



Underlagsrapporter samt bilagor

till VINNOVA Rapport VR 2009:11
"De två kulturerna på Internet"

Innehåll

1	Det statistiska underlaget.....	7
1.1	Urval och datainsamling via SCB	7
1.2	Population.....	7
1.3	Urvalsram	7
1.4	Viktberäkning.....	8
1.5	Bortfall	8
1.6	Uppföljning av urvalet	9
1.7	Enkätfrågorna	11
1.8	Redovisning av statistiska mått	11
2	Nätgemenskaper	13
2.1	Besök.....	13
2.2	Medlemskap	16
2.2.1	Besöksfrekvens	19
2.2.2	Medverkan i diskussioner	20
2.2.3	Egna sidor	21
2.3	Bidrag med eget material	22
2.3.1	Textbaserat material.....	22
2.3.2	Musikinspelningar	23
2.3.3	Fotografier	24
2.3.4	Videoklipp	25
2.3.5	Film.....	26
2.3.6	Material till dataspel	27
2.3.7	Programkod.....	28
2.3.8	Bidrag med eget material totalt.....	29
2.3.9	Sammanfattning av tendenserna	30
2.4	Driva egen nätgemenskap	32
2.4.1	Egen nätgemenskap bland närstående	34
3	Bloggar.....	35
3.1	Läsa andras bloggar.....	35
3.2	Antal bloggar som läses regelbundet	36
3.3	Skriva kommentarer och inlägg	37
3.4	Driva egen blogg	38
3.5	Bloggare bland närstående	40
4	Fildelning	41
4.1	Användning av fildelningstjänster	41
4.2	Slag av fildelningstjänster	44
5	Öppna databaser	47
5.1	Användning av öppna databaser	47
5.1.1	Uppslagsverk	47
5.1.2	Handböcker.....	49

5.1.3	Kataloger och nyhetsportaler	49
5.1.4	Andra slags öppna databaser.	49
5.1.5	Användning av öppna databaser totalt.....	50
5.2	Bidrag till öppna databaser.....	51
5.2.1	Bidrag totalt	51
5.2.2	Bidrag till uppslagsverk och handböcker	53
5.2.3	Bidrag till andra öppna databaser	54
5.3	Kännedom om nya licensformer	54
5.4	Teknikerdriven utveckling?.....	56
6	Öppen källkod	57
6.1	Användning av öppen källkod.....	57
	Medverkan i utveckling av öppen källkod	58
6.2	Några relationstal	58
6.3	Kunskap om nya licensformer.....	59
7	Mobilen som gränssnitt	61
7.1	Tillgång till mobiltelefon	61
7.2	Vem betalar?	63
7.3	Mobiltelefonen alltid på?	64
7.4	Användning för SMS, MMS och e-post.....	65
7.4.1	SMS	65
7.4.2	MMS	66
7.4.3	E-post.....	67
7.5	Användning av betalningstjänster	68
7.6	Uppkoppling på Internet via mobilen.....	69
7.7	Användningsområden.....	70
7.7.1	Samtliga svar	70
7.7.2	Kvinnor/Män.....	71
7.7.3	Ämnesområden	72
7.7.4	Åldersgrupper	73
7.7.5	Sammanställning av tendenser	74
7.8	Ladda upp eget material på webbplatser	75
7.9	Motiv att inte använda mobilen som gränssnitt	75
7.9.1	Samtliga svar	75
7.9.2	Kvinnor/Män.....	76
7.9.3	Personalkategori	77
7.9.4	Ämnesområde	77
7.9.5	Åldersgrupper	78
7.9.6	Kategori av fildelare	78
7.9.7	Sammanställning av tendenser	79
8	Högskolevärlden fortfarande ledande?	81
8.1	Tillvägagångssätt.....	81
8.1.1	Något om spridning av ny teknik.....	81
8.1.2	Hur beskriva spridningsprocessen?	81
8.1.3	Finns förspåranget kvar?	81
8.1.4	Jämförelse av tendenser mellan undersökningarna	82
8.1.5	Exemplet ”Resor och inkvartering”	83
8.2	Det statistiska underlaget	84

8.2.1	Typ av undersökningar	84
8.2.2	Olika åldersramar.....	84
8.2.3	Frågor och svarsalternativ inte alltid identiska.....	84
8.2.4	Känsliga frågor	85
8.2.5	Bearbetning och presentation	86
8.3	Resultat.....	87
8.3.1	Användningens omfattning.....	87
8.4	Användning av Internet för kontakter	88
8.4.1	E-post.....	88
8.4.2	Instant messaging.....	89
8.5	Söka och inhämta information	91
8.5.1	Resor och inkvartering.....	91
8.5.2	Hobby och specialintressen	93
8.5.3	Kultur, litteratur, musik	94
8.5.4	Politik och aktuella samhällsfrågor	95
8.5.5	Myndighetsinformation	97
8.5.6	Söka och kontrollera fakta	99
8.5.7	Diskussion.....	100
8.6	Ta del av medier på Internet.....	103
8.6.1	Ta del av nyheter	103
8.6.2	Läsa tidningar och tidskrifter på nätet	104
8.6.3	Läsa bloggar.....	106
8.6.4	Diskussion.....	107
8.7	Köpa/boka och betala varor och tjänster	109
8.7.1	Köpa varor	109
8.7.2	Boka resor och inkvartering.....	110
8.7.3	Utföra bankärenden	112
8.7.4	Diskussion.....	113
8.8	Medverka i nätgemenskaper.....	115
8.8.1	Medlemskap i nätgemenskaper.....	115
8.8.2	Besöksfrekvens	116
8.8.3	Bidrag med eget material till nätgemenskaper	118
8.8.4	Diskussion.....	119
9	Faktor- och klusteranalys.....	121
9.1	Syfte	121
9.2	Uppläggning av rapporten	122
9.3	Metodgenomgång.....	122
9.3.1	Faktoranalys.....	122
9.3.2	Klusteranalys	126
9.4	Diskussion	129
9.4.1	Faktoranalys möjlig?	129
9.5	Resultat.....	132
9.5.1	Första faktoranalysen.....	132
9.5.2	Första klusteranalysen	135
9.5.3	Analys av klustrens egenskaper.....	136
9.5.4	Andra faktoranalysen.....	140
9.5.5	Andra klusteranalysen	141
9.6	Referenser.....	145

Bilaga 1 Enkät..... 22 sidor

Bilaga 2 Statistiska tabeller..... 11 sidor

1 Det statistiska underlaget

1.1 Urval och datainsamling via SCB

Studien har genomförts i form av en urvalsundersökning. Under sommaren 2007 lades ett uppdrag på Statistiska centralbyrån (SCB) att ansvara för insamlingen av uppgifter. Undersökningen genomfördes som en postenkät inklusive ett foljebrev (missiv) utformat av NITA, med tre påminnelser under perioden november 2007 – januari 2008.

1.2 Population

De objekt som man vill kunna dra slutsatser om fanns i tre, delvis överlappande, delpopulationer:

- Personal vid universitet och högskolor
- Registrerade på forskarutbildning
- Registrerade på grundläggande högskoleutbildning

Endast studerande och personal vid de 32 högskolor som omfattades av 2003 års studie ingick i undersökningen.

1.3 Urvalsram

Urvalsramarna till de tre delpopulationerna togs från registren ”Personal vid universitet och högskolor” och ”Universitets- och högskoleregistret”. Aktualiteten i registerstatistiken skilde sig mellan delpopulationerna.

- 1 Personal: Ramuppgifterna avsåg 2006 års uppgifter. I urvalsramen ingick tjänstekategorierna: professorer, forskarassistenter, lektorer, adjunkter, ”annan undervisande och forskande PERSONAL” och forskarstuderande. Antalet i urvalsramen var 23 319.
- 2 Forskarstuderande: Ramuppgifterna avsåg uppgifter för höstterminen 2006. I urvalet ingick doktorandstuderande med en aktivitet om minst 10 procent. Antalet i urvalsramen var 15 393.
- 3 Grundläggande högskoleutbildning: Ramuppgifterna avsåg preliminärdata för höstterminen 2007. Endast heltidsstuderande, definierat som programstuderande eller registrering på minst 15 kurspoäng (nya poängsystemet) t.o.m. oktober 2007, ingick i urvalsramen. Antalet i urvalsramen var 253 442.

Det totala antalet i urvalsramen var 284 524, dvs. färre än summan av de tre grupperna. Orsaken är att det fanns personer som ingick i mer än en av de tre grupperna. Vanligaste kombinationen var doktorandstuderande som även fanns i personalkategorin forskarstuderande.

För de två studerandegrupperna bildades åtta strata uppdelade på ämnesinriktning som grupperats enligt SUN2000. Ett nionde stratum bildades för personal som inte var registrerade i forskarutbildning.

Stickprovets storlek i dessa strata bestämdes utifrån ett precisionskrav: felmarginalen för ett 95-procentigt konfidensintervall för en skattad andel på 50 procent inom strata skulle vara högst ± 6 procent. Det gav en urvalsstorlek på approximativt 400 personer i varje stratum. I två strata – Data- och systemvetenskap samt Tekniska utbildningar – sattes ett högre precisionskrav vilket gav urvalsstorlekar på approximativt 600 personer. Inom just dessa ämnesområden återfanns i 2003 års undersökning en stor del av de Internetanvändare som uppvisar de mest avancerade användarmönstren.

Tabell 1 Population och urval fördelat på stratum

	Population	Urval
TOTALT	284 524	4 000
Humaniora och teologi	22 503	400
Samhällsvetenskap och juridik	80 897	400
Matematik och naturvetenskap	12 390	400
Datavetenskap och systemvetenskap	6 494	600
Teknisk utbildning	42 008	600
Lärarytbildning	38 462	400
Vård- och medicinutbildning	43 668	400
Övriga utbildningar	21 844	400
Personal	16 258	400

1.4 Viktberäkning

Vikter har tagits fram så att resultatet kan redovisas för hela populationen och inte bara för de svarande. Vid viktberäkningen har hänsyn dels tagits till urvalsdesignen, dvs. urvalets storlek för en viss grupp – t.ex. studenter i humaniora – i relation till populationen. Hänsyn har också tagits till skillnader i svarsbenägenheten mellan olika grupper (t.ex. mellan kvinnor och män).

1.5 Bortfall

Populationen utgjordes av studerande och personal vid universitet och högskolor. Totalt besvarade 2 047 personer frågeblanketten, vilket utgör 50 procent av urvalet (vägd svarsandel). 134 svarande var dock övertäckning, dvs. att de inte längre studerade eller arbetade inom högskolan. Tidigare erfarenheter, bl.a. från Studentspegeln, pekade mot en svarsfrekvens på 55 procent. Utan en separat bortfallsundersökning är det inte möjligt att förklara det nu uppnådda lägre utfallet. Vi kan dock konstatera att utfallet i 2003 års undersökning, till den delen det gällde studenter, också låg strax under 50 procent. Det kan alltså inte uteslutas att utfallet är kopplat till ämnet för undersökningen.

För de enskilda frågorna kan sedan ytterligare bortfall tillkomma till följd av att vissa svarsalternativ inte fyllts i, eller fyllts i på ett felaktigt sätt. Genomgående är dock detta *partiella bortfallet* i anslutning till de enskilda frågorna mycket lågt.

Frågan att ställa sig är hur bortfallet kan tänkas påverka undersökningens resultat? Vi vet t.ex. att svarsbenägenheten är åldersrelaterad, och att bortfallet generellt är högre bland yngre personer än bland äldre. Eftersom undersökningsmaterialet klart visar på att

Internetanvändning i många avseenden är generationsfråga, ligger det nära till hands att misstänka att bortfallet resulterar i en underskattning av nya mönster i Internetanvändningen.

Samtidigt finns sådan information om olikheter i svarsbenägenhet inbyggd i viktberäkningen, dvs. bortfallets effekter ska i princip ha eliminerats vad gäller åldersfaktorn. Motsvarande gäller för kön och ämnestillhörighet. Men, eftersom svarsfrekvensen generellt är lägre än för t.ex. Studentspegeln, där samma metod för kalibrering av vikterna tillämpas, har vi troligen här att göra med en annan – okänd – faktor. Därmed går det heller inte att ha någon uppfattning om bortfallet slår i den ena eller andra riktningen på enkätresultaten. Det enda som är klart är att vi vid punktskattning av en viss variabel får ett bredare osäkerhetsintervall än vad ursprungligen var målet (± 6 procent).

1.6 Uppföljning av urvalet

I frågeformuläret ombads respondenterna att ange inom vilket ämnesområde man studerade eller arbetade under höstterminen 2007 (Fråga 3). Totalt fanns fjorton fasta svarsalternativ och ett öppet. Det har gjort det möjligt att jämföra utfallet med vad som förväntats utifrån de registeruppgifter som legat till grund för det stratifierade urvalet. Svaren har sedan kodats enligt följande:

Tabell 2 Uppföljning av ämnesinriktning. Kodning av svarsalternativen

	Angivet ämnesområde (Fråga 3)	Kod	Benämning
1	Språk och språkvetenskap	101	Humaniora
2	Humaniora utom språk och språkvetenskap	101	
3	Teologi	101	
4	Samhällsvetenskap inkl. beteendevetenskap	102	Samhällsvetenskaper
5	Ekonomi	102	
6	Juridik	102	
7	Matematik	103	Naturvetenskaper
8	Naturvetenskap	103	
9	Datavetenskap	104	Datavetenskaper
10	Civilingenjörsutbildning	105	Teknik
11	Annan teknisk utbildning	105	
12	Lärarytbildning	106	Lärarytbildning
13	Läkare/tandläkare/apotekarutbildning	107	Medicin/Vård
14	Vårdutbildning	107	

Antal öppna svar uppgick till 272. Med stöd av Svensk utbildningsnomenklatur (SUN 2000) har de öppna svaren sedan kodats. Utöver koderna 101-107 ovan finns 108, "Övrig ämnesinriktning" och 109 "Personal". I de relativt få fall det inte varit möjligt att koppla samman ett öppet svar med SUN har den ursprungliga stratumkoden fått gälla, liksom i de två fall där ifyllda uppgifter saknades.

Även inom gruppen "Personal" har ett tjugotal omkodningar gjorts och som bygger på respondenternas egna uppgifter.

På så sätt har en ny variabel "Stratumutfall" skapats. Denna har sedan korstabulerats mot den ursprungliga stratumvariabeln:

Tabell 3 Uppföljning av ämnesinriktning. Jämförelse mellan urval och utfall. Antal personer

Ursprungligt stratum	Stratumutfall									Summa
	Humana- noria	Samhälls- vetenskap	Natur- vetenskap	Data- vetenskap	Teknik	Lärar- utbildning	Medicin /vård	Övriga inriktningar	Personal	
Humaniora och teologi	181	14	3	0	2	10	1	0	2	213
Samhällsvetenskap och juridik	8	150	2	0	2	1	7	0	1	171
Matematik och naturvetenskap	1	14	162	7	5	3	4	3	1	200
Data- och systemvetenskap	6	18	5	190	14	0	0	0	3	236
Teknik	3	8	7	16	239	2	0	2	1	278
Lärarutbildning	4	5	6	0	1	184	0	0	0	200
Medicin/vård	1	10	14	0	2	3	164	5	3	202
Övrig ämnesinriktning	63	28	15	5	9	36	2	25	4	187
Personal	0	0	1	0	1	0	0	0	223	226
Totalt	267	247	215	218	275	239	178	36	238	1 913

Av tabellen framgår att Övriggruppen kraftigt reducerats genom omkodningen. Framför allt förklaras det av att ett stort antal medie- och kommunikationsrelaterade ämnesområden, liksom utbildningar inriktade mot formgivning, design och pedagogik förts över till grupperna Humaniora, Samhällsvetenskap och Lärarutbildning. Kvar i Övriga inriktningar återfinns främst utbildningar inriktade mot tjänster samt vissa SLU-utbildningar inom skogsbruk, trädgård och veterinärmedicin.

Även Datavetenskap har tappat en del, främst till Samhällsvetenskap och Teknik.

Följande tabell anger hur stor andel av det faktiska utfallet som sammanfaller med ursprungligt stratum. Genomgående ligger andelarna i intervallet 82 – 92 procent. Extremfallen utgörs av Övriggruppen, 13 procent och Personal, där endast ett mindre antal omkodningar gjorts, 98 procent.

Tabell 4 Uppföljning av ämnesinriktning. Jämförelse mellan urval och utfall. Andelar i procent

Ursprungligt stratum	Stratumutfall									Summa
	Humana- noria	Samhälls- vetenskap	Natur- vetenskap	Data- vetenskap	Teknik	Lärar- utbildning	Medicin /vård	Övriga inriktningar	Personal	
Humaniora och teologi	85%	7%	1%	0%	1%	5%	0%	0%	0%	100%
Samhällsvetenskap och juridik	5%	87%	1%	0%	1%	1%	4%	0%	1%	100%
Matematik och naturvetenskap	1%	7%	81%	4%	3%	2%	1%	1%	0%	100%
Data- och systemvetenskap	2%	8%	2%	81%	6%	0%	0%	0%	1%	100%
Teknik	1%	3%	2%	6%	86%	1%	0%	1%	0%	100%
Lärarutbildning	2%	2%	3%	0%	1%	92%	0%	0%	0%	100%
Medicin/Vård	0%	5%	7%	0%	1%	2%	81%	2%	2%	100%
Övrig ämnesinriktning	34%	15%	8%	3%	5%	19%	1%	13%	2%	100%
Personal	0%	0%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	98%	100%

Den viktigaste praktiska konsekvensen av uppföljningen är att gruppen ”Övriga inriktningar” som en följd av att den blivit så starkt decimerad inte kommer att ingå i den vidare resultatredovisningen.

En fråga att ställa i det sammanhanget är om det över huvud taget är motiverat att låta Övriggruppen ingå i urvalet? Bortsett från den iögonfallande höga felprocenten i urvalet handlar det om 400 enkäter till en kategori där utfallet på enkätfrågorna inte är möjligt att uttolka.

Det som ändå motiverar att behålla Övriga inriktningar är det önskvärda att kunna göra jämförelser med tidigare undersökningar. Försvinner Övriggruppen påverkar detta studentpopulationen totalt, något som får betydelse för respektive andelar för kvinnor och män, andelarna för olika ålderskategorier osv.

En annan fråga är vilken betydelse omkodningen får på möjligheten att göra korrekta punktskattningar av olika variabler. Omkodningen kan innebära att en person flyttas från en urvalsgrupp där han eller hon har hög vikt till en urvalsgrupp med låga vikter. Svaret på frågan är att om ingenting tyder på att felen i urvalen är systematiska, dvs. felen är slumpmässiga, bör de felaktiga vikterna jämnas ut varandra.

1.7 Enkätfrågorna

Utformningen av enkätfrågorna har skett i samarbete med svenska och utländska forskare, detta som ett led i att försäkra sig om frågornas relevans givet aktuella frågeställningar på den akademiska forskningsfronten.

Enkätstrukturen utformades i samarbete med SCB. En preliminär version av enkäten granskades av en särskild expertgrupp inom SCB och med ett stort antal förslag till förbättringar som resultat. Med några få undantag justerades enkäten enligt rekommendationerna.

Enkäten har översatts till engelska. En delgrupp inom urvalet bestående av 257 utländska medborgare fick både en svensk och en engelsk enkät vid första utsändning och vid enkätpåminnelser. 101 av dem svarade på enkäten, varav 46 på den engelska varianten.

Med så pass få respondenter av den engelska versionen kan det naturligtvis ifrågasättas om översättningen är motiverad. För att sprida kunskap om undersökningen bland utländska forskare har tillgång den engelska versionen dock visat sig vara av avgörande betydelse. Som ett resultat har ett antal propåer om forskarsamarbete kommit in.

Resultatet från insamlingen har redovisats i form av avidentifierade mikrodata för bearbetning, samt en teknisk rapport.

1.8 Redovisning av statistiska mått

De statistiska storheterna (parametrarna) utgörs t.ex. av totaler och kvoter. De senare består vanligtvis av procentuella andelar. Statistiken kan redovisas för hela

målpopulationen, men mer information fås genom att dela upp den på olika redovisningsgrupper.

Erfarenheterna från 2003 års undersökning pekade på fyra faktorer med betydelse för observerade variationer:¹

- *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.
- *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.

Utfallet från 2003 års undersökning visade också att användarmönstren bland den högskolans anställda personal ganska väl överensstämde med vad som kunnat iakttas bland svenskarna i allmänhet.² Därför kommer även en redovisning att göras med avseende på personalkategori, där lärare/forskare ges rollen som kontrollgrupp. I tabellbilagorna redovisas därför utfallet för enkätfrågorna med beräkning av svarsandel på följande kategorier:

Personal-kategori:	Studenter/doktorander Lärare/forskare	Ämnesområde:	Humaniora
Kön:	Kvinnor Män		Samhällsvetenskap Naturvetenskap Datavetenskap Teknik Lärarytbildning Medicin/Vård
Åldersgrupp:	– 25 år 26 – 30 år 31 – 35 år 36 – 45 år 46 – 55 år > 55 år	Fildelar-kategori:	Tunga fildelare Måttliga fildelare Före detta fildelare Ej fildelare

Svarsandelarna beräknas genom korstabulering. Som signifikansmått används chitvå-test (χ^2), eller där så är möjligt, Fishers exakta test³. 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. $n=1913$.

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

² Jämförelse gjordes med data från World Internet Institute, www.wii.se

³ 2x2-tabeller

2 Nätgemenskaper

2.1 Besök

Två tredjedelar av Sveriges studenter besöker regelbundet en eller flera nätgemenskaper. Bland lärare/forskare är andelen en fjärdedel. Det finns ett tydligt åldersmönster: I åldersgruppen upp till 25 år är andelen besökare ca 80 procent och 72 procent i gruppen närmast däröver (26-30 år). Sedan börjar raset: ca 50 procent för kategorin 31-35 år respektive 30 procent för gruppen 36-45 år. (tabell 5).

Män uppvisar något högre andelar än kvinnor. Bland ämnesområdena ligger natur-, data- och teknikvetenskaper högst, men skillnaderna är relativt små. Nio av tio fildelare är regelbundna besökare mot knappt hälften av de som aldrig fildelat.

Tabell 5 Besök på nätgemenskaper med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ja	Nej	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1907)	Studenter/doktorander	67%	33%	100%
	Lärare/forskare	24%	76%	100%
Kön (p=0.000, n=1907)	Kvinnor	62%	38%	100%
	Män	69%	31%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1670)	Humaniora	64%	36%	100%
	Samhällsvetenskap	69%	31%	100%
	Naturvetenskap	75%	25%	100%
	Datavetenskap	76%	24%	100%
	Teknik	74%	24%	100%
	Läroarbildning	61%	39%	100%
	Medicin/Vård	62%	38%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1907)	– 25 år	80%	20%	100%
	26 – 30 år	72%	28%	100%
	31 – 35 år	49%	51%	100%
	36 – 45 år	31%	69%	100%
	46 – 55 år	21%	79%	100%
	> 55 år	7%	93%	100%
Fildelarkategori (p=0.000, n=1907)	Tunga fildelare	87%	13%	100%
	Måttliga fildelare	86%	14%	100%
	Före detta fildelare	67%	33%	100%
	Ej fildelare	44%	56%	100%
Samtliga (skattat antal)	267 000	65%	35%	100%

Av tabell 6 framgår att ca 80 procent av studenterna regelbundet besöker flera nätgemenskaper, medan flertalet besökande lärare/forskare nöjer sig med en. Åldersmönstret går igen.

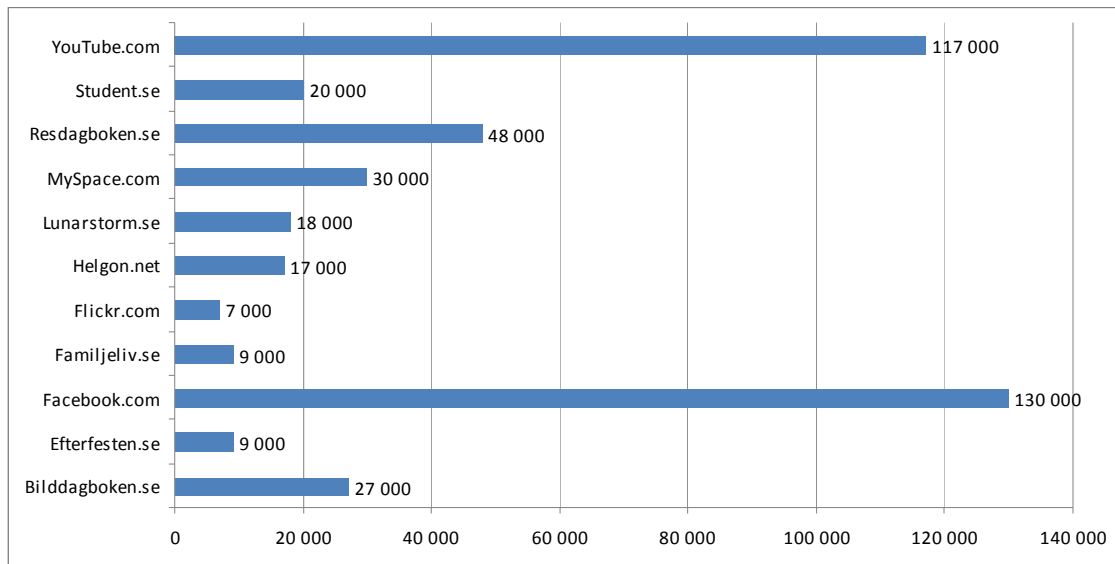
Intressant är att de kvinnliga besökarna tycks ha en större repertoar än män: 29 procent besöker fler än tre nätgemenskaper, mot 18 procent för männen. Samma observation kan göras för studenterna i humaniora. Dessa uppvisar också en generellt lägre andel besökare totalt, men bland dem som faktiskt utnyttjar nätgemenskaper återfinns den största andelen med mer än tre gemenskaper.

Tabell 6 Antal besökta nätgemenskaper med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Antal nätgemenskaper			Summa
		1	2-3	Fler än 3	
Personalkategori (p=0.000, n=1117)	Studenter/doktorander	21%	54%	25%	100%
	Lärare/forskare	54%	39%	7%	100%
Kön (p=0.000, n=1117)	Kvinnor	19%	52%	29%	100%
	Män	26%	56%	18%	100%
Ämnesområde (p=0.023, n=1070)	Humaniora	11%	57%	32%	100%
	Samhällsvetenskap	23%	55%	22%	100%
	Naturvetenskap	21%	54%	25%	100%
	Datavetenskap	32%	48%	20%	100%
	Teknik	20%	57%	23%	100%
	Läraryr utbildning	20%	56%	24%	100%
	Medicin/Vård	21%	52%	27%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1117)	– 25 år	18%	52%	30%	100%
	26 – 30 år	23%	62%	15%	100%
	31 – 35 år	32%	60%	8%	100%
	36 – 45 år	39%	46%	15%	100%
	46 – 55 år	35%	53%	12%	100%
	> 55 år	44%	56%	0%	100%
Fildelarkategori (p=0.005, n=1117)	Tunga fildelare	19%	52%	29%	100%
	Måttliga fildelare	19%	54%	27%	100%
	Före detta fildelare	20%	56%	24%	100%
	Ej fildelare	27%	54%	19%	100%
Samtliga (skattat antal)	173 000	22%	54%	24%	100%

Från en lista på 18 kända nätgemenskaper ombads de tillfrågade att markera om de var besökare. Flera alternativ kunde anges. Resultatet redovisas i diagram 1. Där framgår att Facebook och YouTube är de ojämförligt populäraste gemenskaperna med över 100 000 regelbundna besökare. På tredje plats kommer Resedagboken (ca 48 000) före MySpace och Bilddagboken. Sju sajter uppvisade endast få besökare vilket ger osäker statistisk skattning och har därför utelämnats.⁴

Diagram 1 Besök på vanliga/populära nätgemenskaper. Skattat antal personer



Skattat antal regelbundna besökare är 173 000 ± 2 %

⁴ Dessa är: AcademiAlive.com, Bubblare.se, Hamsterpaj.se, Kamrat.com, Playahead.se, Playdo.se, Vox.com

2.2 Medlemskap

Merparten av dem som regelbundet besöker nätgemenskaper är också medlemmar i en eller flera gemenskaper, endast 9 procent är det inte. Den starka ålderstendensen består så att andelen med medlemskap i flera gemenskaper faller successivt med ökad ålder, parallellt med att andelen "Ej medlem" i motsvarande grad ökar. Ett uttryck för detta är den stora skillnaden mellan studenter och lärare/forskare.

Mellan kvinnor och män, respektive olika ämnesområden är variationerna annars små (tabell 7). Inte heller mellan de olika fildelarkategorierna skiljer sig mönstren åt annat än marginellt, med undantag för gruppen "Ej fildelare" som tydligt uppvisar lägre frekvenser.

Tabell 7 Medlemskap i nätgemenskaper med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Medlem i flera	Medlem i en	Ej medlem	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1170)	Studenter/doktorander	55%	37%	8%	100%
	Lärare/forskare	24%	40%	36%	100%
Kön (p=0.026, n=1170)	Kvinnor	52%	41%	7%	100%
	Män	58%	32%	10%	100%
Ämnesområde (p=0.006, n=1115)	Humaniora	63%	32%	5%	100%
	Samhällsvetenskap	57%	37%	6%	100%
	Naturvetenskap	51%	43%	6%	100%
	Datavetenskap	69%	26%	5%	100%
	Teknik	52%	40%	8%	100%
	Läraryr utbildning	60%	28%	12%	100%
	Medicin/Vård	45%	45%	10%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1170)	– 25 år	59%	36%	5%	100%
	26 – 30 år	51%	41%	8%	100%
	31 – 35 år	42%	40%	18%	100%
	36 – 45 år	33%	44%	23%	100%
	46 – 55 år	28%	24%	48%	100%
	> 55 år	u.s.	u.s.	u.s.	100%
Fildelarkategori (p=0.005, n=1170)	Tunga fildelare	67%	27%	6%	100%
	Måttliga fildelare	57%	39%	4%	100%
	Före detta fildelare	62%	28%	9%	100%
	Ej fildelare	40%	44%	16%	100%
Samtliga (skattat antal)	173 000	54%	37%	9%	100%

De tillfrågade ombads att från en lista ange inriktningen på nätgemenskapen. Flera alternativ kunde anges. Diagram 2 redovisar utfallet, viktat till population.

Största antalet medlemmar har gemenskaper med social inriktning, ca 123 000, vilket direkt återspeglar den ovan konstaterade populariteten för Facebook.

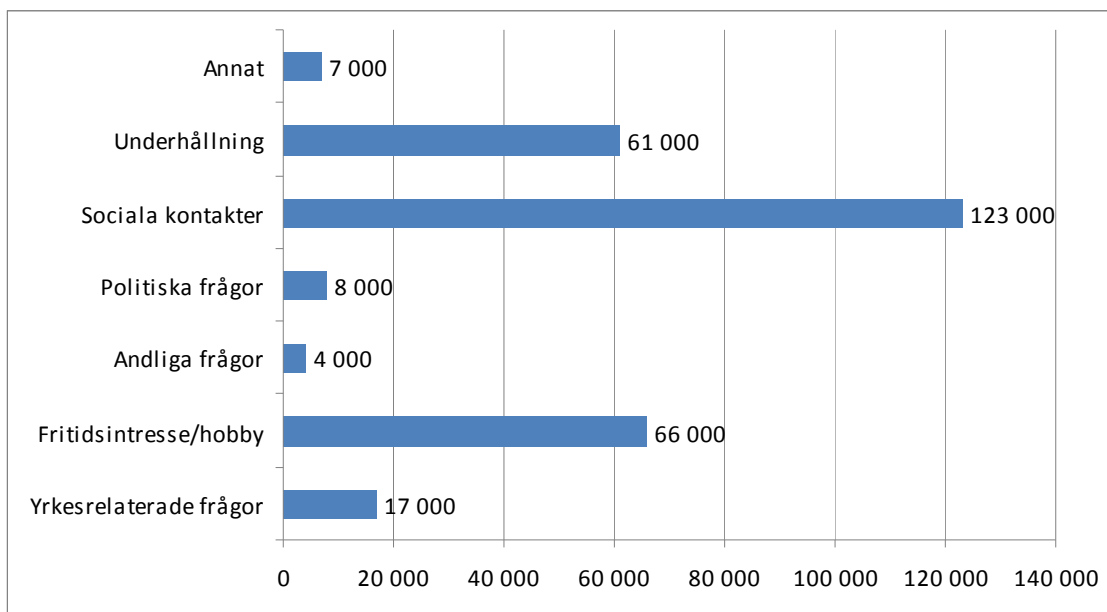
Mellan 60 000 – 70 000 är medlemmar i gemenskaper med inriktning mot underhållning respektive fritidsintresses/hobby.

Yrkesrelaterade frågor lockar förhållandevis få, kanske inte så oväntat med den starka övervikten för studenter bland respondenterna.

Andliga och politiska gemenskaper lockar få.

Under ”Annat” fick de tillfrågade ange slag av gemenskap. Återkommande svar var studier, resor, familjefrågor, kontakter och dejting, konst och musik, spel och subkulturer.

Diagram 2 Inriktningen på nätgemenskaperna. Skattat antal personer



Skattat antal personer som är medlemmar i en eller flera nätgemenskaper är 158 000 ± 2%

I tabell 8 på nästa sida redovisas utfallet med fördelning på standardgrupperingarna. Då antalet respondenter i de övre åldrarna är förhållandevis litet har dessa slagits samman till en grupp > 35 år. Tabell 9 sammanfattar tendenserna.

Tabell 8 Inriktning på de nätgemenskaper man är medlem i med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent, flera alternativ kunde väljas

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Yrkesrelaterade frågor	Fritidsintresse/hobby	Andliga frågor	Politiska frågor	Sociala kontakter	Underhållning	Annat
Personalkategori (n=1057)	Studenter/doktorander	10%	42%	3%	5%	78%	39%	5%
	Lärare/forskare	25%	34%	3%	3%	60%	12%	0%
Kön (n=1057)	Kvinnor	7%	37%	2%	2%	82%	21%	3%
	Män	16%	49%	4%	8%	72%	42%	6%
Ämnesområde (n=999)	Humaniora	11%	42%	2%	5%	77%	44%	6%
	Samhällsvetenskap	9%	39%	2%	7%	82%	37%	6%
	Naturvetenskap	11%	42%	3%	2%	77%	30%	7%
	Datavetenskap	12%	55%	4%	4%	56%	48%	6%
	Teknik	11%	46%	2%	8%	82%	39%	3%
	Läraryr utbildning	8%	49%	2%	2%	70%	45%	2%
	Medicin/Vård	14%	34%	4%	2%	82%	37%	3%
Åldersgrupp (n=1057)	– 25 år	7%	43%	2%	4%	82%	43%	4%
	26 – 30 år	9%	40%	1%	5%	77%	30%	4%
	31 – 35 år	17%	39%	5%	8%	61%	26%	11%
	> 35 år	44%	41%	6%	4%	60%	26%	6%
Fildelarkategori (n=1057)	Tunga fildelare	14%	52%	4%	10%	70%	52%	6%
	Måttliga fildelare	8%	43%	2%	3%	83%	40%	3%
	Före detta fildelare	14%	40%	1%	1%	80%	45%	5%
	Ej fildelare	11%	37%	3%	2%	75%	25%	6%
Samtliga (skattat antal)	158 000	11%	42%	3%	5%	78%	29%	5%

Tabell 9 Inriktning på nätgemenskaperna - sammanfattande tendenser

Nätgemenskapens inriktning	Tendenser
Yrkesrelaterade frågor	Män i mycket större utsträckning än kvinnor, betydelsen ökar med stigande ålder
Fritidsintresse/hobby	Nästa störst i fråga om popularitet, relativt små variationer
Andliga frågor	Liten betydelse, ökar med stigande ålder
Politiska frågor	Liten betydelse, oklar tendens, tunga fildelare störst andel!
Sociala kontakter	Störst popularitet, 4 av 5 är medlemmar, kvinnor mer än män, datavetenskaperna för en gångs skull i botten.
Underhållning	Stor manlig övervikt, betydelsen minskar med stigande ålder
Annat	Oklar tendens

2.2.1 Besöksfrekvens

De tillfrågade ombads ange hur ofta man besökte den av de gemenskaper man var medlem i och som man oftast var inne på. De visar sig att en majoritet av medlemmarna uppger dagliga besök, många också flera gånger dagligen (tabell 10).

Tabell 10 Besöksfrekvens på den oftast besökta nätgemenskapen med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Flera gånger dagligen	Dagligen	Någon/några gånger i veckan	Mer sällan än en gång i veckan	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1060)	Studenter/doktorander	24%	43%	28%	5%	100%
	Lärare/forskare	10%	18%	37%	35%	100%
Kön (p=0.133, n=1060)	Kvinnor					
	Män					
Ämnesområde (p=0.799, n=1025)	Humaniora					
	Samhällsvetenskap					
	Naturvetenskap					
	Datavetenskap					
	Teknik					
	Läroutbildning					
Åldersgrupp (p=0.000, n=1060)	Medicin/Vård					
	– 25 år	25%	46%	25%	4%	100%
	26 – 30 år	22%	43%	32%	3%	100%
	31 – 35 år	27%	33%	33%	7%	100%
Fildelarkategori (p=0.005, n=1060)	> 35 år	14%	19%	47%	20%	100%
	Tunga fildelare	32%	48%	18%	2%	100%
	Måttliga fildelare	24%	44%	29%	3%	100%
	Före detta fildelare	26%	38%	29%	7%	100%
Samtliga (skattat antal)	Ej fildelare	16%	42%	34%	8%	100%
	158 000	22%	43%	30%	5%	100%

Det går att se en tydlig gräns vid 35 år. I åldrarna därunder rapporterar 60-70 procent att besöken sker dagligen eller flera gånger dagligen. Motsvarande andel bland de äldre är 35 procent.

Materialet påvisar inte signifikanta skillnader vare sig mellan kön eller mellan ämnesområden.

Besöksfrekvenserna återspeglas bland fildelarna där de tunga fildelarna är de överlägset flitigaste besökarna.

2.2.2 Medverkan i diskussioner

En knapp majoritet av medlemmarna uppger att de medverkar i diskussioner inom sina gemenskaper. Den övervägande andelen svarar ”ibland”, endast en mindre andel – sex procent – svarar ”ofta”. Män, datavetenskapare och tunga fildelare är mer aktiva än kvinnor och studenter/doktorander från övriga ämnesområden (tabell 11).

Någon ålderstendens som är statistiskt signifikant går inte att urskilja och (därmed) heller ingen skillnad mellan studenter/doktorander och lärare/forskare.

Tabell 11 Medverkan i diskussioner i nätgemenskaper med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta	Ibland	Aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.209, n=1060)	Studenter/doktorander Lärare/forskare				
Kön (p=0.000, n=1060)	Kvinnor	4%	43%	53%	100%
	Män	7%	49%	44%	100%
Ämnesområde (p=0.003, n=1025)	Humaniora	6%	51%	43%	100%
	Samhällsvetenskap	6%	46%	48%	100%
	Naturvetenskap	3%	45%	52%	100%
	Datavetenskap	12%	58%	30%	100%
	Teknik	5%	43%	52%	100%
	Läraryr utbildning	4%	50%	46%	100%
	Medicin/Vård	7%	37%	56%	100%
Åldersgrupp (p=0.628, n=1060)	– 25 år 26 – 30 år 31 – 35 år > 35 år				
Fildelarkategori (p=0.005, n=1060)	Tunga fildelare Måttliga fildelare Före detta fildelare Ej fildelare	9% 6% 3% 4%	61% 45% 44% 38%	30% 49% 53% 58%	100% 100% 100% 100%
Samtliga (skattat antal)	158 000	6%	46%	48%	100%

2.2.3 Egna sidor

Drygt 80 procent av respondenterna uppger att de lagt upp egna sidor för att publicera uppgifter om sig själva och/eller lägga in eget material. En viss övervikt för kvinnor och studenter/doktorander i humaniora kan observeras. Det finns också en tydlig ålderstendens med fallande andel egna sidor med ökad ålder (tabell 12).

Tabell 12 Egna sidor med uppgifter om sig själv och/eller eget material med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Skaffat egen sida	Inte skaffat/Egna sidor erbjuds inte	Summa
Personalkategori (p=0.003, n=1058)	Studenter/doktorander	83%	17%	100%
	Lärare/forskare	54%	46%	100%
Kön (p=0.005, n=1058)	Kvinnor	84%	16%	100%
	Män	80%	20%	100%
Ämnesområde (p=0.003, n=1024)	Humaniora	91%	9%	100%
	Samhällsvetenskap	83%	17%	100%
	Naturvetenskap	78%	22%	100%
	Datavetenskap	67%	33%	100%
	Teknik	82%	18%	100%
	Lärarytbildning	85%	15%	100%
	Medicin/Vård	82%	18%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1058)	– 25 år	86%	14%	100%
	26 – 30 år	83%	17%	100%
	31 – 35 år	78%	22%	100%
	> 35 år	64%	36%	100%
Fildelarkategori (p=0.006, n=1058)	Tunga fildelare	83%	17%	100%
	Måttliga fildelare	85%	15%	100%
	Före detta fildelare	79%	21%	100%
	Ej fildelare	80%	20%	100%
Samtliga (skattat antal)	158 000	83%	17%	100%

2.3 Bidrag med eget material

2.3.1 Textbaserat material

Över hälften av respondenterna bidrar till gemenskapen med eget textbaserat material, ca 10 procent gör det ofta. Då råder ingen signifikant skillnad mellan kvinnor och män, dock noteras en något högre aktivitet bland humanister och samhällsvetare än bland övriga studenter/doktorander (tabell 13).

Tabell 13 Bidrag med eget textbaserat material till nätgemenskapen med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta	Ibland	Aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.058, n=1036)	Studenter/doktorander				
	Lärare/forskare				
Kön (p=0.627, n=1036)	Kvinnor				
	Män				
Ämnesområde (p=0.009, n=1001)	Humaniora	12%	55%	33%	100%
	Samhällsvetenskap	15%	49%	36%	100%
	Naturvetenskap	7%	34%	59%	100%
	Datavetenskap	9%	43%	48%	100%
	Teknik	6%	44%	50%	100%
	Läraryr utbildning	7%	49%	44%	100%
	Medicin/Vård	5%	41	54%	100%
Åldersgrupp (p=0.528, n=1036)	– 25 år				
	26 – 30 år				
	31 – 35 år				
	> 35 år				
Fildelarkategori (p=0.005, n=1036)	Tunga fildelare	11%	58%	31%	100%
	Måttliga fildelare	11%	41%	48%	100%
	Före detta fildelare	12%	51%	37%	100%
	Ej fildelare	6%	45%	50%	100%
Samtliga (skattat antal)	154 000	10%	46%	44%	100%

2.3.2 Musikinspelningar

Åtta procent av dem som är medlemmar uppger att de bidrar med egna musikinspelningar. De enda signifikanta variationerna hittar vi inom fildelarkategorierna.

Tabell 14 Bidrag med egna musikinspelningar till nätgemenskapen med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta/Ibland	Aldrig	Summa
Personalkategori (p=1.000, n=1023)	Studenter/doktorander			
	Lärare/forskare			
Kön (p=0.142, n=1023)	Kvinnor			
	Män			
Ämnesområde (p=0.289, n=990)	Humaniora			
	Samhällsvetenskap			
	Naturvetenskap			
	Datavetenskap			
	Teknik			
	Läroarbildning			
Åldersgrupp (p=0.319, n=1023)	– 25 år			
	26 – 30 år			
	31 – 35 år			
	> 35 år			
Fildelarkategori (p=0.001, n=1023)	Tunga fildelare	14%	86%	100%
	Måttliga fildelare	8%	92%	100%
	Före detta fildelare	3%	97%	100%
	Ej fildelare	6%	94%	100%
Samtliga (skattat antal)	152 000	8%	92%	100%

2.3.3 Fotografier

Ca 80 procent av de tillfrågade laddar upp egna fotografier. Andelen kvinnor som uppger att de gör det ofta är klart högre än andelen för män. I övrigt framträder ett tydligt åldersmönster med endast 14 procent i den yngsta gruppen som aldrig lägger upp foton. För dem över 35 år är motsvarande andel 53 procent.

Tabell 15 Bidrag med egna fotografier till nätgemenskapen med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta	Ibland	Aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1052)	Studenter/doktorander	16%	65%	19%	100%
	Lärare/forskare	0%	44%	56%	100%
Kön (p=0.000, n=1052)	Kvinnor	19%	65%	16%	100%
	Män	12%	63%	25%	100%
Ämnesområde (p=0.311, n=1017)	Humaniora				
	Samhällsvetenskap				
	Naturvetenskap				
	Datavetenskap				
	Teknik				
	Läroarbildning				
Åldersgrupp (p=0.000, n=1052)	– 25 år	19%	67%	14%	100%
	26 – 30 år	12%	65%	23%	100%
	31 – 35 år	15%	48%	37%	100%
	> 35 år	1%	46%	53%	100%
Fildelarkategori (p=0.001, n=1052)	Tunga fildelare	24%	59%	17%	100%
	Måttliga fildelare	15%	69%	16%	100%
	Före detta fildelare	17%	61%	22%	100%
	Ej fildelare	12%	63%	25%	100%
Samtliga (skattat antal)	156 000	16%	65%	19%	100%

2.3.4 Videoklipp

Relativt få – sjutton procent – bidrar med egna videoklipp. De enda signifikanta variationerna återfinns inom fildelarkategorierna.

Tabell 16 Bidrag med egna videoklipp till nätgemenskapen med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta/Ibland	Aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.640, n=1027)	Studenter/doktorander			
	Lärare/forskare			
Kön (p=0.113, n=1027)	Kvinnor			
	Män			
Ämnesområde (p=0.176, n=993)	Humaniora			
	Samhällsvetenskap			
	Naturvetenskap			
	Datavetenskap			
	Teknik			
	Läroarbildning			
Åldersgrupp (p=0.206, n=1027)	– 25 år			
	26 – 30 år			
	31 – 35 år			
	> 35 år			
Fildelarkategori (p=0.000, n=1027)	Tunga fildelare	28%	72%	100%
	Måttliga fildelare	19%	81%	100%
	Före detta fildelare	10%	90%	100%
	Ej fildelare	10%	90%	100%
Samtliga (skattat antal)	152 000	17%	83%	100%

2.3.5 Film

Få laddar upp eget filmmaterial. Här märks en tydlig dominans för män/datavetenskapare/tunga fildelare. Men även humanister och lärarstuderanden ligger över genomsnittet.

Tabell 17 Bidrag med eget filmmaterial till nätgemenskapen med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta/Ibland	Aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.634, n=1020)	Studenter/doktorander			
	Lärare/forskare			
Kön (p=0.002, n=1020)	Kvinnor	1%	99%	100%
	Män	4%	96%	100%
Ämnesområde (p=0.005, n=986)	Humaniora	4%	96%	100%
	Samhällsvetenskap	1%	99%	100%
	Naturvetenskap	1%	99%	100%
	Datavetenskap	8%	92%	100%
	Teknik	2%	98%	100%
	Lärarytbildning	6%	94%	100%
	Medicin/Vård	1%	99%	100%
Åldersgrupp (p=0.335, n=1020)	– 25 år			
	26 – 30 år			
	31 – 35 år			
	> 35 år			
Fildelarkategori (p=0.000, n=1020)	Tunga fildelare	7%	93%	100%
	Måttliga fildelare	3%	97%	100%
	Före detta fildelare	1%	99%	100%
	Ej fildelare	1%	99%	100%
Samtliga (skattat antal)	151 000	3%	97%	100%

2.3.6 Material till dataspel

Samma situation/dominans som för film kan konstateras för material till dataspel. Här är kvinnorna fullständigt frånvarande. Ämnesområdena har här begränsats till två grupper, ”Tekniska ämnen” dvs. Datavetenskap och Teknik, samt ”Övriga ämnen”.

Tabell 18 Bidrag med material till dataspel till nätgemenskapen med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta/Ibland	Aldrig	Summa
Personalkategori (p=1.000, n=1023)	Studenter/doktorander Lärare/forskare			
Kön (p=0.000, n=1023)	Kvinnor	0%	100%	100%
	Män	4%	96%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=988)	Tekniska ämnen	4%	96%	100%
	Övriga ämnen	1%	99%	100%
Åldersgrupp (p=0.314, n=1023)	– 25 år 26 – 30 år 31 – 35 år > 35 år			
Fildelarkategori (p=0.000, n=1023)	Tunga fildelare	7%	93%	100%
	Måttliga fildelare	1%	99%	100%
	Före detta fildelare	1%	99%	100%
	Ej fildelare	0%	100%	100%
Samtliga (skattat antal)	151 000	2%	98%	100%

2.3.7 Programkod

Ännu mer utpräglad är dominansen för män/tekniska ämnen/tunga fildelare inom programkod.

Tabell 19 Bidrag med programkod till nätgemenskapen med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta/Ibland	Aldrig	Summa
Personalkategori (p=1.000, n=1024)	Studenter/doktorander			
	Lärare/forskare			
Kön (p=0.000, n=1024)	Kvinnor	0%	100%	100%
	Män	5%	95%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=989)	Tekniska ämnen	6%	94%	100%
	Övriga ämnen	1%	99%	100%
Åldersgrupp (p=0.325, n=1024)	– 25 år			
	26 – 30 år			
	31 – 35 år			
	> 35 år			
Fildelarkategori (p=0.000, n=1024)	Tunga fildelare	7%	93%	100%
	Måttliga fildelare	2%	98%	100%
	Före detta fildelare	0%	100%	100%
	Ej fildelare	0%	100%	100%
Samtliga (skattat antal)	151 000	2%	98%	100%

2.3.8 Bidrag med eget material totalt

I tabell 20 har utfallet i de sju ovanstående redovisningarna summerats. Varje respondent som på någon fråga markerat "Ofta" har sammanförts i en grupp. Bland de övriga har alla de som åtminstone en gång svarat "Ibland" förts till en egen grupp. I den tredje gruppen återfinns de som genomgående svarat "Aldrig". Det visar då att totalt 87 procent av alla de som är medlemmar också bidrar till gemenskapen med olika slag av material. I 22 procent av fallen sker detta ofta.

Kanske något överraskande framstår kvinnorna som de mest aktiva med att lägga in eget material: för 24 procent görs det ofta jämfört med 19 procent för männen. Det som framför allt förklarar skillnaden är uppläggningsen av fotografier som är den vanligaste formen av eget bidrag, och med en klar kvinnlig dominans.

Tabell 20 Summa bidrag med eget material med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta	Ibland	Aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1060)	Studenter/doktorander	22%	66%	12%	100%
	Lärare/forskare	0%	55%	45%	100%
Kön (p=0.006, n=1060)	Kvinnor	24%	64%	12%	100%
	Män	19%	67%	14%	100%
Ämnesområde (p=0.089, n=1025)	Humaniora				
	Samhällsvetenskap				
	Naturvetenskap				
	Datavetenskap				
	Teknik				
	Läroarbildning				
	Medicin/Vård				
Åldersgrupp (p=0.000, n=1060)	– 25 år	25%	66%	9%	100%
	26 – 30 år	17%	67%	16%	100%
	31 – 35 år	19%	59%	22%	100%
	> 35 år	8%	59%	33%	100%
Fildelarkategori (p=0.000, n=1060)	Tunga fildelare	30%	59%	11%	100%
	Måttliga fildelare	24%	67%	9%	100%
	Före detta fildelare	22%	62%	16%	100%
	Ej fildelare	15%	69%	16%	100%
Samtliga (skattat antal)	158 000	22%	65%	13%	100%

2.3.9 Sammanfattning av tendenserna

I tabell 21 sammanfattas de observerade tendenserna från den statistiska analysen. Förutom kön, ålder, ämnesinriktning och fildelning, har begreppet ”Teknikerprofil” lagts till. Med det menas att en tydlig övervikt för studenter/doktorander från datavetenskapliga och tekniska utbildningar går att iaktta. Denna motsvaras av uppdelningen på ”Tekniska ämnen” respektive ”Övriga ämnen” som gjorts i vissa av tabellerna.

Analysen av materialet visar på att bidrag i form av text och foton har nått stor spridning så att fler än hälften av medlemmarna också är aktiva bidragslämnare. De tidiga Internetårens starka mansdominans har helt försvunnit, eller bytts till sin motsats: På de största områdena som uppladdning av fotografier märks nu en tydlig kvinnlig övervikt. För textbaserat material ser vi också en viss övervikt bland studenter/doktorander inom humaniora och samhällsvetenskap, och att den tidigare dominansen från studenter/doktorander med tekniska utbildningar har försvunnit.

För musikinspelningar och videosnuttar är andelen bidragslämnare betydligt lägre. En förklaring kan vara att det nu rör sig om betydligt färre individer som producerar eget material, det antagandet ligger åtminstone nära till hands för musikinspelningar. Det intressanta är att det inte heller här går att upptäcka några skillnader mellan kvinnor och män, eller mellan studenter/doktorander från olika ämnesområden.

Helt annorlunda blir bilden för bidrag i form av film, material till dataspel och programkod. Förutom att andelarna aktiva bidragslämnare är mycket små, framstår dessa som uteslutande ett tillhåll för män med starkt teknikintresse. Här går lätt att se paralleller till situationen i persondatorernas barndom.

Åldersfaktorn gör sig tydlig när vi ser till lämnade bidrag i sin helhet. De flitigaste bidragslämnarna återfinns i den yngsta gruppen upp till 25 år. För varje gruppering däröver faller därefter frekvensen för lämnade bidrag successivt, parallellt med att andelen icke-bidragslämnare i motsvarande grad växer. På detaljnivå, dvs. de olika bidragslagen, går det däremot sällan att se signifikanta tendenser.

Mest anmärkningsvärt är ändå den genomgående starka kopplingen mellan att bidra med eget innehåll och att utnyttja fildelning. Oavsett slag av bidrag – manligt/tekniska som programkod, eller kvinnligt/sociala som fotografier – så utmärker sig gruppen av tunga fildelare som mest aktiva och gruppen som aldrig fildelat som minst aktiv, och med måttliga respektive före detta fildelare placerade däremellan.

Tabell 21 Sammanställning av tendenserna för olika slag av bidrag till nätgemenskaper

Slag av bidrag	Andel som bidrar	Tydliga tendenser (p<0.050)					Kommentar
		Kön	Ålder	Ämne	Teknikerprofil	Fildelning	
Textbaserat material	56%	Nej	Nej	Ja	Nej	Ja	Övervikt för humanister och samhällsvetare
Musikinspelningar	8%	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja	Inga tendenser förutom mellan fildelarkategorier
Fotografier	81%	Ja	Ja	Nej	Nej	Ja	Kvinnlig övervikt, avtagande bidrag med stigande ålder
Videoklipp	17%	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja	Stor skillnad mellan fildelarkategorier
Film	3%	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Stark manlig teknikerdominans
Material till dataspel	2%	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Stark manlig teknikerdominans
Programkod	2%	Ja	Nej	Ja	Ja	Ja	Stark manlig teknikerdominans
Bidrag totalt	87%	Ja	Ja	Nej	Nej	Ja	Kvinnlig övervikt, avtagande bidrag med stigande ålder

2.4 Driva egen nätgemenskap

Respondenterna tillfrågades om de hade en egen nätgemenskap, eventuellt tillsammans med andra. Svartalternativen var:

- Ja
- Nej, har provat men avbrutit
- Nej, men överväger att lägga upp/starta
- Nej, inte intressant för egen del

Resultaten presenteras i två tabeller. Tabell 22 redovisar de fullständiga svaren. I tabell 23 har alla de som antingen svarat att de har egen nätgemenskap, att de har provat på men avbrutit och de som överväger att starta egen nätgemenskap slagits samman i en grupp som kallas ”Egen nätgemenskap intressant” att ställa mot dem som svarar ”Inte intressant för egen del”.

Tabell 22 Erfarenheter av och attityder till att driva egen nätgemenskap med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden och åldersgrupper. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Driver egen nätgemenskap	Har provat	Överväger att starta	Inte intressant	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1876)	Studenter/doktorander	9%	2%	3%	86%	100%
	Lärare/forskare	1%	1%	2%	96%	100%
Kön (p=0.000, n=1876)	Kvinnor	8%	2%	3%	87%	100%
	Män	8%	3%	4%	85%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1651)	Humaniora	8%	3%	4%	85%	100%
	Samhällsvetenskap	9%	4%	4%	83%	100%
	Naturvetenskap	7%	2%	1%	90%	100%
	Datavetenskap	7%	2%	12%	79%	100%
	Teknik	8%	4%	5%	83%	100%
	Läraryr utbildning	8%	1%	3%	88%	100%
	Medicin/Vård	9%	1%	1%	89%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, N=1876)	– 25 år	10%	3%	4%	83%	100%
	26 – 30 år	10%	3%	2%	85%	100%
	31 – 35 år	6%	1%	4%	89%	100%
	36 – 45 år	3%	1%	4%	92%	100%
	46 – 55 år	3%	0%	2%	95%	100%
	> 55 år	0%	0%	1%	99%	100%
Fildelarkategori (p=0.000, n=1876)	Tunga fildelare	18%	5%	6%	71%	100%
	Måttliga fildelare	11%	2%	4%	83%	100%
	Före detta fildelare	5%	2%	2%	91%	100%
	Ej fildelare	4%	2%	3%	91%	100%
Samtliga (skattat antal)	265 000	8%	2%	4%	86%	100%

Av tabell 22 framgår att 8 procent av alla inom universitets- och högskolevärlden uppger att de driver en egen nätgemenskap. De allra flesta finns bland studenter/doktoranderna där variationerna mellan de olika ämnesområdena är liten. Det enda som möjligen sticker fram är skillnaderna i planer på att starta egen nätgemenskap. 12 procent bland datavetenskaparna har sådana planer mot endast 1 procent bland

studenter/doktoranderna inom naturvetenskap och medicin. Skillnaderna mellan könen är också mycket små, dock signifikanta.

Iögonfallande är de höga andelstalen för gruppen tunga fildelare, där 18 procent redan driver en gemenskap och 6 procent överväger att starta.

En tydlig tendens hittar vi i åldersfaktorn, där stigande ålder åtföljs av lägre andelar för samtliga svarsalternativ med undantag för ”Inte intressant”. Detta återspeglas också i den stora skillnaden mellan studenter/doktorander och lärare/forskare.

I tabell 23 reduceras uppdelningen på dem med ett positivt intresse av att ha en egen nätgemenskap (har drivit, driver och överväger att börja) och dem som inte anser det intressant för egen del. Det visar sig då att de med sådant positivt intresse uppgår till 14 procent av samtliga. Mest positiva är tunga fildelare med en andel på 29 procent.

Tabell 23 Attityder till att driva egen nätgemenskap med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden och åldersgrupper. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Egen nätgemenskap intressant	Inte intressant	Summa
Personalkategori (p=0.000, N=1876)	Studenter/doktorander	14%	86%	100%
	Lärare/forskare	4%	96%	100%
Kön (p=0.000, N=1876)	Kvinnor	13%	87%	100%
	Män	15%	85%	100%
Ämnesområde (p=0.002, N=1651)	Humaniora	15%	85%	100%
	Samhällsvetenskap	17%	83%	100%
	Naturvetenskap	10%	90%	100%
	Datavetenskap	21%	79%	100%
	Teknik	17%	83%	100%
	Läroarbildning	12%	88%	100%
	Medicin/Vård	11%	89%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, N=1876)	– 25 år	17%	83%	100%
	26 – 30 år	15%	85%	100%
	31 – 35 år	11%	89%	100%
	36 – 45 år	8%	92%	100%
	46 – 55 år	5%	95%	100%
	> 55 år	1%	99%	100%
Fildelarkategori (p=0.000, n=1876)	Tunga fildelare	29%	71%	100%
	Måttliga fildelare	17%	83%	100%
	Före detta fildelare	9%	91%	100%
	Ej fildelare	9%	91%	100%
Samtliga (skattat antal)	265 000	14%	86%	100%

2.4.1 Egen nätgemenskap bland närstående

Respondenterna fick besvara frågan om det i familjen eller bekantskapskretsen finns någon med egen nätgemenskap. Svarsalternativen var

- Ja, i arbetet
- Ja, på fritiden som hobby
- Ja, på fritiden med kommersiella ambitioner
- Ja, som provat men avbrutit
- Nej/vet inte

Flera alternativ kunde anges.

Tabell 24 Respondenter som uppger att det finns närstående med egen nätgemenskap, och med olika syften. Andel i procent

		Nätgemen- skap i arbetet	Nätgemen-skap som hobby	Nätgemenskap med kommersiella ambitioner	Som provat men avbrutit	Ingen /vet inte	Summa
Samtliga (skattat antal)	268 000	4%	17%	2%	2%	79%	100%

Det visade sig att drygt en femtedel av de tillfrågade har någon närstående som har eller har haft egen nätgemenskap (tabell 24). Allra vanligaste är nätgemenskap som hobby, 17 procent av samtliga.

I tabell 251 framgår ett mycket tydligt samband mellan att ha egen nätgemenskap att närstående också har det. Däremot syns ingen skillnad mellan dem som markerat ett respektive flera ”ja”.

Tabell 25 Sambandet mellan närstående med egen nätgemenskap. Andel i procent

		Har/har provat/överväger att starta	Nej, inte intressant	Summa
Närstående med nätgemenskap	Markerat ”Nej/Vet inte”	6%	94%	100%
(p=0.000, N=1872)	Ett ”ja” markerat	42%	58%	100%
	Två eller flera ”ja” markerade	41%	59%	100%
Samtliga (skattat antal)	265 000	14%	86%	100%

3 Bloggar

3.1 Läsa andras bloggar

Ca hälften av studenter/doktoranderna läser regelbundet andras bloggar, 14 procent uppger att det sker ofta. Motsvarande siffra för lärare/forskare är 25 procent, praktiskt taget ingen uppger att det sker ofta. Bloggläsandet följer ett tydligt åldersmönster. Det har störst utbredning i åldrarna upp till 25 år, därefter trappar det successivt av (Tabell 26).

Bloggläsandet fördelar sig någorlunda jämnt mellan kvinnor och män och mellan de olika ämnesområdena, statistiskt säkerställda skillnader saknas. Däremot går en skarp skiljelinje mellan dem som fildelar eller tidigare fildelat och dem som aldrig fildelat.

Tabell 26 Läsning av andras bloggar med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden och åldersgrupper. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Läser ofta	Läser ibland	Läser aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1905)	Studenter/doktorander	15%	37%	48%	100%
	Lärare/forskare	0%	25%	75%	100%
Kön (p=0.538, N=1905)	Kvinnor				
	Män				
Ämnesområde (p=0.393, n=1669)	Humaniora				
	Samhällsvetenskap				
	Naturvetenskap				
	Datavetenskap				
	Teknik				
	Läraryr utbildning				
Åldersgrupp (p=0.000, n=1905)	– 25 år	21%	41%	38%	100%
	26 – 30 år	13%	39%	48%	100%
	31 – 35 år	6%	30%	64%	100%
	36 – 45 år	1%	28%	71%	100%
	46 – 55 år	2%	25%	73%	100%
	> 55 år	0%	10%	90%	100%
Fildelarkategori (p=0.000, n=1905)	Tunga fildelare	19%	47%	34%	100%
	Måttliga fildelare	19%	44%	37%	100%
	Före detta fildelare	17%	35%	48%	100%
	Ej fildelare	9%	28%	63%	100%
Samtliga (skattat antal)	267 000	14%	36%	50%	100%

3.2 Antal bloggar som läses regelbundet

Samma mönster gå igen vad gäller antalet besökta bloggar. Av de bloggläsande studenterna/doktoranderna uppger närmare 60 procent att de regelbundet läser fler än 1 blogg. Skillnaderna mellan kön och ämnesområden saknar statistisk signifikans.

Ser vi till åldersfördelningen ligger tyngdpunkten i kategorin 26-30 år med 2/3 som regelbundet läser fler än 1 blogg. Upp till 35 år ligger andelen med fler än 5 bloggar stadigt vid 10 procent, i åldrarna över 35 praktiskt taget ingen.

Tabell 27 Antal bloggar som läses regelbundet med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden och åldersgrupper. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	1 blogg	2-5 bloggar	Fler än 5 bloggar	Summa
Personalkategori (p=0.002, n=867)	Studenter/doktorander	42%	49%	9%	100%
	Lärare/forskare	67%	33%	0%	100%
Kön (p=0.070, n=867)	Kvinnor				
	Män				
Ämnesområde (p=0.942, n=817)	Humaniora				
	Samhällsvetenskap				
	Naturvetenskap				
	Datavetenskap				
	Teknik				
	Läraryr utbildning				
Åldersgrupp (p=0.001, n=867)	– 25 år	41%	49%	10%	100%
	26 – 30 år	34%	57%	9%	100%
	31 – 35 år	49%	42%	9%	100%
	> 35 år	62%	37%	1%	100%
Fildelarkategori (p=0.005, n=867)	Tunga fildelare	35%	48%	17%	100%
	Måttliga fildelare	41%	53%	6%	100%
	Före detta fildelare	38%	55%	7%	100%
	Ej fildelare	51%	41%	8%	100%
Samtliga (skattat antal)	128 000	43%	48%	9%	100%

3.3 Skriva kommentarer och inlägg

Av de studenter/doktorander som regelbundet läser bloggar uppger knappt hälften att de brukar skriva kommentarer och inlägg. Endast några få procent gör det ofta. Kvinnor visar sig vara något mera aktiva än män liksom personer upp till 25 år jämfört med åldersgrupperna däröver. Fildelare är också mer aktiva.

Tabell 28 Bloggläsare som bidrar med kommentarer och inlägg med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden och åldersgrupper. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Skriver ofta	Skriver ibland	Skriver aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.005, n=906)	Studenter/doktorander	4%	40%	56%	100%
	Lärare/forskare	0%	25%	75%	100%
Kön (p=0.027, n=906)	Kvinnor	5%	40%	55%	5%
	Män	1%	41%	58%	1%
Ämnesområde (p=0.093, n=849)	Humaniora				
	Samhällsvetenskap				
	Naturvetenskap				
	Datavetenskap				
	Teknik				
	Lärarytbildning				
Åldersgrupp (p=0.044, n=906)	– 25 år	5%	41%	54%	100%
	26 – 30 år	1%	46%	53%	100%
	31 – 35 år	1%	30%	69%	100%
	> 35 år	1%	32%	67%	100%
Fildelarkategori (p=0.001, n=906)	Tunga fildelare	2%	52%	46%	100%
	Måttliga fildelare	5%	42%	53%	100%
	Före detta fildelare	3%	37%	60%	100%
	Ej fildelare	3%	33%	64%	100%
Samtliga (skattat antal)	134 000	4%	40%	56%	100%

3.4 Driva egen blogg

Respondenterna tillfrågades om de hade en egen blogg. Svarsalternativen var:

- Ja
- Nej, har provat men avbrutit
- Nej, men överväger att lägga upp/starta
- Nej, inte intressant för egen del

Resultaten presenteras i två tabeller. Tabell 29 redovisar svaren för hela populationen. Här ingår såväl de som regelbundet tar del av andras bloggar som de som inte läser bloggar. I tabell 30 ingår enbart de som själva läser bloggar.

Tabell 29 Erfarenheter av och attityder till att driva egen blogg med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden och åldersgrupper. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Driver egen blogg	Har provat	Överväger att starta	Inte intressant	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1872)	Studenter/doktorander	10%	7%	10%	73%	100%
	Lärare/forskare	0%	3%	4%	93%	100%
Kön (p=0.877, n=1872)	Kvinnor					
	Män					
Ämnesområde (p=0.000, n=1648)	Humaniora	17%	10%	13%	60%	100%
	Samhällsvetenskap	10%	9%	9%	72%	100%
	Naturvetenskap	10%	3%	11%	76%	100%
	Datavetenskap	14%	14%	13%	58%	100%
	Teknik	8%	3%	12%	77%	100%
	Läroutbildning	12%	7%	10%	71%	100%
	Medicin/Vård	6%	5%	5%	84%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1872)	– 25 år	13%	7%	11%	69%	100%
	26 – 30 år	11%	11%	8%	70%	100%
	31 – 35 år	3%	8%	9%	80%	100%
	36 – 45 år	3%	1%	8%	88%	100%
	46 – 55 år	2%	1%	5%	92%	100%
	> 55 år	0%	0%	2%	98%	100%
Fildelarkategori (p=0.000, n=1872)	Tunga fildelare	17%	12%	12%	59%	100%
	Måttliga fildelare	12%	10%	11%	67%	100%
	Före detta fildelare	11%	6%	8%	75%	100%
	Ej fildelare	6%	3%	8%	83%	100%
Samtliga (skattat antal)	263 000	10%	7%	9%	74%	100%

Här har alla de som antingen svarat att de driver egen blogg, att de har provat på men avbrutit och de som överväger att starta egen blogg slagits samman i en grupp som kallas ”Egen blogg intressant” att ställa mot dem som svarar ”Inte intressant för egen del”.

Av tabell 29 framgår att 10 procent av alla inom universitets- och högskolevärlden driver egen blogg. Detta motsvarar ett skattat antal bloggar på ca 26 000. Antalet

personer som provat på men avbrutit kan på motsvarande sätt uppskattas till 18 000 och de som överväger att starta till 24 000.⁵

Störst andel aktiva bloggare, – sjutton procent – återfinns bland studenter/doktorander inom humaniora, lägst andel bland inom vård och medicin med 6 procent. Bland data- och systemvetenskaperna hittar vi den största andelen (14 procent) som provat på att blogga men sedan avbrutit.

Inga signifikanta skillnader mellan könen går att observera, däremot går en tydlig åldersgräns vid 30 år.

Tabell 30 Attityder till att driva egen blogg bland bloggläsare med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden och åldersgrupper. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Egen blogg intressant	Inte intressant	Summa
Personalkategori (p=0.000, N=905)	Studenter/doktorander	45%	55%	100%
	Lärare/forskare	22%	78%	100%
Kön (p=0.677, N=905)	Kvinnor			
	Män			
Ämnesområde (p=0.000, N=849)	Humaniora	59%	41%	100%
	Samhällsvetenskap	45%	55%	100%
	Naturvetenskap	42%	58%	100%
	Datavetenskap	63%	37%	100%
	Teknik	43%	57%	100%
	Läroarbildning	47%	53%	100%
	Medicin/Vård	29%	71%	100%
Åldersgrupp (p=0.001, N=905)	– 25 år	48%	52%	100%
	26 – 30 år	44%	56%	100%
	31 – 35 år	45%	55%	100%
	36 – 45 år	29%	71%	100%
	46 – 55 år	24%	76%	100%
	> 55 år	0%	100%	100%
Fildelarkategori (p=0.000, n=905)	Tunga fildelare	56%	44%	100%
	Måttliga fildelare	48%	52%	100%
	Före detta fildelare	42%	48%	100%
	Ej fildelare	37%	63%	100%
Samtliga (skattat antal)	134 000	45%	55%	100%

Det egna bloggande återspeglas också i fildelningen: Det är dubbelt så vanligt med egen blogg bland måttliga resp. före detta fildelare som bland dem som aldrig fildelat, och det är tre gånger så vanligt bland tunga fildelare.

I tabell 30 koncentreras redovisningen till enbart dem som regelbundet läser andra bloggar och med uppdelning på dem med ett positivt intresse av att driva en egen blogg (har drivit, driver och överväger att börja) och dem som inte anser det intressant för egen del. Det visar sig då att de med sådant positivt intresse uppgår till 45 procent av samtliga bloggläsare. För humanister och datavetenskapare är andelen ca 60 procent.

⁵ Samtliga uppskattningar med en osäkerhetsmarginal på ca $\pm 3\,000$.

Bland dem i åldergruppen 31-35 år som är regelbundna bloggläsare, är intresset för att driva egen blogg jämförbart med dem i de yngre kategorierna. Först från och med 36 år och uppåt sker en markant minskning av intresset bland bloggläsarna för egna bloggaktiviteter.

3.5 Bloggare bland närstående

Respondenterna fick besvara frågan om det i familjen eller bekantskapskretsen finns någon med egen blogg. Svarsalternativen var:

- Ja, i arbetet
- Ja, på fritiden som hobby
- Ja, på fritiden med kommersiella ambitioner
- Ja, som provat men avbrutit
- Nej/vet inte

Flera alternativ kunde anges.

Tabell 31 Respondenter som uppger att det finns bloggare bland närstående, och med olika syften. Andel i procent

		Blogg i arbetet	Blogg som hobby	Blogg med kommersiella ambitioner	Har provat men avbrutit	Bloggare saknas /vet inte	Summa
Samtliga (skattat ant.)	268 000	4%	43%	3%	3%	47%	100%

Det visade sig att drygt hälften av de tillfrågade har någon närstående som bloggar eller har bloggat. Allra vanligaste är närstående med bloggen som hobby, 43 procent av samtliga. Mindre vanligt är närstående som bloggar i jobbet eller driver egen blogg med kommersiella ambitioner.

I tabell 32 framgår ett mycket tydligt samband mellan den egna bloggverksamheten och förekomsten av bloggare bland närstående. Ju fler bloggare i omgivningen desto större är utsikterna att själv starta blogg. De respondenter som markerade flera alternativ på frågan om närstående bloggare, uppvisar i sin tur högre egen bloggfrekvens än de som endast markerade ett alternativ.

Tabell 32 Sambandet mellan eget bloggande och bloggande bland närstående. Andel i procent

		Har/har provat/överväger att starta	Nej, inte intressant	Summa
Bloggare bland närstående (p=0.000, N=1872)	Markerat "Nej/Vet inte"	12%	88%	100%
	Ett "ja" markerat	38%	62%	100%
	Två eller flera "ja" markerade	50%	50%	100%
Samtliga (skattat antal)	263 000	26%	74%	100%

Av dem som helt saknar bloggare i familje- eller bekantskapskretsen ger sig endast 11 procent i kast med att driva egen blogg, alternativt planerar att börja blogga. Motsvarande andelar för dem som har bloggare i omgivningen är 38 resp. 50 procent.

4 Fildelning

4.1 Användning av fildelningstjänster

Totalt uppger 41 procent av de tillfrågade att de utnyttjar fildelningstjänster (tabell 33). Trettiofyra procent svarar att de aldrig fildelat, men lägger vi till dem som svarat ”Säl-
lan” respektive ”Vet ej” blir andelen 44 procent. 14 procent svarar att de tidigare ut-
nyttjat fildelningstjänster men nu upphört.

Det går att utläsa en skarp gräns vid 35 år. I åldrarna däröver fildelar endast 10 procent, och praktiskt taget ingen rapporterar daglig användning. Åldersfaktorn återspeglas också i svaren från lärarna/forskarna där endast en av tio utnyttjar fildelningstjänster.

Vidare råder en tydlig mansdominans. Den yttrar sig för praktiskt taget samtliga svars-
alternativ i form av högre andelstal för män. Betecknande är att 43 procent av kvinnorna
svarar att de aldrig fildelat, mot endast 21 procent av männen.

Variationen i graden av fildelning bland studenter på de olika ämnesområdena är iögon-
fallande. Den ena ytterligheten representeras av studenterna inom datavetenskaper. Nära
hälften av dessa svarar att de dagligen eller flera gånger dagligen utnyttjar fildelnings-
tjänster. Mot detta kontrasterar lärar- och medicinstudenterna där 7 procent uppger
daglig användning.

Tabell 33 Användning av fildelningstjänster med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden och åldersgrupper. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Flera gånger dagligen	Dagligen	Någon/några gånger per vecka	Någon/några gånger per månad	Sällan	Fildelat tidigare	Aldrig fildelat	Vet inte	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1907)	Studenter	5%	8%	18%	13%	2%	15%	31%	8%	100%
	Lärare/forskare	2%	0%	1%	7%	2%	7%	76%	5%	100%
Kön (p=0.000, n=1907)	Kvinnor	1%	4%	13%	11%	3%	13%	43%	12%	100%
	Män	9%	14%	22%	14%	1%	16%	21%	3%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1670)	Humaniora	3%	8%	18%	10%	3%	15%	38%	5%	100%
	Samhällsvetenskap	4%	10%	19%	10%	3%	18%	25%	11%	100%
	Naturvetenskap	1%	8%	24%	20%	2%	13%	26%	6%	100%
	Datavetenskap	26%	22%	15%	12%	1%	9%	13%	2%	100%
	Teknik	8%	11%	25%	17%	2%	11%	19%	7%	100%
	Läraryr utbildning	2%	5%	14%	13%	1%	14%	42%	9%	100%
	Medicin/Vård	3%	4%	12%	12%	2%	12%	45%	10%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1907)	– 25 år	7%	11%	24%	16%	3%	14%	18%	7%	100%
	26 – 30 år	3%	8%	17%	11%	2%	19%	32%	8%	100%
	31 – 35 år	1%	5%	9%	8%	2%	15%	52%	8%	100%
	36 – 45 år	0%	1%	3%	9%	1%	14%	58%	14%	100%
	46 – 55 år	0%	0%	2%	4%	1%	4%	78%	11%	100%
	> 55 år	0%	0%	0%	1%	1%	1%	93%	4%	100%
Samtliga (skattat antal) (n=1907)	267 000	5%	8%	17%	12%	2%	14%	34%	8%	100%

I tabell 34 har svarsalternativen slagits samman till fyra kategorier utifrån i vilken grad de utnyttjar fildelningstjänster: Tunga fildelare, Måttliga fildelare, Före detta fildelare och Ej fildelare.

Tabell 34 Indelning av de tillfrågade i fyra kategorier utifrån grad av utnyttjande av fildelningstjänster

Benämning	Grad av utnyttjande	Svarsalternativ i enkäten
Tunga fildelare	Fildelar dagligen	Flera gånger dagligen; Dagligen
Måttliga fildelare	Fildelar regelbundet	Någon/några ggr i veckan; Någon/några ggr per månad
Före detta fildelare	Fildelade tidigare	Nej, men har använt tidigare
Ej fildelare	Fildelar sällan eller aldrig	Sällan; Vet ej; Nej har aldrig använt

I tabell 35 har svaren grupperats på de fyra kategorierna. Tendenserna från tabell 34 framgår nu med än större tydlighet.

Tabell 35 Indelning av respondenterna i fyra grupper utifrån fildelningens omfattning, med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden och åldersgrupper. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Fildelar dagligen	Fildelar regelbundet	Har tidigare fildelat	Har aldrig fildelat	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1907)	Studenter	13%	31%	14%	42%	100%
	Lärare/forskare	2%	8%	7%	83%	100%
Kön (p=0.000, n=1907)	Kvinnor	5%	24%	13%	58%	100%
	Män	23%	37%	15%	25%	100%
Ämnesområde (p=0.002, n=1670)	Humaniora	11%	28%	15%	46%	100%
	Samhällsvetenskap	14%	30%	18%	38%	100%
	Naturvetenskap	9%	43%	13%	35%	100%
	Datavetenskap	48%	27%	9%	16%	100%
	Teknik	19%	41%	11%	29%	100%
	Läraryr utbildning	8%	27%	13%	52%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1907)	Medicin/Vård	7%	24%	12%	57%	100%
	– 25 år	18%	40%	14%	28%	100%
	26 – 30 år	11%	29%	19%	41%	100%
	31 – 35 år	6%	17%	15%	62%	100%
	36 – 45 år	1%	12%	14%	73%	100%
	46 – 55 år	0%	6%	4%	90%	100%
Samtliga (skattat antal) 2003 års undersökning	> 55 år	0%	1%	1%	98%	100%
Samtliga (skattat antal) 2003 års undersökning	267 000	12%	29%	14%	45%	100%
	258 000	6%	26%	u.s.	68%	100%

Längst ned i tabell 35 har utfallet från 2003 års undersökning lagts till. Då framgår att andelen dagliga fildelare fördubblats, från 6 till 12 procent och att andelen regelbundna fildelare stigit från 26 till 29 procent. Vi kan också notera att populationsstorlekarna skiljer sig obetydligt åt, + 3 procent år 2007 jämfört med år 2003.

Således skulle andelen aktiva fildelare ha ökat från 32 procent till 41 procent på fyra år, eller från ett skattat antal på 82 700 till 111 000, dvs. en ökning med 32 procent.⁶ Men är siffrorna verkligen jämförbara?

Svaret är att det är de inte. I 2003 års undersökning formulerades nämligen frågan: *Använder du eller har du tidigare använt...?* I 2007 års enkät formuleras frågan istället: *Använder du fildelningstjänster?* och med ett av svarsalternativen *Nej, men har använt tidigare*.

I 2003 års undersökning inräknades bland fildelarna även före detta fildelare, medan de särredovisas i 2007 års studie. För jämförbarhet betyder detta att till de 41 procenten aktiva fildelare skall även läggas de 14 procenten tidigare fildelare, sammanlagt 55 procent av samtliga. Dessa motsvarar ett skattat antal på 147 000. Det ger oss en procentuell ökning på 78 procent!

Kan detta vara rimligt? Troligen ja. År 2003 var fildelningstekniken okänd för stora delar av allmänheten och fildelningsdebatten kom igång på allvar år 2005. I 2003 års enkät svarade var femte tillfrågad ”Vet ej” och sorterades därför inte i kategorin ”Ej fildelare”. I 2007 års studie är denna andel endast 8 procent.

4.2 Slag av fildelningstjänster

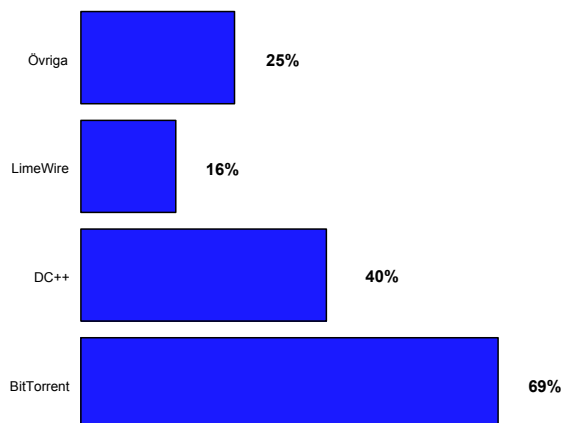
De som svarat att de utnyttjar fildelningstjänster fick sedan ange typ av tjänst bland följande alternativ:

- BitTorrent
- DC++
- KaZaa
- LimeWire
- eDonkey
- Annan fildelningstjänst

Av svaren framgår att KaZaa och eDonkey endast används av ett fåtal varför dessa lagts samman med ”Annan fildelningstjänst” i en Övriggrupp.

⁶ Vi bortser för tillfället att de skattade antalen ligger i ett osäkerhetsintervall.

Diagram 3 Användning av olika fildelningstjänster. Andel i procent.

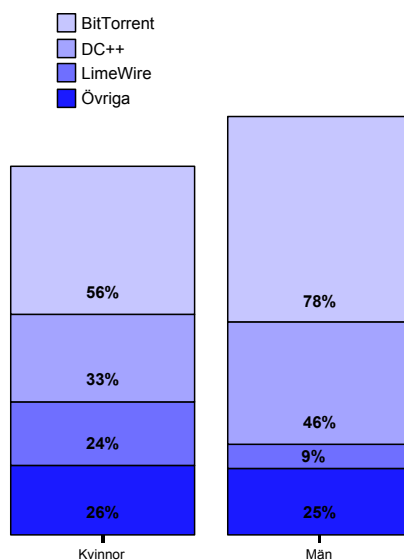


Skattat antal fildelare är 111 000 $\pm$ 3,5%

Som framgår av diagram 3 är BitTorrent den överlägset vanligast förekommande fildelningstjänsten och används av 69 procent. DC++ kommer på andra plats med 40 procent. Övriggruppen utgör 25 procent. Det är en svaghet i enkäten att en så stor andel är ospecificerad.

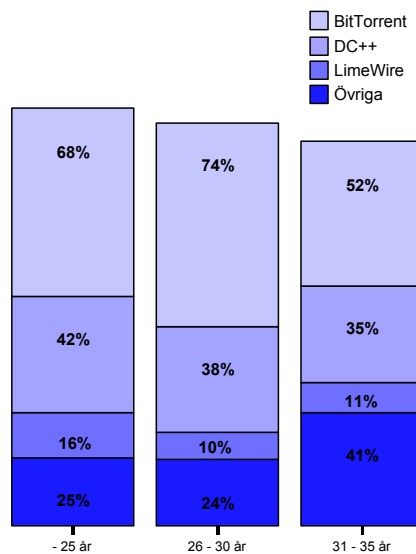
Att de samlade procentandelarna överstiger 100 beror på att vissa användare utnyttjar flera fildelningstjänster.

Diagram 4 Användning av olika fildelningstjänster bland kvinnor och män. Andel i procent



Att staplarna i diagram 4 är olika stora följer av att fler män än kvinnor använder sig av fler än en fildelningstjänst. Vad som möjligen bryter mönstret från totaldiagrammet är att en LimeWire är förhållandevis populärt bland kvinnor jämfört med bland män.

Diagram 5 Användning av olika fildelningstjänster inom olika åldersgrupper. Andel i procent



I diagrammet redovisas endast uppgifter i åldrarna upp till 35 år. Antalet respondenter i åldrarna däröver är förhållandevis litet för att jämförelser ska vara tillförlitliga. Värt att notera är BitTorrens lite svagare ställning i gruppen 31-35 år samtidigt som drygt 40 procent ligger i Övriggruppen.

5 Öppna databaser

Uppslagsverket Wikipedia är ett exempel på när Internetanvändare själva bygger upp öppna databaser med information och kunskap som är tillgänglig för alla på nätet. Enkätfrågorna tog dels upp användning av sådana öppna databaser, dels om de tillfrågade själva bidragit med eget innehåll. Uppdelning gjordes på följande delområden:

- Uppslagsverk, t.ex. Wikipedia, susning.nu
- Kataloger, t.ex. Open Project Directory, Archieve.org
- Handböcker, t.ex. Resedagboken.se
- Nyhetsportaler, t.ex. Digg.com

Dessutom fanns utrymme att ange andra slags öppna databaser.

En tredje fråga gällde kunskapen om de nya licensformer som utvecklats kring användargenererat material, t.ex. *Creative Commons*.

5.1 Användning av öppna databaser

5.1.1 Uppslagsverk

En stor majoritet av de tillfrågade – åttiosju procent – uppger att de utnyttjar öppna uppslagsverk som Wikipedia och susning.nu, ofta eller ibland (tabell 36). Men olikheterna i utnyttjandegrad är stora. För nära hälften av männen sker detta ofta, mot en fjärdedel av kvinnorna. Mellan de olika ämnesområdena finns ett mycket brett spann mellan studenterna i datavetenskaper där 66 procent uppger ”ofta” mot endast 20 procent bland studenterna i medicin/vård.

Vidare finns ett tydligt åldersmönster med särskilt flitiga användare upp till 30 år. I åldrarna 36 upp till 55 år verkar mönstret stabilt med 20 procent som ofta är användare.

Tabell 36 Användning av öppna uppslagsverk med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta	Ibland	Aldrig/Vet inte	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1913)	Studenter	34%	53%	13%	100%
	Lärare/forskare	23%	59%	18%	100%
Kön (p=0.000, n=1913)	Kvinnor	25%	58%	17%	100%
	Män	46%	47%	7%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1675)	Humaniora	38%	53%	9%	100%
	Samhällsvetenskap	33%	52%	15%	100%
	Naturvetenskap	44%	51%	5%	100%
	Datavetenskap	66%	29%	5%	100%
	Teknik	49%	47%	4%	100%
	Lärarytbildning	23%	58%	19%	100%
	Medicin/Vård	20%	62%	18%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1913)	– 25 år	40%	51%	9%	100%
	26 – 30 år	35%	55%	10%	100%
	31 – 35 år	27%	57%	16%	100%
	36 – 45 år	20%	56%	24%	100%
	46 – 55 år	21%	56%	23%	100%
	> 55 år	13%	58%	29%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1907)	Tunga fildelare	57%	37%	6%	100%
	Måttliga fildelare	43%	52%	5%	100%
	Före detta fildelare	35%	53%	12%	100%
	Ej fildelare	21%	58%	21%	100%
Samtliga (skattat antal)	267 000	34%	53%	13%	100%

5.1.2 Handböcker

Relativt få uppger att de ofta utnyttjar handböcker med användargenerat material. Resedagboken.se gavs som exempel i frågeformuläret. Svaren ”Ofta” och ”Ibland” har därför slagits samman (tabell 37). Bortsett från att vi här finner betydligt färre användare än för uppslagsverken är tendenserna de samma med ett undantag. En större andel kvinnor än män uppger sig vara användare (38 respektive 33 procent).

Tabell 37 Användning av öppna handböcker med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta/Ibland	Aldrig/Vet inte	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1870)	Studenter	37%	63%	100%
	Lärare/forskare	22%	78%	100%
Kön (p=0.018, n=1870)	Kvinnor	38%	62%	100%
	Män	33%	67%	100%
Ämnesområde (p=0.076, n=1641)				
Åldersgrupp (p=0.000, n=1870)	– 25 år	46%	54%	100%
	26 – 30 år	35%	65%	100%
	31 – 35 år	22%	78%	100%
	36 – 45 år	17%	83%	100%
	46 – 55 år	20%	80%	100%
	> 55 år	18%	82%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1870)	Tunga fildelare	48%	52%	100%
	Måttliga fildelare	46%	54%	100%
	Före detta fildelare	34%	6%	100%
	Ej fildelare	27%	73%	100%
Samtliga (skattat antal)	263 000	36%	64%	100%

5.1.3 Kataloger och nyhetsportaler

Delfrågorna ”Kataloger” och ”Nyhetsportaler” utnyttjas i jämförelsevis liten utsträckning. Totalt uppger endast 8 respektive 13 procent av de tillfrågade att sådana databaser används, nästan uteslutande ”Ibland”. Några tabeller redovisas därför inte. Nämnas kan dock att de statistiskt signifikanta tendenser som går att utläsa ur materialet är att dessa tjänster används mer av män än av kvinnor. Vidare utmärker sig tunga fildelare starkt bland användarna.

5.1.4 Andra slags öppna databaser.

Ett 50-tal öppna svar inkom. Många av dessa relaterar till professionella databaser inom olika teknikområden, t.ex. Linux-miljön. Ordböcker och lexikon är bland de vanligast förekommande. Samtidigt är det i flera fall tveksamt om dessa verkligen utgör sådana öppna databaser där användarna själva lämnar bidrag. Detsamma gäller vetenskapliga artikeldatabaser som nämndes av flera respondenter. Användarskapade nyhetsdatabaser förekom i ett antal svar trots att detta förekom som färdigt svarsalternativ. Andra svar handlar om företeelser med koppling till bland annat japanska serier och spel som

World-of Warcraft. Exempelen visar på svårigheterna att göra klara gränsdragningar mellan öppna databaser och nätgemenskaper.

5.1.5 Användning av öppna databaser totalt

I tabell 38 har resultaten från delfrågorna sammanställts på så sätt att den användare som på någon delfråga markerat ”Använder ofta” klassificeras i ”Ofta-gruppen”, medan de av de övriga som på någon delfråga markerat ”Ibland” placeras i ”Ibland-gruppen”. De som således inte på någon delfråga markerat ”Ofta” eller ”Ibland” hamnar i ”Aldrig/Vet inte”.

Vi kan då konstatera att utfallet ansluter sig mycket nära till resultaten från användningen av uppslagsverk. Av det kan vi också dra därför slutsatsen att under tiden för undersökningen dominerades användningen av öppna databaser helt av uppslagsverk, typ Wikipedia.

Tabell 38 Användning av öppna databaser med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (Urvalsstorlek)	Grupp	Ofta	Ibland	Aldrig/Vet inte	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1913)	Studenter	35%	54%	10%	100%
	Lärare/forskare	24%	58%	18%	100%
Kön (p=0.000, n=1913)	Kvinnor	27%	60%	13%	100%
	Män	47%	46%	7%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1675)	Humaniora	38%	55%	7%	100%
	Samhällsvetenskap	35%	54%	11%	100%
	Naturvetenskap	45%	50%	5%	100%
	Datavetenskap	67%	28%	5%	100%
	Teknik	50%	46%	4%	100%
	Lärarutbildning	25%	59%	16%	100%
	Medicin/Vård	20%	66%	14%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1913)	– 25 år	41%	53%	6%	100%
	26 – 30 år	37%	55%	8%	100%
	31 – 35 år	30%	55%	15%	100%
	36 – 45 år	20%	58%	22%	100%
	46 – 55 år	21%	56%	23%	100%
	> 55 år	14%	57%	29%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1913)	Tunga fildelare	58%	38%	4%	100%
	Måttliga fildelare	44%	54%	2%	100%
	Före detta fildelare	36%	54%	10%	100%
	Ej fildelare	22%	60%	18%	100%
Samtliga (skattat antal)	268 000	35%	55%	10%	100%

5.2 Bidrag till öppna databaser

5.2.1 Bidrag totalt

Efter att ha besvarat frågorna om användningen av öppna databaser med användargenererat material fick respondenterna uppge om och i vilken utsträckning de också bidrar med innehåll. Av svaren framgår att endast en minoritet är aktiva bidragslämnare.

Andelstalen är nu de omvända. Vi såg nyss att 10 procent inte använder öppna databaser (tabell 38) medan 85 procent svarar att de aldrig bidragit till de databaser som de använder (tabell 39). Av de 15 procent som bidragit med innehåll svarar endast 3 procent att det skett flera gånger.

Tabell 39 Bidrag till öppna databaser med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (Urvalsstorlek)	Grupp	Bidragit flera gånger	Bidragit någon enstaka gång	Aldrig bidragit	Summa
Personalkategori (p=0.059, n=1913)	Studenter	3%	12%	85%	100%
	Lärare/forskare	1%	10%	89%	100%
Kön (p=0.000, n=1913)	Kvinnor	2%	7%	91%	100%
	Män	4%	19%	77%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1675)	Humaniora	3%	16%	81%	100%
	Samhällsvetenskap	3%	11%	86%	100%
	Naturvetenskap	3%	16%	81%	100%
	Datavetenskap	6%	20%	74%	100%
	Teknik	4%	17%	79%	100%
	Läroarbildning	3%	7%	90%	100%
	Medicin/Vård	0%	7%	93%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1913)	– 25 år	3%	14%	83%	100%
	26 – 30 år	4%	11%	85%	100%
	31 – 35 år	1%	5%	94%	100%
	36 – 45 år	1%	10%	89%	100%
	46 – 55 år	1%	7%	92%	100%
	> 55 år	0%	7%	93%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1913)	Tunga fildelare	6%	28%	66%	100%
	Måttliga fildelare	5%	12%	83%	100%
	Före detta fildelare	2%	13%	85%	100%
	Ej fildelare	1%	7%	92%	100%
Samtliga (skattat antal)	268 000	3%	12%	85%	100%

Dock förekommer stora variationer mellan de olika kategorierna i tabell 39. Framför allt skiljer det sig åt mellan könen, där 23 procent av männen bidragit med innehåll, en eller flera gånger, mot endast 9 procent av kvinnorna. Det åldersmönster vi vant oss vid återkommer så att yngre är mer aktiva att lämna bidrag än äldre. Men skillnaderna är inte så stora. Inom ämnesområdena ligger åter datavetenskaparna i en klass för sig medan studenter inom lärare-, medicin- och vårdyrkena ligger längst ned bland bidragslämnarna.

Fildelningskriteriet visar sig åter utgöra en stark indikator: Bland tunga fildelare är hela 34 procent bidargslämnare att jämföra med 7 procent av dem som inte fildelar. Mitt emellan, och ungefär motsvarande det statistiska genomsnittet återfinns de måttliga respektive före detta fildelarna.

Allra vanligast är bidrag till uppslagsverk. Enligt tabell 40 svarar 9 procent att de ägnar sig eller har ägnat sig åt detta, vilket motsvarar ca 25 000 personer och med ett osäkerhetsintervall på $\pm 3\,500$. På andra plats kommer olika slag av handböcker med 17 000. Relativt få lämnar bidrag till kataloger och nyhetsportaler. Här blir dessutom osäkerhetsintervallen oproportionerligt stora.

Tabell 40 Bidrag med innehåll till olika slag av öppna databaser. Andel i procent samt skattat antal

Bidrag med innehåll till:	Andel av de tillfrågade	Skattat antal, 95% konfidensintervall
Uppslagsverk	9%	24 900 $\pm$ 3 500
Kataloger	1%	2 600 $\pm$ 1 100
Handböcker	6%	17 000 $\pm$ 3 000
Nyhetsportaler	1%	3 000 $\pm$ 1 100
Bidrag till öppna databaser totalt	15%	38 900 $\pm$ 4 300

Sammanlagt kan antalet aktiva bidragsgivare uppskattas till ca 39 000 och med ett osäkerhetsintervall på 4 300.⁷

⁷ Att den skattade totalen är mindre än summan av de skattade delarna förklaras med att en och samma bidargslämnare kan vara aktiv i olika slags öppna databaser.

5.2.2 Bidrag till uppslagsverk och handböcker

Vi nöjer oss därför med att detaljredovisa utfallen för uppslagsverk (tabell 41) och handböcker (tabell 38). För att statistiskt kunna bearbeta svaren på sådan detaljnivå har svaren från dem som lämnat bidrag en eller flera gånger slagits samman i en gemensam grupp. Tabellerna renodlas således till att redovisa de som bidragit respektive som inte bidragit.

Två intressanta skillnader går nu att observera. Mönstret från tabell 39 över bidragen till öppna databaser totalt går tydligt igen i bidragen till uppslagsverk (tabell 41). Framför allt är olikheterna mellan män och kvinnor ännu mera framträdande så att det statistiskt sett är sex gånger så vanligt att män bidrar med innehåll som att kvinnor gör det.

Tabell 41 Bidrag till öppna uppslagsverk med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Bidragit	Ej bidragit	Summa
Personalkategori (p=0.370, n=1903)	Studenter			
	Lärare/forskare			
Kön (p=0.000, n=1903)	Kvinnor	3%	97%	100%
	Män	18%	82%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1667)	Humaniora	12%	88%	100%
	Samhällsvetenskap	7%	93%	100%
	Naturvetenskap	12%	88%	100%
	Datavetenskap	22%	78%	100%
	Teknik	16%	84%	100%
	Läroarbete	7%	93%	100%
	Medicin/Vård	5%	95%	100%
Åldersgrupp (p=0.010, n=1903)	– 25 år	10%	90%	100%
	26 – 30 år	11%	89%	100%
	31 – 35 år	5%	95%	100%
	36 – 45 år	9%	91%	100%
	46 – 55 år	8%	92%	100%
	> 55 år	4%	96%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1903)	Tunga fildelare	26%	74%	100%
	Måttliga fildelare	10%	90%	100%
	Före detta fildelare	12%	88%	100%
	Ej fildelare	4%	96%	100%
Samtliga (skattat antal)	267 000	9%	91%	100%

Går vi sedan till tabell 42 blir bilden plötsligt en helt annan. För bidrag till handböcker saknas signifikanta skillnader mellan könen, dvs andelen bidragslämnare ligger kring 6 procent för såväl män som kvinnor. Samma sak gäller ämnesområden, där det heller inte går att utskilja någon statistiskt signifikant tendens. För uppslagsverk är ämnestendensen däremot mycket tydlig.

Tabell 42 Bidrag till öppna handböcker med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Bidragit	Ej bidragit	Summa
Personalkategori (p=0.024, n=1891)	Studenter	7%	93%	100%
	Lärare/forskare	3%	97%	100%
Kön (p=0.424, n=1891)				
Ämnesområde (p=0.465, n=1658)				
Åldersgrupp (p=0.000, n=1891)	– 25 år	9%	91%	100%
	26 – 30 år	5%	95%	100%
	31 – 35 år	2%	98%	100%
	36 – 45 år	2%	98%	100%
	46 – 55 år	1%	97%	100%
	> 55 år	2%	98%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1891)	Tunga fildelare	12%	88%	100%
	Måttliga fildelare	10%	90%	100%
	Före detta fildelare	4%	96%	100%
	Ej fildelare	3%	97%	100%
Samtliga (skattat antal)	267 000	6%	94%	100%

5.2.3 Bidrag till andra öppna databaser

Relativt få lämnar bidrag till kataloger och nyhetsportaler. Den tendens som går att utläsa ut det statistiskt magra utfallet är en tonvikt på studenter från tekniska ämnesområden.

Endast 15 respondenter utnyttjad fritextmöjligheten för att skriva in egna alternativ. Därur går inte att utläsa några särskilda tendenser.

5.3 Kännedom om nya licensformer

Inom området öppet innehåll/öppna databaser har utvecklats nya licensformer som reglerar villkoren för användning, bearbetning och spridning av det digitala materialet. Den mest kända licensformen är *Creative Commons* som förekommer i olika versioner. Som förebild finns en motsvarande något tidigare utveckling inom öppen källkods-programvara.

I enkäten ställdes frågan om hur mycket respondenten känner till av de nya licensformerna kring användargenererat material, och med följande svarsalternativ:

- Känner väl till
- Vet ungefärlig innebörd
- Bara hört talas om
- Aldrig stött på

Det visade sig att få känner till dessa licensformer. Endast en dryg procent markerade ”känner väl till” medan 5 procent vet ungefärlig innebörd. Tretton procent svarade att de bara hade hört talas om det. Åttio procent av de tillfrågade uppger sig aldrig ha stött på t.ex. *Creative Commons*.

Tabell 43 Kunskap om nya licensformer för användarskapat innehåll med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Känner väl till/Vet ungefärlig innebörd	Bara hört talas om	Aldrig stött på	Summa
Personalkategori (p=0.295, n=1900)	Studenter				
	Lärare/forskare				
Kön (p=0.000, n=1900)	Kvinnor	2%	10%	88%	100%
	Män	12%	17%	71%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1664)	Humaniora	8%	13%	79%	100%
	Samhällsvetenskap	6%	12%	82%	100%
	Naturvetenskap	8%	10%	82%	100%
	Datavetenskap	25%	22%	54%	100%
	Teknik	9%	19%	72%	100%
	Läraryr utbildning	2%	13%	85%	100%
	Medicin/Vård	1%	8%	91%	100%
Åldersgrupp (p=0.038, n=1900)	– 25 år	5%	13%	82%	100%
	26 – 30 år	9%	13%	78%	100%
	31 – 35 år	8%	12%	80%	100%
	36 – 45 år	6%	10%	84%	100%
	46 – 55 år	2%	17%	81%	100%
	> 55 år	1%	17%	82%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1900)	Tunga fildelare	18%	29%	53%	100%
	Måttliga fildelare	6%	13%	81%	100%
	Före detta fildelare	9%	11%	80%	100%
	Ej fildelare	2%	9%	89%	100%
Samtliga (skattat antal)	266 000	6%	13%%	81%	100%

De två första kategorierna slogs samman till en gemensam grupp, ”Känner väl till/Vet ungefärlig innebörd”. Resultaten i tabell 43 visar att de tidigare mönstret med stark övervikt för män gäller även på detta område. Så mycket som var fjärde student inom datavetenskaper uppger sig ha kunskaper vilket saknar motstycke inom andra ämnesområde. En trolig förklaring är att dessa studenter också har kunskaper om öppen källkod dessa motsvarande regelverk.

Däremot är åldersfaktorn mera neutral. Den visar sig också i att det för ovanlighetens skull inte heller går att påvisa statistiskt säkerställda skillnader mellan studenter och lärare/forskare.

5.4 Teknikerdriven utveckling?

Tidigare konstaterade vi att användningen av öppna databaser är väl spridd inom hela undersökningspopulationen, låt vara med en klar tonvikt på uppslagsverk, samt i viss utsträckning handböcker av olika slag. Det går att iaktta en tendens med generellt större andelstal för män, yngre och tekniska utbildningar, men det är mera fråga om gradskillnader i användarmönstren.

När vi ser till vem är med och ger bidrag till uppbyggnaden till databaserna, liksom kunskapen om de licensformer som reglerar användningen, är situationen radikalt annorlunda. Här råder en mycket tydlig övervikt för studenter i tekniska ämnen (tabell 44).

Tabell 44 Sammanställning av utfallet på frågorna om bidrag med eget innehåll respektive kunskap om nya licensformer fördelning på studenter inom respektive tekniska ämnen samt övriga ämnen. Andel i procent

Bidrag med innehåll till:	p-värde och urvalsstorlek	Tekniska ämnen	Övriga ämnen
Uppslagsverk	p=0.000, n=1667	17%	8%
Kataloger	p=0.000, n=1657	2%	0%
Handböcker	p=0.502, n=1658	7%	7%
Nyhetsportaler	p=0.002, n=1659	2%	1%
Bidrag till öppna databaser totalt	p=0.000, n=1675	22%	13%
Kunskap om nya licensformer	P=0.000, n=1664		
Känner väl till/Vet ungefärlig innebörd		12%	4%
Bara hört talas om		20%	11%
Samtliga (skattat antal)		46 000	205 000

Men det finns ett tydligt undantag, nämligen bidrag till handböcker. Här bidrar studenter från de olika ämnesområdena i jämförbar omfattning och oavsett om det är kvinnor eller män.

Frågan är hur detta kan tolkas? Det går inte att à priori föreställa sig att studenter från tekniska utbildningar är mer intresserade att lämna bidrag till innehållet i uppslagsverk än andra studenter. Det ligger därför nära till hands att anta att bidraget bygger på en förtrogenhet med on-linepublicering och där t.ex. datavetenskaparna har ett försteg. Men varför gäller inte samma för t.ex. Resedagboken? Det är möjligt att fördjupade analyser av det statistiska materialet kommer att kunna kasta ljus över frågan.

6 Öppen källkod

Öppen källkod innebär att källkoden till ett datorprogram är tillgänglig att använda, läsa, modifiera och vidare distribuera av den som vill. Operativsystemet LINUX, webbläsaren Firefox och kontorsprogrammet OpenOffice är exempel. Enkätfrågorna tog dels upp användning av sådana program som bygger på öppen källkod, dels om de som är användare också själva har erfarenhet av att utveckla öppen källkod. En slutlig fråga till dem med egen erfarenhet av att utveckla öppen källkod gällde kunskapen om de nya licensformer som utvecklats kring öppen källkod, t.ex. GNU GPL ("copyleft").

6.1 Användning av öppen källkod

Tabell 45 Användning av öppen källkod med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ofta	Ibland	Aldrig	Vet inte	Summa
Personalkategori (p=0.001, n=1906)	Studenter	21%	15%	43%	21%	100%
	Lärare/forskare	24%	13%	52%	11%	100%
Kön (p=0.000, n=1906)	Kvinnor	12%	14%	49%	25%	100%
	Män	36%	16%	35%	13%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1670)	Humaniora	20%	17%	46%	17%	100%
	Samhällsvetenskap	17%	12%	44%	27%	100%
	Naturvetenskap	33%	16%	36%	15%	100%
	Datavetenskap	58%	25%	13%	4%	100%
	Teknik	28%	27%	30%	15%	100%
	Läroarbildning	16%	11%	55%	18%	100%
	Medicin/Vård	16%	10%	50%	24%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1906)	– 25 år	23%	16%	38%	23%	100%
	26 – 30 år	32%	15%	37%	16%	100%
	31 – 35 år	17%	14%	51%	18%	100%
	36 – 45 år	10%	10%	60%	20%	100%
	46 – 55 år	10%	17%	55%	18%	100%
	> 55 år	9%	6%	79%	6%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1906)	Tunga fildelare	46%	16%	31%	7%	100%
	Måttliga fildelare	29%	17%	35%	19%	100%
	Före detta fildelare	21%	22%	41%	16%	100%
	Ej fildelare	10%	10%	54%	26%	100%
Samtliga (skattat antal)	267 000	21%	15%	44%	20%	100%

Trettiofem procent av de tillfrågade använder öppen källkodsprogram ofta eller ibland (tabell 45). Skillnaden mellan kvinnor och män är stor: Hälften av männen är användare mot bara en fjärdedel av kvinnorna. Studenter i tekniska och naturvetenskapliga ämnen använder öppen källkod i större utsträckning än de övriga. Åldersfaktorn är inte lika påtaglig som för många andra tillämpningar, och skillnaden mellan studenter och lärare/forskare är obetydlig.

Medverkan i utveckling av öppen källkod

De som uppgivit att de själva använder öppen källkodsprogram fick ange om de också hade erfarenhet av medverka i utveckling av öppen källkod. Endast 5 procent svarade ja (tabell 46). Det motsvarar ett skattat antal individer på $5\,150 \pm 1\,450$, dvs någonstans mellan 3 700 och 6 600 med 95 procents konfidensintervall.

Inte oväntat är det studenterna i datavetenskapliga ämnen som toppar listan. Åldersfaktorn är här insignifikant liksom om det är frågan om studenter eller lärare/forskare. Däremot finns ett tydligt samband mellan fildelning och medverkan i öppen källkod.

Tabell 46 Erfarenhet av att medverka i utveckling av öppen källkod med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (Urvalsstorlek)	Grupp	Ja	Nej	Summa
Personalkategori (p=0.116, n=795)	Studenter			
	Lärare/forskare			
Kön (p=0.000, n=1913)	Kvinnor	2%	98%	100%
	Män	8%	92%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=715)	Humaniora	2%	98%	100%
	Samhällsvetenskap	4%	96%	100%
	Naturvetenskap	2%	98%	100%
	Datavetenskap	16%	84%	100%
	Teknik	7%	93%	100%
	Lärarutbildning	4%	96%	100%
	Medicin/Vård	2%	98%	100%
Åldersgrupp (p=0.659, n=795)	– 25 år			
	26 – 30 år			
	31 – 35 år			
	36 – 45 år			
	46 – 55 år			
	> 55 år			
Fildelningskategori (p=0.004, n=795)	Tunga fildelare	10%	90%	100%
	Måttliga fildelare	6%	94%	100%
	Före detta fildelare	4%	96%	100%
	Ej fildelare	2%	98%	100%
Samtliga (skattat antal)	96 906	5%	95%	100%

6.2 Några relationstal

Antalet respondenter i urvalet som medverkat i utveckling av öppen källkod uppgår till 61. Av dessa är 10 lärare/forskare och 51 studenter/doktorander. På frågan om det ingår i studierna att utveckla öppen källkod svarar 30 av studenterna/doktoranderna ”Nej”.

Det betyder att 21 studenter/doktorander aktivt har fått arbeta med utveckling av öppen källkod som ett led i sin utbildning. Det kan sättas i relation till att det totala antalet studenter/doktorander på datavetenskapliga utbildningar som besvarat enkäten är 218, på tekniska utbildningar 275.

6.3 Kunskap om nya licensformer

Bland dem som själva medverkat i utveckling av öppen källkod har en stor majoritet – ca tre fjärdedelar – kunskaper om nya licensformer.

Tabell 47 Kunskap om nya licensformer bland dem med egen erfarenhet från att utveckla öppen källkod. Andel i procent

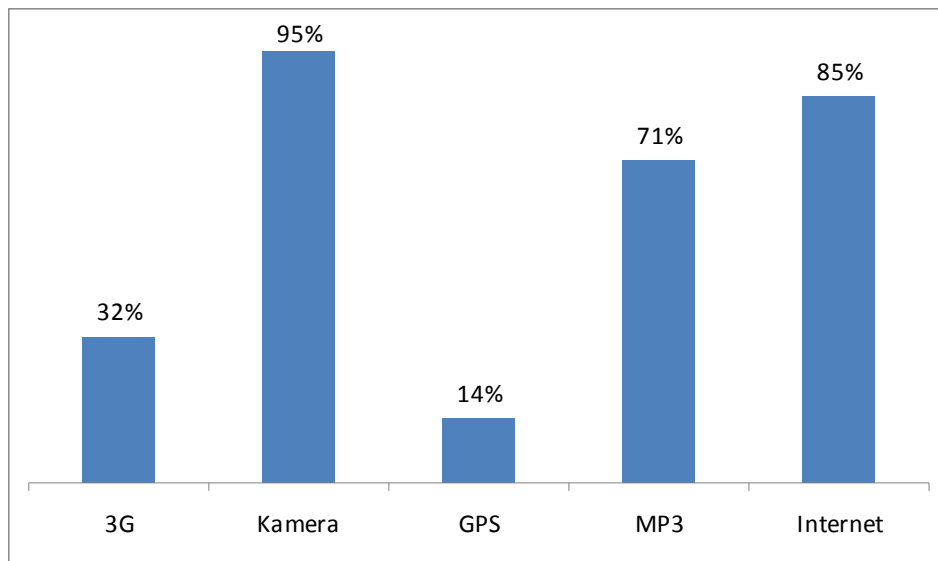
Svarsalternativ	Andel i procent
Känner väl till	42%
Vet ungefärlig innebörd	31%
Bara hört talas om	5%
Aldrig stött på	22%
Summa	100%
Samtliga (skattat antal, n=59)	5 150

7 Mobilen som gränssnitt

7.1 Tillgång till mobiltelefon

Drygt 99 procent av de tillfrågade uppger att de har mobiltelefon. I diagram 6 redovisas olika funktioner på mobiltelefonerna. Här finns bortfall på ca 12 procent av responderna som markerat "Vet ej" för någon eller några av funktionerna.

Diagram 6: Tillgång till olika funktioner på mobiltelefonen. Andel i procent angivna svar.



Att kunna ta bilder med sin mobil är numera standard. I 85 procent av fallen kan mobilen också utnyttjas för att ansluta till Internet.

I tabell 48 redovisas de olika funktionerna fördelade på kategorierna, anställda/studenter, kön, ämnesområden, åldersgrupper och kategori av fildelare. Andelarna beräknade med hjälp av s.k. Multiple Reponse-verktyg, vilket samtidigt medför att någon signifikansberäkning inte görs. Det betyder att procentandelar som ligger nära varandra måste tolkas extra försiktigt.

Genomgående märks små variationer i tabellen. Det finns ett tydligt samband mellan gruppen tunga fildelare och avancerade mobiltelefoner. Den andra ytterligheten representeras av gruppen 55+ med telefoner av enklare utförande.

Tabell 48 Tillgång till olika funktioner på mobiltelefonen med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	3G	Kamera	GPS	MP3	Internet
Personalkategori (p=u.s., n=1604)	Studenter	32%	95%	14%	72%	86%
	Lärare/forskare	33%	88%	11%	55%	71%
Kön (p=u.s., n=1604)	Kvinnor	29%	96%	15%	67%	83%
	Män	38%	93%	14%	76%	88%
Ämnesområde (p=u.s., n=1604)	Humaniora	30%	88%	10%	62%	78%
	Samhällsvetenskap	35%	97%	16%	71%	86%
	Naturvetenskap	34%	93%	14%	75%	90%
	Datavetenskap	34%	94%	20%	76%	97%
	Teknik	36%	94%	14%	75%	87%
	Läroarbildning	28%	96%	15%	70%	85%
	Medicin/Vård	30%	97%	13%	76%	84%
Åldersgrupp (p=u.s., n=1604)	– 25 år	33%	96%	16%	75%	86%
	26 – 30 år	35%	95%	15%	74%	95%
	31 – 35 år	32%	97%	10%	70%	80%
	36 – 45 år	33%	92%	9%	60%	77%
	46 – 55 år	26%	95%	11%	53%	72%
	> 55 år	19%	81%	16%	44%	57%
Fildelningskategori (p=u.s., n=1604)	Tunga fildelare	45%	96%	20%	86%	92%
	Måttliga fildelare	33%	95%	13%	75%	89%
	Före detta fildelare	33%	94%	12%	73%	89%
	Ej fildelare	28%	95%	14%	62%	78%
Samtliga (skattat antal)	232 000	32%	95%	14%	71%	85%

7.2 Vem betalar?

Vissa personer disponerar fler än en mobiltelefon. Bland anställda är det t.ex. inte ovanligt med tjänstefoner som betalas av arbetsgivaren, men där man också har en privat telefon. Det betyder att en del respondenter har givit fler än ett svar. Därför har andelarna även här beräknats med hjälp av s.k. Multiple Reponse-verktyg, vilket samtidigt medför att någon signifikansberäkning inte görs. Det betyder att procentandelar som ligger nära varandra måste tolkas extra försiktigt.

Undersökningen visar att inom universitets- och högskolevärlden betalar man i 9 fall av 10 själv för sin mobiltelefonanvändning. Bland lärare/forskare förekommer det dock i 16 procent av fallen att arbetsgivaren betalar.

Tabell 49 Betalning för mobiltelefonanvändning med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Betalar själv	Anhörig betalar	Arbetsgivare betalar	Annan betalar	Summa
Personalkategori (p=u.s., n=1892)	Studenter	93%	6%	1%	0%	100%
	Lärare/forskare	83%	0%	16%	1%	100%
Kön (p=u.s., n=1892)	Kvinnor	93%	6%	1%	0%	100%
	Män	91%	6%	3%	0%	100%
Ämnesområde (p=u.s., n=1892)	Humaniora	92%	5%	2%	1%	100%
	Samhällsvetenskap	89%	10%	1%	0%	100%
	Naturvetenskap	96%	3%	1%	0%	100%
	Datavetenskap	91%	5%	4%	0%	100%
	Teknik	90%	9%	1%	0%	100%
	Läroarbete	99%	1%	0%	0%	100%
Åldersgrupp (p=u.s., n=1892)	Medicin/Vård	96%	4%	0%	0%	100%
	– 25 år	90%	9%	1%	0%	100%
	26 – 30 år	96%	3%	1%	0%	100%
	31 – 35 år	96%	2%	2%	0%	100%
	36 – 45 år	94%	2%	4%	0%	100%
	46 – 55 år	89%	0%	10%	1%	100%
Fildelningskategori (p=u.s., n=1892)	> 55 år	84%	1%	13%	2%	100%
	Tunga fildelare	90%	10%	0%	0%	100%
	Måttliga fildelare	92%	7%	1%	0%	100%
	Före detta fildelare	92%	5%	3%	0%	100%
Samtliga (skattat antal)	Ej fildelare	93%	4%	3%	0%	100%
	266 000	92%	6%	2%	0%	100%

7.3 Mobiltelefonen alltid på?

Nio av 10 användare uppger att man oftast har mobiltelefonen på. Det finns dock en tydligt åldertendens. I åldrarna upp till 25 svarar 95 procent av respondenterna att man oftast har mobilen på. I åldersgrupperna från 26 – 45 är motsvarande andel ca 85 procent. Därefter minskar användningen successivt så att i gruppen 55 år och uppåt 57 procent svarar att man oftast har den på.

Tabell 50 Mobiltelefonanvändningens omfattning med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Ja, oftast	Nej	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1853)	Studenter	90%	69%	100%
	Lärare/forskare	83%	31%	100%
Kön (p=0.176, n=1853)	Kvinnor			
	Män			
Ämnesområde (p=0.009, n=1594)	Humaniora	84%	16%	100%
	Samhällsvetenskap	92%	8%	100%
	Naturvetenskap	88%	12%	100%
	Datavetenskap	93%	7%	100%
	Teknik	93%	7%	100%
	Läraryr utbildning	87%	13%	100%
	Medicin/Vård	90%	10%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1853)	– 25 år	95%	5%	100%
	26 – 30 år	84%	16%	100%
	31 – 35 år	88%	12%	100%
	36 – 45 år	82%	18%	100%
	46 – 55 år	73%	27%	100%
	> 55 år	57%	43%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1848)	Tunga fildelare	94%	6%	100%
	Måttliga fildelare	93%	7%	100%
	Före detta fildelare	89%	11%	100%
	Ej fildelare	84%	16%	100%
Samtliga (skattat antal)	260 000	89%	11%	100%

7.4 Användning för SMS, MMS och e-post

7.4.1 SMS

Två tredjedelar av de tillfrågade uppger att de dagligen skickar SMS. Det finns ett tydligt åldersmönster där andelarna faller med stigande ålder. Åttio procent av studenter/doktorander uppger daglig användning mot endast 19 procent av lärare/forskare.

Det finns också ett klart könsmönster: 73 procent av kvinnorna uppger att man dagligen skickar SMS, mot ”endast” 58 procent av männen.

Tabell 51 Användning av mobiltelefon för att skicka SMS med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Flera ggr dagligen	Dagligen	Någon/några ggr i veckan	Någon/några ggr i månaden	Mer sällan eller aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1894)	Studenter	36%	34%	23%	5%	2%	100%
	Lärare/forskare	8%	11%	33%	29%	19%	100%
Kön (p=0.000, n=1894)	Kvinnor	40%	33%	21%	4%	2%	100%
	Män	27%	31%	29%	9%	4%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1631)	Humaniora	32%	30%	26%	7%	5%	100%
	Samhällsvetenskap	42%	35%	17%	5%	1%	100%
	Naturvetenskap	32%	31%	29%	6%	2%	100%
	Datavetenskap	23%	28%	30%	14%	5%	100%
	Teknik	29%	42%	25%	4%	0%	100%
	Läroarbildning	32%	31%	30%	5%	2%	100%
	Medicin/Vård	46%	29%	22%	2%	1%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1894)	– 25 år	43%	34%	19%	3%	1%	100%
	26 – 30 år	34%	41%	19%	5%	1%	100%
	31 – 35 år	20%	32%	37%	8%	3%	100%
	36 – 45 år	23%	24%	36%	11%	6%	100%
	46 – 55 år	13%	15%	43%	16%	13%	100%
	> 55 år	9%	13%	24%	33%	21%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1889)	Tunga fildelare	43%	29%	24%	3%	1%	100%
	Måttliga fildelare	36%	37%	22%	4%	1%	100%
	Före detta fildelare	39%	32%	22%	5%	2%	100%
	Ej fildelare	29%	30%	27%	9%	5%	100%
Samtliga (skattat antal)	266 000	35%	32%	24%	6%	3%	100%

7.4.2 MMS

Foton skickas i betydligt mindre utsträckning. Ca 40 procent uppger att det sker med en viss regelbundenhet, alltså minst någon/eller några gånger i månaden. Här märks heller inga tydliga tendenser, förutom att andelarna faller från och med åldrarna över 45 år.

Tabell 52 Användning av mobiltelefon för att skicka MMS med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Minst en gång i veckan	Någon/några ggr i månaden	Mer sällan eller aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1880)	Studenter	12%	29%	59%	100%
	Lärare/forskare	5%	10%	85%	100%
Kön (p=0.123, n=1880)	Kvinnor				
	Män				
Ämnesområde (p=0.218, n=1619)	Humaniora				
	Samhällsvetenskap				
	Naturvetenskap				
	Datavetenskap				
	Teknik				
	Läraryr utbildning				
Åldersgrupp (p=0.000, n=1880)	Medicin/Vård				
	– 25 år	13%	30%	57%	100%
	26 – 30 år	12%	28%	60%	100%
	31 – 35 år	7%	29%	64%	100%
	36 – 45 år	9%	27%	64%	100%
	46 – 55 år	8%	11%	81%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1875)	> 55 år	2%	8%	90%	100%
	Tunga fildelare	17%	27%	56%	100%
	Måttliga fildelare	12%	31%	57%	100%
	Före detta fildelare	11%	34%	55%	100%
Samtliga (skattat antal)	Ej fildelare	9%	24%	67%	100%
	264 000	11%	28%	61%	100%

7.4.3 E-post

Att använda mobiltelefonen för e-post är något som endast 1 av 10 ägnar sig åt med någon regelbundenhet. 5 procent gör det minst en gång i veckan, 4 procent någon eller några gånger i månaden.

För en gång skull märks inga signifikanta ålderstendenser och heller inga skillnader mellan studenter och lärare. Däremot finns entydligt genusfaktor: 13 procent män mot 6 procent kvinnor, samt en teknikerdimension: 20 procent av datavetenskaparna, 14 procent av ingenjörerna men endast 5 resp 6 procent bland lärar- och vårdstuderande.

Tabell 53 Användning av mobiltelefon för att läsa eller skicka med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Minst en gång i veckan	Någon/ några ggr i månaden	Mer sällan eller aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.518, n=1879)	Studenter				
	Lärare/forskare				
Kön (p=0.000, n=1879)	Kvinnor	3%	3%	94%	100%
	Män	7%	6%	87%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1618)	Humaniora	2%	5%	93%	100%
	Samhällsvetenskap	5%	5%	90%	100%
	Naturvetenskap	6%	4%	90%	100%
	Datavetenskap	11%	9%	80%	100%
	Teknik	8%	6%	86%	100%
	Lärarytbildning	3%	2%	95%	100%
	Medicin/Vård	4%	2%	94%	100%
Åldersgrupp (p=0.343, n=1879)	– 25 år				
	26 – 30 år				
	31 – 35 år				
	36 – 45 år				
	46 – 55 år				
	> 55 år				
Fildelningskategori (p=0.000, n=1874)	Tunga fildelare	10%	7%	83%	100%
	Måttliga fildelare	5%	4%	91%	100%
	Före detta fildelare	4%	5%	91%	100%
	Ej fildelare	3%	3%	94%	100%
Samtliga (skattat antal)	264 000	5%	4%	91%	100%

7.5 Användning av betalningstjänster

Att betala för olika mobiltjänster är något som sker i mycket begränsad omfattning. Den ”populäraste” tjänsten, prenumeration på musik, utnyttjas av 1,5 procent av de tillfrågade, vilket motsvarar ett skattat antal på ca 4000 personer och med ett osäkerhetsintervall på ± 1325 .

Tabell 54 Användning av några olika slag av betaltjänster på mobiltelefon. Andel i procent

Prenumeration på betaltjänster	Andel i procent
Musik	1,5%
Nyheter, sportresultat, aktieinfo	1%
Spel	0,6%
Att kunna lokalisera var vänner befinner sig	0,6%
Annat	1,2%
Samtliga (skattat antal)	265 000

7.6 Uppkoppling på Internet via mobilen

En femtedel av de svarande uppger att man regelbundet använder mobiltelefonen för att ansluta till Internet. 10 procent gör det minst en gång i veckan, ytterligare 12 procent åtminstone en gång i månaden.

Det märks en tydlig teknikfaktor i svaren: Studenter från data- och teknikvetenskaper utnyttjar mobilen oftare som gränssnitt, tunga fildelare utmärker sig särskilt. Könsfaktorn är påtaglig och där 32 procent av männen använder mobilen regelbundet för att koppla upp mot endast 14 procent av kvinnorna.

Tabell 55 Användning av mobiltelefon för att koppla upp på Internet med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Minst en gång i veckan	Någon/ några ggr i månaden	Mer sällan eller aldrig	Summa
Personalkategori (p=0.001, n=1895)	Studenter	10%	12%	78%	100%
	Lärare/forskare	4%	7%	89%	100%
Kön (p=0.000, n=1895)	Kvinnor	5%	9%	86%	100%
	Män	16%	16%	68%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1631)	Humaniora	9%	9%	82%	100%
	Samhällsvetenskap	10%	15%	75%	100%
	Naturvetenskap	8%	12%	80%	100%
	Datavetenskap	16%	13%	71%	100%
	Teknik	16%	12%	72%	100%
	Läroutbildning	6%	12%	82%	100%
	Medicin/Vård	10%	10%	80%	100%
Åldersgrupp (p=0.012, n=1895)	– 25 år	11%	13%	76%	100%
	26 – 30 år	6%	15%	79%	100%
	31 – 35 år	5%	9%	86%	100%
	36 – 45 år	15%	8%	77%	100%
	46 – 55 år	6%	8%	86%	100%
	> 55 år	8%	3%	89%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1890)	Tunga fildelare	21%	22%	57%	100%
	Måttliga fildelare	10%	15%	75%	100%
	Före detta fildelare	11%	12%	87%	100%
	Ej fildelare	6%	7%	87%	100%
Samtliga (skattat antal)	264 000	10%	12%	78%	100%

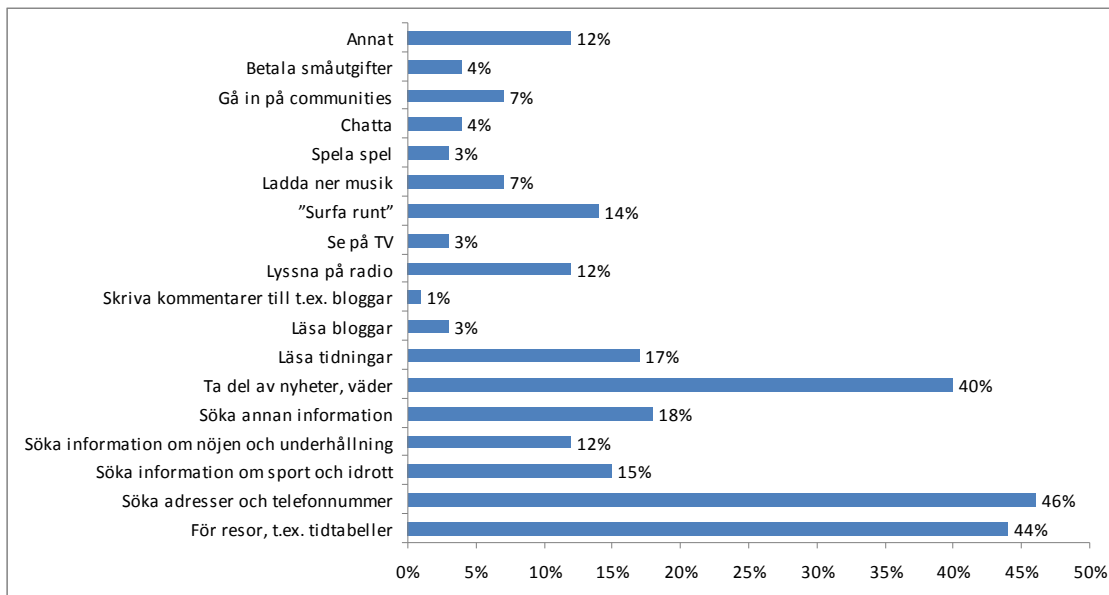
7.7 Användningsområden

7.7.1 Samtliga svar

Till en börja med är ”samtliga svar” på den här frågan inte särskilt många eftersom endast drygt 20 procent av alla dem med mobiltelefon använder den för att koppla upp på Internet. Av diagram 7 framgår att det vanligaste syftet är enklare informations-sökning som adresser och telefonnummer (46 %), tidtabeller (44 %) och nyheter, väder (40 %).

Vad som också är uppenbart är att mobiltelefonen ännu så länge spelar en obetydlig roll i de interaktiva användarmönstren på Internet: Besöka nätgemenskaper och läsa bloggar, skriva kommentarer, spela spel eller chatta.

Diagram 7 Användning av Internet med mobiltelefonen. Andelar i procent av respondenterna (n=384).



Av dem som svarat ”Annat” har drygt hälften uppgivit läsa eller skicka e-post.

I det följande kommer svaren att redovisas i korstabeller för de olika kategorierna. Till följd av det låga antalet respondenter blir för många av svarsalternativen väldigt få svar i åtskilliga av korstabellernas celler. För att kompensera för detta har några kategorier koncentrerats till färre grupper (Ämnesområden, Åldersgrupper) och vissa kategoriseringar redovisas över huvud taget inte (Personalkategori, Kategori av fildelare). Trots detta blir det fortfarande mycket få svar för en del svarsalternativ, varför fördelningen i dessa fall inte redovisats.

Utfallen i tabellerna lämnas utan kommenterande text. Sist i avsnittet presenteras en sammanställning av de viktigaste tendenser i materialet.

7.7.2 Kvinnor/Män

Tabell 56 Användning av Internet med mobiltelefonen med fördelning på kön. Andelar i procent av respondenterna (n=384).

Användning av Internet med mobtelefon	Kvinnor	Män	Samtliga
För resor, t.ex. tidtabeller	38%	48%	44%
Söka adresser och telefonnummer	45%	47%	46%
Söka information om sport och idrott	9%	19%	15%
Söka information om nöjen och underhållning	13%	11%	12%
Söka annan information	13%	22%	18%
Ta del av nyheter, väder	35%	44%	40%
Läsa tidningar	16%	18%	17%
Läsa bloggar	..	..	3%
Skriva kommentarer till bloggar, webbtidningar och webbforum	..	..	1%
Lyssna på radio	14%	10%	12%
Se på TV	..	..	3%
"Surfa runt"	11%	16%	14%
Ladda ner musik	15%	2%	7%
Spela spel	..	..	3%
Chatta	..	..	4%
Gå in på communities	6%	7%	7%
Betala småutgifter	..	..	4%
Annat	8%	14%	12%
Samtliga (skattat antal)	23 000	34 000	57 000

7.7.3 Ämnesområden

Tabell 57 Användning av Internet med mobiltelefonen med fördelning på tekniska respektive övriga ämnesområden. Andelar i procent av respondenterna (n=384).

Användning av Internet med mobtelefon	Tekniska ämnen	Övriga ämnen	Samtliga
För resor, t.ex. tidtabeller	53%	42%	44%
Söka adresser och telefonnummer	55%	44%	46%
Söka information om sport och idrott	14%	16%	15%
Söka information om nöjen och underhållning	14%	11%	12%
Söka annan information	22%	17%	18%
Ta del av nyheter, väder	37%	41%	40%
Läsa tidningar	17%	17%	17%
Läsa bloggar	..	..	3%
Skriva kommentarer till bloggar, webbtidningar och webbforum	..	..	1%
Lyssna på radio	8%	13%	12%
Se på TV	..	..	3%
"Surfa runt"	16%	13%	14%
Ladda ner musik	3%	9%	7%
Spela spel	..	..	3%
Chatta	..	..	4%
Gå in på communities	7%	7%	7%
Betala småutgifter	..	..	4%
Annat	9%	12%	11%
Samtliga (skattat antal)	13 000	42 000	55 000

7.7.4 Åldersgrupper

Tabell 58 Användning av Internet med mobiltelefonen med fördelning på åldersgrupper. Andelar i procent av respondenterna (n=384).

Användning av Internet med mobtelefon	-25	26-35	>35	Samtliga
För resor, t.ex. tidtabeller	46%	50%	33%	44%
Söka adresser och telefonnummer	48%	50%	37%	46%
Söka information om sport och idrott	15%	19%	9%	15%
Söka information om nöjen och underhållning	15%	8%	4%	12%
Söka annan information	13%	32%	18%	18%
Ta del av nyheter, väder	39%	34%	54%	40%
Läsa tidningar	16%	17%	20%	17%
Läsa bloggar	..	..	..	3%
Skriva kommentarer till bloggar, webbtidningar och webbforum	..	..	..	1%
Lyssna på radio	11%	9%	17%	12%
Se på TV	..	..	..	3%
"Surfa runt"	13%	17%	14%	14%
Ladda ner musik	7%	8%	5%	7%
Spela spel	..	..	..	3%
Chatta	..	..	..	4%
Gå in på communities	7%	9%	5%	7%
Betala småutgifter	..	..	..	4%
Annat	12%	9%	14%	12%
Samtliga (skattat antal)	34 000	13 000	10 000	57 000

7.7.5 Sammanställning av tendenser

I tabell 59 redovisas för varje svarsalternativ vilken av de olika kategorierna som uppvisar största andelen. T.ex. i kategorin Tekniska ämnen uppger 53 procent att mobiltelefonen används för att söka information om resor medan genomsnittssiffran för samtliga som har svarat är 44 procent.

För många av användningsområdena är skillnaden mellan ”störst andel” och genomsnittet förhållandevis liten. Detta hänger delvis samman med att svaren grupperats på få kategorier. Studenter inom tekniska ämnen utmärker sig inom sökning av tidtabeller, adresser och telefonnummer, medan nyheter och väder är viktigt i åldrarna över 35 år. Ett generellt intryck är att mobiltelefonen som gränssnitt mot Internet spelar en större roll för användare i kategorierna 26-35 år och däröver, än för gruppen – 25 år.

Intressant är den kvinnliga dominansen när det gäller att ladda ner musik.

Tabell 59 Användning av Internet med mobiltelefon, samtliga samt den kategori med högst andel. Andelar i procent av respondenterna (n=384)

Användning av Internet med mobtelefon	Samtliga	Störst andel	Kategori
För resor, t.ex. tidtabeller	44%	53%	Tekniska ämnen
Söka adresser och telefonnummer	46%	55%	Tekniska ämnen
Söka information om sport och idrott	15%	19%	Män/ Ålder 26-35
Söka information om nöjen och underhållning	12%	15%	Ålder -25
Söka annan information	18%	32%	Ålder 26-35
Ta del av nyheter, väder	40%	54%	Ålder >35
Läsa tidningar	17%	20%	Ålder >35
Läsa bloggar	3%	..	
Skriva kommentarer till bloggar, webbtidningar och webbforum	1%	..	
Lyssna på radio	12%	17%	Ålder >35
Se på TV	3%	..	
”Surfa runt”	14%	17%	Ålder 26-35
Ladda ner musik	7%	15%	Kvinnor
Spela spel	3%	..	
Chatta	4%	..	
Gå in på communities	7%	9%	Ålder 26-35
Betala småutgifter	4%	..	
Annat	12%	14%	Män/Ålder >35

7.8 Ladda upp eget material på webbplatser

Få använder mobiltelefonen för att ladda upp eget material på webben. Det överensstämmer med slutsatsen i föregående avsnitt att mobilen ännu så länge intar en undanskymd roll i de interaktiva tillämpningarna på Internet.

Tabell 60 Användning mobiltelefonen för att ladda upp eget material på webbplatser. Andel i procent

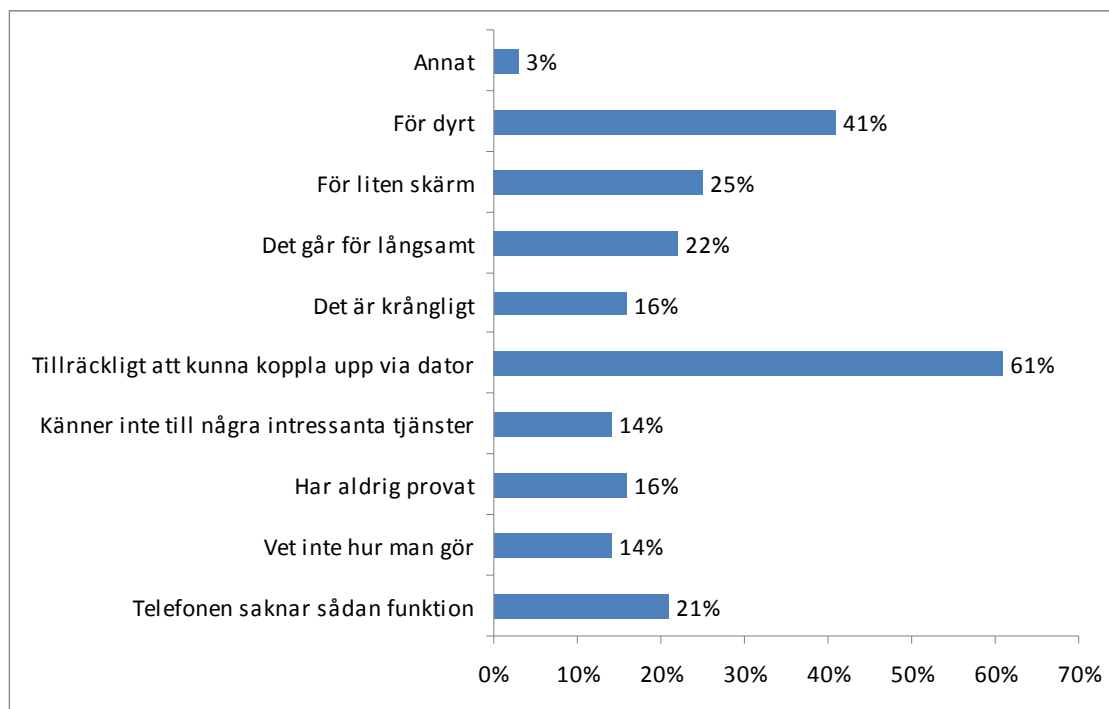
Uppladdning av eget material på webbplatser	Andel i procent
Musik	0,8%
Text	1,1%
Bilder	1,7%
Videosnuttar	0,6%
Samtliga (skattat antal)	268 000

7.9 Motiv att inte använda mobilen som gränssnitt

7.9.1 Samtliga svar

De som svarat att de sällan eller aldrig använder mobiltelefon för att koppla upp sig på Internet utgör 78 procent av de tillfrågade. Dessa fick ta ställning till ett antal alternativa motiv.

Diagram 8 Motiv till att inte använda mobiltelefonen för att koppla upp på Internet. Andelar i procent av respondenterna (n=1507).



I diagram 8 sammanfattas utfallet. Flera alternativ kunde anges, varför procentandelarna summerar till betydligt över 100. Viktigaste motiven är att man anser det tillräckligt att kunna koppla upp via dator (61 %) och att det är för dyrt (41 %).

I det följande kommer svaren att redovisas i korstabeller för de olika kategorierna. Utfallen kommenteras inte med text utan läsaren lämnas att själv begrunda utfallen, dock med ett undantag: Olikheterna i hur kvinnor och män förklarar varför man inte utnyttjar mobiltelefonen som gränssnitt har en särskild poäng som förtjänar att lyftas fram.

Sist i avsnittet presenteras en sammanställning av de viktigaste tendenser i materialet.

7.9.2 Kvinnor/Män

Kvinnor och män är tämligen överens om att det är tillräckligt att kunna koppla upp sig via datorn. Där stannar likheterna. De manliga respondenterna anger som främsta skäl diverse otillräckligheter i tekniken och erbjudna tjänster: Krångligt, långsamt, för liten skärm, dyrt, inga intressanta tjänster. Kvinnorna söker istället felanvändningen främst hos sig själva: Vet inte hur man gör, har aldrig provat.

Tabell 61 Motiv till att inte använda mobiltelefonen för att koppla upp på Internet med fördelning på kön.
Andelar i procent av respondenterna (n=1507)

Skäl till att sällan eller aldrig koppla upp sig på Internet med sin mobiltelefon	Kvinnor	Män	Samtliga
Telefonen saknar sådan funktion	23%	18%	21%
Vet inte hur man gör	18%	7%	14%
Har aldrig provat	19%	11%	16%
Känner inte till några intressanta tjänster	10%	21%	14%
Det är tillräckligt att kunna koppla upp sig via en dator	62%	59%	61%
Det är krångligt	14%	19%	16%
Det går för långsamt	16%	32%	22%
För liten skärm	20%	34%	25%
För dyrt	37%	47%	41%
Annat	3%	3%	3%
Samtliga (skattat antal)	135 000	73 000	208 000

7.9.3 Personalkategori

Tabell 62 Motiv till att inte använda mobiltelefonen för att koppla upp på Internet med fördelning på personalkategori. Andelar i procent av respondenterna (n=1507)

Skäl till att sällan eller aldrig koppla upp sig på Internet med sin mobiltelefon	Studenter/ doktorander	Lärare/ forskare	Samtliga
Telefonen saknar sådan funktion	21%	29%	21%
Vet inte hur man gör	15%	12%	14%
Har aldrig provat	17%	12%	16%
Känner inte till några intressanta tjänster	14%	8%	14%
Det är tillräckligt att kunna koppla upp sig via en dator	61%	57%	61%
Det är krångligt	17%	10%	16%
Det går för långsamt	22%	16%	22%
För liten skärm	25%	19%	25%
För dyrt	42%	23%	41%
Annat	3%	5%	3%
Samtliga (skattat antal)	194 000	14 000	208 000

7.9.4 Ämnesområde

Tabell 63 Motiv till att inte använda mobiltelefonen för att koppla upp på Internet med fördelning på ämnesområde. Andelar i procent av respondenterna (n=1507)

Skäl till att sällan eller aldrig koppla upp sig med sin mobiltelefon	Hum	Sam	Natur	Data	Teknik	Lärare	Vård	Samtliga
Telefonen saknar sådan funktion	26%	18%	24%	15%	21%	18%	23%	21%
Vet inte hur man gör	16%	18%	11%	2%	9%	17%	13%	14%
Har aldrig provat	20%	19%	17%	18%	11%	16%	16%	16%
Känner inte till några intressanta tjänster	12%	14%	14%	30%	21%	11%	11%	14%
Det är tillräckligt att kunna koppla upp sig via en dator	58%	64%	54%	60%	62%	58%	64%	61%
Det är krångligt	13%	21%	15%	13%	21%	13%	10%	16%
Det går för långsamt	20%	20%	26%	34%	32%	18%	18%	22%
För liten skärm	26%	27%	30%	46%	35%	16%	17%	25%
För dyrt	40%	39%	44%	50%	55%	42%	37%	41%
Annat	3%	2%	4%	1%	3%	3%	3%	3%
Samtliga (skattat antal)	23 000	57 000	13 000	6 000	28 000	33 000	30 000	190 000

7.9.5 Åldersgrupper

Tabell 64 Motiv till att inte använda mobiltelefonen för att koppla upp på Internet med fördelning på åldersgrupp. Andelar i procent av respondenterna (n=1507)

Skäl till att sällan eller aldrig koppla upp sig på Internet med sin mobiltelefon	-25	26-30	31-35	36-45	46-55	>55	Samtliga
Telefonen saknar sådan funktion	18%	19%	24%	28%	32%	34%	21%
Vet inte hur man gör	14%	12%	12%	21%	16%	11%	14%
Har aldrig provat	13%	20%	16%	21%	28%	15%	16%
Känner inte till några intressanta tjänster	19%	11%	8%	6%	7%	3%	14%
Det är tillräckligt att kunna koppla upp sig via en dator	64%	67%	57%	53%	50%	47%	61%
Det är krångligt	18%	19%	15%	13%	7%	3%	16%
Det går för långsamt	25%	25%	22%	13%	9%	7%	22%
För liten skärm	27%	27%	31%	16%	13%	8%	25%
För dyrt	49%	40%	33%	28%	22%	14%	41%
Annat	3%	2%	5%	1%	1%	4%	3%
Samtliga (skattat antal)	108 000	36 000	21 000	24 000	12 000	7 000	208 000

7.9.6 Kategori av fildelare

Tabell 65 Motiv till att inte använda mobiltelefonen för att koppla upp på Internet med fördelning på kategori av fildelare. Andelar i procent av respondenterna (n=1507)

Skäl till att sällan eller aldrig koppla upp sig på Internet med sin mobiltelefon	Tunga fildelare	Måttliga fildelare	Före detta fildelare	Ej fildelare	Samtliga
Telefonen saknar sådan funktion	18%	21%	13%	24%	21%
Vet inte hur man gör	6%	10%	17%	18%	14%
Har aldrig provat	12%	12%	13%	21%	16%
Känner inte till intressanta tjänster	30%	18%	15%	9%	14%
Det är tillräckligt att kunna koppla upp sig via en dator	61%	64%	60%	60%	61%
Det är krångligt	30%	18%	20%	11%	16%
Det går för långsamt	43%	28%	22%	14%	22%
För liten skärm	41%	31%	27%	17%	25%
För dyrt	58%	49%	50%	30%	41%
Annat	6%	2%	2%	3%	3%
Samtliga (skattat antal)	19 000	58 000	29 000	102 000	208 000

7.9.7 Sammanställning av tendenser

I tabell 66 redovisas för varje svarsalternativ vilken av de olika kategorierna som uppvisar största andelen. T.ex. i kategorin äldre än 55 år uppger 34 procent att mobiltelefonen saknar funktioner för att koppla upp sig på Internet medan genomsnittssiffran för samtliga som har svarat är 21 procent.

Tabell 66 Motiv till att inte använda mobiltelefonen för att koppla upp på Internet, samtliga samt den kategori med högst andel. Andelar i procent av respondenterna (n=1507)

Skäl till att sällan eller aldrig koppla upp sig på Internet med sin mobiltelefon	Samtliga	Störst andel	Kategori
Telefonen saknar sådan funktion	21%	34%	Ålder 55+
Vet inte hur man gör	14%	21%	Ålder 36-45
Har aldrig provat	16%	28%	Ålder 46-55
Känner inte till några intressanta tjänster	14%	30%	Datavet./Tunga fildel.
Det är tillräckligt att kunna koppla upp sig via en dator	61%	67%	Ålder 26-30
Det är krångligt	16%	30%	Tunga fildelare
Det går för långsamt	22%	43%	Tunga fildelare
För liten skärm	25%	46%	Datavetenskap
För dyrt	41%	58%	Tunga fildelare

I avsnittet om vilka som kopplar upp sig på Internet via mobiltelefonen kunde en tydlig teknikfaktor iakttas så till vida att studenter från data- och ingenjörsutbildningar och tunga fildelare är överrepresenterade. Samma tendens ser vi också för användningen av e-post via mobilen.

När vi nu studerar motiven till varför så många avstår från att utnyttja mobilen som gränssnitt ser vi att just dessa kategorier – studenter inom datavetenskaper respektive tunga fildelare – är de som starkast betonar bristerna i såväl tekniken, de tillhandahållna tjänsterna som priset.

8 Högskolevärlden fortfarande ledande?

8.1 Tillvägagångssätt

8.1.1 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.

8.1.2 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 de föregående kapitlen 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.

8.1.3 Finns försprånget kvar?

Några av de viktigaste slutsatserna 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 är därför om de tidigare slutsatser fortfarande är aktuella, dvs. om studenter fortfarande uppvisar ett försprång framför övriga svenskar ifråga om olika Internetrelaterade aktiviteter?

8.1.4 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 iaktta markerade trendbrott 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.

Tabell 67 Sammanställning av tendenserna för att söka och hämta information

Aktiviteter	Kön		Ålder		35-årsgräns		Fildelning		Skillnad i omfattning IE/SOI
	IE ⁸	SOI ⁹	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

Tabell 67 visar om det föreligger skillnader i aktiviteter på nätet beroende på kön, ålder, fildelning m.m.

8.1.5 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?

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

⁸ InternetExplorers

⁹ Svenskarna och Internet

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.

8.2 Det statistiska underlaget

Trots samordning av frågor och svarsalternativ kvarstår ett antal olikheter mellan de både undersökningarna och som sannolikt har betydelse för utfallet. Riktigt hur mycket är naturligtvis inte möjligt att veta med säkerhet. Dessa olikheter ska här kortfattat beskrivas.

8.2.1 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.

8.2.2 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.

8.2.3 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.).

8.2.4 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 sexuell innehåll? (Svenskarna och Internet)

Resultatet kan utläsas ur tabell 68:

Tabell 68 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 69 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 användning¹⁰: 14 procent (InternetExplorers), 3 procent (Svenskarna och Internet). Regelbunden användning¹¹ 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.

8.2.5 Bearbetning och presentation

Materialet i båda databaserna bearbetas statistikprogrammet SPSS, dock var för sig. Det betyder att alla angivna signifikansmått antingen avser InternetExplorers eller

¹⁰ De som svarat ”Flera gånger dagligen” respektive ”Dagligen”

¹¹ De som svarat ”Någon/några gånger i veckan” respektive ”Någon/några gånger i månaden”

Svenskarna och Internet. Däremot saknas signifikansmått på de uppmätta skillnaderna mellan de båda undersökningarna.

Svarsandelarna beräknas genom korstabulering. Som signifikansmått används chitvå-test (χ^2), eller där så är möjligt, Fishers exakta test¹². 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 $F = 4,26$.

8.3 Resultat

8.3.1 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 70 och 71 anges den genomsnittliga tiden för dels samtliga användare, dels med uppdelning på kön och åldersgrupper.

Tabell 70 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.

¹² 2x2-tabeller

Tabell 71 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.

8.4 Användning av Internet för kontakter

8.4.1 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 72 och 73 handlar variationerna mellan män och kvinnor, respektive mellan InternetExplorers och Svenskarna och Internet, främst om användningen sker flera gånger dagligen eller ”bara” dagligen.

Tabell 72 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 73 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 74.

Tabell 74 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		

8.4.2 Instant messaging

I *instant messaging* ingår ICQ, MSN messenger och andra *on-line* protokoll som framför allt är populära bland ungdomar, det som 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 75).

Tabell 75: 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 76. 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 76 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 77).

Tabell 77 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”.

8.5 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.

8.5.1 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 78). Här märks inga skillnader mellan män och kvinnor.

Tabell 78 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 79 kan vi misstänka det senare, eftersom de flitigaste användarna återfinns bland de äldre inom högskolevärlden.

Tabell 79 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 80).

Tabell 80 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			

8.5.2 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 (tabell 81). I båda undersökningarna finns ett mycket tydligt könsmonster där männen dominerar inom "Dagligen" och kvinnorna inom "Sällan eller aldrig".

Tabell 81 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 82).

Tabell 82 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 specialintressen (tabell 83).

Tabell 83 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		

8.5.3 Kultur, litteratur, musik

Tabell 84 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 informationssökningen 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 84 inte bara återspeglar olika Internetvanor utan också olikheter i fråga om intresseinriktning.

Tabell 84 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

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.

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 85).

Tabell 85 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 86).

Tabell 86 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		

8.5.4 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 87). 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 87 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 (tabell 88). En tydlig gräns går vid 35 år. Detta gäller också båda undersökningarna.

Tabell 88 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 89).

Tabell 89 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		

8.5.5 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 90).

Tabell 90 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 91).

Tabell 91 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 92).

Tabell 92 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			

8.5.6 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 93)

Tabell 93 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 94)

Tabell 94 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 95).

Tabell 95 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		

8.5.7 Diskussion

I tabell 96 sammanfattas utfallen av de statistiska jämförelserna med avseende på ett antal tendenser:

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

Tabell 96 Sammanställning av tendenserna för att söka och hämta information

Aktiviteter	Kön		Ålder		35-årsgräns		Fildelning		Skillnad i omfattning IE/SOI
	IE ¹³	SOI ¹⁴	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 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

¹³ InternetExplorers

¹⁴ 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 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 Internet-sökningar 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.

8.6 Ta del av medier på Internet

I avsnittet jämförs hur olika medier på Internet används:

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

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

8.6.1 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 97). Könsvariationerna är små.

Tabell 97 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 åldergruppen 26-30 år, därefter avtar andelarna successivt med stigande ålder (tabell 98).

Tabell 98 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 99)

Tabell 99 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		

8.6.2 Läs 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 100). Fortfarande är olikheterna mellan könen små.

Tabell 100 Läs 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 101).

Tabell 101 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 102 påvisar ett positivt samband mellan att läsa tidningar och tidskrifter på nätet och att utnyttja fildelningstjänster.

Tabell 102 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		

8.6.3 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 103). För Internetanvändare i gemen är andelen 20 procent. Något tydligt könsmönster går inte att upptäcka i någon av undersökningarna.

Tabell 103 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 (tabell 104). Därefter faller andelarna successivt med stigande ålder.

Tabell 104 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 105).

Tabell 105 Läs 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		

8.6.4 Diskussion

På samma sätt som i föregående avsnitt sammanfattas i tabell 106 utfallen av de statistiska jämförelserna med avseende på ett antal tendenser:

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

Tabell 106 Sammanställning av tendenserna för att ta del av medier på Internet

Aktiviteter	Kön		Ålder		35-årsgräns		Fildelning		Skillnad i omfattning IE/SOI
	IE ¹⁵	SOI ¹⁶	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

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

¹⁵ InternetExplorers

¹⁶ Svenskarna och Internet

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.

8.7 Köpa/boka och betala varor och tjänster

I avsnittet görs jämförelser mellan de båda undersökningarna med avseende på att uträtta 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.

8.7.1 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 107).

Tabell 107 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 minska med stigande ålder (tabell 108).

Tabell 108 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 109 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			

8.7.2 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 110).

Tabell 110 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 111). Bland svenska Internetanvändare i genomsnitt präglas tendensen av stabilitet över åldersgrupperna, förutom kategorin 55 år och däröver.

Tabell 111 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 112).

Tabell 112 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			

8.7.3 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 113). Skillnaderna mellan män och kvinnor är här mycket små.

Tabell 113 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 114). 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 114 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 115 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			

8.7.4 Diskussion

På samma sätt som i föregående avsnitt sammanfattas i tabell 116 utfallen av de statistiska jämförelserna med avseende på ett antal tendenser:

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

Tabell 116 Sammanställning av tendenserna för att köpa/boka eller betala varor och tjänster

Aktiviteter	Kön		Ålder		35-årsgräns		Fildelning		Skillnad i om- fattning IE/SOI
	IE ¹⁷	SOI ¹⁸	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 högskolevärlden. Att boka resor och att betala räkningar tillhör de mest spridda aktiviteterna på nätet.

¹⁷ InternetExplorers

¹⁸ Svenskarna och Internet

Tendenser med avseende på kön

För köp av varor märks en viss övervikt bland män, tydligare bland svenska Internet-användare 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 minskningar 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 mejl-generationerna 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.

8.8 Medverka i nätgemenskaper

8.8.1 Medlemskap i nätgemenskaper

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 117).

Tabell 117 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 118).

Tabell 118 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 119).

Tabell 119 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		

8.8.2 Besöksfrekvens

Högskolemiljön utmärks av en intensivare besöksmönster än för genomsnittet (tabell 120). Däremot märks inte några skillnader mellan kvinnor och män.

Tabell 120 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 121).

Tabell 121 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 122).

Tabell 122 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		

8.8.3 Bidrag med eget material till nätgemenskaper

En stor majoritet av medlemmarna bidrar med eget material (tabell 123). 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 123 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 124).

Tabell 124 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 125).

Tabell 125 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		

8.8.4 Diskussion

På samma sätt som i föregående avsnitt sammanfattas i tabell 126 utfallen av de statistiska jämförelserna med avseende på ett antal tendenser:

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

Tabell 126 Sammanställning av tendenserna för att köpa/boka eller betala varor och tjänster

Aktiviteter	Kön		Ålder		35-årsgräns		Fildelning		Skillnad i omfattning IE/SOI
	IE ¹⁹	SOI ²⁰	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

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 utbred-

¹⁹ InternetExplorers

²⁰ Svenskarna och Internet

ningen av medlemskap i nätgemenskaper mellan högskolestudien och svenska Internet-användare 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 uppgår 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 märs 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.

9 Faktor- och klusteranalys

9.1 Syfte

I kapitel 8 jämfördes utfallen från korstabuleringar av ett antal variabler från InternetExplorers och Svenskarna och Internet. I båda undersökningarna gick två olika användarmönster att urskilja, och som kan kopplas till användningen av epost respektive *instant messaging* (IM). Vidare märktes en tydlig åldersfaktor, med IM som mycket populärt i åldrarna upp till ca 35 år för att därefter kraftigt minska i användning med stigande ålder. Bland användare däröver dominerar epostverktyget helt.

På motsvarande sätt gick det att hitta klara samband mellan interaktiva användningsområden som nätgemenskaper och bloggar, och användning av IM. Epostanvändningen är däremot kopplad till envägskommunikation som att söka information och uträtta vardagsärenden. Studiens tentativa slutsats är att det rör sig om så stora skillnader i användarmönster att man kan tala om två olika Internetkulturer, mejlgenerationens kultur och messengergenerationens kultur. Syftet med den nu föreliggande rapporten är att 1) försöka bekräfta slutsatsen om två fundamentalt olika användarmönster, och, om detta visar sig möjligt, 2) söka beskriva egenskaperna i dessa båda kulturer.

Analysen och slutsatserna i "Nya användarmönster" baseras på ett begränsat antal gemensamma frågor från de båda jämförda undersökningarna²¹. Totalt omfattar frågeformuläret till InternetExplorers 107 numrerade frågor, många av dem med delfrågor. Sammanlagt genererar detta i storleksordningen 350 variabler. Det betyder att databasen innehåller en mängd information som ännu inte utnyttjats för den aktuella frågeställningen.

Tillvägagångssättet i kapitlen 1 – 8 har varit att bygga upp kunskap och förståelse genom att successivt studera enskilda aktiviteter på Internet. Dessa har korstabulerats med avseende på sådana faktorer som enligt tidigare gjorda erfarenheter fungerar som markörer för spridning och användning, bl.a. kön och ålder. Resultaten från de enskilda variablerna har sedan ställts samman i syfte att skapa en översikt.

Nu blir tillvägagångssättet det motsatta. Metoden går nu ut på att simultant exploatera så mycket som möjligt av den information som databasen innehåller. Det ska ske genom en kombination av faktoranalys och klusteranalys. Syftet med faktoranalysen är att reducera ett stort antal variabler med så liten informationsförlust som möjligt för att i ett nästa steg utnyttja resultatet (faktorerna) för en klusteranalys. Syftet med klusteranalysen är att identifiera homogena grupper med avseende på ett antal variabler eller faktorer.

²¹ Totalt 18 frågor

9.2 Uppläggning av rapporten

Rapporten är uppdelad i en metodgenomgång och en resultatredovisning. Metodavsnittet har karaktären av kompendium i de tillämpade delarna av faktor- och klusteranalys.

9.3 Metodgenomgång

9.3.1 Faktoranalys

Att gruppera korrelerade variabler

Genom frågeformuläret kartläggs respondenternas mönster i användningen. Ofta tar flera olika frågor sikte på samma företeelse, till exempel besök och aktiviteter på nätgemenskaper (eng. *communities*). Effekten blir ett inbördes samband, en korrelation, mellan just de frågorna/variablerna.

Vid faktoranalysen beräknas först korrelationen mellan alla ingående variabler. I nästa steg grupperas variabler med hög inbördes korrelation. Grupperna kallas faktorer.

Detta underlättar den fortsatta analysen på flera sätt. För det första grupperas ett mycket stort antal enskilda variabler i ett begränsat och mera överskådligt antal faktorer som samtidigt fångar upp det mesta av informationen från alla de enskilda variablerna. Faktorerna kommer härigenom att tjäna som uttryck för de underliggande mönstren i användningen. Att namnge dessa faktorer underlättar dessutom överblick, förståelse och diskussion.

För det andra skapas en uppsättning förklarande faktorer som utmärks av en inbördes mycket låg – i idealfallet obefintlig – korrelation. Det är viktigt för den efterföljande klusteranalysen. Om flera variabler har hög inbördes korrelation, dvs de mäter i stort sett samma företeelse, kommer just den företeelsen att ges en högre vikt vid klusteranalysen än vad som motsvarar dess betydelse.

Beräkning av korrelationen

En förutsättning för att skapa faktorer är därför att variablerna är sinsemellan korrelerade. Om samtliga korrelationer är låga saknas förutsättningar för att göra grupperingar. Samma problem uppstår vid höga korrelationskoefficienter, om dessa har likartad storlek. Det signalerar nämligen att en inbördes struktur saknas.

Produktmomentkorrelationen, *Pearson's r*, är ett av de vanligaste sambandsmått och anger graden med vilken variationen hos en variabel är relaterad till variationen hos en annan variabel. Korrelationskoefficienterna kan variera mellan -1 och $+1$, där 0 betyder att det inte finns något samband medan $+1$ eller -1 anger att det finns ett perfekt positivt respektive negativt samband.

Metoden förutsätter dock att datan ligger på intervall- eller kvotskalenivå. För intervallskalan gäller att alla värden är rangordnade och att intervallen mellan värdena är lika

stora, t.ex. Celsiusskalan. Kvotskala kännetecknas av att alla mått är tillåtna och att det finns en absolut nollpunkt, exempelvis meterskalan.²²

Om de båda mätvariablerna ligger på ordinalskalenivå ska man istället använda Spearman's rangkorrelation, eller *Spearman's rho*. Spearman's rangkorrelation är baserad på mätvärdenas inbördes rangordning i den variabel som studeras.

Faktoranalys förutsätter i princip intervall- eller kvotskala. Det förekommer dock att faktoranalys tillämpas – och med framgång – även på ordinalskaledata, men då under vissa förutsättningar. Om Pearson's r och Spearman's ρ genererar i stort sett samma korrelationer kan man gå vidare med faktoranalys (Lagercrantz, 2008).

Extraktion

Beräkningsprocessen där variabler omvandlas till faktorer kallas extraktion. Flera extraktionsmetoder finns. Man skiljer mellan huvudgrupperna faktoranalys (eng. *Common Factor Analysis*) och komponentanalys (eng. *Component Analysis*).²³

Faktoranalysen används i första hand för att identifiera de underliggande faktorer som återspeglar den gemensamma variationen i undersökningen. Vanlig metod är här *Principal Axis Factoring, PAF*.

I komponentanalysen är syftet att hitta det minsta antalet komponenter som förklarar så mycket som möjligt av den totala variationen i undersökningens datauppsättning. Bl.a. är detta en fördel om resultatet är tänkt att användas för prognoser. Vanligast metod är principalkomponentanalys (*Principal Components Analysis, PCA*). En förklaring till dess popularitet är att metoden lämpar sig väl när variablerna utmärks av multikollinariet.²⁴

PCA går till så att olika variabler kombineras på sådant sätt att en ny kombination (Komponent 1) förklarar en så stor andel av den sammanlagda variationen i undersökningen som möjligt. I nästa steg dras den här variansen ifrån samtidigt en ny linjär kombination av variabler tillskapas (Komponent 2) där största möjliga delen av den resterande variationen förklaras, osv.

²² Pearson's r tillämpas ibland på ordinalskalenivå om det finns ett antagande att variabeln är approximativt normalfördelad, trots att detta egentligen inte är tillåtet

²³ En källa till förvirring eftersom begreppet faktoranalys också används som övergripande term, och där komponentanalysen ingår.

²⁴ Multikollinariet avser situationen när en variabel helt eller delvis förklaras av andra variabler i undersökningen.

Tabell 127 beskriver de grundläggande begreppen i faktoranlys (där F även kan stå för komponent) och deras inbördes samband.

Tabell 127 Faktormatris, kommunalitet och eigenvalue (Efter Aronsson, 1999)

Linjära kombinationer:	Faktormatris:		Kommunalitet:
	F_1	F_2	
$Var_1 = b_{11}F_1 + b_{12}F_2 + d_1U_1$	b_{11}	b_{12}	$\sum b_{1j}^2$
$Var_2 = b_{21}F_1 + b_{22}F_2 + d_2U_2$	b_{21}	B_{22}	$\sum b_{2j}^2$
$Var_3 = b_{31}F_1 + b_{32}F_2 + d_3U_3$	b_{31}	B_{32}	$\sum b_{3j}^2$
$Var_4 = b_{41}F_1 + b_{42}F_2 + d_4U_4$	b_{41}	B_{42}	$\sum b_{4j}^2$
$Var_5 = b_{51}F_1 + b_{52}F_2 + d_5U_5$	b_{51}	B_{52}	$\sum b_{5j}^2$
Eigenvalue:	$\sum b_{i1}^2$	$\sum b_{i2}^2$	

- Var står för de observerade variablerna i undersökningen.
- F är faktorer som antas representera två eller flera inbördes korrelerade variabler.
- b är den s.k. faktorladdningen som uttrycker hur mycket en förändring av F påverkar Var.
- U är en för en variabel unik faktor som samlar upp den information som går förlorad i faktormatriserna
- d är partialkoefficienten, som talar om hur stor inverkan den unika faktorn U har på Var,
- Kommunaliteten för en variabel definieras som summan av de kvadrerade faktorladdningarna för den variabeln
- Eigenvalue för en faktor definieras som summan av de kvadrerade faktorladdningarna för den faktorn.

Faktorladdning

Resultatet av faktoranalysen är en matris för faktorladdningarna och med faktorer²⁵ i kolumnerna och ingående variabler i raderna. Faktorladdningen är ett uttryck på hur mycket en förändring i en faktor påverkar en ingående variabel. Faktorladdningen för en variabel bör vara hög ($> 0,30$) på endast en faktor. Skulle en variabel ha faktorladdningar $> 0,30$ på flera faktorer anses den vara flerdimensionell, d.v.s den är ett uttryck för mer än en sak.

²⁵ I det följande ska termen faktor läsas som ”komponent” när det är fråga om komponentanalys.

Vid en bedömningen av faktorkladdningarnas storlek tillämpas följande tumregler (Hair Jr et al, 2005):

- < $\pm 0,30$ Ej acceptabla
- $\pm 0,30-0,40$ Acceptabla
- > $\pm 0,50$ Praktiskt signifikanta
- > $\pm 0,70$ Utmärker väldefinierade strukturer

Kommunalitet

Kommunaliteten är den andel av den totala variationen som en viss variabel delar med de övriga variablerna i analysen. Den används som ett komplement till faktorladdningarna för att bedöma den relativa betydelsen av olika variabler. Variabler vars kommunalitet underskrider ett visst gränsvärde anses inte tillföra tillräckligt förklaringsvärde som motiverar att de tas med i analysen. Gränsvärdets placering varierar beroende på stickprovets storlek, med högre gränsvärde vid små stickprov (Hair Jr et al, 2005).

Eigenvalue

Eigenvalue för en given faktor summerar variationen i alla de variabler som ingår i faktorn. Storleken på eigenvalue anger faktorns förklaringsvärde i förhållande till variablerna. Faktor 1 har störst eigenvalue, faktor 2 näst störst o.s.v. Maximalt antal möjliga faktorer är lika med totala antalet variabler. Med eigenvalue >1 har faktorn större förklaringsvärde än de ingående variablerna, d.v.s. man "tjänar på" att skapa faktorer. Om eigenvalue ≤ 1 finns däremot inget att vinna med att skapa faktorer.

Summan av alla möjliga eigenvalue är lika med det sammanlagda antalet variabler, vilket därför också är lika med den sammanlagda variationen. Det öppnar för att använda eigenvalue som procentuellt mått för andelen av den totala variationen som den förklarar. Därmed blir det också möjligt att utvärdera olika alternativa faktoranalyser.

Faktorer med förklaringsvärde

Ett viktigt krav på resultatet från faktoranalysen är att faktorerna är rimliga på så sätt att de enkelt går att förstå och förklara. Det kan betyda att faktorer stryks ur den fortsatta analysen, trots att eigenvalue >1. Med motsvarande argument kan andra faktorer behållas trots eigenvalue < 1.

Partialkorrelation

Partialkorrelation är den korrelation som kvarstår oförklarad när hänsyn tagits till effekten från andra variabler. Hög partialkorrelation betyder att underliggande faktorer har litet inflytande, varför sådana variabler inte hör hemma i en faktoranalys. Detta kan i stället vara tecken på att det finns en tredje variabel som påverkar relationen mellan de två variablerna.

MSA

MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) är ett index för den andel av korrelationen som är förklarad. MSA kan anta värden från 0 till 1. När MSA =1 förekommer inte någon partialkorrelation alls, utan alla samband förklaras av de ingående variablerna.

Det finns ett samband mellan MSA och storleken på urvalet. Ju större urval, givet antalet variabler, desto högre MSA. Tumregeln är att om MSA för en variabel understiger 0,50 bör variabeln utgå (Hair Jr et al, 2005).

KMO

KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy*) summerar samtliga enskilda MSA i undersökningen. KMO fungerar som ett test på om de inbördes sambanden mellan undersökningens variabler är tillräckligt starka för att motivera en faktoranalys. Även här varierar testvärdet från 0 till 1. Som tumregel för att faktoranalys ska vara meningsfull går en nedre gräns vid KMO=0,65 (Westlund, 2007).

Bartlett's Test of Sphericity

Ett annat test för faktoranalys erbjuder *Bartlett's Test of Sphericity*. Testet bygger på att observationerna ligger i en cirkel om korrelation mellan variablerna saknas. Tumregeln är att Bartlett's test diskriminerar vid $\chi^2 = 10$. Vid stora urval tenderar ökar känsligheten för korrelation varför testet bli mindre intressant (Westlund, 2007).

Rotation

En faktor är en linjär kombination av ett antal ursprungliga variabler. Flera faktorer bildar tillsammans en faktormatris. Det finns ingen unik placering av faktormatrisen i förhållande till variablerna som är definierad av faktoranalysen. Det betyder att värdet på laddningarna varierar med placeringen av faktormatrisens axlar. Genom rotation av faktormatrisen är det därför möjligt att skapa ett tydligare mönster av faktorladdningar.

Syftet med rotationen är att underlätta tolkning genom att tendenserna accentueras. För detta finns flera metoder. Den vanligaste – Varimax – eftersträvar en hög laddning för variabeln på en faktor och låga laddningar på övriga faktorer, något som underlättar tolkningen. Genom s.k. ortogonal rotation vrids faktoraxlarna med bibehållen 90 graders vinkel till dess att variablerna optimalt positioneras längs axlarna. Ju närmare en faktoraxel variabeln ligger, desto högre faktorladdning har den med avseende på den aktuella faktorn. Samtidigt avlägsnar sig variabeln från den andra faktoraxeln, vilket för att laddningen här blir låg.. Härmed blir det möjligt att definiera faktorerna så att de sinsemellan uppvisar en minimal – helst obefintlig – korrelation.

Faktorpoäng

Faktorerna kan sedan omvandlas till en ny uppsättning variabler som underlag för statistisk analys. Det sker genom att de åsätts poäng (*factor scores*). För varje respondent görs en beräkning av ett (hypotetiskt) utfall för den aktuella faktorn utifrån de faktorladdningarna från de variabler som faktorn är ett uttryck för. Vanligen är dessa nya variabler standardiserade (*z-scores*) med medelvärde = 0 och standardavvikelse = 1.

9.3.2 Klusteranalys

Att gruppera objekt som ligger nära

Klusteranalys grupperar objekt, t.ex. respondenter, produkter eller andra enheter, så att varje objekt liknar de andra objekten i klustret med avseende på ett urval karakteristika (variabler). Resultaten av analysen är ett antal kluster som uppvisar hög intern (inomkluster-) homogenitet och hög extern (mellankluster-) heterogenitet.

Nyckelbegreppet i klusteranalys är likhet eller avstånd, inte korrelation som i faktoranalysen. Den enkla innebörden är att gruppera objekt som ligger nära varandra. Det finns olika sätt att beräkna avstånden mellan objekten och det finns olika metoder för att forma klustren.

Avstånden mellan klustren kan beräknas på mer eller mindre sofistikerade sätt vilket i sin tur styr antalet räkneoperationer. Detta får i sin tur betydelse för hur stora datamängder som praktiskt går att hantera. Vid större urval måste därför de teoretiskt mest attraktiva algoritmerna stå tillbaka för mera förenklade beräkningsmetoder.

En annan nyckelfråga är hur eventuella extremvärden (*outliers*) ska hanteras. Skickar de för klusteranalysen viktiga signaler eller är de att betrakta som störningar som forskaren gör klokast i att eliminera? Och var sätter man i så fall gränsen för extremvärden?

Den mest centrala frågan gäller antalet kluster. Vissa klustringsmetoder ger som resultat förslag på antal kluster, vid andra metoder måste antalet kluster anges i förutsättningarna.

För att identifiera så tydliga klusterbildningar som möjligt är det praktiskt att eliminera sådana variabler som inte har någon distinkt inverkan, dvs. som inte skiljer sig signifikant åt mellan de erhållna klustren.

Klustringen blir för forskaren vanligen en process av *trial-and-error*. Klusterstorlekarna blir ofta disparata och med kluster som uppstår kring några enstaka objekt/observationer. Då måste analysen omformuleras och förändrade förutsättningar anges.

”Lika mycket konst som vetenskap”

Klusteranalysen skiljer sig från övriga multivariata analysmetoder genom att den inte bygger på statistiska skattningar av en uppsättning variabler. Det betyder att analysen i sig inte genererar några statistiska kriterier, t.ex. signifikansmått som stöd för att välja olika lösningar. Istället är det forskaren som definierar de karakteristika som ska gälla för analysen, dvs. de aktuella variablerna.

Klusteranalys genererar alltid en uppsättning kluster, oavsett om det existerar någon inbördes struktur i materialet eller inte. Det medför att forskaren står inför stort antal avgöranden som påverkar det slutliga utfallet, många av dem av subjektiv natur.

En konsekvens härav är att resultaten från klusteranalys inte är generaliserbara eftersom de bygger på de förutsättningar som den enskilde forskaren angivit. Utfallet kan helt ändras beroende på vilka variabler som läggs till eller avlägsnas. Som en följd av dess känslighet för vilka förutsättningar som anges (variabler, antal kluster), används klusteranalysen ofta för explorativa syften. Är däremot syftet att klusteranalysen ska användas för att få ett förhållande bekräftat eller förkastat förutsätter detta ett konceptuellt stöd, t.ex. i form av en teori.

Kombinationen kluster- och faktoranalys är därför lika mycket konst som vetenskap (Hair Jr et al, 2005).

Hierarkiska metoder

Man skiljer mellan hierarkiska och icke-hierarkiska metoder för klusteranalys, den senare går i SPSS under beteckningen K-means. Vidare finns tvåstegs klusteranalys som är något av en hybrid, med ett första icke-hierarkiskt steg medan det andra steget bygger på ett hierarkiskt tillvägagångssätt.

Vid hierarkiska metoder är slutresultatet en trädliknande struktur, ett dendogram, som beskriver hur klustringsprocessen har gått till. Vid hierarkiska metoder förblir objekten tillsammans när de en gång sammanförts i ett kluster. Tillvägagångssättet vara antingen vara agglomerativt eller divisivt. Vid agglomerativ metod utgår man från n kluster (= antalet objekt) för att sedan successivt koncentrera antalet. Motsatsen innebär att alla objekten vid start ryms i ett kluster och som sedan successivt delas upp i flera.

Icke-hierarkiska metoder: K-means

Vid icke-hierarkiska metoder definieras inledningsvis ett antal klustercentrum (*cluster seeds*), var och ett med ett givet tröskelavstånd. Klustercentrum kan antingen specificeras av forskaren eller av SPSS programvara i en slumpmässig process.

Vid klustringsprocessen fördelas objekten beroende på inom vilka tröskelavstånd de befinner sig. Vid vissa metoder kan tröskelavstånden justeras under processens gång vilket får till effekt att objekt blir omfördelade. Jämfört med hierarkiska metoder, där objekten förblir tillsammans, skapas här mindre stel struktur.

Den vanligaste metoden kallas K-means och bygger dels på att medelvärdet för objekten (centroiden) representerar klustret, dels att forskaren i förväg bestämmer eller testat antalet kluster som objekten ska fördelas på. Därigenom förenklas också beräkningsprocessen i förhållande till hierarkiska metoder vilket gör K-means särskilt lämplig vid större urval ($n > 200$).

Efter det att t.ex. 3 kluster angivits söker programmet genom hela databasen för att hitta 3 objekt som ligger tillräckligt åtskilda för att utgöra klustercenter. Sedan görs en ny genomgång av databasen i en iterativ process där varje objekt placeras i det kluster som ligger närmast. Efter varje sådan placering sker en förnyad beräkning av centroiden.

När många variabler är involverade i klusterbildningen kan forskaren med hjälp av ett ANOVA-test bilda sig en uppfattning om vilka av variablerna som är kritiska för den aktuella klusterbildningen och vilka som inte är det. Den senare kategorin variabler kan utan förlust utgå ur analysen. Utifrån ANOVA-testet rangordnas de enskilda variablernas betydelse utifrån deras F-värde.²⁶

Tvåstegsanalys

Stora datamängder kan också hanteras genom tvåstegs klusteranalys. Metoden kräver endast en körning och kan bearbeta såväl intervall- och kvotskala (i SPSS *continuous variables*) som nominalskala (*categorical variables*). Bearbetningen sker i två steg. I

²⁶ F-värdet kan i det här sammanhanget däremot inte användas för test av hypotesen att klustermedelvärdena är lika eftersom klustren avsiktligt har tillskapats för att maximera inbördes skillnader (=avstånd).

steg 1 – *Pre-cluster* – sorteras objekten i många små subkluster via ett sekventiellt tillvägagångssätt. Varje objekt studeras separat med avseende på avståndskriterier och tröskelvärden för befintliga subkluster. Ligger objektet inom tröskelvärdet till ett visst subkluster förs det dit, annars bildar objektet ett nytt subkluster.

Om antalet subkluster överstiger ett angivet maximum gör programmet en uppjustering av tröskelvärdena varefter en förnyad uppdelning i subkluster sker. Vill man begränsa inflytandet från extremvärden på klusterbildningen finns en särskild funktion ("*noise handling*") som samlar alla sådana objekt i ett särskilt kluster.

Ett subkluster definieras genom 1) antalet objekt, 2) medelvärdet och variansen för variabler med intervall- eller kvotskala, och 3) det aktuella värdet för nominalskalevariabler. Det medför ett reducerat krav på beräkningskapacitet.

I steg 2 – *Cluster* – sammanläggs alla subkluster kan till ett slutligt antal kluster. I SPSS sker detta genom hierarkisk klusteranalys (agglomerativ). Eftersom antalet subkluster nu är litet i förhållande till det ursprungliga antalet objekt fungerar den hierarkiska beräkningsprocessen smärtfritt.

Efter varje steg i klusterprocessen redovisas ett anpassningsmått (*goodness-of-fit statistic*)²⁷ som utvisar hur väl observationerna passar in i det aktuella antalet kluster. Ju lägre värde på anpassningsmått, desto bättre anpassning. Vidare är anpassningsmått utformade att komplexa modeller, dvs. relativt många kluster, "bestraffas".

Även förändringen i anpassningsmättet registreras. I början av processen sker en minskning av anpassningsmättet till följd av att varje nytt kluster medför förbättrad anpassning. Detta avstannar dock och kan övergå i en ökning i och med av varje nytt kluster ger ett allt mindre bidrag till anpassningen samtidigt som bestraffningsfunktionen framträder allt mer.

Även den relativa förändringen registreras vilket blir ett mått på effektiviteten av att utöka antalet kluster. Ytterligare ett effektivitetsmått är den relativa förändringen i distansmättet av att ett nytt kluster tillkommer. En förhållandevis stor förändring i det relativa distansmättet signalerar en förbättrad klusterlösning.

9.4 Diskussion

9.4.1 Faktoranalys möjlig?

Villkor att uppfylla

Faktoranalys förutsätter i princip intervall- eller kvotskala något som få av undersökningens variabler uppfyller. Merparten av variablerna uttrycks genom ordinalskala, dvs genom en rangordning av svarsalternativ. Dessa är antingen av karaktären "Hur ofta använder du....." och med svarsalternativen "Flera gånger dagligen", "Dagligen" "Mer sällan eller aldrig". En annan vanlig frågetyp är "Brukar du....?" med svarsalternativen "Ja, ofta", "Ja, ibland", "Nej".

²⁷ Schwartz's Bayesian Criterion (BIC) alt. Akaike's Information Criterion (AIC)

En litet hopp finns i och med att det är möjligt att se mellan fingrarna med ordinalskale-data förutsatt att a) variablerna är normalfördelade och b) att Pearson's och Spearman's korrelationsmått någorlunda överensstämmer. Detta blir den omedelbara uppgiften att undersöka.

Ett allmänt krav är vidare att relationen mellan antalet observationer och antalet variabler måste vara av en viss storlek. För att resultaten ska vara allmängiltiga är det eftersträvansvärt med ett så stort antal observationer per variabel som möjligt. Med få observationer per variabel ökar risken för att slutsatserna blir specifika endast för undersökningen. En författare sätter som tumregel en lägsta gräns på fem observationer per variabel, men helst tio (Hair Jr et al, 2005). Andra forskare sätter nivån betydligt högre, upp till 25 observationer per variabel (SPSS, 2003).

Men för att undvika onödigt arbete kan det först av allt vara klokt att skaffa sig en uppfattning om de inbördes sambanden mellan variablerna är så starka att faktoranalys över huvud taget ter sig meningsfullt.

Tillräckliga korrelationer?

Totalt innehåller undersökningen 86 variabler som belyser hur, för vilka syften och i vilken omfattning som respondenterna använder Internet. Det stora antalet skapar omedelbara praktiska problem, inte minst eftersom det genererar jättelika och oöverskådliga korrelationsmatriser.²⁸ För att få en första känsla för eventuella samband och deras styrka testas ett mindre urval på 11 typiska variabler (tabell 128).

Tabell 128 Korrelationsmatris för ett urval variabler. Spearman's rho

	F13.	F17a.	F17b.	F19a.	F20a.	F22e.	F27.	F35a.	F56.	F70a.	F24
F13. Studierna eller arbetet	1										
F17a. E-post	,481(**)	1									
F17b. IM	0,021	-0,018	1								
F19a. Information om varor och tjänster	,253(**)	,235(**)	,177(**)	1							
F20a. Nyheter	,253(**)	,188(**)	,326(**)	,344(**)	1						
F22e. Betala för varor och tjänster?	,135(**)	,135(**)	,246(**)	,272(**)	,219(**)	1					
F27. Besöka nätgemenskaper	-0,046	-0,040	,496(**)	,118(**)	,228(**)	,179(**)	1				
F35a. Använda Wikipedia	,145(**)	,075(**)	,295(**)	,170(**)	,284(**)	,207(**)	,247(**)	1			
F56. Läs bloggar	0,033	,048(*)	,337(**)	,115(**)	,270(**)	,149(**)	,379(**)	,181(**)	1		
F70a. Skicka SMS	-0,001	,046(*)	,288(**)	,227(**)	,174(**)	,163(**)	,280(**)	,107(**)	,194(**)	1	
F24. Fildela	-0,025	-,103(**)	,455(**)	,134(**)	,262(**)	,244(**)	,426(**)	,312(**)	,222(**)	,209(**)	1

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

a. Listwise N=1671

²⁸ Närmare 3700 korrelationer enligt formeln $n(n-1)/2$.

Vilka är då är förväntningarna *à priori* på dessa korrelationer?

Varje variabel återspeglar en relativt väl avgränsad aktivitet. Det betyder att korrelationer där sådan finns, borde vara av måttlig storlek. Om vi missänkte att två eller flera variabler fångade upp samma aktivitet, borde istället mycket höga korrelationskoefficienter vara vänta. T.ex. finns två tämligen likalydande frågor ”Hur ofta använder du Internet för att läsa bloggar?” (F20c) och ”Brukar du läsa andras bloggar?” (F56), dock med något olika svarskonstruktioner. Uppmätt korrelationskoefficient är här 0,790 (Spearman’s ρ).²⁹

Vi sätter därför ribban förhållandevist lågt och tittar särskilt på korrelationer $> 0,300$ (skuggade). Av sammanlagt 55 korrelationer uppfyller nio det kriteriet.

Hypotesen för undersökningen är att det finns ett samband mellan användningen av IM och interaktiva användningsområden. Värdena i matrisen motsäger i varje fall inte hypotesen. För IM hittar vi de starkaste sambanden till nätgemenskaper (0,496), fildelning (0,455) och bloggar (0,377).

E-postanvändningen däremot uppvisar stark korrelation endast med användningen av Internet i studier och arbete (0,481). Med IM, nätgemenskaper, bloggar och fildelning ligger korrelationen nära noll, oftast negativ, sällan signifikant. Testet ger i alla händelser uppmuntrande besked om att det ska vara möjligt att hitta intressanta strukturer i materialet.

Normalfördelade variabler?

Vissa av aktiviteterna på Internet som frågorna/variablerna försöker fånga upp uppvisar få positiva svar. Inte många av de tillfrågade som ägnar sig åt dessa. Det är också helt i sin ordning eftersom ett viktigt syfte med undersökningen är att tidigt fånga upp nya användarmönster.³⁰

Det betyder praktiskt att en stor andel av respondenterna här svarar ”Nej”, vilket ger ett värde = 0 i ordinalskalan. Det får oftast till följd att median och typvärde också får värdet 0 och att medelvärdet hamnar mycket nära 0. För vissa av dessa ”exklusiva” aktiviteter uppstår den närmast komiska effekten att beräkningsprogrammet klassificerar de fåtaliga utövarna som extremvärden.

Dessa variabler uppfyller sällan kriterierna på normalfördelning och ska därför inte ingå i faktoranalysen. Genom koncentrationen av observationer till ena ytterlighetsvärdet på mätskalan blir fördelningen starkt skev och starkt toppig jämfört med normalfördelningen. Som diskriminant ska här användas skevhetsmättet (*skewness*) och toppighetsmättet (*kurtosis*), där värden upp t.o.m. 1,96, vilket motsvarar två standardavvikelser från medelvärdet.³¹

²⁹ Separat beräkning, framgår inte av tabellen.

³⁰ Denna ambition har också varit styrande för urvalet, se mera om det i kapitel 1, Det statistiska underlaget.

³¹ Det innebär att 95 procent av observationerna ligger inom detta intervall.

Med detta kriterium reduceras antalet variabler till 48.³² Fortfarande genereras en korrelationsmatris av imponerande storlek om 1128 korrelationer, men är samtidigt betydligt mindre än den ursprungliga.

Överensstämmelse mellan koefficienterna?

Det finns fortfarande en hake, vi har här använt Spearman's rho för att beräkna korrelationerna, vilket är tillåtet för ordinalskala. Men vid faktoranalys är Pearson-korrelationer relevanta. Frågan är därför om det föreligger någon skillnad av betydelse mellan de båda måtten. I tabell 129 redovisas koefficienterna för variabeln "Internet i studier och arbete" (F13) och de övriga i testmatrisen beräknade både enligt Pearson's r och Spearman's rho.

Tabell 129 Jämförelse mellan koefficienter beräknade enligt Pearson's r och Spearman's rho

	F13.	F17a.	F17b.	F19a.	F20a.	F22e.	F27.	F35a.	F56.	F70a.	F24
Pearson's r	1	,446(**)	,021	,252(**)	,253(**)	,141 (**)	-0,039	,151 (**)	,029	-0,009	-0,012
Spearman's rho	1	,481 (**)	,021	,253(**)	,253(**)	,135 (**)	-0,046	,145 (**)	,033	-0,001	-0,025

Nu visar det sig att bägge metoderna genererar i närmaste identiska korrelationskoefficienter vilket vi här tar som intäkt på att gå vidare med faktoranalysen.

Tillräckligt antal observationer?

Av de närmare 2000 personerna i stickprovet har ca 75 procent (1485 st) lämnat fullständiga svar på de 48 variabler som återstår efter test för normalfördelning. Det ger en kvot på ca 30 observationer per variabel. Även enligt de strängaste tumreglerna är detta en förhållandevis hög siffra som borgar för stadga i beräkningarna. Det betyder vidare att vi väljer att inte bryr oss om att försöka utnyttja möjligheterna att ta tillvara den information som finns i de observationer med partiellt bortfall (*Missing Value Analysis*).

9.5 Resultat

9.5.1 Första faktoranalysen

Test

Materialet testades med dels faktoranalys/*principal axis factoring*, dels principalkomponentanalys (tabell 130). De båda metoderna genererade samma antal faktorer/komponenter och med samma huvudsakliga innehåll.

Tabell 130 Jämförelse i utfall mellan faktoranalys/PAF och komponentanalys/PCA

Extraktionsmetod	Antal faktorer/komponenter	Σ Eigenvalue som andel av totala variationen
Faktoranalys/PAF	11	49,5%
Komponentanalys/PCA	11	60%

³² Bilaga 2. Ursprungliga variabler.

Principalkomponentanalysen förklarar dock en betydligt större andel av den totala variationen i undersökningen och blir därför den metod som används.

Resultat

Resultatet av extraktionen redovisas i tabell 131. Följande gränsvärden används eller har uppnåtts:

- Nedre gräns för faktorladdningar: 0,40.
- Nedre gräns för kommunalitet: 0,40.
- MSA för de individuella variablerna spänner från som lägst 0.788 (F23a) till som högst 0,971 (F17b).³³ Tumregeln är att MSA-värden >0.80 är mycket bra, > 0.70 helt godkänt.
- KMO = 0,918. Nedre gräns 0,650
- *Test of sphericity* landar på betryggande $\chi^2 = 31854$.

Två variabler hamnar under gränsvärdena för faktorladdning respektive kommunalitet, men utan symmetri. I det ena fallet – att söka och hämta information från myndigheters webbsidor (F19c) – ligger faktorladdningen under gränsvärdet, men däremot inte kommunaliteten. För den andra variabeln – att använda handböcker baserade på användargenererat material (F35c) – är situationen den omvända. Båda variablerna får därför stå kvar.

³³ Beräkningarna redovisas i en s.k. anti-image matris, bilaga 2.

Tabell 131: Roterad faktormatris efter principalkomponentanalys, 48 variabler

Variabler	Komponent											Kommunalitet
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
F31. Nätgemenskap: besök	0,857											0,829
F34c. Nätgemenskap: Ladda upp foton	0,833											0,735
F29. Nätgemenskap: Medlemskap	0,829											0,790
F34a. Nätgemenskap: Ladda upp text	0,693											0,572
F32. Nätgemenskap: Diskussioner	0,633											0,565
F21c. Se på andras videoklipp och foton?	0,600											0,686
F17b. Användning: IM	0,510											0,569
F70a. Användning: SMS	0,416											0,463
F21b. Ladda ner musik och filmer		0,716										0,710
F25a. Använda: BitTorrent		0,664										0,619
F19h. Information: Kultur, litteratur, musik?		0,573										0,608
F19k. Information: Nöje och underhållning?		0,539										0,665
F20e. Använda: Webb-TV		0,504										0,412
F20d. Lyssna på radio och musik		0,504										0,463
F19l. Information: Hobby och specialintressen		0,474										0,557
F21e. Spel (nöjesspel)		0,461										0,415
F20a. Ta del av nyheter			0,806									0,799
F20b. Läsare webbtidningar och -tidskrifter			0,796									0,774
F19j. Information: Sport och idrott			0,646									0,513
F19i. Information: Politik och samhällsfrågor			0,507									0,572
F21a. "Surfa runt"			0,443									0,582
F13. Internet i studier eller arbete				0,728								0,579
F17a. Användning: E-post				0,653								0,555
F19f. Söka eller kontrollera fakta				0,629								0,658
F19e. Information: Adresser och telefonnummer				0,530								0,512
F19a. Information: Varor och tjänster				0,432								0,434
F22c. Boka resor och inkvartering					0,736							0,642
F19d. Information: Resor och inkvartering					0,686							0,561
F22d. Boka nöje och underhållning					0,586							0,495
F35c. Använda: Handböcker, t.ex. Resdagboken.se					0,437							0,381
F56. Bloggar: Läs andras						0,806						0,796
F20c. Bloggar: Läs						0,804						0,819
F59b. Bloggar: Egen						0,684						0,632
F35a. Använda: Uppslagsverk, t.ex. Wikipedia							0,780					0,734
F79a. Använda i studierna: Wikipedia							0,731					0,697
F19g. Information: Ords betydelser, stavning; översättning							0,516					0,597
F22e. Betala varor och tjänster								0,691				0,644
F22a. Köpa varor								0,647				0,564
F22f. Bankärenden								0,501				0,462
F23b. Skicka ifyllda formulär och blanketter									0,852			0,799
F23a. Ladda ned formulär och blanketter									0,848			0,799
F19c. Information: Myndigheter												0,481
F79b. Använda i studierna: Nätkopior av kurslitteratur										0,664		0,577
F79e. Använda i studierna: Webbtidskrifter										0,664		0,519
F84. Använda i studierna: Nätbaserade mötesplatser										0,584		0,523
F62. Överväga starta företag											0,685	0,524
F59a. Egen webbplats											0,586	0,579
F58b. Inlägg på andras webbplatser											0,459	0,493

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 11 iterations.

Benämning av komponenter

I tabell 132 listas benämningarna på de erhållna komponenterna.

Tabell 132 Benämning på de extraherade komponenterna

Komponent	Rubrik
1	Nätgemenskaper
2	Populärkultur och hobbies
3	Nyheter och media
4	Studier, arbete, vardagsnytta
5	Resor och upplevelser
6	Bloggar
7	Uppslagsverk
8	Boka, köpa, betala
9	Blanketter och formulär
10	Nätet som klassrum
11	Företagande

9.5.2 Första klusteranalysen

Klusteranalys testades på de elva komponenterna i tabell 132, dels genom K-means, dels genom tvåstegsanalys.

K-means

K-means tillsammans med ANOVA-test provades på fem alternativ med två upp till sex kluster. ANOVA-testets F-värde för de olika komponenterna varierade stort mellan de olika körningarna och ingen tydlig struktur framträdde.

Tvåstegsanalys

Tvåstegsanalys med automatisk bestämning av antal kluster gjordes i kombination med signifikanstest av komponenternas betydelse för respektive kluster på 95-procentig nivå. Som resultat från första körningen erhöles förslag på uppdelning på två kluster, praktiskt taget lika stora. Fem av de elva komponenterna visade sig vara signifikanta för kluster-tillhörigheten medan de övriga sex komponenterna förekommer i ungefär likartad omfattning i de bägge klustren (tabell 133).

Tabell 133 Resultat av en första tvåstegs klusteranalys. Särskijande respektive icke särskiljande komponenter

Klustersärskiljande komponenter	Komponenter som är lika viktiga
Nätgemenskaper	Studier, arbete, vardagsnytta
Populärkultur och hobbies	Resor och upplevelser
Nyheter och media	Boka, köpa, betala
Bloggar	Blanketter och formulär
Uppslagsverk	Nätet som studiemiljö
	Företagande

En ny körning gjordes med enbart de särskiljande komponenterna. Av tabell 134 framgår att kluster 2 ser ut att fånga upp messengerkulturens användarmönster medan kluster 1 representerar mejlkulturen.

Tabell 134: Resultat av en andra tvåstegs klusteranalys. Medelvärden, antal respondenter och andel i procent. Standardiserade komponenter (medelvärde=0, standardavvikelse=1)

Kluster	Komponenter					n	Andel
	Nätgemenskaper	Populärkultur och hobbies	Nyheter och media	Bloggar	Uppslagsverk		
Kluster 1	-0,86	-0,30	-0,13	-0,12	-0,12	691	46%
Kluster 2	0,75	0,26	0,11	0,11	0,11	794	54%
Summa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	1 485	100,0%

9.5.3 Analys av klustrens egenskaper

Användning av Instant messaging (IM)

Korstabuleringen med användning av IM i tabell 135 visar att 66 procent i kluster 2 är dagliga användare mot endast 23 procent i kluster 1. Vi väljer därför att i fortsättningen använda beteckningarna mejl- respektive messklustren.

Tabell 135 Daglig användning av IM med uppdelning på kluster. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Kluster	Dagligen	Ej dagligen	Summa
	1	23%	77%	100%
(p=0.000, n=1485)	2	66%	34%	100%
Samtliga (skattat antal)	208 000	47%	53%	100%

Fördelning på kategorier

Resultatet av korstabulering av mejl- och messklustren med avseende personalkategori, kön, ämnesområden, åldergrupp och kategori av fildelare redovisas i tabell 136. Av tabellen framgår följande:

- Helt enligt förväntningarna ingår endast 8 procent av lärarna/forskarna i messklustret, mot 60 procent av studenterna.
- Kvinnorna fördelar sig ungefär fifty-fifty mellan mejl- och messklustren medan majoriteten av männen återfinns i messklustret.
- Sett till utbildningar dominerar messklustret flertalet ämnesområden. Undantagen är lärar- och vårdutbildningar där fördelningarna är 50/50.
- Som väntat dominerar messklustret bland de yngre åldersgrupperna. Över trettio-strecket tillhör den överväldigande majoritet mejlklustret, t.ex 72 procent i gruppen 31-35 år. Detta ger en modifierad bild i förhållande till resultaten från de jämförande korstabuleringarna i rapporten "Nya Användarmönster" där gränsen såg ut att ligga högre.
- Aktiva fildelare återfinns till övervägande del inom messklustret. Bland före detta fildelare är fördelningen ungefär 50/50.

Tabell 136 Mejl- och messklustren med fördelning på personalkategorier, kön, ämnesområden, åldersgrupper, kategorier av fildelare. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Mejl	Mess	Summa
Personalkategori (p=0.000, n=1485)	Studenter	40%	60%	100%
	Lärare/forskare	92%	8%	100%
Kön (p=0.000, n=1485)	Kvinnor	48%	52%	100%
	Män	37%	63%	100%
Ämnesområde (p=0.000, n=1287)	Humaniora	38%	62%	100%
	Samhällsvetenskap	38%	62%	100%
	Naturvetenskap	35%	65%	100%
	Datavetenskap	27%	73%	100%
	Teknik	32%	68%	100%
	Lärarutbildning	50%	50%	100%
	Medicin/Vård	51%	49%	100%
Åldersgrupp (p=0.000, n=1485)	– 25 år	25%	75%	100%
	26 – 30 år	42%	58%	100%
	31 – 35 år	72%	28%	100%
	36 – 45 år	81%	19%	100%
	46 – 55 år	95%	5%	100%
	> 55 år	100%	0%	100%
Fildelningskategori (p=0.000, n=1485)	Tunga fildelare	10%	90%	100%
	Måttliga fildelare	20%	80%	100%
	Före detta fildelare	47%	53%	100%
	Ej fildelare	69%	31%	100%
Samtliga (skattat antal)	208 000	44%	56%	100%

Bidrag med eget material

Av särskilt intresse för hela undersökningen är kunskaper om användarnas bidrag med eget material eller egna webbinitiativ, t.ex. att driva en egen blogg. I följande korstabeller kommer ett urval av sådana variabler redovisas med fördelning på mejl- och messklustren.

Av tabell 137 kan följande utläsas:

- Att bidra med eget textbaserat material på nätgemenskaper är något som 60 procent inom messklustret ägnar sig åt, ofta eller ibland, mot endast 2 procent i mejlklustret.
- Generellt få bidrar med innehåll till uppslagsverk. Det är dock tre gånger så vanligt inom messklustret som mejlklustret.
- Trettiofyra procent inom messklustret skriver någon gång inlägg på andras bloggar mot 7 procent i mejlklustret.
- Ungefär samma fördelning gäller för bidrag till andras webbplatser: messklustret 33 procent, mejlklustret 10 procent.
- Betydligt färre skriver inlägg på webbtidningar- och tidskrifter. Inom messklustret 12 procent, mejlklustret 6 procent.
- Däremot märks praktiskt taget inga skillnader mellan klustren i fråga om att bidra med eget studiematerial.

Tabell 137 Bidrag med eget material med fördelning på mejl- och messkluster. Andel i procent

Aktivitet (p-värde och urvalsstorlek)	Kluster	Ofta	Ibland	Nej	Summa
Ladda upp text till nätgemenskap (p=0.000, n=1485)	Mejl	0%	2%	98%	100%
	Mess	10%	49%	41%	100%
Bidra med innehåll till uppslagsverk ^a (p=0.000, n=1484)	Mejl	0%	5%	95%	100%
	Mess	1%	13%	86%	100%
Skriva inlägg på andras bloggar (p=0.000, n=1476)	Mejl	0%	7%	93%	100%
	Mess	3%	31%	66%	100%
Skriva inlägg på andras webbplatser (p=0.000, n=1485)	Mejl	0%	10%	90%	100%
	Mess	2%	31%	66%	100%
Skriva inlägg till tidningsartiklar på webben (p=0.000, n=1478)	Mejl	0%	6%	94%	100%
	Mess	0%	12%	88%	100%
Publicera eget studiematerial på nätet (p=0.022, n=1482)	Mejl	0%	6%	94%	100%
	Mess	1%	6%	93%	100%
Samtliga (skattat antal)		208 000			

^a Svarsalternativen är här "Flera gånger", "Någon enstaka gång", "Nej".

Egna webbinitiativ

Motsvarande tydliga tendenser redovisas också ifråga om att driva egen webbplats, blogg eller nätgemenskap (tabell 138).

- Inom messklustret driver 16 procent egen webbplats medan 26 procent har provat eller överväger att starta. Motsvarande siffror för mejlklustret är 10 respektive 16 procent.
- Skillnaderna är väsentligt större beträffande egen blogg. 17 procent i messklustret driver egen, 21 procent har provat eller överväger att starta. Inom mejlklustret är andelarna endast 2 respektive 8 procent.
- Att driva egen nätgemenskap ägnar sig färre åt, men skillnaderna är mycket stora 12 procent inom messklustret, 1 procent inom mejlklustret.

Tabell 138: Webbinitiativ i egen regi med fördelning på mejl- och messkluster. Andel i procent

Aktivitet (p-värde och urvalsstorlek)	Kluster	Ja	Har provat/ Överväger att starta	Nej, inte intressant för egen del	Summa
Egen webbplats (p=0.000, n=1485)	Mejl	10%	16%	75%	100%
	Mess	16%	26%	56%	100%
Egen blogg (p=0.000, n=1485)	Mejl	2%	8%	90%	100%
	Mess	17%	21%	62%	100%
Egen nätgemenskap (p=0.000, n=1482)	Mejl	1%	4%	95%	100%
	Mess	12%	7%	81%	100%
Samtliga (skattat antal)		208 000			

Användning av meddelandesystem

I tabell 139 redovisas användningen av tre meddelandesystem, e-post, IM och SMS.

- För e-postanvändningen märks ingen signifikant skillnad mellan de båda klustren.
- Beträffande IM-användningen framgick redan i tabell 9 stora skillnader mellan klustren, i tabell 14 bekräftas den tendensen i en mer detaljerad bild.
- Även i fråga om SMS-användningen märks en klar övervikt för messklustret, dock inte lika tydlig som för IM.

Tabell 139: Användning av olika verktyg för kontakter med fördelning på mejl- och messkluster. Andel i procent

Aktivitet (p-värde och urvalsstorlek)	Kluster	Flera ggr dagligen	Dagligen	Någon/några ggr/vecka	Någon/några ggr/månad	Sällan/Aldrig	Summa
E-post (p=0.120, n=1485)	Mejl						
	Mess						
	Samtliga	40%	34%	22%	4%	0%	100%
IM (p=0.000, n=1485)	Mejl	9%	14%	16%	11%	50%	100%
	Mess	43%	23%	21%	6%	7%	100%
SMS (p=0.000, n=1485)	Mejl	23%	29%	33%	10%	5%	100%
	Mess	44%	36%	17%	2%	1%	100%
Samtliga (skattat antal)	208 000						

Messklustrets kommunikationsmönster

Den mest intressanta iakttagelsen från tabell 139 är att messklustret uppvisar ett mångfacetterat kommunikationsmönster där man i lika stor omfattning ("Flera gånger dagligen") utnyttjar e-post (40 %), IM (43 %) och SMS (44 %). Däremot ger tabellen inte svar på om det rör sig om samma personer.

I tabell 140 specialstuderas därför IM-användarna i messklustret med avseende på deras e-post- och SMS-användning. I kolumnerna finns dessa separerade utifrån hur ofta de utnyttjar IM.

Tabell 140: Messklusterets IM-användares användning av e-post och SMS. Andel i procent

IM-användning	Flera ggr dagligen		Dagligen		Någon/några ggr/vecka	
	E-post	SMS	E-post	SMS	E-post	SMS
Flera ggr dagligen	56%	47%	23%	45%	37%	39%
Dagligen	27%	33%	48%	32%	37%	44%
Någon/några ggr/vecka	13%	17%	26%	20%	23%	15%
Övriga	4%	3%	3%	3%	3%	2%
Summa	100%	100%	100%	100%	100%	100%
n=794						
E-post p=0.000, SMS p=0.523						

Fördelningen i tabell 140 pekar mot att IM-mönstret ganska väl återspeglas i e-postaktiviteterna:

- Drygt hälften (56 %) av dem som använder IM flera gånger dagligen använder också e-post flera gånger dagligen.
- Av dem som uppger daglig IM-användning använder hälften (48 %) e-post dagligen.
- Motsvarande symmetri saknas för dem som endast använder IM någon eller några gånger i veckan som till helt övervägande del (74 %) uppger att de använder e-post dagligen eller flera gånger dagligen.

SMS-användningen skiljer sig obetydligt åt mellan grupperna och är heller inte signifikant.

Slutsatsen blir därför att IM-användningen inom messklustret inte tränger undan e-postanvändningen. Det är snarare så att de som är mest aktiva IM-användare också har ett aktivt e-postanvändarmönster. Till helt övervägande del (ca 80 % med daglig användning) är messklustrets IM-användare också mycket aktiva SMS-användare.

9.5.4 Andra faktoranalysen

Korstabuleringen visade på stora skillnader mellan de båda klustren i fråga om att bidra med eget material eller att driva egna bloggar etc., och att dessa aktiviteter i dominerande grad återfinns inom messklustret. En intressant fråga är hur dessa mönster ser ut inom messklustret mera i detalj. Är användarmönstret homogent eller utmärker sig vissa användare utmärker sig i fråga om vissa aktiviteter, medan andra koncentrerar sig på annat?

Totalt sett finns 25 variabler som fångar upp aktiv medverkan. För ett antal av dessa har mycket få respondenter markerat aktivitet. Till exempel på frågan om man använder mobilen som gränssnitt för att ladda upp material som text eller bild på webbplatser har endast ett fåtal svarat ja. Det betyder att genomsnittsvärdet för variabeln ligger mycket nära 0. Som kriterium för att tas med analysen har satts att medelvärdet måste vara minst 0,05. Detta betyder praktiskt att variabler där fler än 95 procent av respondenterna inte markerat aktivitet bortfaller. Totalt finns 9 sådana variabler.

För de resterande 16 variablerna har den inbördes korrelationen studerats.³⁴ Samtliga variabler utom en uppvisar tydliga inbördes korrelationer som förutsättning för att faktoranalys ska vara lämplig. Undantaget – om bidrag med innehåll till öppna handböcker³⁵ – är utifrån erfarenheterna från rapporten om öppna databaser, av intresse³⁶. Variabeln kommer därför att användas direkt i den efterföljande klusteranalysen.

Resultat

På de återstående 15 variablerna har en ny principalkomponentanalys gjorts. Resultatet av extraktionen redovisas i tabell 141. Följande gränsvärden används eller har uppnåtts:

- Total förklarad varians $\approx 61\%$
- Den nedre gränsen för faktorladdningar har satts vid $\pm 0,40$. Ytterligare en variabel har då bortfallit³⁷, dvs 14 variabler återstår.
- Den nedre gränsen för kommunalitet har satts vid 0,40. En variabel faller under strecket, men behålls tills vidare då faktorladdningen klarar gränsen.³⁸
- MSA för de individuella variablerna ligger med ett undantag i intervallet 0,648 – 0,859, vilket är helt godkänt.³⁹
- KMO = 0,758. Nedre gräns 0,650
- *Test of sphericity*: $\chi^2 = 1737$.

³⁴ Korrelationsberäkningarna redovisas i bilaga 2

³⁵ Fråga F36c

³⁶ Se kapitel 5, Öppna databaser

³⁷ Fråga F59a, om egen webbplats

³⁸ Fråga F36a om bidrag till uppslagsverk

³⁹ Beräkningarna redovisas i en anti-image matris, bilaga 2.

Tabell 141: Roterad faktormatris efter principalkomponentanalys, 14 variabler

	Komponent						Kommu- naltitet
	1	2	3	4	5	6	
F40. Medverka till öppen källkod	0,816						0,674
F34g. Nätgemenskap: Bidra med programkod	0,739						0,592
F36a. Bidra till uppslagsverk	0,401						0,346
F59b. Driva egen blogg		0,888					0,814
F58a. Skriva inlägg på andras bloggar		0,792					0,706
F34b. Nätgemenskap: Bidra med musik			0,778				0,648
F34d. Nätgemenskap: Bidra med videoklipp			0,765				0,663
F34a. Nätgemenskap: Bidra med texter				0,680			0,569
F32. Nätgemenskap: Medverka i diskussioner				0,626			0,627
F34c. Nätgemenskaper: Bidra med foton			0,443	0,575			0,587
F58c. Skriva inlägg i webbtidningar					0,768		0,623
F58b. Skriva inlägg på andras webbplatser					0,596		0,542
F59c. Driva egen nätgemenskap						0,874	0,801
F88. Lägga upp egna arbeten	0,430					0,459	0,444

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.

Benämning av komponenter

I tabell 142 listas benämningarna på de erhållna komponenterna.

Tabell 142 Benämning på de extraherade komponenterna

Komponent	Rubrik
1	Medverkar i öppen källkod/Bidrar till uppslagsverk
2	Bloggar aktivt
3	Bidrar med musik och videoklipp
4	Bidrar till nätgemenskaper med texter, foton och diskussion
5	Skriver inlägg i webbtidningar och på webbplatser
6	Egen nätgemenskap/Bidrar med egna arbeten

9.5.5 Andra klusteranalysen

En ny tvåstegs klusteranalys har gjorts på de erhållna komponenterna. I analysen ingår också den okorrelerade variabeln för bidrag till handböcker.

Antalet respondenter är nu 776 medan i antalet i det ursprungliga messklustret uppgår till 794. Skillnaden beror på partiellt bortfall, dvs. de respondenter som lämnat någon av de aktuella frågorna obesvarad.

Resultaten framgår av tabellerna 143 och 144.

Tabell 143 Resultat av tvåstegs klusteranalys. Medelvärden, antal respondenter och andel i procent.
Standardiserade komponenter (medelvärde=0, standardavvikelse=1)

Kluster	Komponenter						N Andel	
	Öppen källkod, uppslagsverk	Bloggar aktivt	Musik och videoklipp	Aktiv på nätgemenskaper	Inlägg webbplatser, -tidningar	Egen nätgemenskap, egna arbeten		
1	-0,16	-0,51	-0,23	-0,20	-0,28	-0,38	337	44%
2	-0,36	0,09	1,12	0,03	1,34	-0,19	109	14%
3	3,37	0,01	0,08	0,31	0,23	-0,14	48	6%
4	-0,31	-0,26	-0,17	0,28	-0,35	1,89	96	12%
5	-0,20	1,57	-0,23	0,03	-0,38	-0,28	115	15%
6	-0,22	0,10	-0,07	0,27	0,17	0,12	71	9%
Summa	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	776	100%

Tabell 144 Resultat av tvåstegs klusteranalys för variabel F34c, Bidrag till handböcker. Antal respondenter och andel i procent.

Kluster	Nej		Någon enstaka gång		Flera gånger	
	Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel
1	337	48%	0	0%	0	0%
2	109	16%	0	0%	0	0%
3	44	6%	4	7%	0	0%
4	96	14%	0	0%	0	0%
5	115	16%	0	0%	0	0%
6	0	0%	51	93%	20	100%
Summa	701	100%	55	100%	20	100%

Karaktärisering av klustren

Av medelvärdena i tabell 143 framgår att vissa kluster uppvisar tydliga egenskaper medan andra är svårare att karaktärisera.

Kluster 3 uppvisar den tydligaste profilen, men är samtidigt det minsta (6 %). Här ingår de som medverkar i öppen källkod, men också de som aktivt bidrar med innehåll till öppna uppslagsverk såsom Wikipedia. Dessa tillhör också de mest aktiva på nätgemenskaper, liksom ifråga om att skriva inlägg och kommentarer på webbtidningar och webbplatser. Klustret ges namnet ”**Nätproducenter**”

En liknande profil hittar vi i kluster 2 (14 %) som ligger kraftigt över genomsnittet ifråga om att skriva inlägg och kommentarer på tidningar och webbplatser. Vidare utmärks gruppen av bidrag med olika former av populärkultur som musik och videoklipp. I övrigt uppvisar klustret genomsnittliga värden ifråga om aktivitet i nätgemenskaper. Vi kallar klustret ”**Underhållare**”

Kluster 5 (15 %) domineras av bloggarna, de som både driver egen blogg och bidrar aktivt med inlägg och kommentarer på andras bloggar. I övrigt är de aktiva på nätgemenskaper motsvarande genomsnittet. Klustret benämns ”**Bloggare**”

Kluster 4 samlar dem som tillhör de mest aktiva på nätgemenskaper, men som också driver egna nätgemenskaper. Bland dessa återfinns också de som är flitigast med att lägga upp resultaten av egna studie- och arbetsinsatser på nätet. Namnet blir ”Nätentreprenörer”

I klustren 1 och 6 saknas tydliga tendenser. I båda fallen ligger medelvärdena genomgående i närheten av noll, dvs. de fångar upp messklustrets generalister. Olikheten finner vi istället i tecknet. I kluster 1 ligger medelvärdena undantagslöst under noll, medan de oftast har positivt förtecken i kluster 6. Användarmönstren mellan klustren är alltså likartade, men de skiljer sig ifråga om aktivitetsgrad. I kluster 1 som är det största (44 %) ligger man på en lägre aktivitetsnivå än i kluster 6 (9 %). Det är också i kluster 6 vi återfinner majoriteten av dem som aktivt bidrar till öppna handböcker, med Resdag-boken som det vanligaste exemplet. Kluster 1 ges namnet ”Generalister” och kluster 6 ”Tunga generalister”.

Vad finns mer att säga om klusterdeltagarna? Genom korstabulering med avseende på kön, ålder och ämnesområde framgår enligt följande (tabell 145):

- 4 Inom det största klustret ”Generalister”, är fördelningen relativt jämn. Det märks en viss övervikt för natur- och samhällsvetare, samt inom teknik och medicin.
- 5 ”Underhållare” kännetecknas av en tydlig ålderstendens i form av ökad aktivitet med stigande ålder. Bland studenter inom lärarutbildningar är den här kategorin överrepresenterad.
- 6 Bland ”Nätproducenter” märks en mycket tydlig dominans av lite äldre manliga datavetenskapare.
- 7 Bland ”Nätentreprenörer” är könsfördelningen jämn. Aktivitetsgraden är högre i åldrarna över 25 år.
- 8 Bland ”Bloggare” märks en mycket tydlig dominans för kvinnliga humanister.
- 9 Även ”Tunga generalister” fördelar sig tämligen jämn över grupperna. Åter märks en starkare tendens för humanister i sällskap med naturvetare, medan studenter i medicin/vård uppvisar lägre andelar.

Tabell 145 Kluster 1-6, med fördelning på kön, ämnesområden och åldersgrupper. Andel i procent

Kategori (p-värde och urvalsstorlek)	Grupp	Generalister	Underhållare	Nät-producenter	Nätentre-prenörer	Bloggare	Tunga generalister	Summa
(p=0.000, n=776)	Kön Kvinnor	46%	12%	1%	12%	19%	10%	100%
	Män	41%	16%	11%	13%	11%	8%	100%
(p=0.000, n=745)	Ämnesområde Humaniora	32%	15%	2%	13%	25%	13%	100%
	Samhällsvetenskap	50%	13%	2%	13%	12%	10%	100%
	Naturvetenskap	51%	8%	2%	13%	13%	13%	100%
	Datavetenskap	29%	14%	22%	14%	15%	6%	100%
	Teknik	51%	12%	6%	11%	9%	11%	100%
	Läraryr utbildning	45%	22%	2%	8%	16%	7%	100%
	Medicin/Vård	52%	13%	0%	16%	16%	3%	100%
(p=0.000, n=771)	Åldersgrupp – 25 år	46%	13%	5%	10%	16%	10%	100%
	26 – 30 år	40%	15%	7%	20%	10%	8%	100%
	> 30 år	30%	23%	12%	16%	14%	5%	100%
	Samtliga	44%	14%	6%	12%	15%	9%	100%

9.6 Referenser

Aronsson, Åke (1999): SPSS. En introduktion till basmodulen. Studentlitteratur, Lund

Hair Jr, J F, Black, W C, Babin, B J, Anderson, R E, Tatham, R L, (2005): Multivariate Data Analysis. 6th ed. Pearson Prentice Hall, New Jersey

Klassificering och gruppering. Kurskompendium, SPSS, 2003

Lagercrantz, Eva, Investigo (2008): Föreläsningsmaterial, Faktor- och klusteranalys, dec 2008, SPSS

Wahlgren, Lars, (2005): SPSS steg för steg. Studentlitteratur

Westlund, Anders (2007): Föreläsningsmaterial, Kvantitativa metoder, Ht 2007, Handelshögskolan i Stockholm

Bilaga 1

SCB Enkät

[

Avancerade Internet-användare 2007

Hur använder du Internet? Vilka webbplatser besöker du och varför? Delar du med dig av eget material, medverkar du i diskussionsgrupper, skriver du öppen källkod? Har du en egen webbplats eller blogg?

Studenter och lärare som utforskare av Internet

Vi vet sedan tidigare undersökningar att de mest avancerade användarna av Internet finns inom högskolevärlden. Det gäller inte minst studenter. Därför vänder vi oss till 4 000 studenter, forskare och andra på högskolor runt om i Sverige för att få svar på ovanstående frågor och några till.

Syfte

För att förstå vad som ligger framför oss på några års sikt lanseras nu en ny studie – *InternetExplorers*. Den har till uppgift att upptäcka nya mönster i Internetanvändningen. Däri ligger nyckeln till hur dagens företag och offentliga aktörer behöver anpassa sina tjänster, men också impulser till nya entreprenörer.

Studien genomförs av Nationellt IT-användarcentrum (NITA) vid Uppsala universitet och för statistiskt urval och datainsamling svarar SCB. Projektet finansieras av VINNOVA.

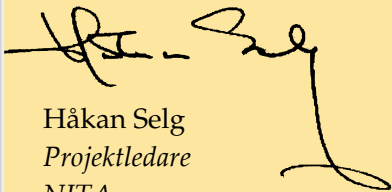
Alla svar är viktiga

Om du använder Internet mycket eller lite har ingen betydelse. Ditt deltagande är frivilligt men av stor betydelse för oss. Det är viktigt att just du som blivit utvald svarar för att det ska bli bra kvalitet på resultaten.

Vi ber dig svara på frågorna och skicka tillbaka blanketten i det portofria svarskuvertet så snart som möjligt.

Ett stort tack på förhand för din medverkan!

Med vänlig hälsning



Håkan Selg
Projektledare
NITA

Kontakta oss gärna

Om du vill ha information om undersökningen och dess syfte eller hjälp med frågorna:
Håkan Selg Tfn: 0706-30 00 85 e-post: seljg@nita.uu.se

Om du har frågor om insamlingen av frågeblanketten:
Harald Theorin Tfn: 019-17 69 37 e-post: harald.theorin@scb.se

Dina svar är skyddade

Ett urval omfattande ca 4000 personer – studenter, doktorander, lärare och forskare - har dragits med hjälp av statistiska metoder. Urvalet är hämtat från Universitets- och högskoleregistret samt Registret över högskolans personal.

De uppgifter som du lämnar skyddas av sekretesslagen samt av bestämmelserna i personuppgiftslagen. Statistiksekretessen enligt 9 kap. 4§ sekretesslagen innebär bl.a. att alla som arbetar med undersökningen har tystnadsplikt. I de resultat som redovisas framgår aldrig vad enskilda personer har svarat. Numret högst upp på blanketten är till för att SCB under insamlingen ska kunna se vilka som har svarat och vilka som ska få en påminnelse. Efter avslutad bearbetning hos SCB avlägsnas alla identitetsuppgifter innan materialet överlämnas till NITA för fortsatt bearbetning.

För att inte behöva ställa frågor om sådant som vi redan känner till, kommer vi att använda uppgifter från olika register på SCB.

- Befolkningsstatistiken: *kommun, civilstånd, födelsevärldsdel, medborgarskap (svenskt/utländskt)*
- Utbildningsstatistiken: *utbildningsinriktning och befattning*

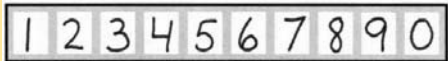
De namn och adressuppgifter som behövs till datainsamlingen hämtas från Registret över totalbefolkningen.

Resultat

Resultaten från undersökningen kommer att publiceras löpande på projektets webbplats <http://www.internetexplorers.se> med beräknad start i maj 2008.

Instruktioner:

Enkäten kommer att läsas maskinellt. När du besvarar enkäten ber vi dig därför tänka på att:

- Använda kulspetspenna med svart eller blå färg, inte röd. Använd inte blyertspenna!
- Skriva tydliga siffror: 
- Skriva tydliga och STORA bokstäver: 
- Markera dina svar med kryss, så här  och INTE så här 
- Om du vill ändra ditt svar, täck hela rutan: 
- Om du vill skriva mer text än vad som får plats på de anvisade raderna/boxarna eller om du vill förklara/förtydliga något:
 - skriv inte mellan eller i närheten av svarsrutorna
 - skriv i stället på eventuell kommentarsida



1. Vilken är din sysselsättning under höstterminen 2007?

Flera alternativ kan anges.

- ☐ Arbetar vid universitet/högskola
☐ Registerad på forskarutbildning
☐ Studerar på högskola/universitet
☐ Inget av ovanstående → **Tack för din medverkan!**
Skicka in blanketten till SCB.

2. Vid vilket universitet/högskola arbetar eller studerar du under höstterminen 2007?

Arbetar/studerar du vid flera högskolor/universitet ange den du anser dig ha starkast koppling till.

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3. Inom vilket ämnesområde arbetar eller studerar du huvudsakligen under höstterminen 2007?

Ange endast ett alternativ.

- | | |
|--|---|
| ☐ Språk och språkvetenskap | ☐ Naturvetenskap |
| ☐ Humaniora utom språk och språkvetenskap | ☐ Datavetenskap |
| ☐ Teologi | ☐ Civilingenjörsutbildning |
| ☐ Samhällsvetenskap inkl. beteendevetenskap | ☐ Annan teknisk utbildning |
| ☐ Ekonomi | ☐ Lärarutbildning |
| ☐ Juridik | ☐ Läkare/tandläkare/apotekarutbildning |
| ☐ Matematik | ☐ Vårdutbildning |
| | ☐ Annat, ange vad |

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Användning av dator

4. Har du tillgång till dator?

- ☐ Ja
☐ Nej → Gå till fråga 66

5. Har du tillgång till ...

Ja Nej

- | | | |
|---|--------------------------|--------------------------|
| ... stationär dator i din bostad? | ☐ | ☐ |
| ... stationär dator på universitetet/högskolan? | ☐ | ☐ |
| ... dator på annan plats, t.ex. hos anhöriga? | ☐ | ☐ |
| ... bärbar dator? | ☐ | ☐ |

6. Hur många timmar brukar du i genomsnitt använda dator under en vecka ...

Avrunda till hela timmar.

Mindre än
en timme/
vecka Aldrig

- | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--------------|--------------------------|--------------------------|
| ... i din bostad? | <table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td></tr></table> | | | | timmar/vecka | ☐ | ☐ |
| | | | | | | | |
| ... på universitetet/högskolan? | <table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td></tr></table> | | | | timmar/vecka | ☐ | ☐ |
| | | | | | | | |
| ... på annan plats, t.ex. hos anhöriga? | <table border="1"><tr><td></td><td></td><td></td></tr></table> | | | | timmar/vecka | ☐ | ☐ |
| | | | | | | | |





7. Hur kunnig anser du dig vara när det gäller...	Inte särskilt kunnig	Ganska kunnig	Mycket kunnig
... datorteknik, t.ex. operativsystem, nätverk?	☐	☐	☐
... tillämpningsprogram, t.ex. ordbehandling, kalkyl?	☐	☐	☐

Internet	
8. Har du tillgång till Internet?	☐ Ja ☐ Nej → Gå till fråga 66
9. Har du tillgång till Internet...	Ja Nej
... i din bostad?	☐ ☐
... på universitetet/högskolan?	☐ ☐
... på annan plats, t.ex. Internetcafé, hos anhöriga?	☐ ☐
10. Vilken Internetuppkoppling har du i din bostad? <i>Flera alternativ kan anges.</i>	☐ Har ingen uppkoppling i min bostad → Gå till fråga 13 ☐ Vanligt telefonmodem ☐ Fast anslutning med ADSL ☐ Fast anslutning med fiber, t.ex. Bredbandsbolaget ☐ Kabelmodem, t.ex. Comhem ☐ Satellit-parabol ☐ Trådlös uppkoppling ☐ Mobiltelefon 3G ☐ Mobiltelefon, GSM/GPRS ☐ Annat ☐ Vet inte
11. Vilken hastighet har bredbandsuppkopplingen till Internet från din bostad? <i>Vid flera uppkopplingar, ange den snabbaste.</i>	☐ Upp till 0,5 Mbit/sek ☐ 1-2 Mbit/sek ☐ 3-10 Mbit/sek ☐ 11-100 Mbit/sek ☐ Mer än 100 Mbit/sek ☐ Vet inte ☐ Inte aktuellt
12. Använder du Internet i din bostad för att ringa eller ta emot telefonsamtal?	☐ Ja, med hjälp av särskild programvara, t.ex. Skype, Parlino, Gizmo ☐ Ja, genom särskilt abonnemang, t.ex. Comhem, Bredbandsbolaget ☐ Ja, på annat sätt ☐ Nej ☐ Vet inte





13. Hur ofta använder du Internet i studierna eller arbetet?	☐ Flera gånger dagligen ☐ Dagligen ☐ Någon/några gånger i veckan ☐ Någon/några gånger i månaden ☐ Mer sällan eller aldrig				
14. Hur många timmar brukar du i genomsnitt använda Internet under en vecka ... <i>Avrunda till hela timmar.</i>	Mindre än en timme/vecka Aldrig ... i din bostad? ... på universitetet/högskolan? ... på annan plats, t.ex. Internetcafé? timmar/vecka timmar/vecka timmar/vecka ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐				
15. Kan du själv göra följande saker med Internet?	Ja	Nej	Vet inte		
Använda en sökmotor, t.ex. Google	☐	☐	☐		
Ladda ner musik	☐	☐	☐		
Ladda ner ett datorprogram	☐	☐	☐		
Sätta upp ett trådlöst nätverk i din bostad	☐	☐	☐		
Lägga in foton eller videosnuttar på en webbplats	☐	☐	☐		
Göra en webbplats	☐	☐	☐		
Lägga upp en webbplats på en server	☐	☐	☐		
Sätta upp en server	☐	☐	☐		
16. Har du någon i din familj eller bekantskapskrets som du brukar kontakta för att få råd och hjälp vid användningen av Internet?	☐ Ja, en person ☐ Ja, flera personer ☐ Nej				
17. Hur ofta använder du Internet för kontakter, genom...	Flera gånger dagligen	Dagligen	Någon/några gånger i veckan	Någon/några ggr per månad	Mer sällan eller aldrig
... E-post?	☐	☐	☐	☐	☐
... Instant messaging (ICQ, MSN messenger, etc)?	☐	☐	☐	☐	☐
18. Hur många e-postmeddelanden <u>skickar</u> du under en normal vecka ...	Inget	1-5	6-20	21-50	Fler än 50
... som har att göra med studierna/arbetet?	☐	☐	☐	☐	☐
... som är privata?	☐	☐	☐	☐	☐





19. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om följande?	Flera gånger dagligen	Dagligen	Någon/ några gånger i veckan	Någon/ några ggr per månad	Mer sällan eller aldrig
Varor och tjänster, t.ex. öppettider, lediga jobb, bostad etc.	☐	☐	☐	☐	☐
Hälsa och sjukvård	☐	☐	☐	☐	☐
Myndigheters webbplatser, t.ex. kommun, skatteverket, CSN	☐	☐	☐	☐	☐
Resor och inkvartering	☐	☐	☐	☐	☐
Adresser och telefonnummer	☐	☐	☐	☐	☐
Söka eller kontrollera fakta	☐	☐	☐	☐	☐
Ords betydelser, stavning eller översättning	☐	☐	☐	☐	☐
Kultur, litteratur, musik	☐	☐	☐	☐	☐
Politik och aktuella samhällsfrågor	☐	☐	☐	☐	☐
Sport och idrott	☐	☐	☐	☐	☐
Nöje och underhållning	☐	☐	☐	☐	☐
Hobby och specialintressen	☐	☐	☐	☐	☐
Erotik	☐	☐	☐	☐	☐
20. Hur ofta använder du Internet för att göra något av följande?	Flera gånger dagligen	Dagligen	Någon/ några gånger i veckan	Någon/ några ggr per månad	Mer sällan eller aldrig
Ta del av nyheter	☐	☐	☐	☐	☐
Läsa tidningar och tidskrifter på nätet	☐	☐	☐	☐	☐
Läsa bloggar	☐	☐	☐	☐	☐
Lyssna på radio och musik	☐	☐	☐	☐	☐
Se på TV	☐	☐	☐	☐	☐
21. Hur ofta använder du Internet för ...	Flera gånger dagligen	Dagligen	Någon/ några gånger i veckan	Någon/ några ggr per månad	Mer sällan eller aldrig
... att "surfa runt"?	☐	☐	☐	☐	☐
... att ladda ner musik och filmer?	☐	☐	☐	☐	☐
... att se på andras videofilmer och foton?	☐	☐	☐	☐	☐
... att spela spel där man satsar pengar?	☐	☐	☐	☐	☐
... att spela andra spel (nöjesspel)?	☐	☐	☐	☐	☐
... relationer, <i>dating</i> ?	☐	☐	☐	☐	☐





22. Hur ofta använder du Internet för att ...	Flera gånger dagligen	Dagligen	Någon/några ggr i veckan	Någon/några ggr per månad	Mer sällan eller aldrig
... köpa varor?	☐	☐	☐	☐	☐
... sälja varor, t.ex. på Blocket eller Tradera?	☐	☐	☐	☐	☐
... boka i samband med resor och inkvartering?	☐	☐	☐	☐	☐
... boka i samband med nöje och underhållning?	☐	☐	☐	☐	☐
... betala för köpta/bokade varor och tjänster?	☐	☐	☐	☐	☐
... utföra bankärenden?	☐	☐	☐	☐	☐

23. Hur ofta använder du Internet för att lämna information till myndigheter och andra offentliga aktörer, genom att ...	Flera gånger dagligen	Dagligen	Någon/några ggr i veckan	Någon/några ggr per månad	Mer sällan eller aldrig
... ladda ned formulär och blanketter, t.ex. ansökningar, anmälningar, begäran om tillstånd?	☐	☐	☐	☐	☐
... skicka ifyllda formulär och blanketter, t.ex. självdeklaration, anmälningar till kurser?	☐	☐	☐	☐	☐

Fildelning

24. Använder du fildelningstjänster?	☐ Ja ☐ Nej, men har använt tidigare → Gå till fråga 26 ☐ Nej, har aldrig använt → Gå till fråga 27 ☐ Vet inte → Gå till fråga 27
--------------------------------------	--

25. Hur ofta brukar du använda fildelningstjänsterna ...	Flera gånger dagligen	Dagligen	Någon/några ggr i veckan	Någon/några ggr per månad	Mer sällan eller aldrig
... BitTorrent?	☐	☐	☐	☐	☐
... DC++?	☐	☐	☐	☐	☐
... KaZaA?	☐	☐	☐	☐	☐
... LimeWire?	☐	☐	☐	☐	☐
... eDonkey?	☐	☐	☐	☐	☐
... annan fildelningstjänst?	☐	☐	☐	☐	☐

26. Vilka av följande skäl är/var viktiga för dig för att använda fildelning? <i>Ange de tre främsta motiven.</i>	
☐ Det är tillfredsställande att ingå i en gemenskap med andra ☐ För att bli känd inom fildelningsgemenskapen ☐ Ett sätt att visa upp vem jag är och vad jag kan ☐ För att lära mig nya saker ☐ För att få tag på sådant som inte finns i vanliga affärer ☐ Ger möjlighet att prova innan jag köper ☐ Det är enkelt och praktiskt ☐ För att sprida material som inte finns tillgängligt på marknaden	☐ Det är gratis ☐ Det är roligt och stimulerande ☐ För att jag anser att kulturella uttryck ska vara fritt tillgängliga ☐ Om någon annan kan få glädje av materialet känns det bra ☐ Att vara med och skapa ett alternativ till kommersiella aktörer ☐ För att begränsa de stora skiv- och filmbolagens inflytande





Communities

27. Brukar du besöka någon community?

En community är en mötesplats på nätet där personer kan dela tankar och intressen.

☐ Ja

☐ Nej → Gå till fråga 35

28. Brukar du besöka någon/några av följande communities?

Flera alternativ kan anges.

☐ AcademiAlive.com

☐ Bilddagboken.se

☐ Bubblare.se

☐ Efterfesten.se

☐ Facebook.com

☐ Familjeliv.se

☐ Flickr.com

☐ Hamsterpaj.se

☐ Helgon.net

☐ Kamrat.com

☐ Lunarstorm.se

☐ MySpace.com

☐ Playahead.se

☐ Playdo.se

☐ Resdagboken.se

☐ Student.se

☐ Vox.com

☐ YouTube.com

29. Är du själv medlem i en eller flera communities?

☐ Ja, medlem i en

☐ Ja, medlem i flera

☐ Nej → Gå till fråga 35

30. Vilken/vilka inriktningar har de communities du är medlem i?

Flera alternativ kan anges.

☐ Yrkesrelaterade frågor

☐ Fritidsintresse/hobby

☐ Andliga frågor

☐ Politiska frågor

☐ Sociala kontakter

☐ Underhållning

☐ Annat, ange vad

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

31. Hur ofta besöker du den community som du oftast är inne på?

☐ Flera gånger dagligen

☐ Dagligen

☐ Någon/några gånger i veckan

☐ Någon/några gånger i månaden

☐ Mer sällan eller aldrig

32. Medverkar du i diskussioner i communities?

☐ Ja, ofta

☐ Ja, ibland

☐ Nej

33. Vissa communities erbjuder sina medlemmar att lägga upp egna sidor där man kan publicera uppgifter om sig själv och/eller lägga in eget material. Har du skaffat en sådan sida?

☐ Ja

☐ Nej

☐ Egna sidor erbjuds inte





46. Vilken är din huvudsakliga verksamhet inom öppen källkodsprojekten?

Ange endast ett alternativ.

- ☐ Projektledning och samordning
- ☐ Bidra med kod till officiella versioner av öppen källkodsprojekt (bidraget accepterat och infört)
- ☐ Skicka in kod till officiella versioner av öppen källkodsprojekt (där bidraget ännu inte accepterats och införts)
- ☐ Åtgärda buggar
- ☐ Rapportera buggar
- ☐ Erbjuder användarstöd
- ☐ Dokumentation
- ☐ Översättningar (kod, dokument etc.)
- ☐ Annat, ange vad

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

47. Vilka är orsakerna till att du har valt att medverka i öppen källkodsprojekt?

Ange de tre främsta motiven.

- | | |
|---|---|
| ☐ För att delta i en ny form av samarbete med att dela kunskap och kompetens | ☐ För att sprida programvaror som inte finns tillgängliga på marknaden |
| ☐ För att medverka i gemenskapen kring öppen/fri källkod | ☐ För att förbättra utsikterna att få jobb |
| ☐ För att bli känd inom gemenskapen kring öppen källkod | ☐ För att tjäna pengar |
| ☐ För att lära mig nya saker | ☐ Det är stimulerande och roligt att programmera |
| ☐ För att få hjälp att förverkliga en idé till en ny programvara | ☐ För att förbättra andras öppen källkodsprodukter |
| ☐ För att lösa ett problem som inte proprietära programvaror klarar | ☐ För att jag anser att programvaror inte borde vara proprietära |
| | ☐ För att begränsa de stora programvaruföretagens inflytande |

48. Sker/skedde din medverkan i öppen källkodsprojekt i samband med dina studier/arbetsuppgifter eller som fritidssysselsättning?

- ☐ Studier/arbetsuppgifter
- ☐ Fritidssysselsättning
- ☐ Både studier/arbete och fritidssysselsättning

49. Känner du någon annan som medverkat i arbete med öppen källkod?

- ☐ Ja
- ☐ Nej → Gå till fråga 52

50. Hur många personer som medverkar i öppen källkodsprojekt har du kontakt med?

--	--

personer

51. Hur ofta sker dessa kontakter?

- ☐ Flera gånger dagligen
- ☐ Dagligen
- ☐ Någon/några gånger i veckan
- ☐ Någon/några gånger i månaden
- ☐ Mer sällan





52. Känner du till några programvaruföretag som aktivt medverkar i de öppen källkodsprojekt som du är involverad i?	☐ Ja ☐ Nej → Gå till fråga 55 ☐ Vet inte → Gå till fråga 55						
53. Vilken betydelse har dessa företags medverkan för att projektet/projekten ska bli framgångsrika enligt din uppfattning? <i>Gradera på en skala från 1-5 där 1 betyder ingen betydelse alls och 5 betyder mycket stor betydelse.</i>	☐ 1 (Ingen betydelse alls) ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 (Mycket stor betydelse) ☐ Företagens medverkan försämrar utsikterna för att projekten ska bli framgångsrika ☐ Ingen uppfattning						
54. Hur många företag medverkar i de projekt du är involverad i? <i>Ange antal företag som du känner till för de tre viktigaste projekten.</i>	Projekt 1: <table border="1"><tr><td></td><td></td></tr></table> företag Projekt 2: <table border="1"><tr><td></td><td></td></tr></table> företag Projekt 3: <table border="1"><tr><td></td><td></td></tr></table> företag						
55. Hur mycket känner du till de nya licensformer som utvecklats kring öppen källkod, t.ex. GNU GPL ("copyleft")?	☐ Känner väl till ☐ Vet ungefärlig innebörd ☐ Bara hört talas om ☐ Aldrig stött på						
Bloggar och webbplatser							
56. Brukar du läsa andras bloggar?	☐ Ja, ofta ☐ Ja, ibland ☐ Nej → Gå till fråga 58						
57. Hur många bloggar brukar du läsa regelbundet?	☐ 1 blogg ☐ 2-5 bloggar ☐ Fler än 5 bloggar						
58. Brukar du skriva kommentarer och inlägg ...	Ja, ofta Ja, ibland Nej						
... på andras bloggar?	☐ ☐ ☐						
... på andras webbplatser?	☐ ☐ ☐						
... till artiklar i tidningar på webben?	☐ ☐ ☐						





59. Har du ...	Ja	Nej, har provat men avbrutit	Nej, men överväger att lägga upp/starta	Nej, inte intressant för egen del
... egen webbplats?	☐	☐	☐	☐
... egen blogg?	☐	☐	☐	☐
... egen community, ev. tillsammans med andra?	☐	☐	☐	☐

60. Vilka är dina motiv till att driva/ha drivit en egen webbplats/blogg/community eller överväga att starta en?	
<i>Ange de tre främsta motiven.</i>	
☐ Inte aktuellt för min del → Gå till fråga 61 ☐ Det är tillfredsställande att ingå i en gemenskap med andra ☐ För att delta i en ny form av samarbete med att dela kunskap och kompetens ☐ Ett sätt att visa upp vem jag är och vad jag kan ☐ För att lära mig nya saker	☐ Jag är intresserad av att använda resultatet ☐ För att förbättra utsikterna att få jobb ☐ För att tjäna pengar ☐ Det är roligt och stimulerande ☐ Om någon annan kan få glädje av materialet känns det bra ☐ För att vara med och skapa ett alternativ till kommersiella aktörer

61. Finns det någon i din familj eller bekantskapskrets med ...	Ja, i arbetet	Ja, på fritiden som hobby	Ja, på fritiden med kommersiella ambitioner	Ja, som provat men avbrutit	Nej/ vet inte
<i>Flera alternativ kan anges.</i>					
... egen webbplats?	☐	☐	☐	☐	☐
... egen blogg?	☐	☐	☐	☐	☐
... egen community, ev. tillsammans med andra?	☐	☐	☐	☐	☐

Eget företag	
62. Har du någon gång under de senaste tre åren övervägt att starta eget företag?	☐ Ja ☐ Nej → Gå till fråga 66
63. Har du någon gång under de senaste tre åren registrerat ett företag?	☐ Ja ☐ Nej → Gå till fråga 65
64. Har du någon gång under de senaste tre åren levererat varor eller tjänster genom företaget till betalande kund?	☐ Ja ☐ Nej
65. Har erfarenheterna från att medverka i communities haft någon betydelse för att överväga att starta eller registrera ett företag?	☐ Ingen betydelse ☐ Viss betydelse ☐ Stor betydelse ☐ Ingen erfarenhet av communities





Mobiltelefon

66. Har du mobiltelefon?

☐ Ja

☐ Nej → Gå till fråga 77

67. Har din mobiltelefon någon av följande funktioner?

Ja

Nej

Vet inte

3G

☐

☐

☐

Kamera

☐

☐

☐

GPS

☐

☐

☐

Möjlighet att lyssna på digital musik, t.ex. MP3

☐

☐

☐

Möjlighet att använda Internet, t.ex. via WAP

☐

☐

☐

68. Vem betalar för din mobiltelefonanvändning?

Jag själv

Anhörig

Arbets-
givare

Annan

Inte
aktuellt

Fast abonnemang

☐

☐

☐

☐

☐

Kontantkort

☐

☐

☐

☐

☐

69. Har du alltid mobiltelefonen på?

☐ Ja, oftast

☐ Nej

70. Hur ofta ...

Flera
gångar
dagligen

Dagligen

Någon/
några ggr i
veckan

Någon/
några ggr
per månad

Mer sällan
eller aldrig

... skickar du SMS?

☐

☐

☐

☐

☐

... skickar du MMS?

☐

☐

☐

☐

☐

... läser/skickar du e-post med din mobiltelefon?

☐

☐

☐

☐

☐

71. Prenumererar du på någon tjänst eller betalar någon avgift för att via din mobiltelefon få tillgång till ...

Ja

Nej

Vet inte

... musik?

☐

☐

☐

... nyheter, sportresultat, aktieinfo?

☐

☐

☐

... spel?

☐

☐

☐

... att kunna lokalisera var vänner befinner sig?

☐

☐

☐

... annat, ange vad?

☐

☐

☐

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

72. Hur ofta kopplar du upp dig på Internet med din mobiltelefon?

☐ Flera gånger dagligen → Gå till fråga 74

☐ Dagligen → Gå till fråga 74

☐ Någon/några gånger i veckan → Gå till fråga 74

☐ Någon/några gånger i månaden → Gå till fråga 74

☐ Mer sällan eller aldrig





Mina studier

Frågorna 77-89 riktar sig till dig som studerar på högskoleutbildning eller forskarutbildning.
Övriga går vidare till fråga 90.

77. Hur viktiga är följande kunskapskällor för dina studier? Gradera på en skala från 1-5 där 1 betyder inte viktig alls och 5 mycket viktig.	Inte viktig alls				Mycket viktig	Ingen uppfattning
	1	2	3	4	5	
Lärare	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Studiekamrater	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Kurslitteratur och vetenskapliga tidskrifter	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Internet	☐	☐	☐	☐	☐	☐
78. Finns följande undervisningsmaterial tillgängligt på lärarens eller institutionens webbplats?	Ja	Nej	Vet inte			
Föreläsningsschema	☐	☐	☐			
Föreläsningsunderlag, t.ex. i form av PowerPointpresentationer	☐	☐	☐			
Litteraturförteckning	☐	☐	☐			
Kurslitteratur	☐	☐	☐			
Inlämningsuppgifter	☐	☐	☐			
79. Förekommer det att du använder följande kunskapskällor i studierna?	Ja, ofta	Ja, ibland	Nej			
Wikipedia	☐	☐	☐			
Nätkopior av kurslitteratur, t.ex. i form av pdf-filer	☐	☐	☐			
Bloggar	☐	☐	☐			
Mimers brunn eller liknande communities	☐	☐	☐			
Webbtidskrifter	☐	☐	☐			
80. Känner du till om någon i din bekantskapskrets har plagierat andra i samband med redovisning av enskilt arbete?	☐ Ja ☐ Nej					
81. Det förekommer att utbildningsinstitutioner och enskilda delar med sig av utbildningsmaterial öppet och kostnadsfritt över Internet i form av öppna lärresurser (open educational resources), t.ex. MIT-OpenCourseWare. Är det något som du använder eller känner till?	☐ Använder ☐ Har använt tidigare → Gå till fråga 83 ☐ Känner till men har inte använt → Gå till fråga 83 ☐ Känner inte till → Gå till fråga 84					





82. Hur ofta använder du öppna digitala läresurser?	☐ Flera gånger dagligen ☐ Dagligen ☐ Någon/några gånger i veckan ☐ Någon/några gånger i månaden ☐ Mer sällan → Gå till fråga 84
83. Vad är skälet till att du inte använder dig av öppna digitala läresurser?	☐ Materialet håller för låg kvalitet ☐ Jag har inte hittat relevant innehåll ☐ Det är mer effektivt för mig att läsa kurslitteraturen ☐ Annat, ange vad
84. Använder du diskussionsforum, communities eller andra nätbaserade mötesplatser för att samarbeta med kurskamrater runt dina studier?	☐ Ja, ofta ☐ Ja, ibland ☐ Nej → Gå till fråga 86
85. Är det lärosätets mötesplats eller andra mötesplatser?	☐ Lärosätets mötesplats ☐ Andra mötesplatser ☐ Vet inte
86. Förekommer det att lärare uppmuntrar dig att regelbundet följa några webbtidskrifter eller bloggar genom automatiska uppdateringar (RSS feeds)?	☐ Ja, ofta ☐ Ja, ibland ☐ Nej
87. Brukar dina lärare uppmuntra eller avråda dig att leta efter andra studentarbeten på Internet inför självständiga arbeten?	☐ De flesta uppmuntrar ☐ Vissa uppmuntrar, ingen avråder ☐ Vissa uppmuntrar, vissa avråder ☐ Ingen uppmuntrar, vissa avråder ☐ De flesta avråder ☐ Diskuteras inte
88. Brukar du göra dina egna arbeten tillgängliga på Internet för andra än dina studiekamrater?	☐ Ja, ofta ☐ Ja, ibland ☐ Nej
89. Tror du att dina studier har betydelse för din kompetens att använda Internet som en kunskapskälla i ditt framtida yrkesliv? <i>Gradera på en skala från 1-5 där 1 betyder ingen betydelse alls och 5 mycket stor betydelse.</i>	☐ 1 (Ingen betydelse alls) ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 (Mycket stor betydelse) ☐ Ingen uppfattning





Du som undervisar

Frågorna 90-99 riktar sig till dig som undervisar på universitet eller högskola.
Övriga går vidare till fråga 100.

90. Hur många år har du sammanlagt varit anställd på en högskola/universitet?

år

91. Uppmuntrar du dina studenter att samarbeta på Internet runt sina studier?

- ☐ Ja, ofta
☐ Ja, ibland
☐ Nej

92. Finns det diskussionsforum, communities eller andra nätbaserade mötesplatser som lärosätet ställer till förfogande för sådant samarbete?

- ☐ Ja
☐ Nej
☐ Vet inte

93. Följer du regelbundet några webbtidskrifter eller bloggar genom att få automatiska uppdateringar (RSS feeds)?

- ☐ Ja
☐ Nej

94. Uppmuntrar du eller avråder du dina studenter att leta efter andra studentarbeten på Internet inför självständiga arbeten?

- ☐ Uppmuntrar oftast
☐ Uppmuntrar ibland
☐ Uppmuntrar ibland, avråder ibland
☐ Avråder ibland
☐ Avråder oftast
☐ Diskuteras inte

95. Känner du till om någon bland dina studenter, har plagierat andra i samband med redovisning av enskilt arbete?

- ☐ Ja
☐ Nej

96. Brukar du göra dina föreläsningsanteckningar, PowerPoints eller liknande fritt tillgängliga på Internet?

- ☐ Ja, ofta
☐ Ja, ibland
☐ Nej → Gå till fråga 98

97. Brukar du tydliggöra det upphovsrättsliga läget när du gör dina föreläsningsanteckningar etc. tillgängliga på Internet?

- ☐ Ja, genom att använda en Creative Commons licens eller annan öppen licens
☐ Ja, genom att tydligt skriva att jag har alla rättigheter till materialet
☐ Nej

98. Har ditt lärosäte några riktlinjer för hur du som lärare/forskare bör göra med upphovsrätten?

- ☐ Ja
☐ Nej
☐ Vet inte

99. I vilken utsträckning erbjuds du som lärare/forskare kompetensutveckling eller annat stöd för att utveckla Internetanvändningen i din forskning och/eller undervisning?

- ☐ I stort utsträckning
☐ I visst utsträckning
☐ Ingen utsträckning





Lägga ut eget material på nätet

100. Vilka är dina motiv till att lägga ut ditt material på nätet?

Ange de tre främsta motiven

- | | |
|---|---|
| ☐ Inte aktuellt för min del → Gå till fråga 101 | ☐ Det är roligt och stimulerande |
| ☐ För att delta i en ny form av samarbete med att dela kunskap och kompetens | ☐ Om någon annan kan få glädje av materialet känns det bra |
| ☐ För att bli känd inom öppna lärresurs-gemenskapen | ☐ För att förbättra andras öppna lärresursmaterial |
| ☐ Ett sätt att visa vem man är och vad man kan | ☐ För att jag anser att information ska vara fritt tillgänglig |
| ☐ För att förbättra utsikterna att få jobb | ☐ För att skapa ett alternativ till kommersiella aktörer |
| ☐ För att sprida kunskap som inte finns tillgänglig i läromedlen | ☐ För att begränsa de stora läromedelsföretagens inflytande |
| ☐ För att få hjälp att förverkliga en idé till ett nytt utbildningsmaterial | |

Högskolestudier hösten 2007

Frågorna 101-102 riktar sig till dig som studerar på grundläggande högskoleutbildning. Övriga går vidare till fråga 103.

101. Hur många högskolepoäng har du hittills sammanlagt tagit vid studier på högskola/universitet?

- ☐ 0-20
☐ 21-40
☐ 41-60
☐ 61-80
☐ 81-100
☐ 101-120
☐ mer än 120 poäng

102. Hur många timmar ägnar du dig åt olika studieaktiviteter under en normal vecka i den kurs du läser just nu?

Avrunda till hela timmar

Lärlarled undervisning (t.ex. föreläsningar, seminarier)

timmar/vecka

Mindre än en timme/vecka

☐

Ingen tid

☐

Schemalagda aktiviteter som inte leds av lärare, men där lärare finns tillgängliga, t.ex. övningar, laborationer, grupparbeten

timmar/vecka

☐
☐

Grupparbeten och liknande utan tillgång till lärare

timmar/vecka

☐
☐

Självstudier utan tillgång till lärare

timmar/vecka

☐
☐

Andra studieaktiviteter, t ex studieresor, praktikarbete m.m.

timmar/vecka

☐
☐




Bakgrundsfrågor

103. Vilket år är du född?

År

--	--	--	--

104. Är du kvinna eller man?

☐ Kvinna

☐ Man

105. Vilken är dina föräldrars högsta utbildning?

Folkskola/
grundskola

Gymnasie-
skola eller
motsvarande

Högskola/
universitet

Vet inte

Mor

☐☐☐☐

Far

☐☐☐☐

106. I vilken typ av bostad bor du under
höstterminen 2007?

☐ Studentrum/studentlägenhet

☐ Hyresrum

☐ Lägenhet

☐ Villa, radhus etc.

☐ Annat

107. Hur bor du under höstterminen 2007?

☐ Ensam

☐ Ensam med barn

☐ Med sambo/make/maka utan barn

☐ Med sambo/make/maka med barn

☐ Hos föräldrar eller släktingar

☐ Med en eller flera vänner

☐ Ensam med delat kök, t.ex, studentkorridor

☐ Annat

Tack för din medverkan!



Bilaga 2

Statistiska tabeller

Företeckning över de ursprungliga 86 variablerna. De skuggade uppfyller kraven för normalfördelning.

	N	Range	Mean	Std. Deviation	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
F13. Hur ofta använder du Internet i studierna eller arbetet?	1 890	4	3,13	0,938	-0,872	0,056	0,182	0,113
F17a. Hur ofta använder du Internet för kontakter, genom E-post?	1 890	4	3,16	0,921	-0,912	0,056	0,329	0,113
F17b. Hur ofta använder du Internet för kontakter, genom Instant messaging (ICQ, MSN messenger, etc)?	1 847	4	2,08	1,603	-0,147	0,057	-1,539	0,114
F19a. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om varor och tjänster, t.ex. öppettider, lediga jobb, bostad etc.?	1 896	4	2,05	0,902	0,053	0,056	-0,030	0,112
F19b. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om hälsa och sjukvård?	1 890	4	0,65	0,741	1,288	0,056	2,525	0,113
F19c. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om myndigheters webbplatser, t.ex. kommun, skatteverket, CSN?	1 893	4	1,02	0,715	0,538	0,056	0,819	0,112
F19d. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om resor och inkvartering?	1 896	4	0,81	0,716	0,730	0,056	0,961	0,112
F19e. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om adresser och telefonnummer?	1 897	4	1,55	0,794	0,254	0,056	0,320	0,112
F19f. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om söka eller kontrollera fakta?	1 895	4	2,40	0,991	-0,183	0,056	-0,324	0,112
F19g. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om ords betydelser, stavning eller översättning?	1 898	4	1,76	1,130	0,068	0,056	-0,711	0,112
F19h. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om kultur, litteratur, musik?	1 894	4	1,79	1,106	0,135	0,056	-0,682	0,112
F19i. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om politik och aktuella samhällsfrågor?	1 893	4	1,39	1,204	0,448	0,056	-0,842	0,112
F19j. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om sport och idrott?	1 896	4	0,97	1,184	0,992	0,056	-0,127	0,112

F19k. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om nöje och underhållning?	1 893	4	1,77	1,129	0,132	0,056	-0,774	0,112
F19l. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om hobby och specialintressen?	1 893	4	1,80	1,245	0,142	0,056	-0,963	0,112
F19m. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om erotik?	1 891	4	0,42	0,831	2,072	0,056	3,875	0,113
F20a. Hur ofta använder du Internet för att ta del av nyheter?	1 892	4	2,50	1,224	-0,487	0,056	-0,707	0,112
F20b. Hur ofta använder du Internet för att läsa tidningar och tidskrifter på nätet?	1 892	4	2,19	1,348	-0,243	0,056	-1,121	0,112
F20c. Hur ofta använder du Internet för att läsa bloggar?	1 888	4	0,91	1,210	1,146	0,056	0,187	0,113
F20d. Hur ofta använder du Internet för att lyssna på radio och musik?	1 892	4	1,40	1,256	0,499	0,056	-0,821	0,112
F20e. Hur ofta använder du Internet för att se på TV?	1 892	4	0,64	0,940	1,371	0,056	1,088	0,112
F21a. Hur ofta använder du Internet för att "surfa runt"?	1 895	4	2,49	1,304	-0,521	0,056	-0,796	0,112
F21b. Hur ofta använder du Internet för att ladda ner musik och filmer?	1 896	4	1,09	1,233	0,842	0,056	-0,396	0,112
F21c. Hur ofta använder du Internet för att se på andras videofilmer och foton?	1 897	4	1,32	1,177	0,421	0,056	-0,877	0,112
F21d. Hur ofta använder du Internet för att spela spel där man satsar pengar?	1 900	4	0,12	0,491	4,773	0,056	25,551	0,112
F21e. Hur ofta använder du Internet för att spela andra spel (nöjesspel)?	1 899	4	0,63	1,042	1,645	0,056	1,802	0,112
F21f. Hur ofta använder du Internet för relationer, dating?	1 900	4	0,24	0,722	3,403	0,056	11,483	0,112
F22a. Hur ofta använder du Internet för att köpa varor?	1 898	4	0,77	0,607	0,478	0,056	1,354	0,112
F22b. Hur ofta använder du Internet för att sälja varor, t.ex. på Blocket eller Tradera?	1 899	4	0,19	0,454	2,886	0,056	11,271	0,112
F22c. Hur ofta använder du Internet för att boka i samband med resor och inkvartering?	1 896	4	0,54	0,577	0,645	0,056	0,305	0,112
F22d. Hur ofta använder du Internet för att boka i samband med nöje och underhållning?	1 889	4	0,51	0,581	0,907	0,056	1,728	0,113

F22e. Hur ofta använder du Internet för att betala för köpta/bokade varor och tjänster?	1 894	4	0,82	0,672	0,460	0,056	0,247	0,112
F22f. Hur ofta använder du Internet för att utföra bankärenden?	1 898	4	1,45	0,737	-0,052	0,056	-0,107	0,112
F23a. Hur ofta använder du Internet för att lämna information till myndigheter och andra offentliga aktörer, genom att ladda ned formulär och blanketter, t.ex. ansökningar, anmälningar, begäran om tillstånd?	1 892	4	0,57	0,640	0,933	0,056	1,037	0,112
F23b. Hur ofta använder du Internet för att lämna information till myndigheter och andra offentliga aktörer, genom att skicka ifyllda formulär och blanketter, t.ex. självdeklaration, anmälningar till kurser?	1 888	4	0,53	0,601	0,903	0,056	1,181	0,113
F25a. Hur ofta brukar du använda fildelningstjänsten BitTorrent?	1 852	4	0,65	1,146	1,635	0,057	1,473	0,114
F25b. Hur ofta brukar du använda fildelningstjänsten DC++?	1 801	4	0,31	0,796	2,766	0,058	7,344	0,115
F25c. Hur ofta brukar du använda fildelningstjänsten KaZaA?	1 773	2	0,01	0,089	17,615	0,058	339,991	0,116
F25d. Hur ofta brukar du använda fildelningstjänsten LimeWire?	1 789	4	0,10	0,443	4,836	0,058	25,535	0,116
F25e. Hur ofta brukar du använda fildelningstjänsten eDonkey?	1 768	4	0,01	0,165	18,141	0,058	355,379	0,116
F25f. Hur ofta brukar du använda annan fildelningstjänst?	1 815	4	0,22	0,705	3,451	0,057	11,871	0,115
F29. Är du själv medlem i en eller flera communities?	1 913	2	0,88	0,874	0,225	0,056	-1,655	0,112
F31. Hur ofta besöker du den community som du oftast är inne på?	1 913	4	1,54	1,532	0,246	0,056	-1,538	0,112
F32. Medverkar du i diskussioner i communities?	1 913	2	0,34	0,541	1,346	0,056	0,850	0,112
F34a. Brukar du ladda upp (bidra med) eget material till communityn, t.ex. textbaserat material?	1 889	2	0,34	0,567	1,441	0,056	1,088	0,113
F34b. Brukar du ladda upp (bidra med) eget material till communityn, t.ex. musikinspelningar?	1 876	2	0,05	0,243	5,135	0,057	28,373	0,113

F34c. Brukar du ladda upp (bidra med) eget material till communityn, t.ex fotografier?	1 905	2	0,51	0,647	0,902	0,056	-0,286	0,112
F34d. Brukar du ladda upp (bidra med) eget material till communityn, t.ex videosnuttar?	1 880	2	0,10	0,317	3,236	0,056	10,306	0,113
F34e. Brukar du ladda upp (bidra med) eget material till communityn, t.ex film?	1 873	2	0,02	0,152	7,522	0,057	61,235	0,113
F34f. Brukar du ladda upp (bidra med) eget material till communityn, t.ex material till dataspel?	1 876	2	0,02	0,154	8,589	0,057	81,735	0,113
F34g. Brukar du ladda upp (bidra med) eget material till communityn, t.ex programkod?	1 877	2	0,03	0,184	7,161	0,056	56,384	0,113
F35a. Brukar du använda användargenererat material - uppslagsverk, t.ex. Wikipedia, susning.nu?	1 891	2	1,25	0,647	-0,294	0,056	-0,718	0,113
F35b. Brukar du använda användargenererat material - kataloger, t.ex. Open Project Directory, Archive.org?	1 674	2	0,12	0,359	3,153	0,060	9,895	0,120
F35c. Brukar du använda användargenererat material - handböcker, t.ex. Resdagboken.se?	1 782	2	0,38	0,518	0,870	0,058	-0,477	0,116
F35d. Brukar du använda användargenererat material - nyhetsportaler, t.ex. Digg.com?	1 726	2	0,19	0,463	2,435	0,059	5,274	0,118
F35e. Brukar du använda användargenererat material - annat?	1 038	2	0,07	0,320	5,099	0,076	25,916	0,152
F36a. Har du själv bidragit med innehåll till öppna databaser - uppslagsverk?	1 909	2	0,12	0,376	3,151	0,056	9,828	0,112
F36b. Har du själv bidragit med innehåll till öppna databaser - kataloger?	1 896	2	0,02	0,135	9,741	0,056	105,523	0,112
F36c. Har du själv bidragit med innehåll till öppna databaser - handböcker?	1 897	2	0,07	0,308	4,681	0,056	22,649	0,112
F36d. Har du själv bidragit med innehåll till öppna databaser - nyhetsportaler?	1 897	2	0,02	0,169	8,702	0,056	82,718	0,112
F36e. Har du själv bidragit med innehåll till öppna databaser - annat?	1 483	2	0,01	0,159	11,389	0,064	133,179	0,127
F39. Brukar du använda program som bygger på öppen källkod?	1 596	2	0,79	0,869	0,411	0,061	-1,553	0,122
F56. Brukar du läsa andras bloggar?	1 905	2	0,60	0,700	0,729	0,056	-0,683	0,112
F58a. Brukar du skriva kommentarer och inlägg på andras bloggar?	1 858	2	0,24	0,470	1,743	0,057	2,152	0,114

F58b. Brukar du skriva kommentarer och inlägg på andras webbplatser?	1 851	2	0,24	0,459	1,584	0,057	1,442	0,114
F58c. Brukar du skriva kommentarer och inlägg till artiklar i tidningar på webben?	1 849	2	0,10	0,310	2,844	0,057	6,958	0,114
F59a. Har du egen webbplats?	1 884	2	0,57	0,768	0,912	0,056	-0,713	0,113
F59b. Har du egen blogg?	1 872	2	0,35	0,657	1,652	0,057	1,285	0,113
F59c. Har du egen community, ev. tillsammans med andra?	1 876	2	0,21	0,564	2,516	0,057	4,844	0,113
F62. Har du någon gång under de senaste tre åren övervägt att starta eget företag?	1 902	1	0,30	0,458	0,878	0,056	-1,231	0,112
F70a. Hur ofta skickar du SMS?	1 894	4	2,71	1,115	-0,597	0,056	-0,316	0,112
F70b. Hur ofta skickar du MMS?	1 880	4	0,48	0,722	1,481	0,056	2,008	0,113
F70c. Hur ofta läser/skickar du e-post med din mobiltelefon?	1 879	4	0,16	0,585	4,214	0,056	18,855	0,113
F72. Hur ofta kopplar du upp dig på Internet med din mobiltelefon?	1 895	4	0,34	0,777	2,598	0,056	6,725	0,112
F75a. Använder du din mobiltelefon för att ladda upp material på webbplatser, t.ex. musik?	1 911	2	0,01	0,097	12,485	0,056	172,697	0,112
F75b. Använder du din mobiltelefon för att ladda upp material på webbplatser, t.ex. text?	1 911	2	0,01	0,127	10,763	0,056	128,924	0,112
F75c. Använder du din mobiltelefon för att ladda upp material på webbplatser, t.ex. bilder?	1 912	2	0,02	0,150	8,218	0,056	74,544	0,112
F75d. Använder du din mobiltelefon för att ladda upp material på webbplatser, t.ex. videosnuttar?	1 910	1	0,01	0,072	13,722	0,056	186,496	0,112
Valid N (listwise)	651							

Anti-image Matrices 48 Variables

	F13	F17a.	F17b.	F19a.	F19c.	F19d.	F19e.	F19f.	F19g.	F19h.	F19i.	F19j.
F13. Hur ofta använder du Internet i studierna eller arbetet?	,860(a)	-0,322	0,033	-0,049	-0,006	-0,022	-0,018	-0,252	-0,076	0,023	-0,002	0,033
F17a. Hur ofta använder du Internet för kontakter, genom E-post?	-0,322	,825(a)	0,002	-0,029	-0,020	0,030	-0,104	-0,027	-0,068	0,025	-0,024	-0,013
F17b. Hur ofta använder du Internet för kontakter, genom Instant messaging (ICQ, MSN messenger, etc)?	0,033	0,002	,971(a)	0,012	0,006	-0,025	0,023	-0,010	-0,093	0,051	0,105	0,000
F19a. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om varor och tjänster, t.ex. öppettider, lediga jobb, bostad etc.?	-0,049	-0,029	0,012	,965(a)	-0,094	-0,068	-0,158	-0,085	-0,005	0,011	0,000	0,007
F19c. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om myndigheters webbplatser, t.ex. kommun, skatteverket, CSN?	-0,006	-0,020	0,006	-0,094	,932(a)	-0,148	-0,164	-0,009	-0,028	-0,010	-0,108	-0,019
F19d. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om resor och inkvartering?	-0,022	0,030	-0,025	-0,068	-0,148	,848(a)	-0,174	0,013	-0,038	-0,056	-0,025	-0,086
F19e. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om adresser och telefonnummer?	-0,018	-0,104	0,023	-0,158	-0,164	-0,174	,935(a)	-0,168	-0,012	0,026	0,005	-0,015
F19f. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om söka eller kontrollera fakta?	-0,252	-0,027	-0,010	-0,085	-0,009	0,013	-0,168	,932(a)	-0,249	-0,125	-0,066	0,026
F19g. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om ords betydelser, stavning eller översättning?	-0,076	-0,068	-0,093	-0,005	-0,028	-0,038	-0,012	-0,249	,954(a)	-0,117	-0,055	0,005
F19h. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om kultur, litteratur, musik?	0,023	0,025	0,051	0,011	-0,010	-0,056	0,026	-0,125	-0,117	,940(a)	-0,234	0,076
F19i. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om politik och aktuella samhällsfrågor?	-0,002	-0,024	0,105	0,000	-0,108	-0,025	0,005	-0,066	-0,055	-0,234	,945(a)	0,002
F19j. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om sport och idrott?	0,033	-0,013	0,000	0,007	-0,019	-0,086	-0,015	0,026	0,005	0,076	0,002	,934(a)
F19k. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om nöje och underhållning?	0,050	0,032	-0,032	-0,010	0,030	0,030	0,001	-0,008	0,030	-0,295	-0,063	-0,191
F19l. Hur ofta använder du Internet för att söka och hämta information om hobby och specialintressen?	0,015	-0,011	0,011	-0,025	0,023	0,021	-0,047	-0,103	0,031	-0,046	-0,034	-0,184
F20a. Hur ofta använder du Internet för att ta del av nyheter?	-0,067	-0,024	-0,014	-0,039	0,030	-0,037	0,016	0,008	0,027	0,039	-0,109	-0,069
F20b. Hur ofta använder du Internet för att läsa tidningar och tidskrifter på nätet?	-0,003	-0,006	-0,046	-0,014	0,004	0,030	-0,047	-0,025	-0,025	-0,022	-0,106	-0,102
F20c. Hur ofta använder du Internet för att läsa bloggar?	-0,010	0,025	-0,039	-0,010	-0,032	0,003	0,012	-0,021	-0,016	-0,014	-0,084	0,015
F20d. Hur ofta använder du Internet för att lyssna på radio och musik?	-0,029	-0,022	-0,094	0,010	-0,026	0,019	-0,056	0,058	-0,062	-0,140	0,020	-0,039
F20e. Hur ofta använder du Internet för att se på TV?	-0,007	-0,018	0,019	-0,012	-0,066	0,000	0,039	0,038	0,015	0,020	-0,088	-0,065
F21a. Hur ofta använder du Internet för att "surfa runt"?	-0,024	0,080	-0,091	-0,099	-0,021	0,025	0,028	-0,041	0,004	0,041	0,048	0,019
F21b. Hur ofta använder du Internet för att ladda ner musik och filmer?	0,000	0,044	-0,123	0,039	-0,017	0,020	-0,023	0,005	-0,001	-0,171	0,090	-0,051
F21c. Hur ofta använder du Internet för att se på andras videofilmer och foton?	0,029	0,051	-0,108	-0,017	0,012	-0,042	-0,023	0,007	-0,014	-0,030	-0,030	-0,011
F21e. Hur ofta använder du Internet för att spela andra spel (nöjesspel)?	0,012	0,087	-0,134	0,008	-0,030	0,048	0,009	0,014	-0,035	0,029	0,069	-0,014
F22a. Hur ofta använder du Internet för att köpa varor?	0,081	-0,069	0,022	-0,064	-0,039	-0,029	-0,052	-0,027	0,005	0,005	0,024	0,069
F22c. Hur ofta använder du Internet för att boka i samband med resor och inkvartering?	-0,047	-0,049	0,004	0,001	0,029	-0,410	0,010	-0,008	0,025	0,015	-0,008	0,011
F22d. Hur ofta använder du Internet för att boka i samband med nöje och underhållning?	-0,001	-0,037	-0,001	-0,050	-0,006	0,047	-0,030	0,042	0,006	-0,106	0,010	0,014
F22e. Hur ofta använder du Internet för att betala för köpta/bokade varor och tjänster?	-0,010	0,017	-0,044	-0,029	0,029	0,024	-0,018	-0,010	-0,006	-0,025	-0,004	-0,005
F22f. Hur ofta använder du Internet för att utföra bankärenden?	-0,002	-0,038	-0,001	-0,023	-0,027	0,003	-0,047	-0,034	0,011	0,094	-0,011	0,005
F23a. Hur ofta använder du Internet för att lämna information till myndigheter och andra offentliga aktörer, genom att ladda ned formulär och blanketter, t.ex. ansökningar, anmälningar, begäran om tillstånd?	0,000	-0,069	0,079	-0,018	-0,109	0,001	-0,027	-0,003	-0,053	0,019	-0,053	0,041
F23b. Hur ofta använder du Internet för att lämna information till myndigheter och andra offentliga aktörer, genom att skicka ifyllda formulär och blanketter, t.ex. självdeklaration, anmälningar till kurser?	-0,025	0,024	-0,044	-0,046	-0,035	-0,002	0,012	-0,009	0,010	0,019	0,021	-0,050
F25a. Hur ofta brukar du använda fildelningstjänsten BitTorrent?	-0,030	0,098	-0,026	-0,024	0,009	0,047	-0,006	-0,014	-0,015	0,016	-0,032	0,046
F29. Är du själv medlem i en eller flera communities?	0,011	0,057	-0,075	-0,008	0,060	0,016	-0,016	-0,012	0,031	-0,043	-0,030	0,025
F31. Hur ofta besöker du den community som du oftast är inne på?	0,014	-0,092	-0,081	0,034	-0,009	-0,011	0,004	-0,008	-0,006	-0,002	0,037	0,017
F32. Medverkar du i diskussioner i communities?	-0,003	-0,039	0,028	0,034	-0,002	-0,035	0,057	0,005	0,001	0,027	-0,054	0,021
F34a. Brukar du ladda upp (bidra med) eget material till communityn, t.ex textbaserat material?	0,015	-0,001	0,010	-0,022	-0,049	0,053	-0,010	-0,036	0,019	-0,008	-0,015	-0,043
F34c. Brukar du ladda upp (bidra med) eget material till communityn, t.ex fotografier?	0,001	-0,014	-0,016	-0,046	0,008	-0,018	0,020	0,057	-0,058	0,020	0,038	0,010
F35a. Brukar du använda användargenererat material - uppslagsverk, t.ex. Wikipedia, susning.nu?	0,012	-0,032	-0,009	0,012	0,064	0,017	0,048	-0,163	-0,118	-0,004	-0,089	0,075
F35c. Brukar du använda användargenererat material - handböcker, t.ex. Resdagboken.se?	0,038	-0,020	-0,005	0,008	-0,002	-0,056	-0,045	0,000	0,016	0,009	-0,030	-0,065
F56. Brukar du läsa andras bloggar?	0,031	-0,025	0,002	0,035	0,018	-0,016	-0,014	0,038	-0,020	0,016	0,017	-0,020
F58b. Brukar du skriva kommentarer och inlägg på andras webbplatser?	0,018	0,013	0,012	0,029	-0,004	-0,002	-0,038	0,033	0,010	-0,001	-0,017	-0,001
F59a. Har du egen webbplats?	-0,021	-0,129	0,015	0,010	0,022	-0,031	0,016	-0,067	0,018	0,038	-0,019	0,022
F59b. Har du egen blogg?	-0,013	-0,016	-0,034	-0,020	-0,008	0,032	0,005	0,051	0,009	-0,087	0,063	0,055
F62. Har du någon gång under de senaste tre åren övervägt att starta eget företag?	-0,021	-0,032	-0,031	-0,063	-0,004	0,030	-0,026	0,007	0,003	0,042	-0,050	0,001
F70a. Hur ofta skickar du SMS?	0,062	-0,034	-0,067	-0,071	-0,008	-0,035	-0,069	0,065	0,033	-0,048	-0,007	-0,007
F79a. Förekommer det att du använder följande kunskapskällor i studierna - Wikipedia?	0,012	0,113	-0,021	-0,007	-0,045	0,001	0,016	0,034	-0,122	-0,019	0,071	-0,025
F79b. Förekommer det att du använder följande kunskapskällor i studierna - nätkopior av kurslitteratur, t.ex. i form av pdf-filer?	-0,076	0,022	-0,106	-0,028	-0,033	0,045	0,034	-0,014	-0,004	-0,002	0,000	0,000
F79e. Förekommer det att du använder följande kunskapskällor i studierna - webbtidskrifter?	-0,028	0,015	0,010	-0,019	-0,005	-0,026	0,059	-0,056	-0,058	0,042	-0,046	-0,046
F84. Använder du diskussionsforum, communities eller andra nätbaserade mötesplatser för att samarbeta med kurskamrater runt dina studier?	-0,073	-0,008	-0,043	-0,015	-0,042	0,031	-0,023	-0,009	0,051	-0,102	0,080	0,061

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

F19k.	F19l.	F20a.	F20b.	F20c.	F20d.	F20e.	F21a.	F21b.	F21c.	F21e.	F22a.	F22c.	F22d.	F22e.	F22f.	F23a.	F23b.	F25a.	F29.
0,050	0,015	-0,067	-0,003	-0,010	-0,029	-0,007	-0,024	0,000	0,029	0,012	0,081	-0,047	-0,001	-0,010	-0,002	0,000	-0,025	-0,030	0,011
0,032	-0,011	-0,024	-0,006	0,025	-0,022	-0,018	0,080	0,044	0,051	0,087	-0,069	-0,049	-0,037	0,017	-0,038	-0,069	0,024	0,098	0,057
-0,032	0,011	-0,014	-0,046	-0,039	-0,094	0,019	-0,091	-0,123	-0,108	-0,134	0,022	0,004	-0,001	-0,044	-0,001	0,079	-0,044	-0,026	-0,075
-0,010	-0,025	-0,039	-0,014	-0,010	0,010	-0,012	-0,099	0,039	-0,017	0,008	-0,064	0,001	-0,050	-0,029	-0,023	-0,018	-0,046	-0,024	-0,008
0,030	0,023	0,030	0,004	-0,032	-0,026	-0,066	-0,021	-0,017	0,012	-0,030	-0,039	0,029	-0,006	0,029	-0,027	-0,109	-0,035	0,009	0,060
0,030	0,021	-0,037	0,030	0,003	0,019	0,000	0,025	0,020	-0,042	0,048	-0,029	-0,410	0,047	0,024	0,003	0,001	-0,002	0,047	0,016
0,001	-0,047	0,016	-0,047	0,012	-0,056	0,039	0,028	-0,023	-0,023	0,009	-0,052	0,010	-0,030	-0,018	-0,047	-0,027	0,012	-0,006	-0,016
-0,008	-0,103	0,008	-0,025	-0,021	0,058	0,038	-0,041	0,005	0,007	0,014	-0,027	-0,008	0,042	-0,010	-0,034	-0,003	-0,009	-0,014	-0,012
0,030	0,031	0,027	-0,025	-0,016	-0,062	0,015	0,004	-0,001	-0,014	-0,035	0,005	0,025	0,006	-0,006	0,011	-0,053	0,010	-0,015	0,031
-0,295	-0,046	0,039	-0,022	-0,014	-0,140	0,020	0,041	-0,171	-0,030	0,029	0,005	0,015	-0,106	-0,025	0,094	0,019	0,019	0,016	-0,043
-0,063	-0,034	-0,109	-0,106	-0,084	0,020	-0,088	0,048	0,090	-0,030	0,069	0,024	-0,008	0,010	-0,004	-0,011	-0,053	0,021	-0,032	-0,030
-0,191	-0,184	-0,069	-0,102	0,015	-0,039	-0,065	0,019	-0,051	-0,011	-0,014	0,069	0,011	0,014	-0,005	0,005	0,041	-0,050	0,046	0,025
,954(a)	-0,234	-0,105	0,021	0,020	-0,048	-0,031	-0,133	-0,054	-0,023	-0,066	0,032	-0,012	-0,086	-0,010	-0,025	0,018	0,005	-0,024	-0,002
-0,234	,955(a)	-0,044	0,046	-0,089	-0,032	0,015	-0,082	0,017	-0,093	-0,036	-0,100	0,039	-0,050	0,010	-0,013	0,022	-0,004	-0,036	-0,079
-0,105	-0,044	,881(a)	-0,737	-0,019	-0,023	-0,012	-0,141	0,022	0,035	0,002	0,031	0,032	0,008	-0,041	0,008	-0,012	0,017	-0,050	-0,010
0,021	0,046	-0,737	,876(a)	-0,056	0,004	-0,028	-0,018	0,017	-0,005	-0,024	-0,038	-0,010	0,010	0,048	-0,048	0,006	-0,024	0,036	0,032
0,020	-0,089	-0,019	-0,056	,867(a)	-0,060	-0,075	-0,022	-0,007	-0,012	0,013	0,028	-0,017	-0,012	0,028	0,028	0,008	0,003	0,023	0,015
-0,048	-0,032	-0,023	0,004	-0,060	,968(a)	-0,203	-0,025	-0,078	-0,032	-0,044	-0,017	0,026	-0,029	0,010	-0,017	-0,048	0,025	0,055	-0,002
-0,031	0,015	-0,012	-0,028	-0,075	-0,203	,958(a)	0,040	-0,032	-0,089	-0,023	-0,030	-0,037	-0,032	0,025	-0,012	-0,033	-0,011	-0,102	-0,004
-0,133	-0,082	-0,141	-0,018	-0,022	-0,025	0,040	,970(a)	-0,043	-0,092	-0,037	-0,062	0,012	0,045	-0,002	0,001	-0,026	0,016	0,028	0,044
-0,054	0,017	0,022	0,017	-0,007	-0,078	-0,032	-0,043	,907(a)	-0,265	-0,027	-0,029	0,014	-0,022	0,022	-0,034	-0,005	-0,044	-0,545	0,031
-0,023	-0,093	0,035	-0,005	-0,012	-0,032	-0,089	-0,092	-0,265	,967(a)	-0,006	0,020	-0,003	-0,014	-0,014	-0,081	-0,006	-0,009	0,058	-0,025
-0,066	-0,036	0,002	-0,024	0,013	-0,044	-0,023	-0,037	-0,027	-0,006	,937(a)	-0,068	0,033	-0,008	-0,019	0,009	0,031	-0,048	-0,058	-0,042
0,032	-0,100	0,031	-0,038	0,028	-0,017	-0,030	-0,062	-0,029	0,020	-0,068	,923(a)	-0,067	0,038	-0,309	-0,014	-0,013	-0,030	-0,047	0,045
-0,012	0,039	0,032	-0,010	-0,017	0,026	-0,037	0,012	0,014	-0,003	0,033	-0,067	,804(a)	-0,304	-0,128	0,007	-0,047	-0,007	0,002	-0,004
-0,086	-0,050	0,008	0,010	-0,012	-0,029	-0,032	0,045	-0,022	-0,014	-0,008	0,038	-0,304	,905(a)	-0,170	-0,084	0,027	-0,088	0,020	0,057
-0,010	0,010	-0,041	0,048	0,028	0,010	0,025	-0,002	0,022	-0,014	-0,019	-0,309	-0,128	-0,170	,918(a)	-0,224	-0,049	-0,005	-0,002	-0,023
-0,025	-0,013	0,008	-0,048	0,028	-0,017	-0,012	0,001	-0,034	-0,081	0,009	-0,014	0,007	-0,084	-0,224	,954(a)	-0,022	-0,085	-0,030	-0,017
0,018	0,022	-0,012	0,006	0,008	-0,048	-0,033	-0,026	-0,005	-0,006	0,031	-0,013	-0,047	0,027	-0,049	-0,022	,788(a)	-0,616	0,034	0,032
0,005	-0,004	0,017	-0,024	0,003	0,025	-0,011	0,016	-0,044	-0,009	-0,048	-0,030	-0,007	-0,088	-0,005	-0,085	-0,616	,800(a)	0,011	-0,017
-0,024	-0,036	-0,050	0,036	0,023	0,055	-0,102	0,028	-0,545	0,058	-0,058	-0,047	0,002	0,020	-0,002	-0,030	0,034	0,011	,895(a)	-0,003
-0,002	-0,079	-0,010	0,032	0,015	-0,002	-0,004	0,044	0,031	-0,025	-0,042	0,045	-0,004	0,057	-0,023	-0,017	0,032	-0,017	-0,003	,916(a)
-0,029	0,060	-0,004	-0,014	-0,044	0,009	-0,008	-0,114	0,045	-0,158	0,021	-0,020	0,020	-0,004	-0,013	0,025	0,014	0,038	-0,042	-0,611
0,041	-0,127	-0,008	-0,002	0,010	0,000	0,023	0,049	-0,032	0,051	-0,051	0,004	0,037	0,001	-0,002	0,002	-0,032	-0,023	-0,066	-0,073
-0,020	0,045	-0,006	0,020	-0,015	0,036	0,019	0,022	-0,004	0,022	0,006	0,001	-0,029	-0,061	0,042	0,010	0,022	-0,003	0,013	-0,094
0,000	0,053	0,036	-0,011	0,050	-0,035	0,045	0,013	-0,039	-0,158	0,065	-0,026	0,012	-0,010	-0,013	-0,012	-0,032	0,003	0,028	-0,149
0,041	-0,040	-0,029	-0,013	0,076	-0,006	-0,062	-0,032	-0,041	-0,002	-0,056	0,008	-0,037	0,068	-0,019	0,014	0,007	0,020	-0,037	-0,004
0,040	0,037	-0,059	0,029	0,011	-0,005	0,032	-0,006	0,040	-0,066	0,018	-0,012	-0,074	-0,063	0,013	-0,056	-0,030	0,037	-0,029	-0,034
-0,027	0,048	0,022	0,003	-0,692	0,016	0,019	-0,075	0,026	-0,035	0,041	-0,018	0,020	0,010	-0,028	-0,017	0,010	0,001	0,027	-0,059
0,043	-0,031	-0,026	0,055	0,051	-0,032	0,028	-0,008	0,009	-0,093	-0,010	0,014	-0,004	-0,049	-0,020	0,038	0,027	-0,045	-0,056	0,033
0,018	-0,055	-0,004	0,014	-0,048	-0,004	-0,029	0,028	-0,004	-0,012	-0,098	-0,028	0,015	0,010	-0,078	0,009	-0,032	0,037	-0,106	-0,046
-0,025	0,034	0,025	-0,009	-0,175	0,006	0,026	-0,016	0,038	-0,011	0,023	-0,028	-0,010	0,055	0,025	-0,035	-0,018	-0,014	0,022	-0,038
0,033	-0,100	-0,017	-0,005	0,052	-0,010	0,006	0,069	0,023	0,022	0,035	0,015	-0,050	0,034	-0,015	-0,043	-0,020	0,015	-0,067	-0,055
-0,041	0,071	-0,021	0,008	0,035	-0,063	0,029	-0,061	-0,021	-0,040	0,064	0,009	-0,001	-0,065	0,044	-0,072	-0,037	0,026	0,058	0,015
-0,039	0,005	-0,004	0,031	-0,073	0,010	0,012	-0,009	0,021	0,005	0,033	-0,038	0,071	-0,029	-0,001	-0,001	0,055	-0,077	0,002	-0,005
0,035	-0,022	-0,021	-0,002	0,062	0,044	-0,043	-0,052	-0,078	0,046	0,000	-0,003	0,019	0,014	-0,019	-0,019	-0,025	-0,017	0,015	0,037
-0,001	0,026	0,043	-0,037	-0,018	-0,034	0,012	-0,026	0,021	-0,005	-0,042	-0,012	0,020	-0,035	-0,019	0,018	-0,031	0,058	0,010	-0,036
0,008	-0,022	0,014	-0,009	0,002	0,022	-0,043	-0,021	0,057	-0,005	-0,039	-0,035	0,042	0,044	-0,011	0,009	-0,003	0,016	-0,009	-0,032

F31.	F32.	F34a.	F34c.	F35a.	F35c.	F56.	F58b.	F59a.	F59b.	F62.	F70a.	F79a.	F79b.	F79e.	F84.
0,014	-0,003	0,015	0,001	0,012	0,038	0,031	0,018	-0,021	-0,013	-0,021	0,062	0,012	-0,076	-0,028	-0,073
-0,092	-0,039	-0,001	-0,014	-0,032	-0,020	-0,025	0,013	-0,129	-0,016	-0,032	-0,034	0,113	0,022	0,015	-0,008
-0,081	0,028	0,010	-0,016	-0,009	-0,005	0,002	0,012	0,015	-0,034	-0,031	-0,067	-0,021	-0,106	0,010	-0,043
0,034	0,034	-0,022	-0,046	0,012	0,008	0,035	0,029	0,010	-0,020	-0,063	-0,071	-0,007	-0,028	-0,019	-0,015
-0,009	-0,002	-0,049	0,008	0,064	-0,002	0,018	-0,004	0,022	-0,008	-0,004	-0,008	-0,045	-0,033	-0,005	-0,042
-0,011	-0,035	0,053	-0,018	0,017	-0,056	-0,016	-0,002	-0,031	0,032	0,030	-0,035	0,001	0,045	-0,026	0,031
0,004	0,057	-0,010	0,020	0,048	-0,045	-0,014	-0,038	0,016	0,005	-0,026	-0,069	0,016	0,034	0,059	-0,023
-0,008	0,005	-0,036	0,057	-0,163	0,000	0,038	0,033	-0,067	0,051	0,007	0,065	0,034	-0,014	-0,056	-0,009
-0,006	0,001	0,019	-0,058	-0,118	0,016	-0,020	0,010	0,018	0,009	0,003	0,033	-0,122	-0,004	-0,058	0,051
-0,002	0,027	-0,008	0,020	-0,004	0,009	0,016	-0,001	0,038	-0,087	0,042	-0,048	-0,019	-0,002	0,042	-0,102
0,037	-0,054	-0,015	0,038	-0,089	-0,030	0,017	-0,017	-0,019	0,063	-0,050	-0,007	0,071	0,000	-0,046	0,080
0,017	0,021	-0,043	0,010	0,075	-0,065	-0,020	-0,001	0,022	0,055	0,001	-0,007	-0,025	0,000	-0,046	0,061
-0,029	0,041	-0,020	0,000	0,041	0,040	-0,027	0,043	0,018	-0,025	0,033	-0,041	-0,039	0,035	-0,001	0,008
0,060	-0,127	0,045	0,053	-0,040	0,037	0,048	-0,031	-0,055	0,034	-0,100	0,071	0,005	-0,022	0,026	-0,022
-0,004	-0,008	-0,006	0,036	-0,029	-0,059	0,022	-0,026	-0,004	0,025	-0,017	-0,021	-0,004	-0,021	0,043	0,014
-0,014	-0,002	0,020	-0,011	-0,013	0,029	0,003	0,055	0,014	-0,009	-0,005	0,008	0,031	-0,002	-0,037	-0,009
-0,044	0,010	-0,015	0,050	0,076	0,011	-0,692	0,051	-0,048	-0,175	0,052	0,035	-0,073	0,062	-0,018	0,002
0,009	0,000	0,036	-0,035	-0,006	-0,005	0,016	-0,032	-0,004	0,006	-0,010	-0,063	0,010	0,044	-0,034	0,022
-0,008	0,023	0,019	0,045	-0,062	0,032	0,019	0,028	-0,029	0,026	0,006	0,029	0,012	-0,043	0,012	-0,043
-0,114	0,049	0,022	0,013	-0,032	-0,006	-0,075	-0,008	0,028	-0,016	0,069	-0,061	-0,009	-0,052	-0,026	-0,021
0,045	-0,032	-0,004	-0,039	-0,041	0,040	0,026	0,009	-0,004	0,038	0,023	-0,021	0,021	-0,078	0,021	0,057
-0,158	0,051	0,022	-0,158	-0,002	-0,066	-0,035	-0,093	-0,012	-0,011	0,022	-0,040	0,005	0,046	-0,005	-0,005
0,021	-0,051	0,006	0,065	-0,056	0,018	0,041	-0,010	-0,098	0,023	0,035	0,064	0,033	0,000	-0,042	-0,039
-0,020	0,004	0,001	-0,026	0,008	-0,012	-0,018	0,014	-0,028	-0,028	0,015	0,009	-0,038	-0,003	-0,012	-0,035
0,020	0,037	-0,029	0,012	-0,037	-0,074	0,020	-0,004	0,015	-0,010	-0,050	-0,001	0,071	0,019	0,020	0,042
-0,004	0,001	-0,061	-0,010	0,068	-0,063	0,010	-0,049	0,010	0,055	0,034	-0,065	-0,029	0,014	-0,035	0,044
-0,013	-0,002	0,042	-0,013	-0,019	0,013	-0,028	-0,020	-0,078	0,025	-0,015	0,044	-0,001	-0,019	-0,019	-0,011
0,025	0,002	0,010	-0,012	0,014	-0,056	-0,017	0,038	0,009	-0,035	-0,043	-0,072	-0,001	-0,019	0,018	0,009
0,014	-0,032	0,022	-0,032	0,007	-0,030	0,010	0,027	-0,032	-0,018	-0,020	-0,037	0,055	-0,025	-0,031	-0,003
0,038	-0,023	-0,003	0,003	0,020	0,037	0,001	-0,045	0,037	-0,014	0,015	0,026	-0,077	-0,017	0,058	0,016
-0,042	-0,066	0,013	0,028	-0,037	-0,029	0,027	-0,056	-0,106	0,022	-0,067	0,058	0,002	0,015	0,010	-0,009
-0,611	-0,073	-0,094	-0,149	-0,004	-0,034	-0,059	0,033	-0,046	-0,038	-0,055	0,015	-0,005	0,037	-0,036	-0,032
,905(a)	-0,202	-0,027	-0,252	-0,003	0,029	0,031	0,006	0,057	0,016	0,011	-0,039	0,014	-0,017	0,030	0,033
-0,202	,945(a)	-0,248	0,061	0,024	0,007	-0,029	-0,162	-0,045	-0,062	0,040	-0,027	-0,008	-0,009	-0,022	-0,042
-0,027	-0,248	,946(a)	-0,234	-0,045	0,028	0,005	-0,036	-0,027	-0,120	-0,031	-0,022	0,010	-0,018	0,000	-0,073
-0,252	0,061	-0,234	,945(a)	-0,012	-0,078	-0,030	-0,075	0,036	-0,022	0,042	-0,062	-0,011	0,017	0,052	0,013
-0,003	0,024	-0,045	-0,012	,876(a)	-0,071	-0,080	-0,032	-0,112	0,019	0,020	0,034	-0,497	0,072	0,069	0,070
0,029	0,007	0,028	-0,078	-0,071	,940(a)	-0,062	-0,003	0,049	-0,008	0,016	-0,076	0,015	-0,026	-0,053	-0,004
0,031	-0,029	0,005	-0,030	-0,080	-0,062	,851(a)	-0,003	0,054	-0,154	-0,030	-0,009	0,084	-0,027	-0,038	-0,041
0,006	-0,162	-0,036	-0,075	-0,032	-0,003	-0,003	,939(a)	-0,080	-0,092	-0,090	-0,010	-0,001	-0,077	-0,042	-0,104
0,057	-0,045	-0,027	0,036	-0,112	0,049	0,054	-0,080	,908(a)	-0,203	-0,152	0,060	-0,009	-0,025	0,037	-0,005
0,016	-0,062	-0,120	-0,022	0,019	-0,008	-0,154	-0,092	-0,203	,933(a)	0,007	0,021	0,023	0,037	-0,008	-0,013
0,011	0,040	-0,031	0,042	0,020	0,016	-0,030	-0,090	-0,152	0,007	,857(a)	-0,036	-0,014	-0,011	0,022	0,000
-0,039	-0,027	-0,022	-0,062	0,034	-0,076	-0,009	-0,010	0,060	0,021	-0,036	,942(a)	-0,060	-0,097	-0,042	-0,011
0,014	-0,008	0,010	-0,011	-0,497	0,015	0,084	-0,001	-0,009	0,023	-0,014	-0,060	,840(a)	-0,201	-0,116	-0,062
-0,017	-0,009	-0,018	0,017	0,072	-0,026	-0,027	-0,077	-0,025	0,037	-0,011	-0,097	-0,201	,900(a)	-0,220	-0,097
0,030	-0,022	0,000	0,052	0,069	-0,053	-0,038	-0,042	0,037	-0,008	0,022	-0,042	-0,116	-0,220	,883(a)	-0,081
0,033	-0,042	-0,073	0,013	0,070	-0,004	-0,041	-0,104	-0,005	-0,013	0,000	-0,011	-0,062	-0,097	-0,081	,897(a)

Korrelationer, 16 variabler

		F32.	F34a.	F34b.	F34c.	F34d.	F34g.	F36a.	F36c.	F40.	F58a.	F58b.	F58c.	F59a.	F59b.	F59c.	F88.
F32. Nätgemenskap: Medverka i diskussioner	Pearson Correlation	1															
	Sig. (2-tailed)																
F34a. Nätgemenskap: Bidra med texter	Pearson Correlation	,347(**)	1														
	Sig. (2-tailed)	0,000															
F34b. Nätgemenskap: Bidra med musik	Pearson Correlation	,153(**)	,233(**)	1													
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000														
F34c. Nätgemenskap: Bidra med foton	Pearson Correlation	,095(**)	,280(**)	,174(**)	1												
	Sig. (2-tailed)	0,007	0,000	0,000													
F34d. Nätgemenskap: Bidra med videoklipp	Pearson Correlation	,163(**)	,237(**)	,378(**)	,307(**)	1											
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000												
F34g. Nätgemenskap: Bidra med programkod	Pearson Correlation	,244(**)	,124(**)	,127(**)	-0,010	,178(**)	1										
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,784	0,000											
F36a. Bidra till uppslagsverk	Pearson Correlation	,158(**)	,114(**)	,089(*)	-0,013	,131(**)	,199(**)	1									
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,001	0,012	0,714	0,000	0,000										
F36c. Bidra till handböcker	Pearson Correlation	0,019	0,026	-0,001	,102(**)	0,019	0,046	,108(**)	1								
	Sig. (2-tailed)	0,600	0,466	0,975	0,004	0,587	0,194	0,002									
F40. Medverka till öppen källkod	Pearson Correlation	,108(*)	,167(**)	0,066	-0,030	0,070	,376(**)	,245(**)	-0,035	1							
	Sig. (2-tailed)	0,027	0,001	0,180	0,537	0,150	0,000	0,000	0,480								
F58a. Skriva inlägg på andras bloggar	Pearson Correlation	,273(**)	,230(**)	,116(**)	,095(**)	,085(*)	,105(**)	,155(**)	,080(*)	,110(*)	1						
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,001	0,008	0,017	0,003	0,000	0,025	0,024							
F58b. Skriva inlägg på andras webbplatser	Pearson Correlation	,286(**)	,189(**)	,178(**)	,132(**)	,170(**)	,106(**)	,178(**)	,086(*)	0,064	,286(**)	1					
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,003	0,000	0,015	0,187	0,000						
F58c. Skriva inlägg i webbtidningar	Pearson Correlation	,212(**)	,101(**)	,105(**)	-0,044	,105(**)	,150(**)	,185(**)	0,054	,155(**)	,162(**)	,204(**)	1				
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,005	0,003	0,215	0,003	0,000	0,000	0,131	0,001	0,000	0,000					
F59a. Driva egen webbplats	Pearson Correlation	,250(**)	,176(**)	,164(**)	-0,014	,166(**)	,262(**)	,255(**)	-0,045	,187(**)	,169(**)	,230(**)	,212(**)	1			
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,696	0,000	0,000	0,000	0,209	0,000	0,000	0,000	0,000				
F59b. Driva egen blogg	Pearson Correlation	,221(**)	,263(**)	,135(**)	,126(**)	0,051	,115(**)	,109(**)	0,023	0,074	,546(**)	,161(**)	,117(**)	,312(**)	1		
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,153	0,001	0,002	0,520	0,130	0,000	0,000	0,001	0,000			
F59c. Driva egen nätgemenskap	Pearson Correlation	,143(**)	,131(**)	,122(**)	,078(*)	,141(**)	,129(**)	,104(**)	,099(**)	0,054	,081(*)	,159(**)	0,069	,189(**)	,085(*)	1	
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,001	0,029	0,000	0,000	0,003	0,005	0,267	0,023	0,000	0,055	0,000	0,016		
F88. Lägga upp egna arbeten	Pearson Correlation	,143(**)	,124(**)	,140(**)	-0,048	,081(*)	,210(**)	,206(**)	-0,005	,271(**)	,085(*)	,141(**)	,168(**)	,253(**)	,108(**)	,168(**)	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,174	0,023	0,000	0,000	0,886	0,000	0,017	0,000	0,000	0,000	0,002	0,000	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Anti-image 15 variabler

	F32.	F34a.	F34b.	F34c.	F34d.	F34g.	F36a.	F40.	F58a.	F58b.	F58c.	F59a.	F59b.	F59c.	F88.
F32. Nätgemenskap: Medverka i diskussioner	,820(a)														
F34a. Nätgemenskap: Bidra med texter	-0,244	,803(a)													
F34b. Nätgemenskap: Bidra med musik	-0,003	-0,100	,785(a)												
F34c. Nätgemenskap: Bidra med foton?	0,010	-0,207	-0,037	,648(a)											
F34d. Nätgemenskap: Bidra med videoklipp	-0,019	-0,072	-0,294	-0,255	,713(a)										
F34g. Nätgemenskap: Bidra med programkod	-0,157	0,039	-0,030	0,034	-0,097	,753(a)									
F36a. Bidra till uppslagsverk	-0,021	-0,013	0,018	0,034	-0,060	-0,042	,851(a)								
F40. Medverka till öppen källkod	0,053	-0,080	0,008	0,031	0,018	-0,336	-0,149	,699(a)							
F58a. Skriva inlägg på andras bloggar	-0,112	-0,038	0,008	0,011	-0,009	0,006	-0,068	-0,027	,672(a)						
F58b. Skriva inlägg på andras webbplatser	-0,143	-0,019	-0,068	-0,087	-0,029	0,026	-0,072	0,024	-0,184	,820(a)					
F58c. Skriva inlägg till i webbtidningar	-0,099	0,000	-0,027	0,081	-0,045	-0,016	-0,075	-0,061	-0,058	-0,100	,859(a)				
F59a. Har du egen webbplats?	-0,091	-0,005	-0,032	0,090	-0,077	-0,100	-0,122	-0,066	0,089	-0,103	-0,084	,803(a)			
F59b. Har du egen blogg?	-0,014	-0,120	-0,052	-0,086	0,088	-0,024	0,025	0,040	-0,501	0,063	0,004	-0,246	,648(a)		
F59c. Driva egen nätgemenskap	-0,037	-0,041	-0,028	-0,033	-0,050	-0,059	-0,024	0,056	-0,007	-0,080	0,013	-0,101	0,014	,840(a)	
F88. Lägga upp egna arbeten	-0,008	-0,047	-0,059	0,069	0,019	-0,066	-0,081	-0,146	0,029	-0,037	-0,072	-0,100	-0,028	-0,111	,834(a)