'Ganska oroande'. Procentbasen utgörs av de som besvarat respektive delfråga. Antalet svar varierar mellan 2 671 (Miljöförstöring) och 2 604 (Långvarig utslagning av internet).

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2019.

**Figur 5** Upplevd oro inför framtiden fördelat på ålder, Västra Götaland 2019 (andel ganska/mycket oroade)



**Kommentar:** Frågan lyder 'Om du ser till läget i dag, hur oroande upplever du själv följande inför framtiden?'. En fyrgradig svarsskala användes: 'Mycket oroande', 'Ganska oroande', 'Inte särskilt oroande' och 'Inte alls oroande'. De sex översta frågorna ställdes tillsammans med ett antal andra orosfrågor, de sex lägsta frågorna ställdes tillsammans med orosfrågor fokuserade på internet och digitalisering. Figuren visar andelen som svarar 'Mycket oroande' eller 'Ganska oroande'. Procentbasen utgörs av de som besvarat respektive delfråga. Antalet svar varierar mellan 2 671 (Miljöförstöring) och 2 604 (Långvarig utslagning av internet).

**Källa:** Den västsvenska SOM-undersökningen 2019.

I den svenska debatten har de ungas oro för klimatet betonats allt mer. Det har närmast verkat allmänt accepterat att unga är särskilt oroade i denna fråga och den klimatrörelse som Greta Thunberg inspirerat har om något förstärkt detta synsätt ytterligare. SOM-undersökningarna studerar visserligen bara befolkningen från 16 år och uppåt, men likt figur 5 visar finns det inte mycket stöd för denna tes. De olika åldersgrupperna är i de närmaste exakt lika oroliga för olika miljö- och klimatfrågor och även där det skiljer sig, så som i frågan om utrotning av djur- och växtarter, är skillnaden som högst 5 procentenheter. Mer intressant blir då att

redogöra för oron för internet- och digitaliseringsfrågor. Som framgår av figuren finns det här ett antal stora skillnader. Bland de äldre åldersgrupperna finns det en mycket större oro för att fysiska butiker ska slå ut. De yngre, som har större vana vid att handla online, är visserligen oroade för detta också, men i mycket mindre utsträckning. Också i frågan om att grupper och uppopp på internet får stor politisk påverkan är de allra äldsta mycket mer oroliga. Även här bör mycket kunna förklaras av att de yngre vuxit upp med digitala grupper och uppopp på ett annat sätt.

Även kring frågorna om den digitala infrastrukturen syns en viss åldersskillnad. Trenden motsvarar de skillnader som syns i de flesta internetfrågor, dvs. en tydlig ålderstrappa där de 65–85 är allra mest oroliga, medan de 16–29 är minst oroliga. Noterbart är att dessa åldersskillnader finns kvar även när enbart de som använder internet dagligen respektive de som använder internet flera timmar om dagen analyseras. Resultaten verkar därmed inte främst bero på ovana att använda internet bland äldre leder till större oro, förklaringsfaktorer lär snarare finnas i någon slags socialiseringseffekt. De allra yngsta har ofta haft internet hela sina liv och saker som e-handel och digitala politiska grupper ses därför som normen. SOM-undersökningarna är visserligen ingen panel på så sätt att samma individer kan följas över tid, men sett till en punktskattning på vad som oroar regionens medborgare blir det trots det intressant att följa två saker. Kommer oron för internet- och digitala frågor att blir allt större när samhället blir mer och mer digitalt? Och kommer ett närmande att ske mellan åldersgrupperna på lång sikt när en allt större del av befolkningen haft tillgång till internet en majoritet av sitt liv? Oavsett svaren på dessa frågor bör oron för internet- och digitalisering inte trivialiseras. Medborgarna vet vad som pågår i dessa arenor och oron bör tas på största allvar.

## **När blir det digitala normalt?**

Coronapandemin har slagit olika hårt mot olika grupper och vi är sannolikt inte i närheten av slutet på den här krisen, oavsett hur många olika vaccinkandidater som kommer vid eller efter årsskiftet. Finanspolitikens åtgärder har åtminstone skyddat de mer systemkritiska delarna av samhället och vi har därför sett en relativt snabb återhämtning på finansmarknaden och i Sverige säljs t.ex. bostäder som aldrig förr. Coronapandemin har också inneburit många nya förhållningssätt när det gäller sociala möten och inte minst förvärvsarbete. Det går inte att undvika att tänka att trevliga aktiviteter som ringdans och social gemenskap i coronatider har förflyttats till olika digitala gränssnitt. Begrepp som ansiktsmask, social distansering och handhygien har bubblat upp som återkommenade samtalsämnen då det ingår som en första linjens försvar i arsenalen från ansvariga myndigheter vid pandemier. Det här har givetvis påverkat hur människor agerar och uppfattar omgivningen i denna nya ”parallella verklighet” som vi nu måste förhålla oss till.

Mycket av det analoga har under coronapandemin blivit digitalt. Många har möjlighet att jobba hemifrån, vilket också involverar digitala möten, presentationer och konferenser via videolänk, vilket alldeles nyligen var reserverat för möten mellan olika kontinenter och tidszoner. Men många andra har inte möjlighet att jobba alls. Kultur, besöksnäring och många delar av servicesektorn har lidit allra mest då restriktionerna i många fall har gjort det svårt eller omöjligt att bedriva den typen av verksamhet.

Redan innan coronapandemin fanns det förstås individuella preferenser och tillika möjligheter inför digitaliseringens framfart. Den digitala klyftan, alltså avståndet mellan användare och *icke*-användare av ny teknik och innovationer började studeras på allvar i förhållande till internettillgång mellan rurala och urbana områden. I takt med utvecklingen av digitaliseringens tillämpningar har den digitala klyftan också kommit att förändras. År 2020 pratar vi dessutom om digitalt utanförskap och om hur interanvändningen i sig kan skapa digitala klyftor mellan grupper av människor. Enligt Internetstiftelsens årliga rapport *Svenskarna och Internet* (Internetstiftelsen, 2019) minskar förvisso det digitala utanförskapet men hur meningsfulla användare tycker att sociala medier, nyhetstjänster och mobilspel är och åsikten om hur krångligt det kan vara med digitala samhällstjänster verkar alltså skilja mellan olika grupper. Det finns också en växande oro för att den ökande digitaliseringen inom myndigheter och företag kan påverka den personliga integriteten på nätet. Det är rimligt att anta att vissa grupper är mer sårbara på internet när det gäller bedrägeri och hackerattacker, då internetsäkerhet i mångt och mycket handlar om att hålla sig ständigt uppdaterad. Det är därmed mycket som talar för att den digitala klyftan är i ständig rörelse och att vi förmodligen alltid kommer att finna skillnader mellan grupper. Internets resa, från att i grunden komma från forskning och militär kommunikation för att därefter drivas på av olika mänskliga behov, till att sedermera utgöra en konsumentprodukt som de allra flesta har tillgång till 2020, är fascinerande. Om vi ska blicka framåt hoppas vi ändå kunna räta ut det där frågetecknet i titeln inom några generationer, då internet och digitalisering förmodligen bör ses som infrastruktur och en rättighet.

## Referenser

- Bergström, Annika (2018). En digital palett. I Ulrika Andersson, Anders Carlander, Elina Lindgren & Maria Oskarson (red) *Sprickor i fasaden*. Göteborg: SOM-institutet vid Göteborgs universitet.
- Dolan, Rebecca, Conduit, Jodie, Fretthey-Bentham, Catherine, Fahy, Johan & Goodman, Steve (2019). Social media engagement behavior: A framework for engaging costumers through social media content. *European Journal of Marketing* 53(10), 2213–2243.
- Downing, Joseph & Ahmed, Wasim (2019). #MacronLeaks as a "warning shot" for European democracies: challenges to election blackouts presented by social media and election meddling during the 2017 French presidential election. *French Politics* 17(3), 257–278.
- DN, 2020-07-11. *Effektbrist hotar tusentals jobb i södra Sverige*. Hämtad 2020-10-23: <https://www.dn.se/ekonomi/elbrist-hotar-tusentals-jobb-i-sodra-sverige/>
- Federal Reserve, 2020-03-23. *Federal Reserve announces extensive new measures to support the economy*. Hämtad 2020-10-24: <https://www.federalreserve.gov/newsevents/pressreleases/monetary20200323b.htm>
- FRED (2020). *CBOE Volatility Index: VIX*. Hämtad 2020-10-22: <https://fred.stlouisfed.org/series/VIXCLS>
- Internetstiftelsen (2019). *Svenskarna och internet 2019*. <https://svenskarnaochinternet.se/app/uploads/2019/10/svenskarna-och-internet-2019-a4.pdf>
- Khan, M. Laeeq (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube? *Computers in Human Behavior* 66(1), 236–247. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.024>
- Sveriges Radio, 2019-06-11. *Butiksdöden i mindre städer*. Hämtad 2020-10-23: <https://sverigesradio.se/artikel/7239650>
- Sveriges Television, 2020-07-04. *Varningen: Coronakrisen kan påskynda butiksdöden*. Hämtad 2020-10-23: <https://www.svt.se/nyheter/ekonomi/coronakrisen-kan-paskynda-butiksdoden>
- Time Magazine, 2020-11-04. *It's Clear That America Is Deeply Polarized. No Election Can Overcome That*. Hämtad 2020-11-07: <https://time.com/5907318/polarization-2020-election/>
- Världsbanken (2019). *Individuals using the internet (% of population) – Sweden*. Hämtad 2020-11-03: <https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.USER.ZS?locations=SE>
- World Health Organization, 2020-03-11. *WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19*. Hämtad 2020-10-22: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>