



# ORO FÖR PERSONLIG INTEGRITET PÅ NÄTET

ANNIKA BERGSTRÖM



**Fråga 32 Hur oroad är du för att personliga uppgifter om dig missbrukas när du:**

	Mycket oroad	Ganska oroad	Inte särskilt oroad	Inte alls oroad	<i>Ej aktuellt</i>
söker information på internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
använder e-post	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
använder sociala medier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
använder betalkort på internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
använder mobiltelefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

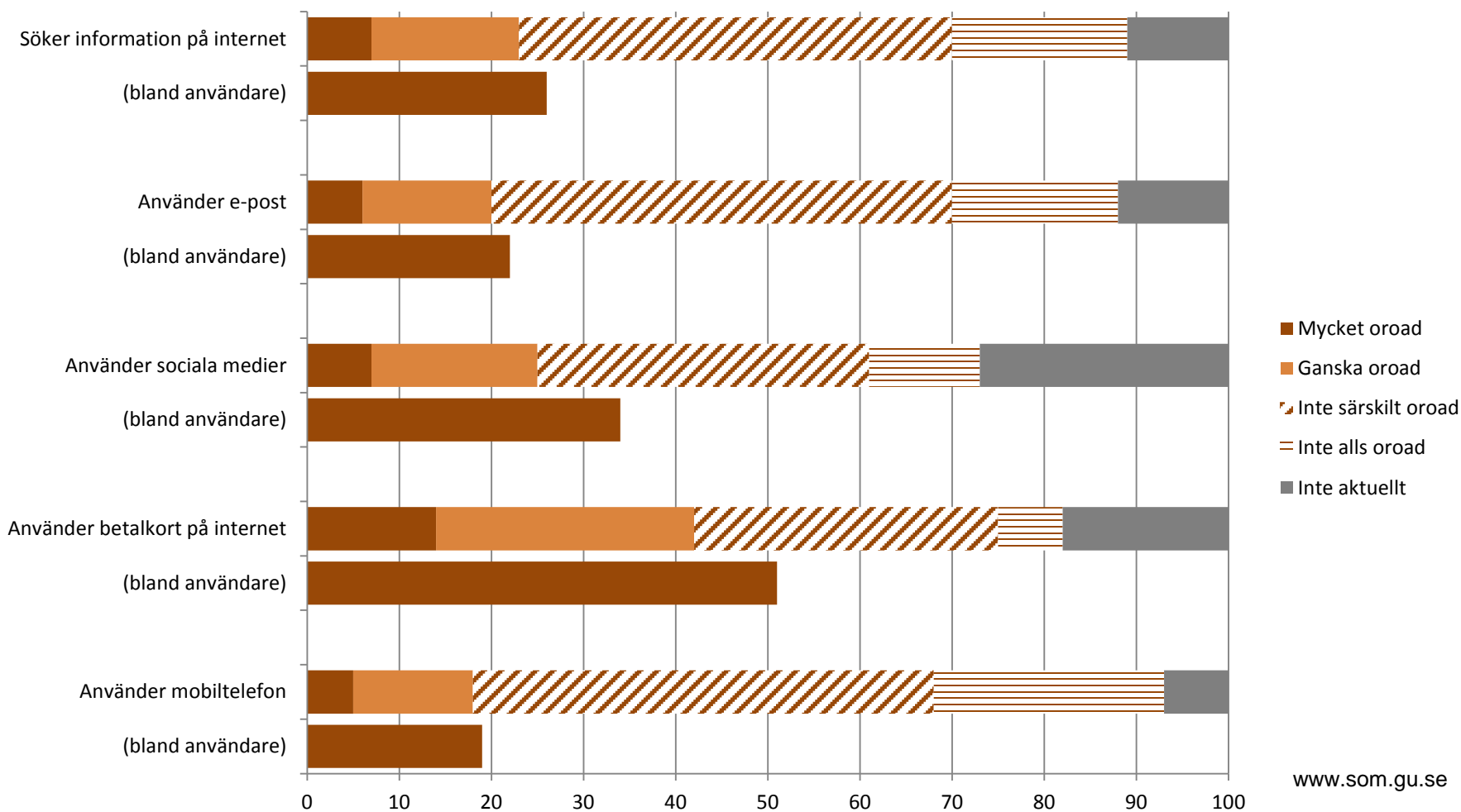


## Förklaringsfaktorer till oro vid användning

- Egen erfarenhet av internet och olika digitala applikationer
- Personliga karaktäristika som kön, ålder och utbildning
- Allmän tendens till oro och tillit
- Politisk orientering
- En mer generell syn på övervakning

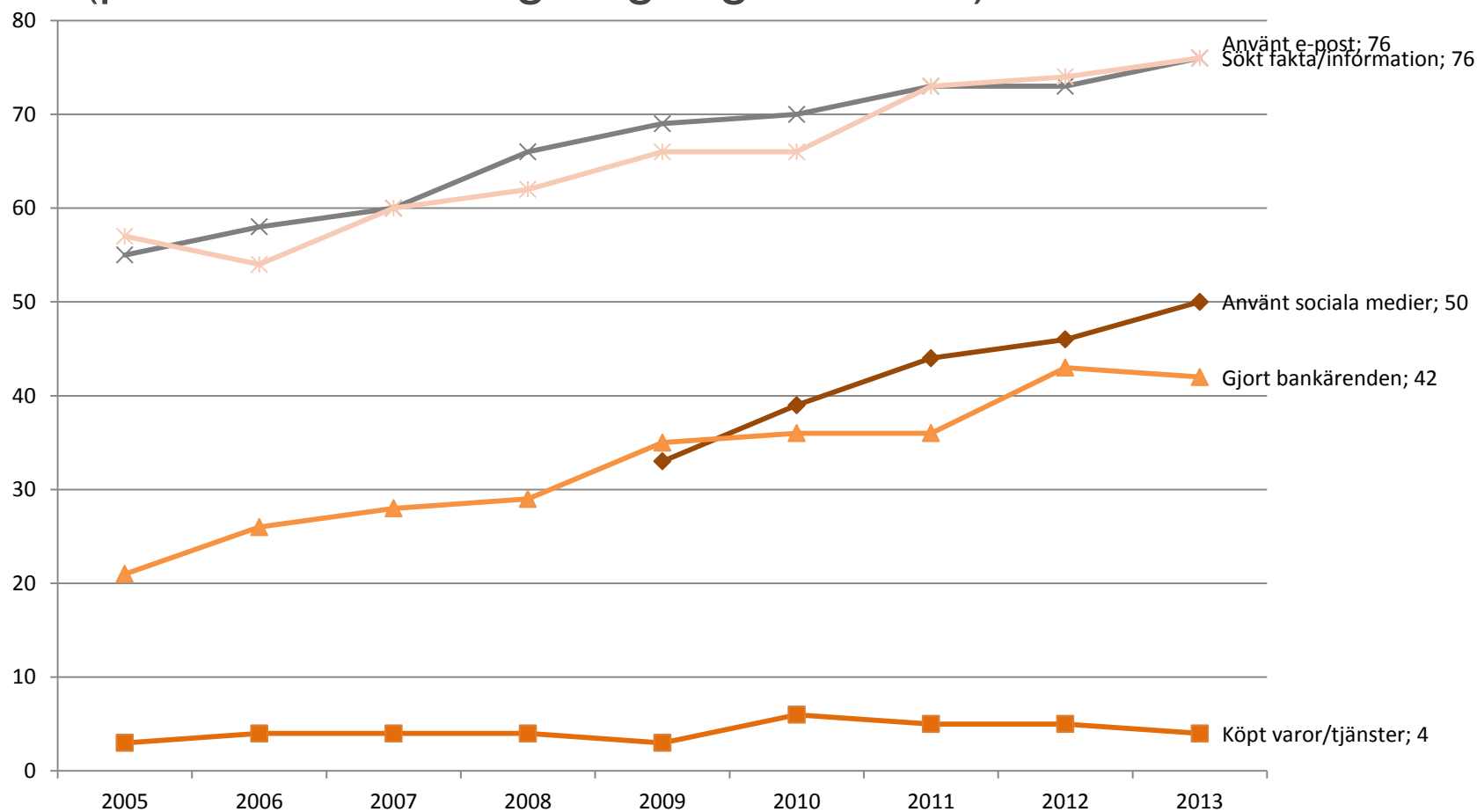


## Graden av oro vid användning av olika digitala applikationer (procent totalt och bland användare)





## Användningsområden på internet, 2005-2013 (procent minst någon gång i veckan)





## Oro i relation till användning (korrelation: Pearson's r)

	Sökt information	Använt e-post	Använt sociala medier	Beställt varor eller tjänster	Använt mobil
Oroad när man:					
söker information	Orange	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue
använder e-post	Light Blue	Orange	Light Blue	Light Blue	Light Blue
använder sociala medier	Light Blue	Light Blue	Orange	Light Blue	Light Blue
använder betalkort	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Orange	Light Blue
använder mobil	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Light Blue	Orange

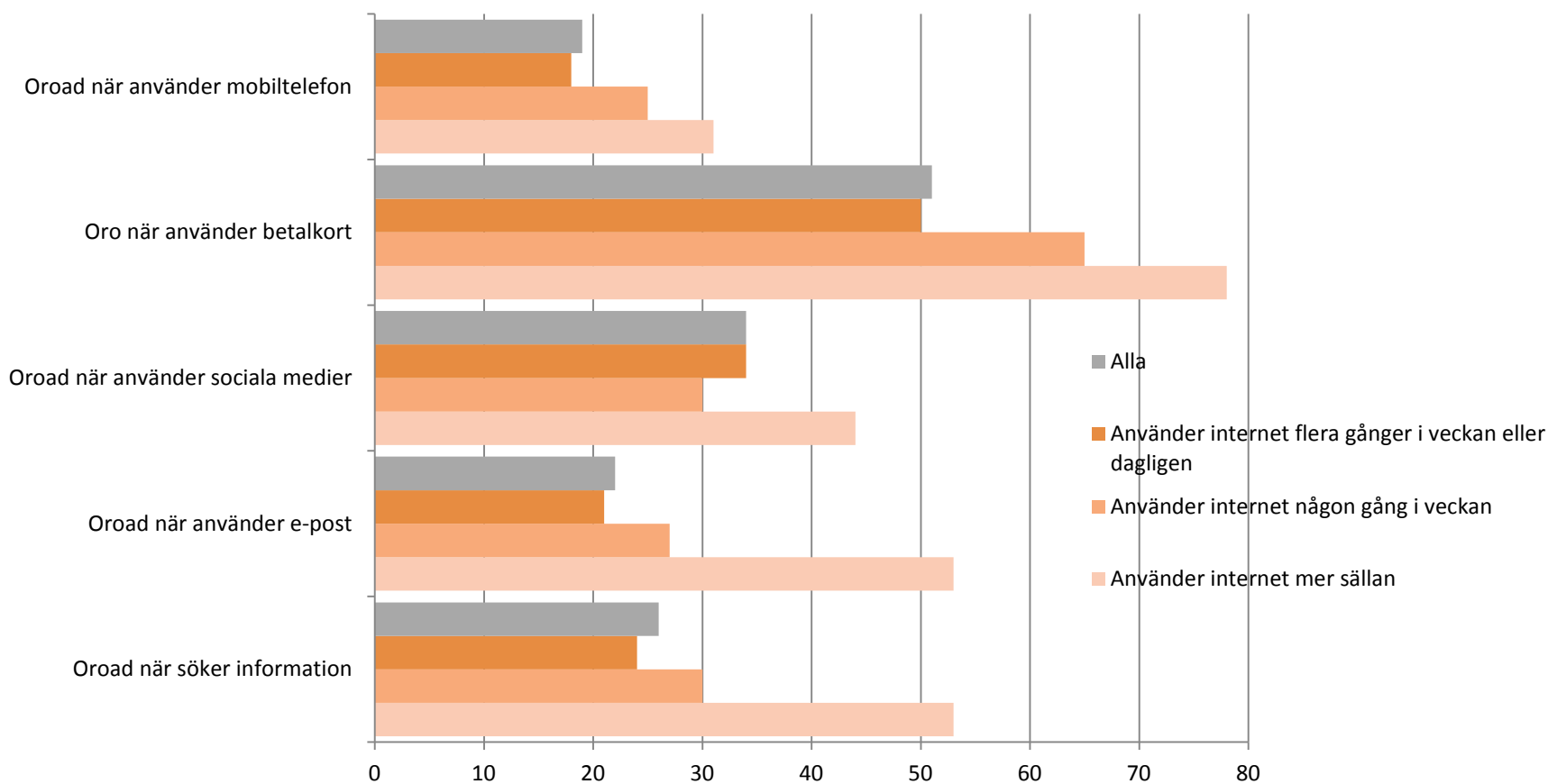


## Oro i relation till användning (korrelation: Pearson's r)

	Sökt information	Använt e-post	Använt sociala medier	Beställt varor eller tjänster	Använt mobil
Oroad när man:					
söker information		-,06**	-,08**		
använder e-post		-,06**	-,09**		
använder sociala medier					
använder betalkort	-,06*	-,08**	-,08**	-,09**	
använder mobil		-,05**			



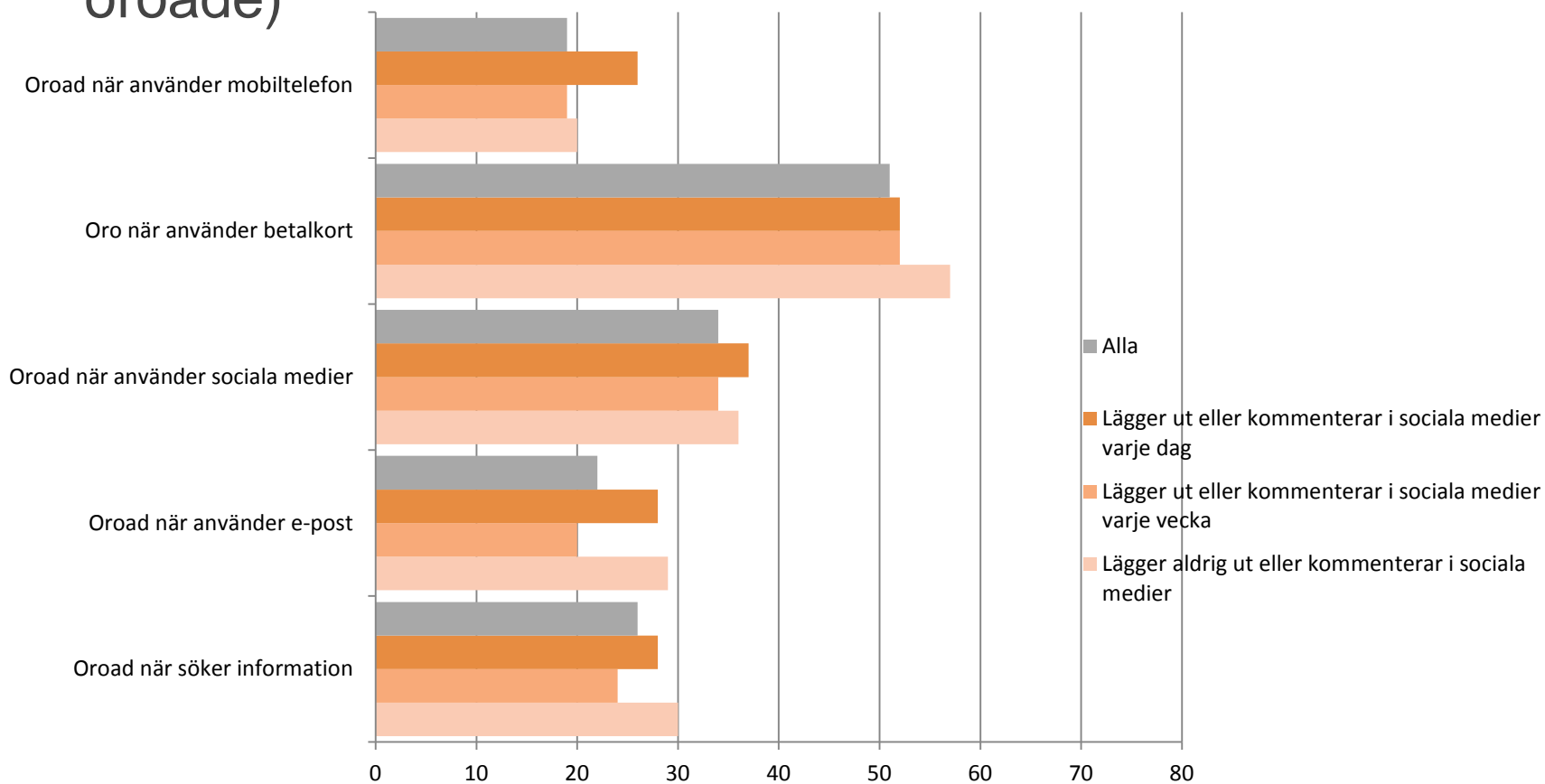
## Oro vid användning av digitala applikationer beroende på internetvanor (andel mycket eller ganska oroad)





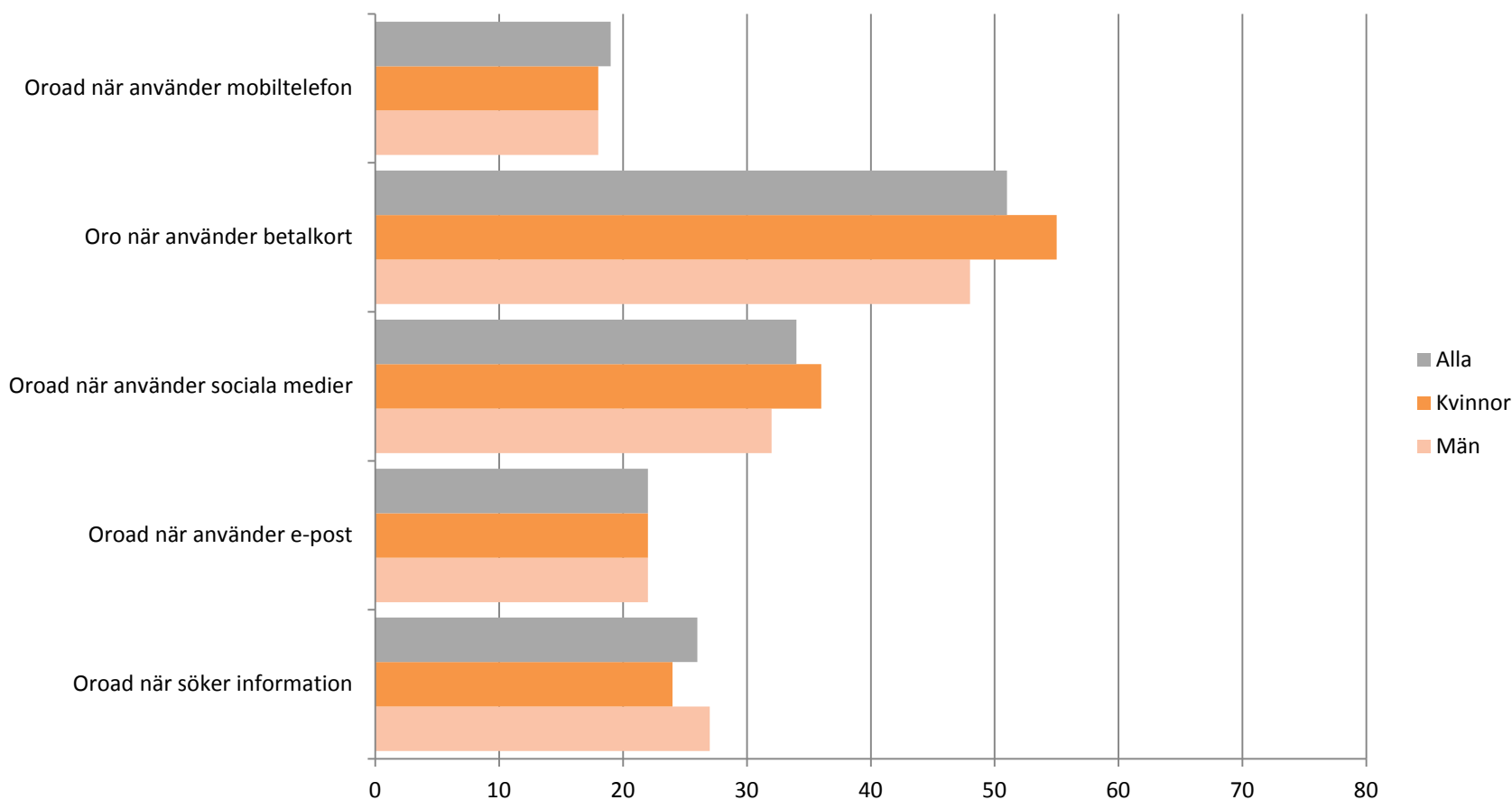


# Oro vid användning av digitala applikationer beroende på sociala nätverksvanor (andel mycket eller ganska oroad)



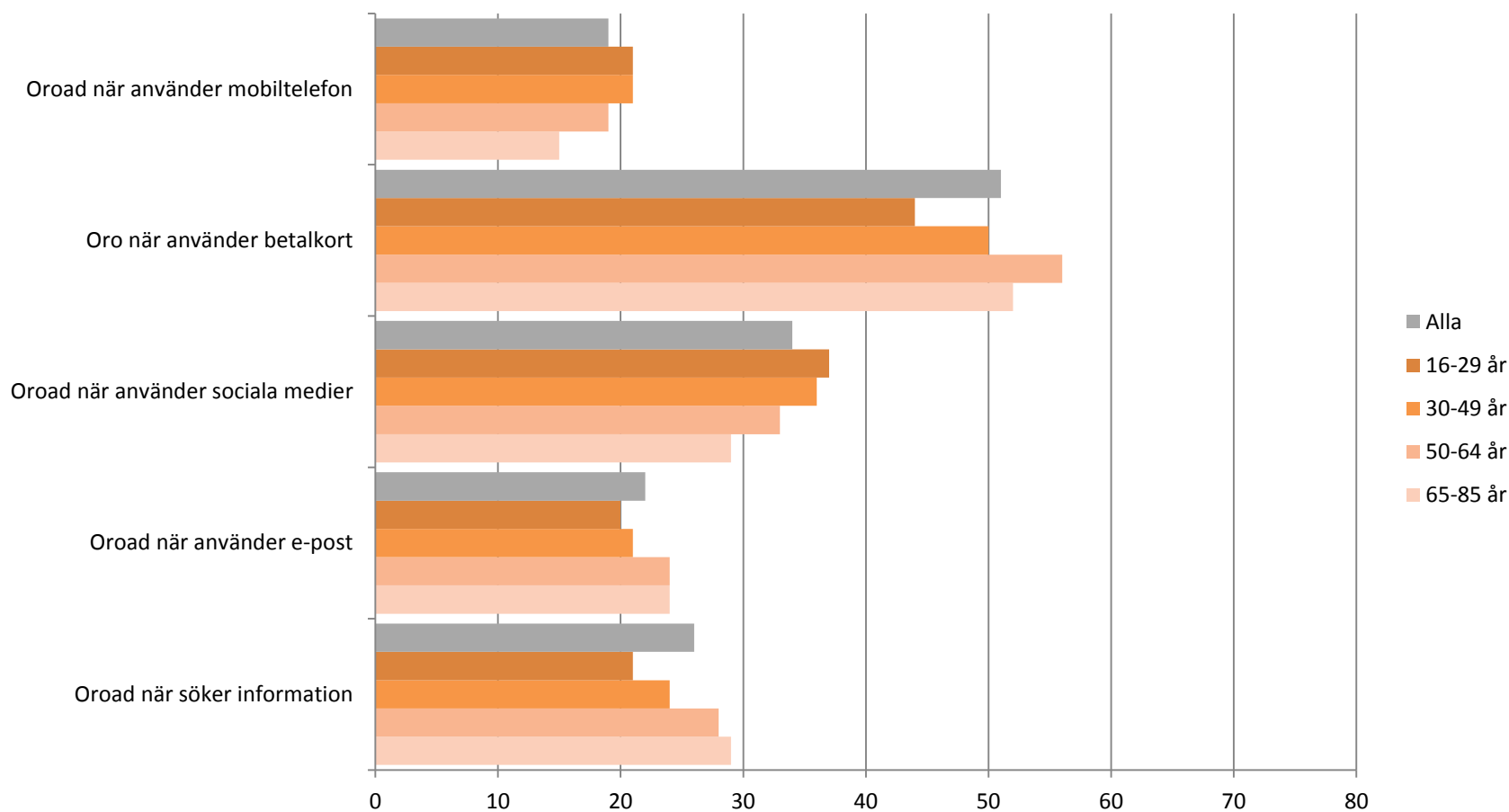


## Oro vid användning av digitala applikationer beroende på kön (andel mycket eller ganska oroad)



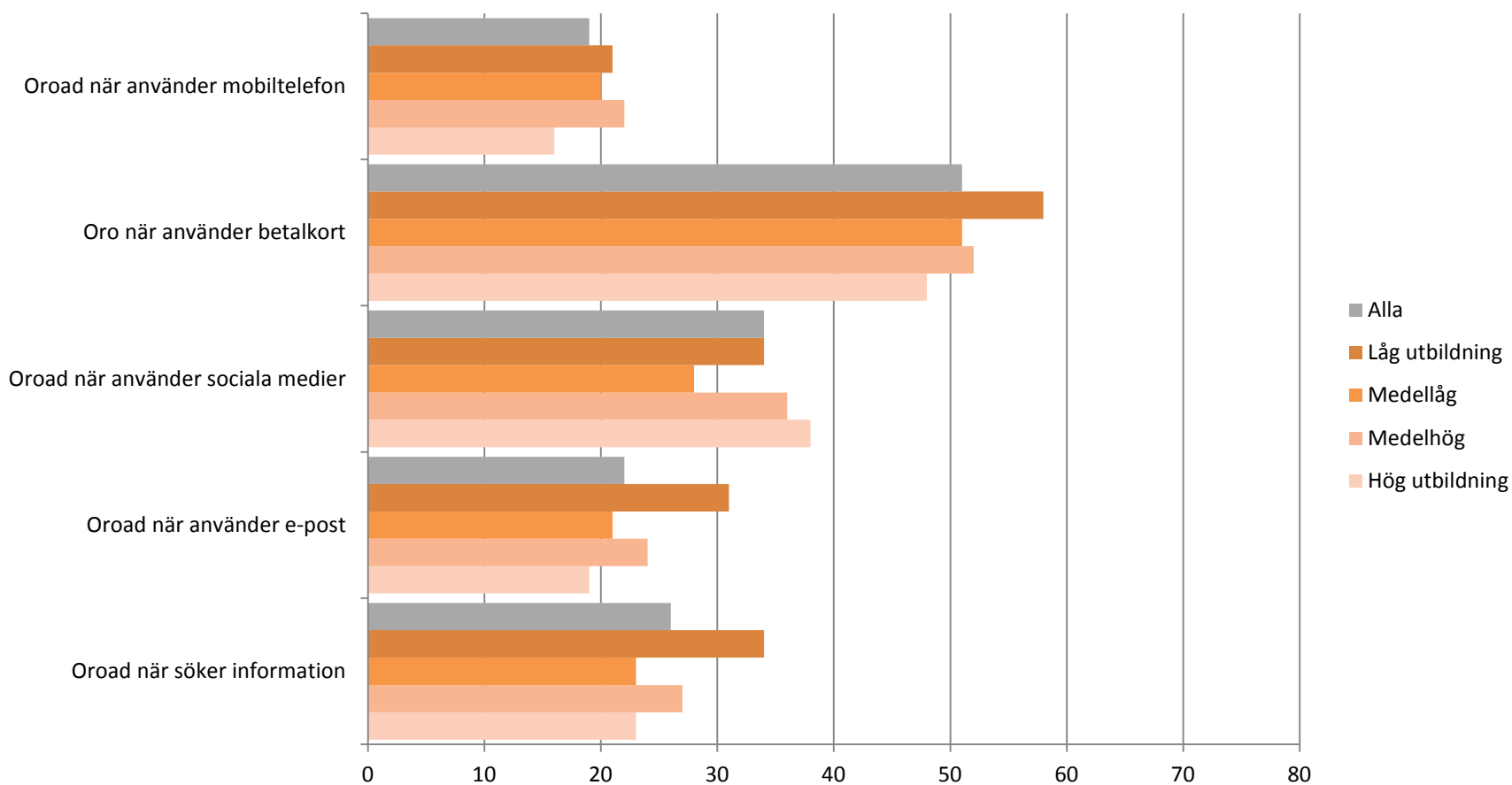


## Oro vid användning av digitala applikationer beroende på ålder (andel mycket eller ganska oroade)



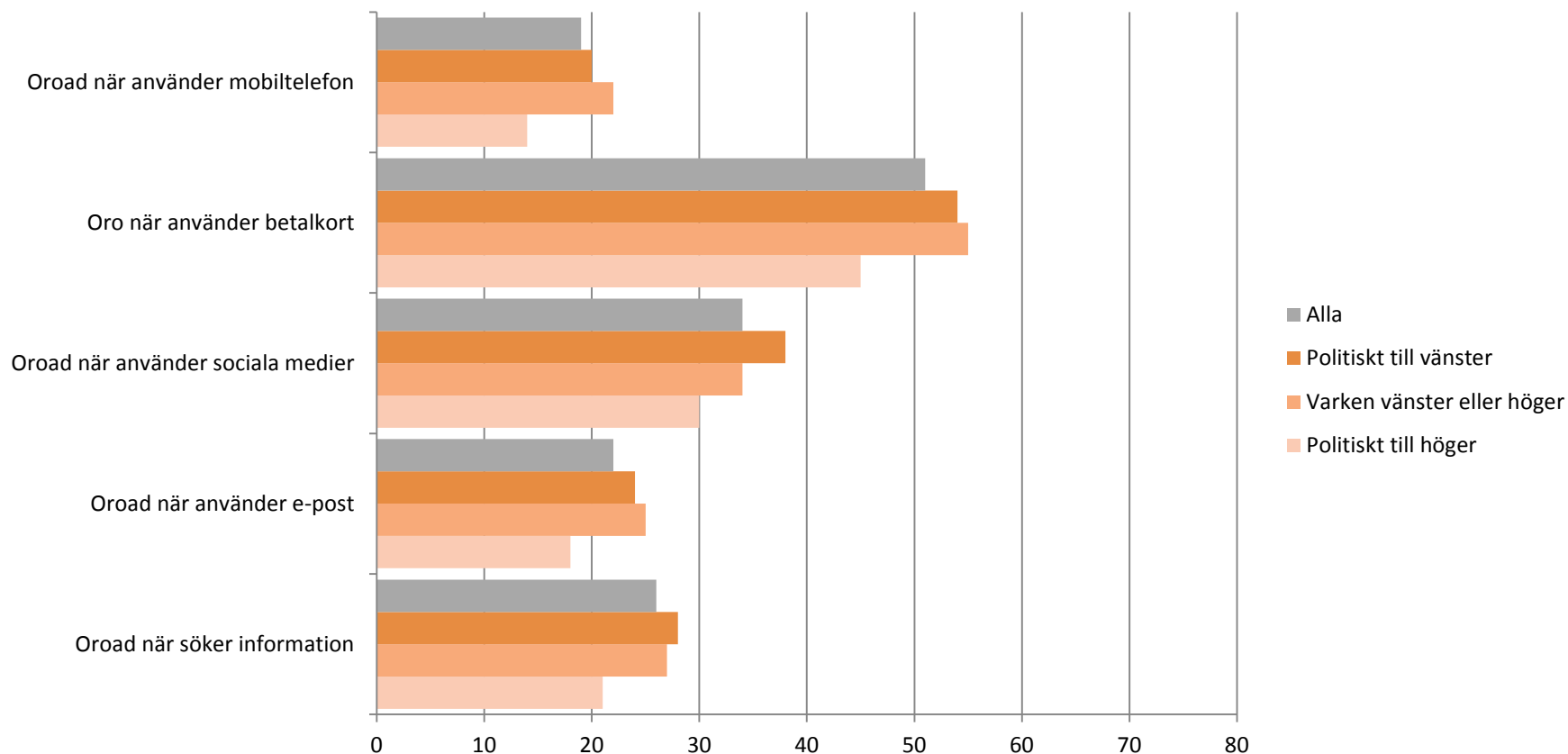


## Oro vid användning av digitala applikationer beroende på utbildning (andel mycket eller ganska oroad)



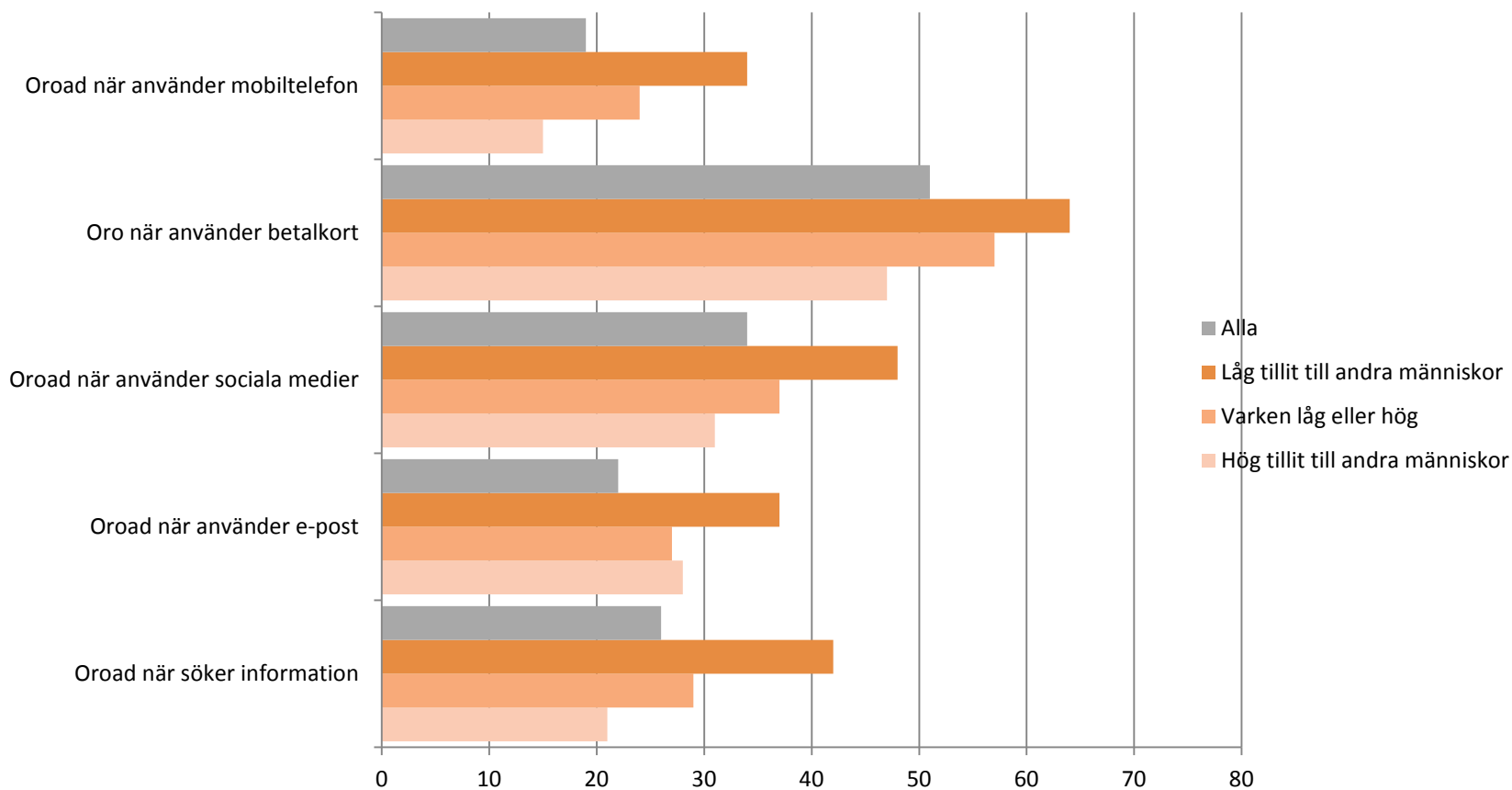


# Oro vid användning av digitala applikationer beroende på politisk orientering (andel mycket eller ganska oroad)



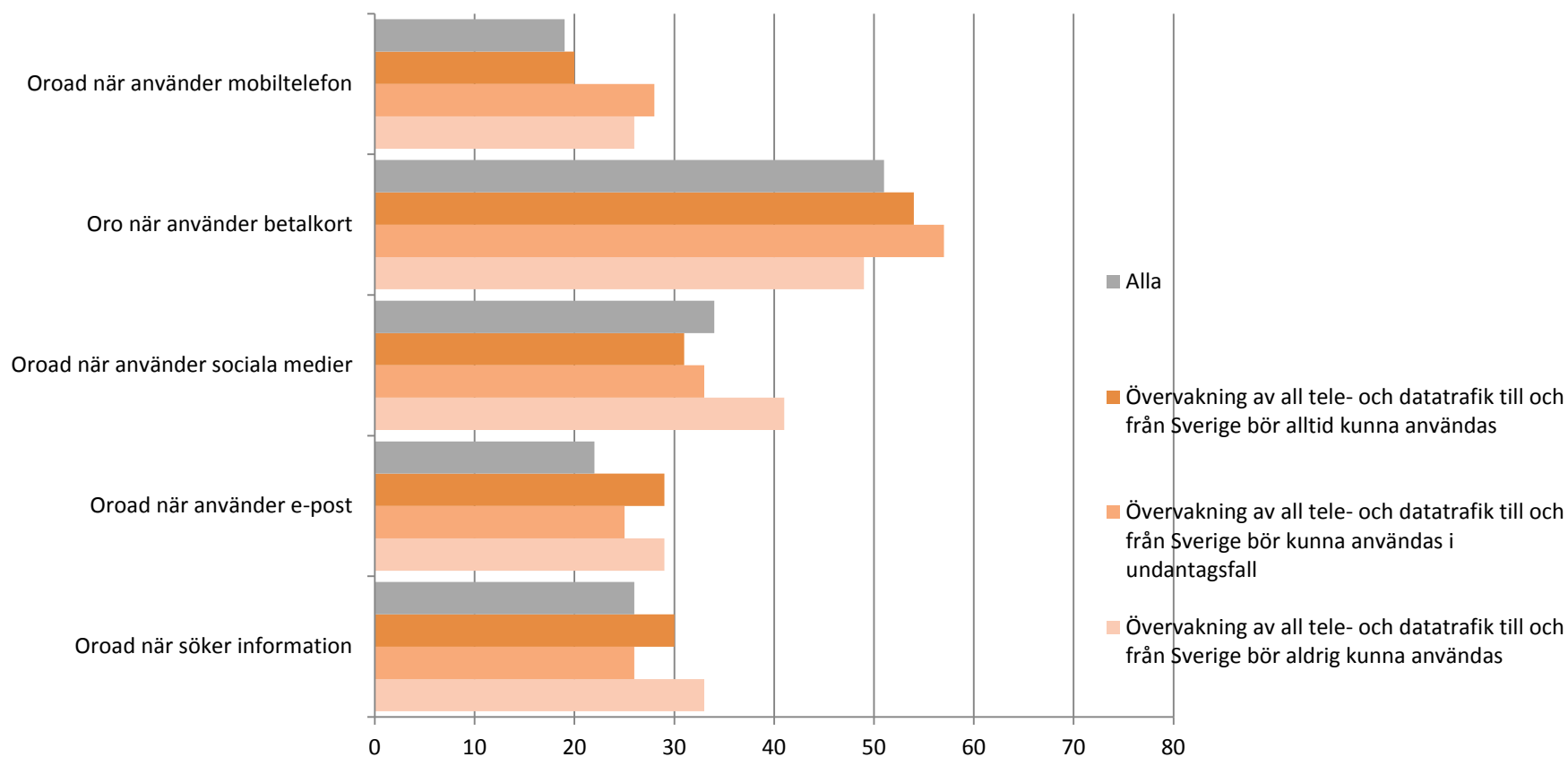


## Oro vid användning av digitala applikationer beroende på mellanmänsklig tillit (andel mycket eller ganska oroade)





## Oro vid användning av digitala applikationer beroende på synen på dataövervakning (andel mycket eller ganska oroad)





## Slutsatser:

- Ju mer specifika applikationer, desto mer upplevd oro
- Ju mer personligt, desto mer oro
- Det kan finnas en förhandling mellan oro och nytta, där nyttan går segrande ur striden t.ex. vid e-post och informationssökning
- Mellanmänsklig tillit och internetvana är mycket betydelsefulla för den upplevda oron
  
- Utbildning av medborgare är helt nödvändig så att vi kan förhålla oss klokt till oro; vara oroliga när det är befogat och ha en trygg digital användning utan onödig oro