

Medie studier vid Södertörns högskola

Virtuellt rum och socialt rum Om IT i vardagslivet

Peter Petrov & Cecilia von Feilitzen

Mediestudier vid Södertörns högskola 2005:3



Virtuellt rum och socialt rum

Virtuellt rum och socialt rum

Om IT i vardagslivet

Peter Petrov & Cecilia von Feilitzen

Södertörns högskola 2005

Södertörns högskola
SE-141 89 Huddinge
2004

Mediestudier vid Södertörns högskola 2005:3
ISSN 1650-6162

Research Reports 2005:1
ISSN 1403-5111

ISBN 91-89315-54-5

Innehåll

Övergripande ansats	7
Teoretiska ramar	11
Omfattning av IT-användningen generellt.....	17
Tillgång till dator och Internet i hemmet	18
Hur ofta används dator och Internet?	19
Hur lång tid ägnar man Internet?	20
Bredband kontra modem	21
Ålder, kön, utbildning, yrke	23
Samband mellan användning av Internet och andra medier	27
Undersökningsexempel från andra håll.....	27
Södertörnsundersökningen.....	30
Nio inriktningar i IT-användningen	33
De nio IT-inriktningarna, social bakgrund och andra aktiviteter och värderingar	43
Lyssnande på Internetradio respektive mobiltelefoni	46
Tekniskt IT-kunnande	47
IT-kreativitet	53
Sedvanligt IT-arbete	57
Söka samhällsinformation.....	60
Använda servicetjänster	64
Använda tidningar/nyhetsgrupper	66
Söka arbete, studieinformation, bostad	69
Socialt umgänge	71
Spel.....	73
Attityder till IT	79
IT är farlig	81
IT är en förutsättning.....	84
Bra med anonymitet på Internet	85
Sammanfattning och diskussion.....	87

Bilaga 1: Mer om faktoranalys	97
Bilaga 2: Samband mellan ålder och de nio IT-inriktningarna för samtliga svarande	105
Bilaga 3: Frågeformulär	111
Referenser	137

Övergripande ansats

Denna rapport tar upp människors användning av IT. Med IT – eller egentligen ny digital informations- och kommunikationsteknologi (IKT) – avser vi här framför allt Internet och datorer. Mer konkret söker vi att belysa sambanden mellan individers olika IT-aktiviteter å ena sidan och deras sociala bakgrund, övriga aktiviteter och värderingar å den andra.

Analysen bygger på datamängden i den sk basstudien i forskningsprogrammet Skiftande medielandskap. Syftet med basstudien är – generellt – att belysa medievanor och vardagsliv i Södertörnsregionen, åtta kommuner i Stockholms län.¹ Data insamlades via en postenkät till ett slumpmässigt urval personer 16-74 år i Södertörn under slutet av 2002 och början av 2003. Antalet svarande är 1.272 personer (53% av nettourvalet).²

Vi fick möjlighet att göra en analys av data så som frågorna var formulerade och materialet insamlat. Efter preliminära datakörningar valde vi för vår analys att studera närmare två tredjedelar av de omkring 650 statistiska variablerna som motsvarar (del)frågorna i det aktuella frågeformuläret.

De första inledande avsnitten i resultatredovisningen längre fram i rapporten gäller *omfattningen* av IT-användningen allmänt sett. Exempel på frågeställningar är: Hur ofta och hur länge nyttjas dator och – särskilt – Internet? Hur mycket använder olika befolkningsgrupper IT? Och finns det några tecken på att Internetanvändningen påverkar annan medieanvändning, t ex TV-tittande och radiolyssnande?

Mångfalden av information, tjänster och kommunikationsformer som Internet innebär, ser vi som ett 'virtuellt rum' som vi teoretiskt söker att strukturera utifrån människors användning av och attityder till detta rum. Fortsättningsvis fördjupar vi således analysen och här ligger fokus i rapporten: Hur ser *inriktningen* av dator- och Internetanvändningen ut? Med andra ord: Vad

¹ Botkyrka, Haninge, Huddinge, Nykvarn, Nynäshamn, Salem, Södertälje och Tyresö. I dessa åtta kommuner bor närmare 400,000 invånare.

² Ett vidare syfte med forskningsprogrammet Skiftande medielandskap är att genomföra upprepade kartläggningar i såväl Södertörn som Estland för att studera förändringar över tid. Se närmare om studiens syfte, frågeställningar, metod och urval i Göran Bolin (ed.) *The Media Landscape of Södertörn 2002. Media Use, Values and Everyday Life in Southern Stockholm* (Mediestudier vid Södertörns högskola, 2005: 2). Huddinge, Institutionen för medier, konst och filosofi.

gör användarna med datorer och vad söker de på Internet? Med hjälp av multivariata analyser har vi urskiljt nio olika användningsområden för IT.

Samtidigt frågar vi hur dessa användningsområden hänger ihop med det 'sociala rummet', dvs de sociala agenternas livsstilar och positioner inom olika samhällsfält strukturerade efter agenternas materiella och kulturella tillgångar.³ Vi söker alltså se hur det virtuella rummet förhåller sig till det sociala rummet, dvs studera relationerna mellan användningen av och attityderna till IT å ena sidan och å andra sidan *mönster av värderingar, aktiviteter och bakgrundsvariabler såsom ålder, kön, utbildning och yrke*. Med hjälp av ytterligare ett stort antal statistiska sambandsanalyser har vi urskiljt relationer mellan de olika IT-inriktningarna och de övriga variablerna.

Av den fortsatta texten framgår hur vi an knyter analysen till några centrala teorier om Internets betydelse och individernas placering i det sociala rummet. Längre fram i rapporten refererar vi även till andra empiriska undersökningar om Internetanvändning, liksom till IT-debatt i medierna.

* * *

De flesta undersökningar av människors medieanvändning belyser (medie- och) IT-användningen i termer av bl a frekvenser (t ex hur ofta) och omfattning (hur lång tid t ex under ett dygn eller en vecka) samt andelen (%) som utnyttjar ett begränsat antal användningsområden för IT utifrån givna svarsalternativ. Dessa frågor relateras sedan till vanliga bakgrundsvariabler som ålder, kön, utbildning och kanske också yrke, inkomst och liknande.

Sådana frågor relaterade till bakgrundsvariabler – som är viktiga också i vår analys – är ändå otillräckliga när relationerna redovisas var och en för sig, eftersom bakgrundsvariablerna ofta korrelerar med varandra och endast partiellt beskriver den komplexa situation som bestämmer individens förhållande till en given variabel (t ex användning av en viss Internettjänst). Medtadels kan man alltså inte härleda människornas positionering i olika frågor från nämnda bakgrundsvariabler en och en utan man måste också ta hänsyn till en rad andra förhållanden.

Som Bourdieu ([1979]1993) framhåller tenderar sambanden mellan en beroende variabel (t ex användning av en viss Internettjänst) och en oberoende variabel (som kön eller utbildning) 'att dölja helheten i det system av samband som i själva verket ligger till grund för den specifika styrkan och formen hos de effekter vilka kan inregistreras med hjälp av sådana partikulära korrelationer. Det samband som råder [...] gömmer på ett underjordiskt nät-

³ Vi an knyter här till det 'sociala rummet' som det definieras av Bourdieu (1994, se avsnittet 'Espace social et espace symbolique', s 13-35).

verk av statistiska korrelationer' (s 254). Genom att separat analysera olika bakgrundsvariablers samband med en viss aktivitet eller värdering riskerar man att tillskriva en av variabelerna (kön, ålder eller utbildning osv) effekter som i själva verket beror på alla variabler sammantagna (en oändlig mångfald av praktiker och värderingar). I varje statistisk variabel finns alltså återverkan från alla andra.⁴

Vårt synsätt – som vi så långt möjligt försökt att praktisera i analysen – innebär således att samhället kan definieras som ett mångdimensionellt fält av värderingar och aktiviteter, där varje människa har ett bestämt förhållande till var och en av dessa. Hon värderar i olika grad – positivt eller negativt – skilda musikstilar och enskilda låtar, liksom varierande litteratur, har skiftande intresse för olika vetenskapsämnen eller samhällsområden m m. Hon använder medierna på olika sätt (när det gäller tid och val av innehåll) och utövar mer eller mindre eller inte alls diverse fritidsaktiviteter. I kombination med bakgrundsvariablerna yrke, kön, ålder, social härkomst osv utgör dessa aktiviteter och värderingar hennes 'sociala identitet'.

Man kan se på värderingarna och aktiviteterna som (statistiska) variabler vilka har starkare eller svagare, positiva eller negativa, samband med varandra. De beskriver och förklarar varandra, i den mån det går att förutsäga en människas förhållande till respektive aktivitet osv utifrån andra värderingar, aktiviteter och bakgrundsvariabler. Att studera dessa samband och föra ihop dem i ett sammanhängande system för att finna några övergripande faktorer – och studera hur varje värdering, aktivitet m m kvantitativt förhåller sig till dessa, till bakgrundsvariablerna och till varandra – har varit ambitionen med vår analys.

Den aktuella analysen innefattar således ett försök att etablera en mer generell sambandsmodell mellan (huvuddelen av) IT-variablerna i frågeformuläret och respondenternas bakgrundsvariabler och övriga värderingar och aktiviteter. En sådan möjlig modell skulle kunna bidra till fördjupad förståelse av det virtuella rummet, dvs av ITs roll i människors liv liksom i samhället allmänt, samt bli en utgångspunkt för framtida datainsamlingar och analyser.

⁴ Dessutom varierar enligt Bourdieu ([1979]1993) den relativa tyngden av de faktorer som konstituerar detta system av egenskaper från ett 'fält' till ett annat. Varje fälts specifika logik bestämmer vilka egenskaper som är gångbara just på den marknaden, vilka som är relevanta och verksamma i det aktuella spelet och som i förhållande till detta fält fungerar som specifikt kapital och därigenom som förklarande faktor till praktikerna (s 270).

Teoretiska ramar

Vi har i rapporten inte från början bundit oss vid en bestämd teori som den empiriska analysen skulle bekräfta eller förkasta utan har sökt att relatera helheten till några olika perspektiv.

Ett centralt perspektiv i förhållande till vilket man skulle kunna tolka utfallet av analysen är Bourdieus teori (se bl a 1979) som betraktar människors livsstilar i relation till deras bana i samhället, dvs deras sociala bakgrund och livserfarenheter (habitus⁵) å ena sidan och å den andra deras positioner inom de specifika samhällsområden (fält⁶) där de har investeringar. Bourdieu menar att samhällets medlemmar kan struktureras i (teoretiska) sociala klasser utifrån personernas ekonomiska och symboliska (kulturella, sociala etc) kapital,⁷ vilka hänger samman med deras olika 'val' – ställningstaganden, värderingar och praktiker.

⁵ 'Habitus' avser det förkroppsligade kapitalet, resultatet av individens sociala erfarenheter. Genom habitus finns det förflutna kvar och agerar genom de systematiska dispositionerna som den har skapat (smak, värderingar o dyl) så att samhällsordningen skrivits in i kropparna (Bourdieu 1997, s 97, 168). Habitus konstruerar världen genom sättet att orientera sig mot den, rikta sin uppmärksamhet mot den, som en aktiv och konstruktiv spänning mot den närmaste framtiden (s 172). Genom habitus har varje agent en praktisk, s a s kroppslig, kännedom om sin position i det sociala rummet, en känsla för sin plats (s 220). Habitus är alltså den generativa principen för agenternas smaker och utmärkande praktiker.

⁶ Ett 'fält' är ett strukturerat socialt rum som betecknas av specifika positioner inom specifika institutioner samt specifikt symboliskt kapital (i en värdehierarki). Varje fält karakteriseras av strävandet efter ett specifikt mål, som är i stånd att främja specifika investeringar hos alla dem (och bara dem) som har de nödvändiga dispositionerna. Varje fält har en specifik logik som instiftas under formen av en specifik 'habitus', en känsla för spelet, som betecknas som begåvning, sinne (för litteratur, för filosofi etc) (Bourdieu 1997, s 22-23). Genom dispositioner och tro som är väsentliga för engagemangen i olika sociala spel, introduceras 'fältets' alla förutsättningar in i de sociala agenternas avsikter och handlingar (s 165-166).

⁷ 'Symboliskt kapital' i Bourdieus teoretiska bygge avser alla värden, tillgångar eller resurser som inte är av gängse 'ekonomisk' art, som av sociala grupper erkänns som värdefulla och tillerkänns värde. Det handlar om dispositioner, förmågor, handlings- och orienteringsmöjligheter, vilka för det första modifieras, för det andra brukas på nya sätt i nya situationer (Broady 1991, s 175).

I de västerländska samhällena är agenterna fördelade i det sociala rummet i enlighet med två differentieringsprinciper – ekonomiskt kapital och kulturellt kapital. Mot varje klass av positioner (i det sociala rummet) svarar å ena sidan en klass av habitus och å andra sidan tillgångar och egenskaper: Eftersom livsstilar är systematiska produkter av habitus finns det en samstämmighet mellan rummet av positioner, rummet av livsstilar och rummet av värderingar. Habitus utgör olika klassificeringsscheman och principer för att betrakta och göra indelningar.⁸

Bourdieu's teori implicerar ett maktperspektiv som innebär att samhället präglas av dominansförhållanden mellan dessa olika sociala klasser och av en kamp för att bevara eller erövra vissa värdefulla positioner inom de fält där de sociala agenterna är engagerade. Det bör framhållas att bakgrundsvariabler som kön och ålder är konstituerade inom de sociala klassernas struktur (ålders- och könsegenskaperna går inte att skilja från klassegenskaperna).⁹

Med hjälp av korrespondensanalys (en sorts multivariat analys)¹⁰ söker Bourdieu påvisa att det finns en samstämmighet mellan personers position inom olika samhällsfält (i termer av yrken, befattningar, utmärkelser av olika slag m m) å ena sidan och deras estetiska smak, moraliska och politiska värderingar, fritidsaktiviteter osv å den andra, så att vissa positioner (t ex yrken) tenderar att förknippas med vissa smaker, värderingar och fritidsaktiviteter, liksom med en specifik umgängeskrets. På så sätt utgör det symboliska kapi-

⁸ Dessa skillnader mellan praktiker, smak osv omvandlas till symboliska skillnader som bildar ett verkligt språk, distinktiva tecken (ett 'symboliskt rum'). Skillnaden blir ett tecken och ett tecken på distinktion (eller vulgaritet) först när en princip om synlighet och indelning appliceras på den som införlivas av alla agenterna (i en grupp, ett 'fält' eller samhället). Det som man allmänt benämner som distinktion, dvs en viss kvalitet, oftast betraktad som medfödd, avseende hållning och uppträdande, är i själva verket inte någonting annat än skillnad, avstånd, särskiljande tecken, dvs en relationell egenskap som existerar endast i och genom relationen till andra egenskaper (Bourdieu 1994, s 13-35).

⁹ Bourdieu menar bl a att en klass i allt väsentligt är definierad genom den plats och det värde den tillerkänner de bägge könen (och deras socialt konstituerade dispositioner). Därför antar arbetsdelningen mellan könen både i fråga om praktiker och föreställningar helt skilda former i de olika sociala klasserna (Bourdieu [1979]1993, s 261) Ett belysande exempel är att när kvinnor blir fler inom ett visst yrke, uttrycker detta den absoluta och relativa minskningen av yrkets värde (s 262).

¹⁰ Korrespondensanalys lämpar sig bl a för nominalskalor. Vi har valt att arbeta med faktoranalyser, som också är en multivariat analys, eftersom vi haft möjlighet att utgå från ordinalskalor.

talet (och därmed sammanhängande mönster av smaker och värderingar) en osynlig systemreproducerande faktor.¹¹

Bourdieus tankegångar där social bakgrund och samhällsbana är avgörande för människors smak och aktiviteter kan relateras till en rad andra (bland annat 'postmoderna') teorier som framhåller massmedierna som en viktig kultiverande faktor, som i stor utsträckning har ersatt de traditionella socialisationsinstitutionerna som familj och skola, inte minst i medieglobaliseringens tidsålder där mediernas utbud domineras av stora företag som genom reklam och underhållning ständigt söker att omforma individernas smak och fritidsmönster i syfte att sälja nya varor, tjänster och bekvämligheter. Till skillnad från tidigare samhällsformer där den sociala identiteten (och livsstilen) i hög grad var en funktion av människans sociala bakgrund och yrke har den 'postmoderna' identiteten blivit mycket mer instabil och föränderlig under mediernas inflytande (t ex Baudrillard [1981]1994, Ziehe 1989).

Mediernas betydelse för individernas sociala tillvaro är inte minst aktuell i datorns tidsålder som i flera avseenden skiljer sig från de tryckta och de traditionella elektroniska mediernas (sedvanlig telefon, radio och TV) perioder. Flera författare har t ex framhållit att den nya informations- och kommunikationsteknologin, i synnerhet Internet, också ligger i centrum för den pågående globaliseringen vilken enligt vissa kritiker (t ex Herman & McChesney 1997) innebär att en allt större politisk och ekonomisk makt koncentreras hos ett minskande antal transnationella bolag vars dominans på medieområdet bl a leder till kulturell likriktning och utarmning av västerlandets demokratiska potential.

Många andra forskare har tvärtom sett nya möjligheter i de framväxande digitala medierna för det politiska livet i de västerländska demokratierna som under 1900-talets senare decennier präglats av sjunkande partipolitiskt engagemang. Den växande mängden samhällsinformation som via Internet blivit lättillgänglig för allt fler människor ses i sådana sammanhang som en viktig upplysningsfaktor samtidigt som allt fler diskussionsföra på nätet förväntas befrämja politisk aktivitet.

En av dem som redan på 1980-talet insåg de framtida mediernas kapacitet i detta avseende var Meyrowitz (1985) som menade att digitala medier kan medföra utveckling av nya former av intelligens som bl a inbegriper förmågan att reducera kunskapssituationens storlek tills man behärskar den, vilket blir lättare med snabb tillgång till all den information som Internet innebär. Nya sorters kompetenser kan utvecklas – framför allt förmågan att se mönster och samband mellan olika sorters data. Ett centralt moment i Meyrowitz resonemang är tesen att medierna utgör en social ram som inkluderar och ex-

¹¹ Bourdieu framhåller att individer som har skilda smaker befinner sig långt ifrån varandra i detta teoretiskt konstruerade sociala rum och har liten chans att träffas i verkligheten; och om de träffar varandra kommer de ofta inte att förstå varandra.

kluderar, förenar och skiljer, människorna genom regler för tillgång till samhällsrelevant information.¹²

Ur ett sådant perspektiv framstår de digitala medierna som en faktor som automatiskt sätter i gång en rad samhällsmekanismer som leder till ökad jämställdhet, en faktor som tenderar att involvera alla i en gemensam handlingssfär där det blir svårt att urskilja hierarkisk status, köns- och åldersroller.

Meyrowitz med fleras positiva syn på de framväxande digitala medierna skiljer sig skarpt från en rad kritiker av det massmediala 'postmoderna' samhället. Bland annat hävdar Poster (1990) att de digitala mediernas databaser i stället genererar nya dominansmönster. Med referens till en rad poststrukturalistiska tänkare menar han att databaserna påtvingar ett nytt utarmat och begränsat språk som etablerar nya specifika normer för att konstituera individer och definiera avvikare.¹³

Vi ser databaserna inte som intrång i det privata livet, som hot mot en centrerad individ, utan som ett mångfaldigande av individen, en konstitution av ytterligare ett 'jag', som kan behandlas till nackdel för det 'verkliga' jaget utan att det 'verkliga' jaget någonsin inser vad som är på gång. (ibid, s 97-98, förf:s övers)

Kommunikationssystemen i informationseran kan alltså sätta i gång nya former av övervakning; Poster menar att dagens 'kommunikationskretslopp' och databaserna som det genererar utgör ett superpanopticon (jfr Foucault [1974]1987), ett övervakningssystem utan väggar, fönster, torn och vakter där individerna har disciplinerats att själva delta i övervakningsprocessen både som informationens källa och registrerare.

I motsats till Meyrowitz anser Poster att det bara är teknologiska determinister som tror att databaserna kan bli avgörande villkor för en verkligt utbildad befolkning – i IT-samhället är informationen i stället något som noggrant kontrolleras av marknadskrafter, menar han.

Mot bakgrund av Internets utveckling hittills kan man i flera avseenden ifrågasätta Posters sistnämnda påstående om marknadskrafternas kontroll över informationen. Många samhällsdebattörer har jämfört Internet med en

¹² Meyrowitz (1985) menar t ex att till skillnad från de tryckta medierna som innebär uteslutning av stora delar av samhället och bidrar till en hierarkisk uppdelning även av de läs- och skrivkunniga, förändrar TV med sitt bildspråk det informationsmönster som etablerats av läsvanorna och avskaffar därmed sociala gränser genom att till alla samhällsgrupper leverera relevant information som tidigare varit förbehållen samhällseliten.

¹³ Liksom poststrukturalisterna menar Poster (1990) att subjektet konstitueras i kommunikationens handling och struktur. (Jfr även Manovich 2001.)

guldgruva när det gäller information – en jämförelse som blivit allt mer relevant med nätets framväxt då allt fler människor använder Internet inte bara för att söka olika sorters information och tjänster utan också för att aktivt medverka i dess utveckling, bl a genom att själva lägga ut ny information.

Man skulle däremot kunna ifrågasätta Internets förmodade betydelse som källa till kunskap, politiskt deltagande och social utjämning genom att med Bourdieu hänvisa till de nödvändiga villkor som måste vara uppfyllda för att de sociala agenterna ska engagera sig i ett specifikt 'spel'. För att ägna sig åt en speciell aktivitet (t ex söka en viss sorts samhällsinformation på Internet eller delta i ett politiskt forum) måste man vara utrustad med motsvarande habitus, med en disposition, som innebär att man måste uppfatta det sociala spelet som aktiviteten inbegriper, som relevant. Dessutom förutsätter investering i ett spels framtid att man har åtminstone ett minimums chans i spelet, alltså makt över spelet, över dess aktualitet, skriver Bourdieu (1997, s 276).

Petrovs (2000) analys av Stockholmsungdomars användning av Internet visar att Internets vanligaste användningsområden bland gymnasieungdomarna som ingick i studien utgjordes av nöjen, medan endast en förhållandevis liten andel av ungdomarna sökte sig till och utnyttjade ('legitimt') relevant samhällsinformation på Internet (politisk, vetenskaplig, 'finkulturell' etc). I överensstämmelse med Bordieus teori var ungdomarnas benägenhet att söka sådan samhällsinformation starkt kopplad till föräldrarnas högre yrkesposition och högre utbildning i kombination med skolans status. Sambanden gällde oberoende av tillgång till och mängden användning av Internet.

Det föreföll alltså som om viktiga skillnader mellan ungdomarna beroende på deras sociala bakgrund höll på att vinna fäste i det framväxande virtuella rummet. I likhet med Tichenor, Donahee & Olien (1970) kan man då undra om inte den växande tillgången till information i praktiken snarare leder till vidgade kunskaps- och samhällsklyftor.

Att pojkars användning av datorer och Internet hade ett i flera väsentliga avseenden avvikande mönster från flickornas (beträffande såväl användningens omfattning som inriktning) var ett annat huvudresultat i nämnda studie med Stockholmsungdomar. Att kvinnor i mindre utsträckning än män använder Internet är ett återkommande resultat i olika undersökningar. I den allmänna debatten har man ofta förklarat detta faktum med att Internet fortfarande är för tekniskt, att gränssnittet till den virtuella världen inte är anpassat till kvinnor m m. Sådana förklaringar rimmar väl med andra undersökningsresultat som visar att kvinnor har ett mindre intresse för teknik generellt och mer sällan än män utövar tekniska aktiviteter.

Man bör inte glömma att datorer och Internet (liksom tidigare elektroniska medier) från början utvecklades för att tillgodose behov inom det militära komplexet, ett fält som än idag nästan uteslutande domineras av män. Och en stor del av de populära TV- och datorspelen har utvecklats efter samma principer som styr militära strategiska projekt.

Eftersom teknisk verksamhet traditionellt varit männens domän och samtidigt en viktig maktfaktor (ekonomiskt, militärt osv) är det ur ett genusperspektiv att förvänta att den virtuella världen inte heller i vardagslivet präglas av fullständig jämställdhet mellan könen. Men mäns och kvinnors olika förhållande till Internet bör samtidigt belysas utifrån mångfalden sammanflätade praktiker och värderingar i samhället. Man bör dessutom relatera de olika IT-användningarna till värdet som respektive praktik tillskrivs inom olika sociala fält, liksom i samhället i stort.

Omfattning av IT-användningen generellt

I den kommande resultatredovisningen presenteras med hjälp av kvantitativa mått ett flertal uppgifter om de svarandes IT-användning, andra aktiviteter och värderingar, liksom sådana aktiviteters och värderingars samband med varandra och de sedvanliga bakgrundsvariablerna (i första hand ålder, kön, utbildning och yrke).

Vid tolkningen av sådana analyser är det vanligt att författaren och/eller läsaren generaliserar resultaten från den konkreta datainsamlingen till en större population. I det aktuella fallet kanske man antar att de beräknade siffrorna om medieanvändning m m kan tillskrivas Södertörns befolkning (totalt och i olika ålders-, utbildningsgrupper osv). Analytikern liksom läsaren söker kanske vidare att relatera dessa resultat till Sveriges befolkning eller delar av den.

Vi vill emellertid reservera oss för sådana *empiriska generaliseringar* och jämförelser. På samma sätt som i princip alla kvantitativa kartläggningar med personurval, präglas även den aktuella datainsamlingen av en rad metodologiska felkällor. Dels har vi dem som har att göra med respondenternas representativitet – bortfall m m. Dels måste man ta hänsyn till frågeformulärets beskaffenhet (vilka frågor som ingår, hur de är formulerade, i vilken ordning de kommer, hur de kan tolkas osv). Här är det viktigt att framhålla att en del frågor är mer mångtydiga än andra och kan ha uppfattats olika av olika respondenter, vilket innebär att styrkan hos motsvarande variabler att beskriva avsedda förhållanden minskar, att de uppvisar otydligare sambandsmönster med andra variabler och att deras värde försvagas i de multivariata sambandsanalyserna som kan vara en bas för *teoretiska generaliseringar*. Det bör tilläggas att även förhållanden förknippade med själva datainsamlingen (t ex att olika respondenter har besvarat postenkäten under olika förhållanden) bidrar till en databas 'instabilitet'. Att ta hänsyn till sådana felkällor är särskilt relevant när det gäller tolkning av statistiska mått som t ex procent och medelvärden som uttryck för *populationens* värderingar och aktiviteter (t ex antal timmar per dag som en genomsnittlig Södertörnsbo använder Internet, andelen lågutbildade i Södertörn som använder banktjänster på nätet etc).

Meningen med vår redovisning av procent o dyl är i stället att ge en uppfattning om den *relativa* spridningen av olika aktiviteter och värderingar – totalt och i olika respondentgrupper. I konsekvens härmed har vi varit sparsamma med att nämna exakta procenttal och har oftast föredragit att använda

uttryck av typen 'dubbelt så många', 'inte så stora skillnader' osv. Vi har också medvetet undvikit att redovisa tabeller med procentsiffror och i stället valt att presentera många resultat i bilddiagram som mer överskådligt visar på tendenser i de svarandes IT-aktiviteter m m.

Generellt vill vi alltså varna för en läsning av rapporten där man skulle tolka resultaten som en exakt motsvarighet till verkliga förhållanden ('73% av Södertörns invånare använder Internet', 'Internetanvändarna i Södertörn ägnar Internet ca 1 timme på lediga dagar', 'ca två femtedelar av dem brukar spela elektroniska spel' osv).

Förutom nämnda metodologiska felkällor måste man komma ihåg att IT är ett dynamiskt område och att datainsamlingen gjordes 2002/2003, alltså vid ett tillfälle i en pågående, omvälvande IT-process.

Som nämnts är också det viktigaste syftet med vår analys att söka *sambanden* mellan de olika IT-relaterade aktiviteterna och värderingarna som tas upp i formuläret och gruppera dem i ett fåtal generella *IT-inriktningar* å ena sidan samt å andra sidan att försöka relatera dessa inriktningar (liksom de enskilda variablerna) till övriga aktiviteter och värderingar.

Samtidigt som det är svårt att dra generella slutsatser utifrån de beräknade procenttalen p g a ovan diskuterade metodologiska problem, problem som är karakteristiska för alla studier med befolkningsurval – dvs samtidigt som procenttalen i fråga i bästa fall gäller för just de svarande personernas vanor och värderingar 2002/2003 – menar vi emellertid att man utifrån vissa antaganden kan placera de sambandsmönster vi funnit i en bredare teoretisk ram.

Tillgång till dator och Internet i hemmet ¹⁴

När undersökningen genomfördes, sade tre fjärdedelar av de svarande 16-74 år att de hade stationär dator hemma och en fjärdedel att de hade bärbar dator. Men det är ovanligt att bara ha bärbar dator. I stället har de med bärbar dator oftast också stationär sådan. Summa summarum hade drygt tre fjärdedelar dator i hemmet.

Av alla svarande sade nästan tre fjärdedelar att de hade Internetuppkoppling i hemmet. Av dessa personer hade knappt hälften bredband (varav en hel del dessutom hade Internetuppkoppling via modem), medan drygt hälften enbart hade modem.

¹⁴ De empiriska resultaten i avsnittet 'Omfattning av IT-användningen generellt' baseras på frågorna 1, 7, 9, 23-29, 30, 34, 35-36 samt bakgrundsvariabler i frågeformuläret (se bilaga 3).

Hur ofta används dator och Internet?

Lika många som angav att de har dator hemma (drygt tre fjärdedelar), svarade 'ja' på frågan att de 'brukar använda dator'. Och lika många som angav att de har tillgång till Internet i hemmet (knappt tre fjärdedelar) definierade sig som Internetanvändare, dvs svarade 'ja' på frågan om de 'brukar använda Internet'.¹⁵

Resultaten visar också att få är nybörjare i fråga om datorer – de flesta har använt dator i många år (åtminstone '4-5' men ganska ofta '10 år eller mer').

En viktig omständighet är *var* man använder dator och Internet. Omkring 60 procent av alla undersökningspersoner svarade att de använder *dator* 'på jobbet/i skolan', varav de allra flesta gör detta 'nästan varje dag'. Omkring 70 procent av alla svarande menade att de använder datorn 'hemma' – men då är det inte lika vanligt att göra detta 'nästan varje dag' utan det är också gängse att använda hemdatorn 'ett par gånger i veckan'.

Långt färre använder dator 'hos vänner/släktingar' och bara en minoritet uppsöker dator 'på Internetcafé'.

Ett likartat förhållande gäller *Internet* (se figur 1), som man dock inte nyttjar lika ofta som dator.

Som framgår av figuren menar sig knappt hälften av alla undersökningspersoner vara regelbundna Internetanvändare 'på jobbet/i skolan', dvs de använder Internet där åtminstone 'ett par gånger per vecka'. Något fler, drygt hälften, säger sig vara regelbundna Internetanvändare 'hemma'. Men, liksom är fallet med dator, är det vanligare att använda Internet 'på jobbet/i skolan' 'nästan varje dag' än det är att använda Internet 'i hemmet' 'nästan varje dag'. Att använda Internet 'hos vänner/släktingar' och 'på Internetcafé' är mycket mindre utbrett.

Hemanvändningen av Internet – och av dator – är alltså mer sporadisk än jobbanvändningen. Medan IT-användningen på jobbet oftast sker dagligdags, finns i hemmet fler som sätter sig vid skärmen bara då och då.

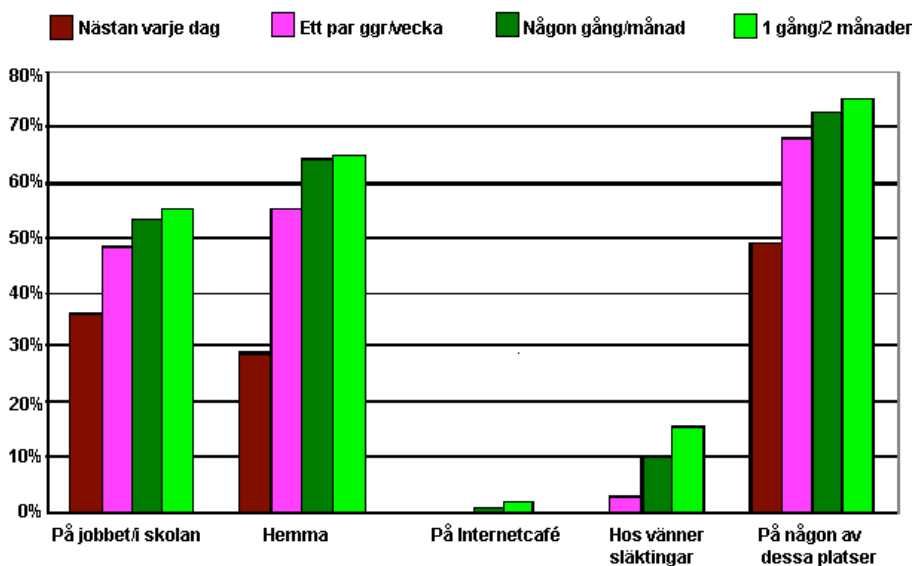
Intressant är att det bara finns ett svagt positivt samband mellan Internet- och datoranvändning 'på jobbet/i skolan' respektive 'i hemmet'. Det finns alltså bara en viss tendens att det är samma människor som använder Internet/dator 'ofta' både 'på jobbet/i skolan' och 'hemma'. Som framgår fortsättningsvis har detta i hög grad med ålder att göra – personer i yrkesaktiva åldrar använder oftare dator och Internet 'på jobbet', medan yngre personer oftare gör det 'i hemmet'. (Ett tydligare samband kan urskiljas mellan hur 'of-

¹⁵ Nästan alla de som *inte* använder Internet uppgav som orsak att de 'inte har behov eller intresse'. Flera skäl fick markeras och därnäst ganska vanliga var: att man 'inte har modem eller nätuppkoppling'; att man 'inte har kunskap'; att man 'inte har tid'; och att det är 'för dyrt'.

ta' man använder dator/Internet på 'café' respektive 'hos släktingar/vänner', som också är vanligare bland yngre.)

Frekvensen Internetanvändning totalt, oberoende av plats, sammanfattas i de sista staplarna i figuren. Där kan man se att omkring hälften av undersökningsspersonerna menar sig använda Internet 'nästan varje dag', mer än två tredjedelar åtminstone 'ett par gånger i veckan' och knappt tre fjärdedelar åtminstone 'någon gång per månad' – samma andel som svarat 'ja' på den tidigare nämnda frågan 'Brukar du använda Internet?'. (Därtill finns ett par procent som använder Internet någon gång varannan månad.)

Figur 1. Hur ofta använder du Internet? Kumulativ procent av samtliga svarande (n = 1.272)



Hur lång tid ägnar man Internet?

I formuläret (se bilaga 3) finns också en fråga om 'hur mycket tid man ägnar Internet på arbetsdagar' (oberoende av om det är på jobbet, hemma eller annan plats) och en motsvarande fråga om 'lediga dagar'. (Sådana frågor ställdes inte om användning av dator.)

Det är stor spridning i svaren. Drygt hälften av *Internetanvändarna* (alltså inte alla svarande i undersökningen) uppger att de använder mediet högst en halvtimme 'på arbetsdagar'. Mer än en timme ägnar sig en femtedel då åt Internet. Men bland denna femtedel finns personer som använder mediet flera

timmar, vilket drar upp det aritmetiska medelvärdet. Medelvärdet på arbetsdagar kan därför uppskattas till ca 50 minuter.

På 'lediga dagar' säger sig *Internetanvändarna* ägna något längre 'tid' åt Internet. Hälften av dem är ute på nätet högst 30 minuter och en fjärdedel mer än en timme. Medelvärdet är ca 60 minuter.

Det finns ett mycket starkt positivt samband mellan tiden man ägnar Internet 'på arbetsdagar' och 'på lediga dagar'.

Men det bör understrykas att 'arbetsdagar' och 'lediga dagar' i det här fallet inte, som man lätt kan tro, slentrianmässigt motsvarar 'jobbet/skolan' och 'hemmet'. Det finns visserligen ett positivt och väntat (men inte mycket starkt) samband mellan att 'ofta' använda Internet 'på jobbet/i skolan' och att ägna Internet längre 'tid' på arbetsdagar'. Men att 'ofta' använda Internet 'på jobbet/i skolan' har *inget* samband med hur lång 'tid' man använder Internet 'på lediga dagar'.

Vänder vi på perspektivet och ser till dem som 'ofta' använder Internet 'i hemmet', ägnar de personerna däremot Internet längre 'tid' än andra – *både* 'på arbetsdagar' och, särskilt, 'på lediga dagar'.

Efter dessa allmänna inledande uppgifter om omfattningen av Internetanvändningen infinner sig kanske en undran om de svarande i undersökningen totalt sett använder Internet mycket eller litet. Det är omöjligt och meningslöst att försöka avgöra om undersökningspersonerna använder Internet mer, mindre eller lika mycket som personer som svarat i andra undersökningar, eftersom undersökningarna inte är jämförbara. Frågorna i de olika studierna är inte ställda på samma sätt, datainsamlingsmetoderna varierar, tidpunkterna då undersökningarna genomfördes är inte desamma, de övre och nedre åldersgränserna i urvalen skiljer sig åt och bortfallen är oftast stora. Allmänt kan vi ändå konstatera att det inte finns någonting som pekar på att mängden Internetanvändning bland personerna som svarat i Södertörnsundersökningen skulle avvika markant från den som redovisas i andra studier och som avses gälla Sveriges befolkning.¹⁶

Bredband kontra modem

Som nämnts, hade knappt hälften av Internetinnehavarna i undersökningen bredband i hemmet, medan drygt hälften bara hade modemuppkoppling. Att ha bredband hemma har mycket starka positiva samband med hur 'ofta' man använder Internet 'hemma' och hur lång 'tid' man är ute på nätet 'på lediga dagar' samt, dock mindre starkt, 'på arbetsdagar'. Dubbelt så många med bredband som med modem är t ex mer eller mindre dagligen ute på nätet från hemdatorn. Och bredbandsinnehavarna surfar hemifrån 'på lediga da-

¹⁶ Se t ex undersökningsserier nämnda i nästa avsnitt 'Ålder, kön, utbildning, yrke'.

gar' i genomsnitt ungefär tre gånger så lång 'tid' som de som bara har modem.

Det finns i frågeformuläret – något som vi alltså senare ska fördjupa oss i – ett antal angivna saker man kan göra med dator och på Internet. Det visar sig att personer med bredband i hemmet, som man kan förvänta, säger sig utföra de flesta Internetaktiviteter oftare än personer med modem, t ex 'informationssökning' av olika slag, 'tidnings-/tidskriftsläsning', 'filmtittande/musiklyssning', olika sorters spel på nätet, deltagande i 'nyhetsgrupper', 'chatt', 'använda banktjänster', 'söka arbete' m m. Ett undantag är att modem- respektive bredbandsinnehavare ungefär lika ofta 'skickar e-post' och det är inte särskilt stor skillnad i fråga om Internettjänsten 'söka reseinformation'. Att ha modem eller bredband tycks inte heller inverka på hur mycket man använder själva datorn – båda grupperna anger ungefär lika ofta att de brukar datorn för 'textbehandling', 'tabellsammanställning', 'programmering', 'layout/formgivning' och 'bildbearbetning'.

Det råder alltså ingen tvekan om att bredband ökar möjligheterna att just vara ute på nätet, vilket också bekräftas av att de som har bredband hemma menar att de ägnar Internet längre 'tid på lediga dagar' än modeminnehavarna gör.

Bredbandsinnehavarna anger också att de har viss annan dator- och medieteknik oftare än de som bara har modemuppkoppling – t ex 'CD-brännare', 'scanner', 'TV-spel', 'satellit-/kabel-TV', 'DVD' och 'mobiltelefon med WAP/GPRS'. Men skillnaderna är inte mycket stora. Och det finns ingen eller mycket liten skillnad mellan de båda grupperna i fråga om att ha 'stationär' eller 'bärbar dator', 'skrivare', 'digital-TV', 'video', 'musik/stereoanläggning' och 'mobiltelefon' överhuvudtaget.

Vilka grupper har då bredband? Bakgrundsvariabler som ålder, kön, utbildning, yrke, inkomst¹⁷ osv är inte särskilt avgörande. Bland Internetanvändarna tycks bredband dock vara lite vanligare bland unga och yngre vuxna respektive bland barnfamiljer. Ett kanske tydligare resultat är att personer som bor i lägenhet oftare har bredband än personer som bor i villa el dyl (medan modem tvärtom är vanligare bland dem som bor i villa). Teknisk utbyggnad av bredband verkar alltså spela minst lika stor roll som personliga motiv av typen att den yngre hälften av befolkningen har större intresse av Internet eller att barnfamiljer önskar hålla kontroll på skenande telefonkostnader.

¹⁷ Inkomstfrågan i formuläret är dock svårtolkad och kan antas ha låg validitet då den avser hushållets sammanlagda inkomst, varför vi oftast avstått från att ta hänsyn till frågan.

Ålder, kön, utbildning, yrke

Det existerar flera undersökningsserier som följer den växande dator- och, framför allt, Internetanvändningen i Sverige.¹⁸ Beroende på hur frågorna ställs, vilka åldrar som medtagits i populationerna/urvalen m m, får man delvis olika bilder av hur IT-användningen ser ut totalt och i olika befolkningsgrupper. Men några genomgående drag som dessa undersökningar pekar på i dagsläget är att yngre personer (vi bortser här från barn) använder Internet mer än äldre personer – särskilt pensionärer 'ligger efter' – samt att hög- och därefter mellanutbildade använder Internet mer än lågutbildade. I samklang med det senare nämnda resultatet framträder också skillnader mellan tjänstemän och arbetare samt mellan hög- och låginkomsttagare. När det gäller kön använder män Internet mer än kvinnor men könsskillnaderna tycks generellt inte alltid lika stora som skillnaderna enligt ålder, utbildning och yrke. I de senaste årens undersökningsrapporter har även tillgång till bredband uppmärksamats och, i likhet med vad som framkom ovan, redovisas att de med bredband (eller fast avgift) använder Internet mer än de som bara har modemuppkoppling, särskilt i fråga om vissa typer av nättjänster.

Bland de svarande i Södertörnsundersökningen återfinns liknande övergripande grova samband i fråga om ålder, kön, utbildning och yrke som i övriga undersökningar. Men vi vill understryka att när vi senare fördjupar analysen, blir resultaten mer nyanserade och ibland t o m de motsatta.

Låt oss dock börja med några enkla resultat som avser dator- och Internetanvändningen allmänt bland samtliga svarande, enligt ålder, kön, utbildning

¹⁸ Bland annat finns följande undersökningsserier (här nämns exempel på rapporter):

FSI (2004 respektive 2005) *IT-användningen i Sverige år 2003 respektive 2004*. Stockholm: Forskningsgruppen för Samhälls- och Informationsstudier

Lowe Hedman & Annika Bergström (2003) 'Internet – en berg- och dalbana', i Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Fåfångans marknad. SOM-undersökningen 2002*. Göteborg: SOM-Institutet, SOM-rapport nr 33, s 187-201, respektive Annika Bergström (2004) 'Internetanvändningens fas II', i Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Ju mer vi är tillsammans. Tjugosju kapitel om politik, medier och samhälle*. Göteborg: SOM-Institutet, SOM-rapport 34, s 319-328

Nordicom (2003 respektive 2004) *Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2002 respektive 2003*. Göteborg: Göteborgs universitet, Nordicom. Medientiser nr 1, 2003 respektive nr 1, 2004

Olle Findahl (2003 respektive 2004) *Svenskarna och Internet 2002 respektive 2003*. Gävle: World Internet Institute

och yrke.¹⁹ I figur 2 presenteras andelen som svarat 'ja' på frågorna 'Brukar du använda dator?' och 'Brukar du använda Internet?'.

Figuren visar klart att ålder är den bakgrundsvariabel av de fyra där IT-användningen uppvisar störst variation. Som vi redan nämnt har IT också olika funktioner i olika åldrar, vilket bl a yttrar sig så att personer i yrkesaktiva åldrar oftare använder IT 'på jobbet' medan yngre åldrar oftare använder IT 'hemma'. Det är också oftast bland personer i ca 30-55-årsåldern som man använt dator 'mer än tio år'.

Könsskillnaderna tycks vid första anblicken inte så stora. Men kombinerar man ålder och kön framkommer kraftiga differenser i pensionsåldern då t ex dubbelt så många män som kvinnor 'brukar använda Internet'. I de flesta åldrar är också mäns användning av dator och Internet 'i hemmet' mer omfattande än kvinnors (medan mängden användning 'på jobbet/i skolan' är ganska likartad mellan kvinnor och män).

Detta innebär att könsskillnader även framträder särskilt för ungdomar (som ju använder IT mest hemma) – unga kvinnor använder IT mindre än unga män. Vidare tenderar män att ha börjat använda dator något tidigare, dvs lite fler män än kvinnor har markerat att detta skedde för 'mer än 10 år sedan'. Att IT fortfarande i flera väsentliga avseenden är männens territorium illustreras längre fram.

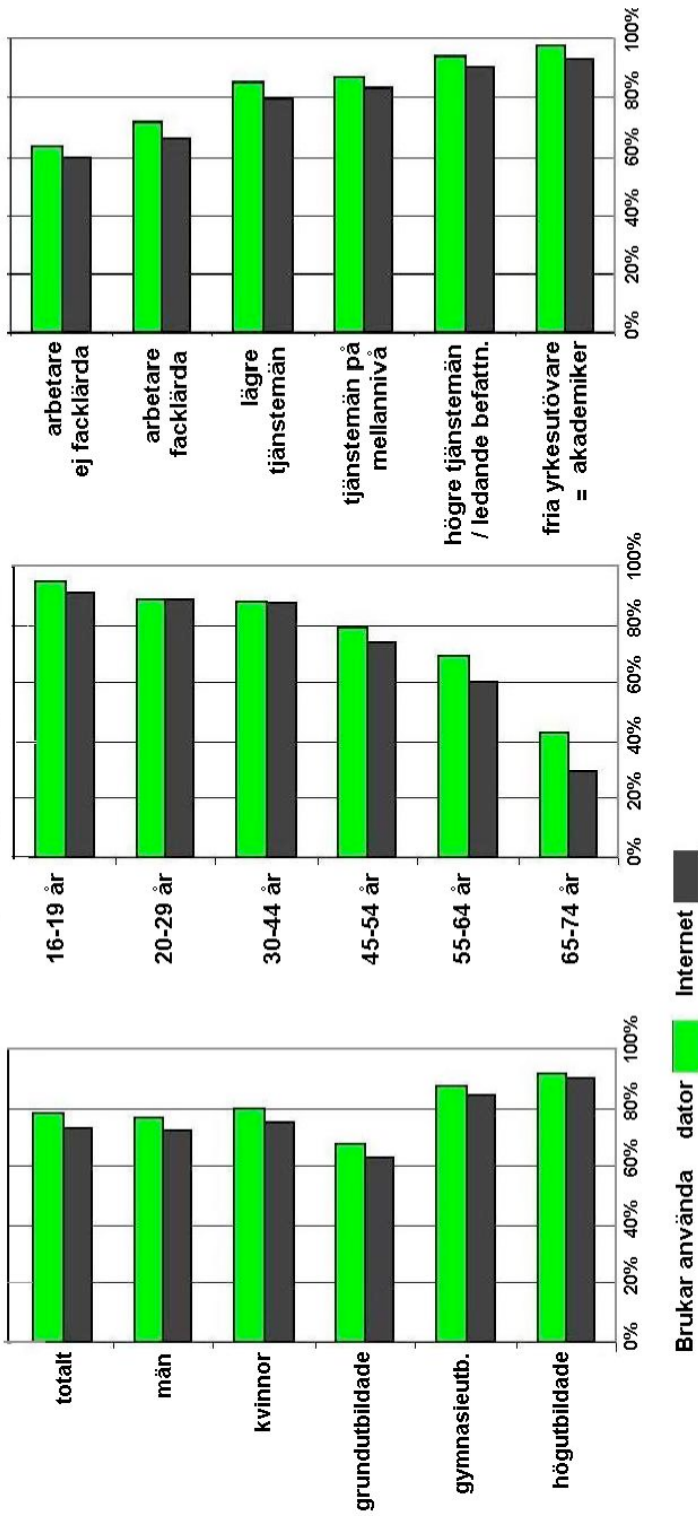
Figuren bekräftar sedan att utbildning spelar roll för om man använder dator och Internet. Och andra frågor i formuläret ger vid handen att ju högre utbildad man är, desto längre sedan var det man 'började använda dator' och desto 'oftare' tenderar man att använda IT på olika platser (dock inte 'hos släktingar/vänner'). Men dessa senare nämnda samband är inte särskilt starka (och finns inte alls i fråga om hur lång 'tid' man använder Internet).

Staplarna i figuren demonstrerar också tydligt att användning av dator och Internet hänger samman med högre yrkesposition. Svaren på andra frågor visar att det finns mycket starka positiva samband mellan yrkesposition och IT-användning i bemärkelsen 'hur länge sedan man började använda dator' samt 'hur ofta' man använder såväl dator som Internet 'på jobbet'. (Sambanden mellan yrkesposition och hur lång 'tid' man använder Internet är emellertid svaga eller obefintliga.)

¹⁹ Yrke har kodats efter Statistiska Centralbyråns socioekonomiska indelning (SEI), se SCB (1989).

Figur 2. Andelen som svarat 'ja' på frågorna 'Brukar du använda dator?' respektive 'Brukar du använda Internet?'

Procent av samtliga svarande, totalt och efter kön, utbildning, ålder och yrke



Samband mellan användning av Internet och andra medier

Internet har således blivit ett vardags-/veckomedium i mer än två tredjedelar av undersökningspersonernas liv och används vanemässigt av omkring tre fjärdedelar. Men Internetmediet positionerar sig ännu så länge, i användningsfrekvens och tid räknat, ganska långt ifrån de mest använda medierna radio och TV. I frågeformuläret ingår inte jämförbara frågor om dagstidningsläsning men enligt *Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2002* respektive *2003* (Nordicom 2003, 2004) når dagstidningar fler personer under en dag än vad Internet gör, även om de inte läses så lång tid som vi ser på TV och lyssnar på radio. I omfattning räknat (räckvidd och användningstid sammanvägt) kan Internetanvändningen därför antas mer motsvara den uppmärksamhet en 'genomsnittsperson' ger musikskivor, böcker och tidskrifter.

Sannolikt kommer detta att ändras i framtiden när datorn på ett bekvämare sätt än idag kan kopplas till TV-skärmen, när allt fler fått tillgång till bredband, när nedladdningen av filmer i datorn blivit vardagsmat osv. Samtidigt måste understrykas att medieanvändningen är mycket olika för olika grupper och individer, varför den i ett allt mer individualiserat och fragmenterat medielandskap måste studeras mer i detalj.

I det följande avsnittet ställer vi ändå frågan om hur användningen av Internet samverkar med annan medieanvändning *i genomsnitt* så som sambanden framträder i Södertörnsundersökningen. Anledningen till frågan är att många i den allmänna debatten undrar om, eller hävdar att, Internet bidragit till att man ägnar sig mindre åt andra medier (se exempel i det följande).

Det är viktigt att poängtera att vi inte kan uttala oss om hur Internetanvändningen verkligen *påverkar* annan medieanvändning. Utifrån en tvärsnittsundersökning genomförd vid ett tillfälle, som den aktuella Södertörnsundersökningen, kan man inte uttala sig om förändringar över tid. I undersökningen finns inte heller några frågor om undersökningspersonernas egna upplevelser av Internetanvändningens inverkan på annan medieanvändning.

Undersökningsexempel från andra håll

Med några undersökningsexempel från andra håll, bl a återgivna i pressen, vill vi också belysa svårigheten i att ännu uttala sig om ifall Internet har in-

verkat/inverkar på annan medieanvändning. Hur väl speglar de spretiga siffrorna nedan egentligen verkliga förhållanden?

I *Göteborgsposten* den 18 februari 2004 kunde man t ex läsa med hänvisning till statistik från undersökningsfirman Orvesto att 'de flesta dagstidningar förlorar läsare medan gratistidningarna ökar något. Och vi läser allt mer nyheter på webben' (Andersson 2004). Sambandet mellan tidningarnas vikande läsekrets och nyhetsläsning på nätet antyds eller antas dock bara utan analys. Det behöver naturligtvis inte vara så att det är samma människor som överger pappersupplagan och i stället läser tidningen på nätet. Kanske är det tvärtom samma personer som läser tidningen både i pappersversion och på nätet, medan andra människor ger upp tidningar överhuvudtaget. För övrigt står det ingenting i artikeln om att det verkliga är nyheter människor läser på tidningarnas webbsajter. Det kan lika väl vara information om resor, bostäder, nöjen, väder osv.

Om radio kunde man i bl a *Svenska Dagbladet* den 3 februari 2004 läsa: '[...] att lyssna på radio via Internet blir allt vanligare'. I artikeln sägs också att 'antalet lyssnare på webbradio [ökar] med 5-10 procent per månad' och att 'en halv miljon svenskar lyssnar på webbradio varje vecka' (Augustsson 2004). Dessa siffror verkar överväldigande i förhållande till t ex uppgiften att 1 procent av Internetanvändarna 9-79 år i Sverige lyssnar på radio via Internet en genomsnittlig dag i hemmet enligt *Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2002* respektive *2003* (Nordicom 2003, 2004). Ser man närmare på tidningens källa visar den sig också vara en press release från TeliaSonera som just kommit överens med Nordic Web Radio om att ta hand om den senares webbsändningar och alltså bli företagets streaming-leverantör med fokus på Norden. Siffrorna om det ökande antalet lyssnare på webbradio bygger på 'Nordic Web Radios egna beräkningar'. Varifrån uppgiften om den halva miljonen som lyssnar på webbradio varje vecka härrör, är oklart men kan möjligtvis enligt en annan tidningsartikel (*HUGIN - Sverige* 2004) som baseras på samma press release kopplas till en undersökning utförd av RUAB (Radioundersökningar AB) om webbradiolyssnandet 2003 vilken pressmeddelandet diffust nämner i slutet. Som ofta när det gäller undersökningar har de båda tidningarna alltså bara återgivit en press release som tydligen ligger i en specifik aktörs intresse, i det här fallet TeliaSonera, som sannolikt önskar göra reklam för sin nya satsning, varför siffror blåsts upp i tendentiöst syfte.

För att ta ett tidningsexempel om TV skrev bl a *Resumé.se* den 11 februari 2004 att 'Internet bidrar till tv:s minskade effektivitet'. Inledningsvis sammanfattades:

Häromdagen hölls konferensen Media Brand Summit i Florida. Man kunde där ta del av smakprov från UCLA:s stora undersökning angående mediers påverkan på varandra. Tydligt, och inte särskilt överraskande var att Internet starkt påverkar alla andra medier.

Längre ner i artikeln får man veta:

UCLA Study Results är en undersökning som för fjärde året i rad undersöker hur Internet påverkar samhället. Mer än 10 000 ungdomar i 16 länder undersöks och huvudansvarig för undersökningen är Jeffrey Cole från UCLA Center for Communication Policy. [...] Enligt undersökningen spenderar den genomsnittliga Internetanvändaren 11,8 timmar framför datorn. Hälften av den tiden tas från tv-tittandet, nästan ingen tid tas från sömn eller socialt umgänge. Tv-tittandets nedgång började redan 1998 och trenden har bara fortsatt nedåt med åren. År 2002 började det även synas tendenser att Internet påverkade intresset för tryckta medier. [...] Bredbandsanvändningen, som enligt undersökningen används av 38 procent av Internetanvändarna, har också påverkat tv-reklamens dalande effektivitet. Användarna har möjlighet att koppla upp sig på bara två till tre minuter och därför blir detta något de gör under tv:s reklamavbrott. [...]

Den uppmärksamma läsaren märker bl a att undersökningen endast gäller ungdomar – oklart vilka åldrar – och att 11,8 timmar framför datorn (oklart om det är på Internet) inte sätts i relation till någon period (gäller de per vecka?). Varken ovan eller i artikeln i övrigt får man veta något om metoden, vilket oftast är fallet i tidningsreferat. Så som artikeln är upplagd, bygger den troligtvis också på en press release ägnad att skapa uppmärksamhet åt undersökningen snarare än att ge kunskap om Internet. Bestickande är även uttalandet om TV-reklamens minskade effektivitet på en konferens med namnet Media Brand Summit.

Den svenska samarbetspartnern i UCLA-projektet är World Internet Institute i Gävle. Någon motsvarande ungdomsrapport därifrån har vi inte funnit men i en rapport om intervjuer med 18-85-åringar i Sverige under första hälften av 2002 (ursprungligt urval, bortfallsstorlek eller andra metodologiska felkällor redovisas inte) tycks Internetanvändare själva tycka att annan medieanvändning – TV-tittande, tidningsläsande och telefonerande – har 'påverkats' eller 'minskat' (olika uttryck används) och detta gäller framför allt den fjärdedel av Internetanvändarna som använder mediet mest (Findahl 2003).

Även i SOM-undersökningarna avseende Sveriges befolkning har man frågat om upplevd minskad användning av några andra aktiviteter som en följd av Internetanvändning. Bland de regelbundna Internetanvändarna (de som använder Internet varje vecka) upplever ca en tiondel en minskning av sin tidningsläsning, tidskriftsläsning och bokläsning, något fler en minskning av sitt TV-tittande och ytterst få en minskning av sitt radiolyssnande. Dessa siffror är ganska oförändrade under åren 1999, 2000 och 2002 och blir förstås lägre om vi ser till hela befolkningen (dvs inte bara de som använder Internet). Den aktivitet som flest menar har minskat är telefonerandet och i fråga om detta redovisas också en allt större upplevd minskning under perio-

den, något som författarna finner rimligt p g a allt e-postande (Hedman & Bergström 2003).

Men går man till den likaså årliga befolkningsstudien *Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2003* (Nordicom 2004) som frågat om personernas uppskattade användning av olika medier under gårdagen, återspeglas inte dessa (bland små befolkningsminoriteter) upplevda minskningar i TV-tittande, dagstidningsläsande eller radiolyssnande (minskningar som kanske även balanseras av öknningar i medieanvändningen i andra grupper). I *Mediebarometern* (där telefonerande inte studeras) konstateras att det finns en grundläggande tröghet och stabilitet i befolkningens medievanor. I ett mer långsiktigt perspektiv (från 1979) kan i stället två brytpunkter för en ökning av den totala tiden för befolkningens medieanvändning upptäckas. En ökning sker i mitten av 1980-talet, som en effekt av bl a införandet av kabel-/satellit-TV, och ytterligare en ökning är märkbar i mitten av 1990-talet, vilken kan förklaras av genomslaget av nya TV-kanaler och Internet. Efter 2000 har ökningen av tiden för hela medieanvändningen avstannat och under de senaste åren kan en liten nedgång skönjas, enligt *Mediebarometern*. I fråga om enskilda medier har läsningen av facklitteratur, special-/facktidskrifter och kassetlyssnande minskat, medan övriga medier har ungefär samma publikandelar som tidigare. Nedgången i läsningen av facklitteratur kan till stora delar förklaras av att det idag sker en omfattande läsning av sådant material på Internet på bekostnad av läsning av tryckt facklitteratur, framgår det av rapporten. Men någon minskning i TV-tittandet, radiolyssnandet och dagstidningsläsandet p g a Internets utbredning kan alltså inte utläsas av denna undersökningsserie.

Ibland framhålls att barns och ungdomars beteende kan ses som en seismograf, dvs ge tecken om hur det blir i framtiden. Men det har hittills inte heller i några svenska eller europeiska barn- och ungdomsundersökningar framkommit att tittandet på TV-skärmen skulle ha minskat på bekostnad av datorskärmen. Även om vissa grupper barn och ungdomar är utpräglade dator-/Internet-/spelentusiaster, är de i minoritet och också dessa barn/unga använder TV mer än andra medier. Så i genomsnitt för samtliga barn och ungdomar har dator- och Internetanvändning hittills blivit ett tillskott som i mängd räknat lagts på toppen av annan medieanvändning (t ex Johnsson-Smaragdi 2001).

Södertörnsundersökningen

Vad visar då Södertörnsundersökningen? Som nämnts, kan detta material endast ge svar på om det finns några positiva eller negativa *samband* mellan Internetanvändning och annan medieanvändning utifrån de frågor som ställdes i undersökningen, och frågan om eventuell påverkan medierna emellan

kan bara bli hypotetisk. Existerande variabler i frågeformuläret (se bilaga 3) att ta fasta på är:

- 'hur lång tid man lyssnar på *radio* i genomsnitt på arbetsdagar respektive lediga dagar' (fråga 6)
- 'hur lång tid man ser på *TV* i genomsnitt på arbetsdagar respektive lediga dagar' (fråga 6)
- 'hur regelbundet man anser att man besöker *bio*' (fråga 59)
- 'hur ofta man ägnar sig åt läsning av *skönlitteratur*' respektive 'av *fackböcker*', 'hur ofta man brukar köpa böcker' samt 'hur ofta man brukar låna böcker från bibliotek eller andra människor' (frågorna 59, 55 och 56)
- 'hur många gånger per dag man vanligtvis använder *mobiltelefonen* för att ringa ifrån' respektive 'ta emot samtal' samt 'hur många gånger i månaden man vanligtvis använder mobiltelefonen för att ta emot SMS' och 'skicka SMS' (frågorna 10 och 12).

Som sagt, finns i detta sammanhang ingen relevant fråga om dagstidningar eller andra medier.

Sambandsanalyser visar först att de ovannämnda variablerna om radio, TV, bio, böcker respektive mobiltelefon starkt hänger ihop sinsemellan för 'sitt' respektive medium i fem motsvarande grupper²⁰ som är ganska oberoende av varandra.

Ett par samband finns dock även mellan de fem medierna. 'TV-variablerna' har svagt negativa samband med 'bokvariablerna' – de som tittar mycket på TV tenderar alltså att delvis läsa, låna och köpa böcker mindre än andra (och vice versa). Att ofta gå på bio hänger starkt positivt samman med att ofta SMSa via mobiltelefonen, något som har att göra med att båda aktiviteterna är vanligare bland ungdomar. Biobesök hänger samtidigt, fastän svagare positivt, ihop med 'bokaktiviteterna', vilket är förknippat med att personer med högre utbildning är mer benägna att både gå på bio och läsa böcker.

Så till huvudfrågan: Hur kommer Internet in i bilden? Det framgår att sambanden mellan å ena sidan mängden Internetanvändning och å andra sidan mängden traditionell medieanvändning – dvs vanligt radiolyssnande, TV-tittande, bokläsning/boklån/bokköp och biogående – är svaga eller obefintliga.

Sedvanligt radiolyssnande är den aktivitet som är mest oberoende av Internetanvändning.

²⁰ Som framgått omfattade dock biobesök bara en fråga.

De som ofta läser fack- och skönlitteratur och de som ofta går på bio tenderar dock i någon mån att oftare använda Internet 'på jobbet/i skolan'. Men vi finner mer eller mindre bara noll samband mellan att använda Internet 'i hemmet' och de traditionella medieaktiviteterna.

Vidare tenderar de som ägnar längre 'tid' åt Internet 'på lediga dagar' att även titta längre 'tid' på TV 'på lediga dagar'. Några särskilda samband mellan 'tiden' man ägnar Internet 'på arbetsdagar' och traditionella medieaktiviteter går däremot inte att upptäcka.

I fråga om mobiltelefoni, särskilt att SMSa, hittar vi flera positiva samband med Internetanvändning.

Sammanfattningsvis skymtar följaktligen tecken på att vissa *aspekter* av Internet (sådana som har med jobb och skola att göra) korrelerar svagt positivt med bokläsande och biobesök. Samtidigt korrelerar *andra* aspekter av Internet (sådana som har med lediga dagar att göra) positivt med mycket TV-tittande. De som använder mobiltelefon mycket brukar också använda Internet mycket på flera sätt.

Framför allt kan vi konstatera att undersökningen inte pekar på några negativa samband mellan mängden Internetanvändning och de andra medieaktiviteterna enligt formuläret – samband som skulle motivera hypoteser om att Internet bidrar till minskad användning av andra medier. Trots sådana utrop, särskilt i tidningsdiskursen, verkar Internetanvändningen alltså hittills inte ha plöjt djupa fåror i vardagslivets övriga mediebruk. Tvärtom – de som använder Internet mycket, använder i vissa avseenden också andra medier mycket, något som snarare stöder de tidigare nämnda resultat som tyder på att användningen av Internet för genomsnittspersonen har adderats till annan medieanvändning.

Hellre än att påstå att Internet konkurrerar ut traditionella medier skulle man därför kunna hävda att användningen av IT innebär att andra delar av människornas tillvaro i samhället förflyttas till ett virtuellt rum som utmärks av egna villkor, och att människors föreställningar om den sociala (och den fysiska) världen i allt större utsträckning grundas på deras erfarenheter i det virtuella rummet som IT utgör, och som kanske präglas av ett språk som konstituerar individ och samhälle på ett nytt sätt. Vi utvecklar dessa tankegångar längre fram i rapporten.

Nio inriktningar i IT-användningen

Ny digital informations- och kommunikationsteknologi har alltså inte bara blivit ett viktigt redskap i de flesta hem utan också, som det tycks från den aktuella undersökningen, en extra resurs utöver andra medier. Samtidigt framstår IT som en virtuell värld dit många aktiviteter förflyttats. I tidigare analyser av *Mediebarometern* och av egna data (Petrov u a) har vi kunnat urskilja tre huvudsakliga användningsområden när det gäller datorer och Internet – för 'nöje', 'information' respektive 'praktisk nytta' – vilka kan betraktas som relativt oberoende av varandra. I takt med att allt fler, ja, de flesta, människor får tillgång till IT kan vi, som antytts, i allt lägre grad tala om 'Internetanvändaren' som en genomsnittsperson. Man måste i stället söka identifiera flera olika typer av användningsområden och belysa mindre användargrupper sociala bakgrund samt hur deras vardagsliv och samhällsposition ter sig i den virtuella miljön.

Över tid måste man också studera hur olika grupper liv (eventuellt) förändras av tillgången till IT. Vidare måste man undersöka om Internet som källa till 'nöje', 'information' och 'praktisk nytta' i hemmet och på arbetet förändrar samhälleliga strukturer och funktioner: Ökar t ex den politiska aktiviteten och jämställdheten mellan olika grupper i samhället? Eller är det så att skillnaderna mellan olika samhällsgrupper – i termer av relevant kunskap och möjligheter att påverka samhällsutvecklingen – i stället består eller kanske t o m vidgas?

Som nämnts kan den aktuella studien inte belysa förändringar över tid. Men den omfattar flera detaljerade frågor om IT som möjliggör en fördjupad analys av olika användningsområden och användargrupper och som också förhoppningsvis kan ge underlag för antaganden om ITs (framtida) roll för olika användare och i samhället.

Bortsett från innehav av dator och Internetuppkoppling, när man började använda dator, hur ofta man brukar använda dator och Internet på olika platser samt hur mycket tid man brukar ägna Internet på arbetsdagar respektive lediga dagar – de resultat vi presenterat hittills om *omfattningen* av IT-användningen – finns huvudsakligen följande grupper av frågor i formuläret (bilaga 3) om aktiviteter och kunskaper som har med *inriktningen* av IT-användningen att göra:

- hur ofta man använder dator för en rad uppgifter: 'textbehandling', 'tabellsammanställning', 'bildbearbetning', 'informationssökning', 'tidnings-/tidskriftsläsning', 'filmtittande/musiklyssning', 'programmering', 'skapa hemsidor', 'layout/formgivning', 'strategispel', 'rollspel', 'spel på Internet', 'övriga spel', 'skicka e-post' (fråga 30)
- hur goda eller dåliga man bedömer sina 'kunskaper om datorer' (fråga 32)
- hur stora 'kunskaper' man har för att utföra diverse uppgifter: 'kopiera och ändra filer', 'ta bort virus', 'installera programvara', 'göra presentationer (med t ex power point)', 'hitta information på Internet', 'ladda ned musik/filmer/mjukvara', 'göra hemsidor', 'konfigurera eget nätverk' (fråga 33)
- hur ofta man utnyttjar ett antal tjänster på Internet: 'sökmotorer', 'nyhetsgrupper', 'chatt', 'on-line-spel', 'köp och auktioner', 'bankärenden/bankupplysningar', 'inlämning av inkomstdeklaration o likn', 'söka arbete', 'söka efter bostad (hus, lägenhet)', 'reseinformation', 'juridisk information', 'facklig information', 'studieinformation', 'ekonomisk och finansinformation', 'politisk information', 'hälsoinformation/familje-/barnfrågor', 'tjänster för bekantskap/dating', 'delta i mailinglistor', 'delta i MUD/MOO', 'erotik' (fråga 34)
- om man 'blivit bekant med nya människor via Internet' (fråga 37)
- om man 'begärt information från myndigheter via e-post' (fråga 39)
- om man 'skickat e-post till något TV- eller radioprogram' (fråga 39)

Svarsalternativen på de 46 delfrågorna i listan ovan utgörs i samtliga fall av olika typer av ordinalskalor utom för de tre sistnämnda delfrågorna som har ja-/nej-svar.

På liknande sätt som i tidigare egna studier kunde vi med hjälp av statistiska sambandsanalyser – faktoranalyser – sortera dessa olika IT-aktiviteter (och IT-kunskaper) som de enskilda delfrågorna gäller. Eftersom frågan 'delta i MUD/MOO' bara var aktuell för ett litet fåtal personer utslöt vi dock den och sökte reducera de återstående 45 variablerna i ett färre antal användningsområden eller IT-inriktningar.

Den fortsatta presentationen bygger således i stor utsträckning på faktoranalys, en multivariat analys som utifrån det aktuella frågeformulärets konstruktion passar den ansats som står i fokus – att utifrån sambanden mellan vad människor gör med dator och på Internet (och upplevda kunskaper om vad de kan göra) gruppera dessa aktiviteter längs några väl avgränsade, mer generella dimensioner (faktorer) för att därefter relatera dessa faktorer till övriga aktiviteter, värderingar, samhällspositioner (yrken) liksom till respondenternas bakgrund.

Det sambandsmått som använts särskilt ofta i våra analyser är Pearsons produktmomentkorrelationskoefficient (r), ett symmetriskt statistiskt mått som uttrycker det linjära sambandet mellan två variabler som mäts med (åtminstone) en (ordinal)skala. Beroende på sambandets styrka och inriktning varierar koefficienten mellan -1 (komplett negativt samband) och +1 (komplett positivt samband). Om koefficienten är 0, finns inget samband. Varje variabel har sambandet +1 med sig själv.²¹

Vi har när vi hittills redogjort, och i fortsättningen redogör, för resultaten godtyckligt valt att bortse från samband under 0,15, att kalla samband av storleken 0,15-0,19 för 'svaga samband' (och dylika uttryck), samband mellan 0,20 och 0,29 för 'samband' och samband på 0,30 och däröver för 'starka

²¹ Ett exempel: Vi har här i noten beräknat att sambandet mellan respondenternas vanor att söka 'juridisk' respektive 'politisk information' på Internet motsvaras av korrelationskoefficienten +0,44. Samma samband illustreras nedan med hjälp av en korstabell. Av tabellen framgår att personer som 'ofta' söker 'politisk information' tenderar att i mycket större utsträckning också söka 'juridisk information' på Internet än personer som 'aldrig' söker 'politisk information': 29% av respondenterna som 'ofta' söker 'politisk information' har uppgivit att de 'ofta' även söker 'juridisk information' medan endast 2% av dem som 'aldrig' söker 'politisk information' 'ofta' brukar söka 'juridisk' dito.

Andel av de svarande som söker juridisk information 'ofta', 'ibland' respektive 'aldrig' bland personer som 'ofta', 'ibland' respektive 'aldrig' söker politisk information, horisontell procent

<u>Använder datorn för att söka politisk information</u>		<u>Använder datorn för att söka juridisk information</u>				
		Ofta	Ibland	Aldrig	Alla	Antal respondenter
Ofta	%	29	36	36	100	42
Ibland	%	6	55	39	100	227
Aldrig	%	2	15	84	100	694
Alla	%	4	25	71	100	963
<i>Antal respondenter</i>		38	241	684	963	

Number of missing observations: 309
Pearsons korrelationskoefficient (r): 0,4377

samband'. Skulle sambandet händelsevis vara över 0,40 kallar vi det 'mycket starkt'.²²

Det är viktigt att komma ihåg att ett starkt positivt samband *inte* betyder att *många personer är positiva*. Statistiska samband – t ex korrelationskoefficienter – har inget att göra med variablernas absoluta storlek och inte heller med en positiv eller negativ inställning till aktiviteten i fråga. Korrelationskoefficienten är ett *likhetsmått*, ett uttryck för en gemensam tendens i två variabler. En positiv korrelation mellan två variabler som t ex avser hur ofta man utövar två olika aktiviteter, visar att dessa båda praktiker 'passar ihop', dvs att samma personer tenderar att utöva bägge aktiviteterna. Denna tendens blir alltså starkare ju närmare +1 korrelationskoefficienten är. En negativ korrelation visar däremot att aktiviteterna inte 'passar ihop', dvs ju oftare man utövar den ena aktiviteten desto mer sällan tenderar man att utöva den andra.

En faktoranalys är givetvis begränsad till just de variabler som ingår i analysen som går ut på att strukturera de många (ofta förväntade) sambanden mellan variablerna i ett tydligare mönster, ett reducerat antal dimensioner, som kan bli utgångspunkt för teoretiska generaliseringar. Faktoranalysen 'trollar' således inte fram helt nya aspekter. Och med andra i analysen ingående variabler kan dess utfall bli annorlunda.

I tabell 1 presenteras en sammanfattande lösning med nio olika faktorer av de 45 variablerna om inriktningen av respondenternas IT-användning. Vi har villkorligt benämnt faktorerna/grupperna av frågor:

- *Tekniskt IT-kunnande*
- *Spel*
- *Söka samhällsinformation*
- *IT-kreativitet*
- *Socialt umgänge*
- *Använda tidningar/nyhetsgrupper*
- *Sedvanligt IT-arbete*
- *Använda servicetjänster*
- *Söka arbete, studieinformation, bostad*

²² Det innebär också att vi har bortsett från statistiskt signifikanta samband under 0,15 (vilka är vanliga i materialet, eftersom antalet respondenter är stort).

Indelningen i de olika områdena är alltså inte godtycklig utan har gjorts med hjälp av faktoranalys *på basis av sambanden* mellan respondenternas svar på de 45 delfrågorna, samband som redovisas i tabellen. Att ett antal variabler sorterats i samma grupp tyder på att det finns en *faktor* som binder samman dem och som till stor del *förklarar variationen* i respondenternas svar på de frågor som sorterats under denna faktor.

De framtagna faktorerna är i sin tur statistiska variabler²³ som har samband – starkare eller svagare, positiva eller negativa – med samtliga variabler i undersökningen. I tabellen redovisas en utskrift av denna faktoranalys där de 45 delfrågornas samband med de olika faktorerna uttrycks med Pearsons korrelationskoefficient. Vidare uttrycker kvadraten av denna koefficient i vilken utsträckning de framtagna faktorerna förklarar variansen av de enskilda variablerna.²⁴ Samtidigt bidrar korrelationskoefficienten, i kombination med indelningen av ursprungsvariablerna (som sorterats under den faktor med vilken de har starkast samband, dvs som förklarar den största andelen av variationen i respondenternas svar på respektive delfråga), till att identifiera de framtagna faktorernas natur utifrån vilken vi givit faktorerna deras hypotetiska namn. Att ett antal variabler sorterats i samma grupp (eller i övrigt har starkt positivt samband med en viss faktor) innebär att personer med högt värde på denna faktor med stor sannolikhet har högt värde på många av ursprungsvariablerna i samma faktor – i det här fallet alltså frekvenser av aktiviteter (och kunskaper) i fråga om datorer och Internet inom samma grupp.

Ju högre upp en variabel sorterats under 'sin faktor', desto starkare korrelerar den med denna faktor, vilket också (omvänt) innebär att denna variabel har starkt förklarande värde för faktorn. Variabeln 'kunskap om att installera programvara' hänger således mycket starkare samman med faktorn *Tekniskt IT-kunnande* ($r=0,82$) – och är därmed viktigare för förståelsen av denna

²³ Faktorerna är statistiska variabler vars värde för enskilda respondenter eller för grupper av respondenter är en produktsumma av motsvarande värden för ursprungsvariablerna som ingår i faktoranalysen. Till skillnad från de diskreta ursprungsfrågorna (respondenternas aktiviteter och kunskaper som har mätts och registrerats med hjälp av några få svarsalternativ) kan faktorerna betraktas som kontinuerliga variabler – de enskilda respondenternas värden på en viss faktor sammanfaller sällan – vilket (bl a) underlättar sortering av respondenterna efter värden som de fått på en konkret faktor.

²⁴ Dvs korrelationskoefficientens kvadrat är en indikator på hur stor andel av en variabels *varians* (ett statistiskt mått för den totala variationen i undersökningspersonernas svar på en viss fråga) som kan *förklaras* med en annan variabel. Det hela kan också uttryckas så att korrelationskoefficienten talar om hur säkert man utifrån resultaten på en variabel (svar på en fråga) kan *förutsäga* resultaten på en annan variabel.

Tabell 1. De nio IT-faktorerna, structure matrix, principal component analysis, oblimin extraction

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	fråga/svarsalternativ
F1: Tekniskt IT-kunnande										
.82	.28	.22	.36	.15	.22	.30	.30	.12	.12	33 kunskap att installera programvara
.75	.28	.24	.44	.23	.24	.28	.34	.10	.10	33 kunskap att ta bort virus
.74	.38	.15	.41	.27	.36	.09	.21	.31	.31	33 kunskap att ladda ner musik/filmer/mjukvara
.67	.26	.21	.49	.21	.27	.44	.31	.24	.24	32 kunskap om datorer
.65	.12	.20	.29	.18	.18	.64	.24	.17	.17	33 kunskap att kopiera och ändra filer
.63	.14	.28	.42	.13	.14	.52	.20	.21	.21	33 kunskap att göra presentationer
.58	.18	.12	.16	.15	.48	.37	.24	.41	.41	33 kunskap att hitta information på Internet
.54	.16	.21	.22	.22	.50	.37	.31	.32	.32	34 använder sökmotorer
F2: Spel										
.06	.83	-.02	.26	.28	.25	-.03	.10	.18	.18	30 använder dator för spel på Internet
.28	.82	.13	.33	.20	.11	-.03	.06	.12	.12	30 använder dator för strategispel
.20	.78	.12	.29	.23	.07	-.04	.02	.08	.08	30 använder dator för rollspel
.10	.77	.02	.20	.37	.14	-.05	.13	.20	.20	34 använder on-line-spel
.20	.73	.00	.20	.02	.09	-.04	.01	.04	.04	30 använder dator för övriga spel
.35	.54	.03	.37	.36	.45	-.06	.06	.29	.29	30 använder dator för filmtittande/musiklyssning
F3: Söka samhällsinformation										
.19	.09	.73	.18	.09	.18	.24	.32	.17	.17	34 använder juridisk information
.19	.06	.71	.22	.13	.32	.19	.21	.12	.12	34 använder politisk information
.10	.13	.69	.12	.16	.18	.18	.27	.35	.35	34 använder facklig information
.27	.04	.62	.21	.04	.23	.27	.52	.03	.03	34 använder ekonomisk/finansinformation
.11	.13	.52	.11	.01	.36	.09	.26	.31	.31	34 använder hälsoinformation/familje-/barnfrågor
F4: IT-kreativitet										
.21	.33	.08	.86	.19	.15	.14	.18	.12	.12	30 använder dator för att skapa hemsidor
.49	.28	.18	.78	.23	.21	.09	.19	.26	.26	33 kunskap att göra hemsidor
.15	.16	.13	.77	.09	.07	.36	.11	.08	.08	30 använder dator för lay-out/formgivning
.30	.33	.18	.72	.14	.22	.15	.18	.02	.02	30 använder dator för programmering
.36	.23	.27	.62	.13	.19	.58	.24	.12	.12	30 använder dator för bildbearbetning
.56	.41	.28	.60	.24	.17	-.01	.26	.12	.12	33 kunskap att konfigurera eget nätverk
F5: Socialt umgänge										
.07	.13	.14	.04	.73	.06	.01	.10	.09	.09	34 använder tjänster för bekantskap/dating
.20	.24	-.09	.17	.73	.18	.04	-.04	.25	.25	37 blivit bekant med nya människor via Internet
.17	.31	.03	.22	.68	.18	-.14	.04	.28	.28	34 använder chatt
-.05	.14	.16	.24	.45	.19	.31	.21	-.02	-.02	34 deltar i mailinglistor
.29	.38	.10	.16	.44	-.06	-.09	.19	.15	.15	34 använder erotik
F6: Använda tidningar/nyhetsgrupper										
.24	.22	.22	.23	.18	.76	.19	.26	.17	.17	30 använder dator för tidnings-/tidskriftsläsning
.13	.12	.32	.16	.15	.70	.08	.08	.12	.12	34 använder nyhetsgrupper
.28	.14	.18	.18	.06	.63	.49	.27	.35	.35	30 använder dator för informationsökning
F7: Sedvanligt IT-arbete										
.28	-.04	.25	.25	.01	.20	.82	.18	.14	.14	30 använder dator för textbearbetning
.30	-.01	.33	.31	-.04	.13	.73	.30	.00	.00	30 använder dator för tabellsammanställning
.25	.00	.17	.17	.16	.46	.68	.37	.20	.20	30 använder dator för att skicka e-post
F8: Använda servicetjänster										
.35	.01	.23	.13	.05	.18	.26	.71	.08	.08	34 använder bankärenden/bankupplysningar
.10	.04	.26	.19	.12	.22	.22	.64	.17	.17	39 begärt info från myndighet via e-post
.23	-.00	.35	.16	.11	.06	.13	.60	.17	.17	34 lämnar in inkomstdeklarationer o likn
.11	.21	.13	.18	.07	.12	.09	.58	.22	.22	34 använder köp och auktioner
.16	.04	.31	.10	.02	.34	.32	.42	.42	.42	34 använder reseinformation
F9: Söka arbete, studieinformation, bostad										
.15	.16	.12	.14	.24	.15	.07	.21	.78	.78	34 söker arbete
.19	.17	.42	.25	.21	.18	.16	-.04	.62	.62	34 använder studieinformation
.17	.11	.27	.06	.10	.20	.02	.37	.58	.58	34 söker efter bostad (hus, lägenhet)
.13	.19	-.02	.24	.26	.24	.16	.21	.30	.30	39 skickat e-post till TV- eller radioprogram

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = 0,92
 Cumulative Percent Factor 1-9 = 57,3

faktors natur – än variabeln 'använder sökmotorer' ($r=0,54$) som dessutom är splittrad – den korrelerar nästan lika starkt med faktorn *Använda tidningar/nyhetsgrupper* ($r=0,50$) som med faktorn *Tekniskt IT-kunnande* under vilken den sorterats. Den har dessutom relativt starkt samband med flera andra faktorer. På motsvarande sätt har variabeln 'använder dator för filmtittande/musiklyssning' sorterats under faktorn *Spel* men korrelerar även starkt med faktorn *Använda tidningar/nyhetsgrupper*, liksom med vissa andra faktorer (*Tekniskt IT-kunnande*, *IT-kreativitet* och *Socialt umgänge*) – se vidare tabell 1.

Några variabler hänger dessutom i ringa grad ihop med hela modellen, då de i detta sammanhang inte har utpräglade samband med någon faktor, se t ex 'skickat e-post till TV- eller radioprogram'.

I den mån som dessa nio faktorer fått tydlig innebörd genom faktoranalysen kan de användas för rimliga teoretiska förklaringar av respondenternas aktiviteter (och kunskaper) enligt de enskilda variablerna som ingår i analysen, eftersom variationen i svaren till stor del förklaras av dessa nio faktorer.

Som framgår av tabell 1 förklarar de nio faktorerna sammanlagt närmare 60 procent av de 45 inblandade variabelernas statistiska varians, varvid de första faktorerna fångar betydligt högre andel av variansen än de som skrivits ut längre ner. Detta gäller i synnerhet faktor 1 (*Tekniskt IT-kunnande*) som fångar mer än en fjärdedel av variansen av samtliga variabler som ingår i analysen, vilket också bl a yttrar sig i att denna faktor korrelerar förhållandevis starkt med ett flertal variabler som sorterats under andra faktorer. En tolkning som ligger nära till hands är att en stor del av respondenterna upplever många av ITs användningsområden som 'tekniska' (bl a rör det 'använder bankärenden/bankupplysningar' liksom aktiviteterna sorterade under faktorn *Sedvanligt IT-arbete*).

Då de framtagna faktorerna i sig själva är statistiska variabler är det legitimt att ställa frågan huruvida de korrelerar med varandra. Av tabell 2 framgår att det finns vissa positiva samband mellan faktorerna. De starkaste sambanden uppträder mellan faktorerna *Tekniskt IT-kunnande* och *IT-kreativitet*

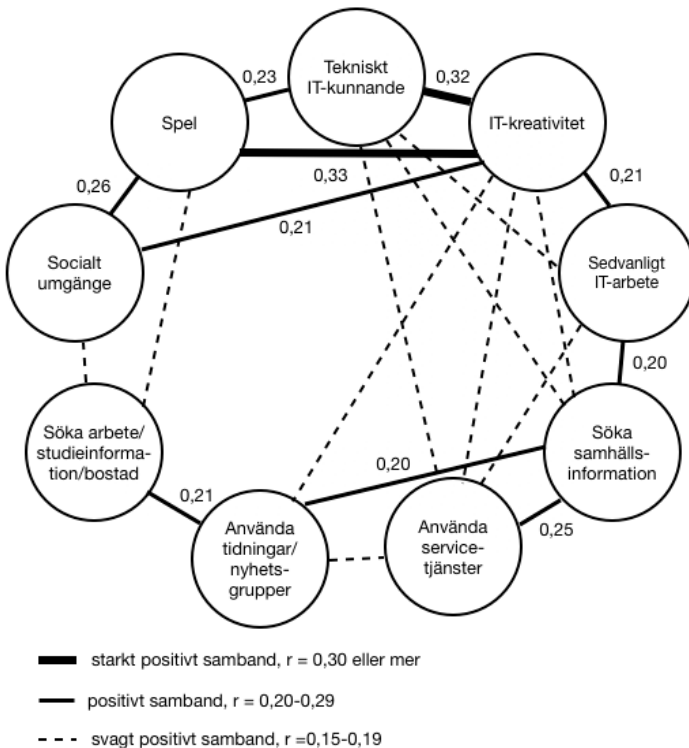
Tabell 2. De nio IT-faktorernas inbördes samband, factor correlation matrix

	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9
F1 Tekniskt IT-kunnande	1.00								
F2 Spel	.23	1.00							
F3 Söka samhällsinformation	.16	.04	1.00						
F4 IT-kreativitet	.32	.33	.19	1.00					
F5 Socialt umgänge	.13	.26	.03	.21	1.00				
F6 Använda tidningar/nyhetsgr	.14	.14	.20	.19	.13	1.00			
F7 Sedvanligt IT-arbete	.15	-.07	.20	.21	.03	.14	1.00		
F8 Använda servicetjänster	.17	.09	.25	.19	.12	.15	.19	1.00	
F9 Söka arb, studieinfo, bostad	.12	.18	.14	.10	.18	.21	.03	.14	1.00
	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9

samt mellan *IT-kreativitet* och *Spel*. Andra positiva samband finns t ex mellan *Spel* och *Socialt umgänge* samt mellan *Söka samhällsinformation* och *Använda servicetjänster*.

Samma faktormatris illustreras med en förenklad bild – se figur 3 – av sambanden mellan de nio faktorerna, där bara samband på 0,15 och över har tagits med, och här har vi placerat in faktorerna mer överskådligt efter deras inbördes samband.

Figur 3. De nio IT-faktorens inbördes samband



Det är viktigt att understryka att man, beroende på ursprungsvariablernas karaktär och analysens mål, kan genomföra faktoranalysen på flera alternativa sätt. Bland annat går det att ställa kravet att de framtagna faktorerna ska bli ortogonala, dvs vara oberoende av varandra utan statistiskt samband dem emellan (korrelationskoefficienten ska vara noll). I det här konkreta fallet har vi dock i stället valt att utföra analysen så att de framtagna faktorerna 'ligger närmast' de variabler som sorterats under dem.

Vi vill också understryka att om man begränsar sig till enskilda ålders-, köns-, utbildnings- eller yrkesgrupper förstärks och försvagas sambanden mellan vissa faktorer liksom mellan faktorerna och vissa variabler utan att detta väsentligt förändrar strukturen som faktoranalysen etablerat. I en exemplifierande bilaga 1 ('Mer om faktoranalys') visar vi med hjälp av illustrationer, faktor för faktor, de 45 enskilda variabelernas samband med de nio faktorerna för tre åldersgrupper, 16-24 år, 35-44 år och 60-74 år.

De nio IT-inriktningarna, social bakgrund och andra aktiviteter och värderingar

Vi tar i det följande upp de nio IT-inriktningarna och deras förhållande till bakgrundsvariabler samt frågor om övriga aktiviteter och värderingar i formuläret. Presentationsordningen av de nio faktorerna följer figur 3.

De bakgrundsvariabler vi tar hänsyn till här är ålder, kön, utbildning och yrke. Vi använder oss särskilt av ålder för att mer exakt illustrera de olika IT-inriktningarnas spridning i olika livsfaser. Dels framkom ju tidigare att *omfattningen* av IT-användningen uppvisar störst variation enligt ålder (jämfört med de andra bakgrundsvariablerna) och – som kommer att framgå – gäller detta även *inriktningen* i IT-användningen. Dels innebär olika åldrar i hög grad skiftande ställning i samhället med avseende på utbildning och yrke och därmed förbundna aktiviteter och värderingar – med andra ord är det social eller socio-kulturell (snarare än biologisk) ålder vi avser. Genom att ibland hålla ålder konstant, tillåter de multivariata analyserna oss också att ge en mer nyanserad bild av det virtuella rummet som – liksom den 'reella världen' – erbjuder aktiviteter av helt skilda slag vilka förutsätter specifika behov, kunskaper och dispositioner. Vi har på motsvarande sätt ibland konstanthållit kön, utbildning respektive yrke.

Allmänt kan sägas att eftersom dator och Internet är mindre vanliga bland personer över 65-årsåldern än bland ungdomar och personer i yrkesaktiv ålder, är samtliga användningsområden för IT också mindre vanliga bland dessa äldre personer om vi ser till *alla svarande* i undersökningen. Men det är en felaktig föreställning att alla sorters IT-inriktningar är vanligare ju yngre man är – vissa är i stället vanligare bland vuxna i yrkesaktiv ålder. Och begränsar vi oss till de ca tre fjärdedelar av respondenterna som är Internetanvändare, försvinner ålderssambanden ibland helt. På liknande sätt är det inte självklart – som man lätt kan tro utifrån tidigare studier eller från de resultat vi tog upp förut om *omfattningen* av IT-användningen generellt sett – att män, högutbildade och personer i högre yrkespositioner i alla avseenden utmärker sig mer i fråga om IT än kvinnor, kortutbildade personer och människor med lägre yrkesstatus, vilket också framgår i det följande.

För att förtydliga hur bakgrundsvariablerna (ålder, kön, utbildning, yrke) samspelar med vad dator och Internet används till har vi valt att i redogörelsen av de nio områdena nedan ta fasta på just *Internetanvändarna*. (För den

intresserade redovisas i bilaga 2 dock även sambanden mellan ålder och de nio IT-inriktningarna för *samtliga svarande* i undersökningen.)

Beträffande de andra frågorna i formuläret har vi genom faktoranalyser grupperat dem som gäller:

- inställning till datorer och Internet (fråga 20)
- TV- och radioanvändning samt användning av böcker (frågorna 3-4, 6, 55-56)
- mobiltelefoni (frågorna 8, 10-12)
- film- och musikintressen (frågorna 60-65)
- hur informerad man anser sig vara om händelser lokalt, i Sverige, i världen (fråga 13)
- hur viktiga man anser olika informationskällor vara (fråga 15)
- områden/institutioner man är intresserad att få veta om (fråga 16)
- intresse för politik och politisk orientering (frågorna 41-43)
- förtroende för olika samhällsinstitutioner, medier och inflytelserika grupper (fråga 44)
- i vilken utsträckning man litar på andra människor (fråga 45)
- betydelsen av olika kanaler genom vilka man kan uttrycka sina åsikter (fråga 17)
- aktiviteter man väljer för underhållning och förströelse respektive för balans och harmoni (frågorna 18-19)
- fritids- och arbetsaktiviteter man ägnar sig åt (fråga 59)
- allmänna värderingar (enligt Rokeachs skala [Rokeach 1979]) (fråga 40)
- hur viktiga man anser olika umgängesformer med andra människor vara (fråga 22)
- saker som finns i hemmet och fanns i barndomshemmet (fråga 57).
- Vi har givetvis även använt de variabler vi tidigare tagit upp i avsnittet 'Omfattning av IT-användningen generellt' (för nummer på frågor i formuläret, se vid rubriken 'Tillgång till dator och Internet i hemmet') och i avsnittet 'Samband mellan användning av Internet och andra medier' (se frågenummer under rubriken 'Södertörnsundersökningen').

För exakta frågeformuleringar hänvisas till bilaga 3. Som nämndes inledningsvis i rapporten, har vi också utelämnat vissa frågegrupper i formuläret.²⁵

Allmänt kan fastslås att det finns förhållandevis få enkla och tydliga samband mellan de olika IT-inriktningarna och de olika *grupperingarna* av andra frågor om aktiviteter och värderingar i formuläret som vi fått fram genom faktoranalyser. Detta förhållande är inte konstigt, då IT blivit en vardagsföreteelse för majoriteten av de svarande. Att de enkla och slående sambanden ofta lyser med sin frånvaro är även att förvänta eftersom formuläret inte haft som syfte att fånga upp just IT-användarnas profiler utan avser att belysa medievanor och vardagsliv överhuvudtaget. Följaktligen är vissa frågor alltför allmänt formulerade eller inte relevanta för att ytterligare belysa just IT-användningen – medan andra i sammanhanget relevanta frågor inte ställts. Vi har därför 'fiskat samband' med ett grovmaskigt och delvis inte avpassat 'frågenät'.

Detta sagt vill vi ändå framhålla att det finns en hel del intressanta samband mellan de nio framtagna IT-faktorererna å ena sidan och oftast *enskilda* variabler i andra frågegrupperingar å den andra – samband som dessutom kan variera för olika åldrar, kön, utbildnings- och yrkesgrupper. Det är sådana *exempel* på samband vi funnit och som återkommer i den följande texten. Vi gör inte anspråk på att redovisa någon fullständig sambandslista för de hundratals variablerna (delfrågorna) utan har begränsat oss till att illustrera med samband som är starkare.

Den följande resultatredovisningen – som ändå omfattar ett mycket stort antal exempel – kan alltså betraktas som en sammanfattning av ett *mycket mer omfattande nätverk* av samband där alla variabler (aktiviteter, värderingar och respondenternas bakgrund) får mening av sina förhållanden till de övriga variablerna i nätverket. Samtidigt vill vi understryka att vi inte sökt lyfta fram endast 'märkvärdiga' samband, dvs sådana som skulle innebära belägg för eller förkastande av ett särskilt teoretiskt antagande, utan principen för redovisningen har varit att regelmässigt ta upp de tydligare sambanden. Detta kan eventuellt upplevas av vissa läsare som en presentation av en strid ström av resultat där även 'perifera', 'common sense-artade' och 'ointressanta' resultat ingår. Det har emellertid, som nämnts, varit vår strategi att först i slutet av rapporten försöka relatera helhetsbilden till olika teoretiska perspektiv. Att selektivt endast redovisa resultat som är relevanta för en viss te-

²⁵ De gäller trosuppfattning (fråga 46), grupper man kan säga 'vi' om (fråga 47), kontakter med olika länder (fråga 48), områden/länder man anser vara viktiga att få nyheter om o dyl (fråga 49), land man skulle vilja flytta till (frågorna 50-53), graden av närhet man känner till ett antal kulturer (fråga 54) samt föreningsaktivitet (fråga 58). Vi har inte heller tagit upp alla bakgrundsvariabler utan bortsett särskilt från dem som gäller medborgarskap (fråga 68), civilstånd (fråga 69) samt i vilken kommun eller i vilket land man är född (frågorna 73-75).

ori och utesluta andra starka samband som tvärtom kanske motsäger teorin i fråga, har vi funnit olämpligt i förhållande till vår övergripande ansats som togs upp inledningsvis i rapporten. Att närmare reflektera över varje enskilt resultat utifrån en eller flera bestämda teori/er skulle dessutom kräva betydligt större utrymme.

Lyssnande på Internetradio respektive mobiltelefoni

Först kan sägas att ett par av de andra aktiviteter vi studerat har samband med *de flesta* IT-inriktningarna, varför vi tar upp dem här och inte går närmare in på dem i fortsättningen.

En aktivitet är 'lyssnande på Internetradio' som korrelerar starkt positivt med flertalet av de nio IT-faktorerna i alla åldrar. Detta innebär dock, som nämnts, inte att aktiviteten behöver vara utbredd – någon enstaka procent av Internetanvändarna i Södertörnsundersökningen lyssnar på radio på nätet 'varje dag' och drygt en tjugondel åtminstone 'någon gång i veckan'.

Den andra aspekten avser mobiltelefoni i skilda avseenden som också ofta har positiva samband med olika användningsområden för dator och Internet. Dessa samband med mobiltelefoni blir allt fler och allt starkare med ökad ålder vilket visar att det finns en särskild grupp äldre personer som är aktiva både i fråga om IT och mobiltelefon,²⁶ medan det är så vanligt att använda mobilen, dator och Internet bland ungdomar och yngre vuxna att detta inte diskriminerar på samma sätt.

²⁶ De äldre personer som är aktiva både i fråga om IT och mobiltelefon – och det gäller då framför allt att 'ringa'/'ta emot samtal', inte 'ta emot/skicka SMS' som är ovanligt bland äldre – tenderar bl a att vara män; vara aktiva i 'politiska samman slutningar, partier' och/eller olika typer av föreningar och nätverk (t ex med anknytning till idrott eller religion); delta i 'seminarier, konferenser, kurser', 'sammanträden, diskussionsmöten'; göra 'arbets- och affärsresor'; besöka 'restaurang/café/pub'; och på olika sätt ha intresse för utlandet. I denna grupp finns också positiva samband med att bo i större hushåll och ha högre hushållsinkomst samt att anse att 'makt', 'rikedom' och 'självförverkligande' är viktiga värden för en själv.

Tekniskt IT-kunnande

Den första av de nio IT-faktorerna har vi, som nämnts, kallat *Tekniskt IT-kunnande*. Längs den grupperades åtta olika delfrågor som nästan alla har med kunskap om datorer och Internet att göra.²⁷

Faktorn hänger positivt samman med omfattningen av IT-användningen (som vi tidigare behandlat). Dvs personer som associeras med faktorn *Tekniskt IT-kunnande* använder dator och Internet 'oftare' än andra personer såväl 'i hemmet' som 'på jobbet/i skolan' (även om det senare knappast gäller pensionärer) samt Internet längre 'tid' både 'på arbetsdagar' och 'på lediga dagar'. *Tekniskt IT-kunnande* (speciellt vissa av kunskaperna) är också större bland dem som 'använt dator' länge. Detta gäller särskilt för lågutbildade Internetanvändare.

Läsanvisning för figurerna om de nio IT-inriktningarna bland Internetanvändare totalt

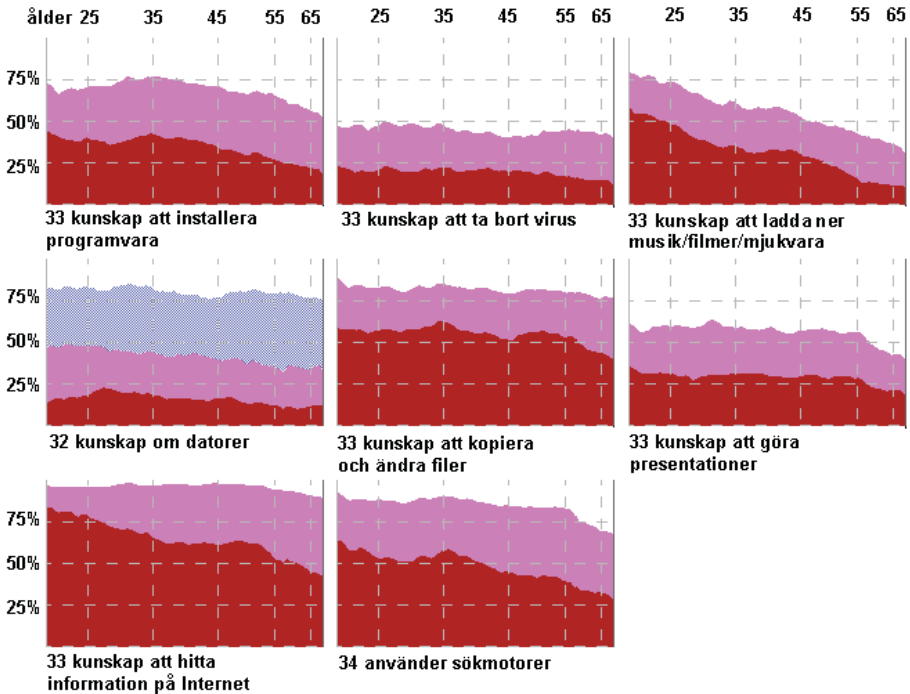
I figur 4 och vid motsvarande figurer för de andra faktorerna överensstämmer ordningen av de enskilda bilderna med hur starkt delfrågorna/variablerna korrelerar med faktorn (den första bilden/variabeln har störst förklarande värde i faktorn, den andra näst störst osv).

I de enskilda bilderna presenteras andelen (%) av Internetanvändarna i varje ålder som har kunskapen/utövar aktiviteten – man ser alltså en kontinuerlig åldersprofil. De vertikala strecken anger några åldrar som hållpunkter (25, 35, 45, 55 och 65 år). Bilderna återger också åldern bland Internetanvändarna relativt, dvs avståndet mellan de olika åldershållpunkterna varierar då de anger respektive åldrars andel av samtliga Internetanvändare (det är t ex betydligt färre pensionärer än yngre vuxna som använder Internet enligt undersökningen).

De horisontella strecken anger 0, 25, 50, 75 (och 100) %. De olika ytorna representerar svarsalternativ (som är olika många vid olika variabler): 'svart' visar andelen som utövar aktiviteten 'ofta' eller 'i hög grad' har kunskapen. 'Grått' representerar andelen som utövar aktiviteten 'ibland' eller 'någorlunda' har kunskapen osv. Nyckeln här utgörs av frågans nummer som anges före variabeln under varje bild.

²⁷ 'ha kunskap om att installera programvara', 'om att ta bort virus', 'om att ladda ner musik/filmer/ mjukvara', 'om datorer', 'om att kopiera och ändra filer', 'om att göra presentationer (med t ex power point)', 'om att hitta information på Internet' samt 'hur ofta man använder sökmotorer'.

Figur 4. IT-inriktningen *Tekniskt IT-kunnande*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som har kunskapen/utövar aktiviteten, totalt



Fråga 32 har fem svarsalternativ, varav tre anges i bilden: 'mycket goda' (svart), 'goda' (grått), 'tillfredsställande' (gråmelerat)
 Fråga 33 har fyra svarsalternativ, varav två anges i bilderna: 'behärskar utan problem' (svart), 'klarar någorlunda' (grått)
 Fråga 34 har tre svarsalternativ, varav två anges i bilden: 'ofta' (svart), 'ibland' (grått)

Som bilderna för faktorn *Tekniskt IT-kunnande* i figur 4 visar är 'kunskap om datorer', 'om att ta bort virus', 'om att göra presentationer' och 'om att kopiera och ändra filer' inte lika starkt beroende av Internetanvändarnas ålder som de andra variablerna i faktorn (även om de två sistnämnda kunskaperna dalar bland pensionärer som använder IT). När det gäller 'kunskap om att hitta information på Internet', 'hur ofta man använder sökmotorer', 'kunskap om att installera programvara' samt – alldeles särskilt – 'om att ladda ner musik/filmer/mjukvara' är det mycket tydligare att ju yngre Internetanvändare man är, desto bättre behärskar man dessa saker. Det är ju också allmänt bekant att unga är mer intresserade av musik och film än äldre personer. Det framgår av svar på frågor i den aktuella undersökningen, liksom av många andra studier (t ex Petrov & von Feilitzen 1995, Kulturrådet 2003).

Bilderna visar också att 'kunskap om att hitta information på Internet', 'hur ofta man använder sökmotorer' samt 'kunskap om att kopiera och ändra filer' är mer utbredda bland Internetanvändarna överhuvudtaget än de andra kunskaperna. Detta är naturligt eftersom dessa tre IT-aspekter är grundläggande, medan de andra aspekterna i faktorn inte är absolut nödvändiga att kunna själv eller motsvarar mer specifika behov. 'Kunskap om att ta bort virus', till exempel, menar mindre än hälften av Internetanvändarna att de själva 'behärskar utan problem' eller 'klarar någorlunda'.

Som vi varit inne på tidigare, finns en generell tendens att män har större tekniska kunskaper än kvinnor och detta gäller också i fråga om datorer och Internet. 'Kunskap om att installera programvara', 'om att ta bort virus' och 'om att ladda ner musik/filmer/mjukvara' är större bland män än bland kvinnor i alla åldrar, särskilt bland de yngsta och äldsta. Men männens större tekniska kunskaper på IT-området är ändå en sanning med vissa modifikationer. Yngre och äldre män bedömer visserligen också att de har bättre allmän 'kunskap om datorer' än kvinnor i samma åldrar men bland mellanåldrarna är sambandet mindre utpräglat. På det hela taget är könssambanden också svaga i fråga om 'kunskap om att göra presentationer', 'om att hitta information på Internet' samt 'om att kopiera och ändra filer' och märks här knappt heller i mellanåldrarna utan bara bland yngre och äldre. 'Att använda sökmotorer' är lika vanligt bland män och kvinnor upp till ca 30-årsåldern, varefter dock en könsskillnad uppträder i detta avseende.

I figur 5 anges mäns och kvinnors upplevda kunskaper i alla åldrar för de variabler som sorterats i faktorn *Tekniskt IT-kunnande* där könsskillnaderna är mer framträdande.

Det är inte så relevant att studera samband med utbildning för personer upp till ca 25 år, då de just håller på att skaffa sig sådan. I övriga åldrar ger utbildning utslag för vissa av variablerna i faktorn: Högutbildade anser sig bl a allmänt vara bättre på 'att hitta information på Internet', 'kopiera och ändra filer' samt 'göra presentationer'. 'Kunskaper om datorer' bedömer högutbildade också att de har i större utsträckning än lägre utbildade gör. Detta är inte förvånande, bl a eftersom högutbildades arbetsuppgifter oftare har inslag av IT än yrken bland lågutbildade personer.

I figur 6 anges hög- och lågutbildades kunskaper i alla åldrar för de variabler i faktorn där större skillnader finns.

Delvis analogt med resultaten om utbildning framkommer att bland personer i yrkesaktiva åldrar 25-64 år har samtliga variabler i faktorn mer eller mindre starkt gradvis ökande positivt samband med högre yrkesposition (alldeles särskilt 'kunskap om datorer', 'om att göra presentationer' och 'om att kopiera och ändra filer'). Med andra ord har 'ej facklärd arbetare' minst och 'fria yrkesutövare med akademikeryrken' mest *Tekniskt IT-kunnande*. Den aspekt av *Tekniskt IT-kunnande* som har svagast samband med yrkesposition är 'kunskap om att ladda ner musik/film/mjukvara', som ju unga är bäst på.

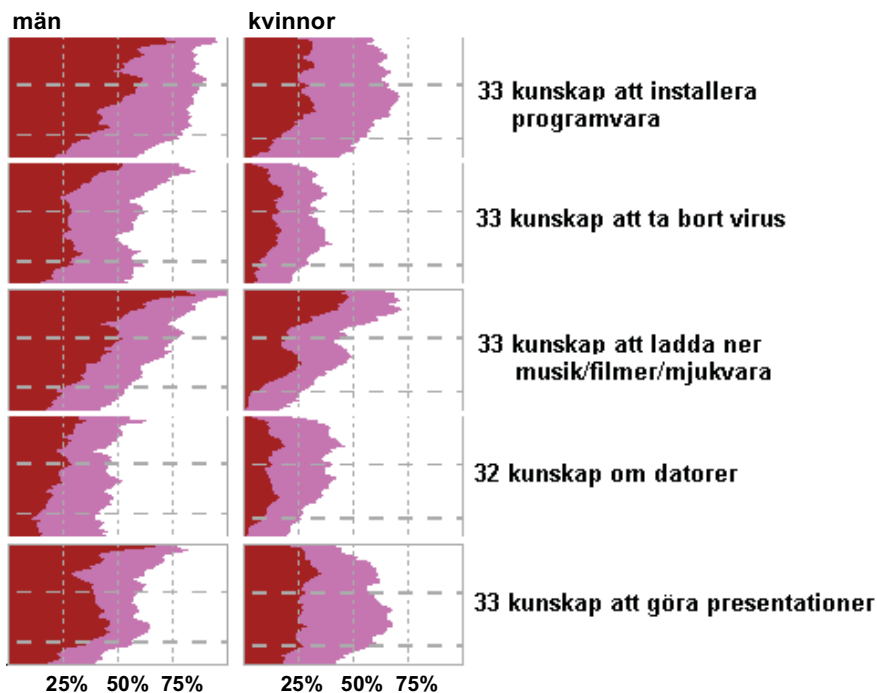
Läsanvisning för figurerna om de nio IT-inriktningarna för Internetanvändare i olika köns- och utbildningsgrupper

I figurerna 5 och 6 och vid motsvarande figurer för faktorerna fortsättningsvis redovisas bilder för de variabler som sorterats under faktorn där köns- och utbildningssambanden är starkast. Liksom i figur 4 anges andelen av Internetanvändarna i varje ålder som har kunskapen/utövar aktiviteten – men bilderna har tryckts ihop och lagts på tvären av utrymmesskäl. Vi ser en kontinuerlig åldersprofil och de horisontella strecken anger 35 och 55 år som hållpunkter. Även här återges ålder relativt. Detta innebär bl a att de två åldersstrecken för utbildningsgrupperna inte ligger på samma ställe – exempelvis är personer under 35 år procentuellt fler bland lågutbildade än bland högutbildade.

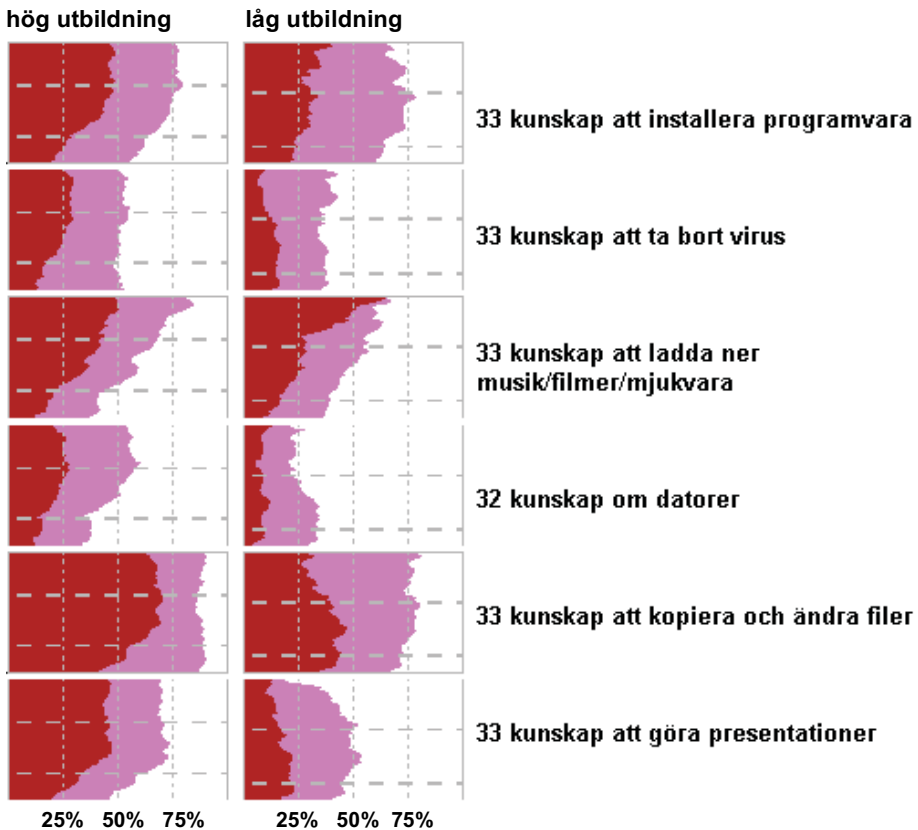
Utbildningsfigurerna anger personer med lägre utbildning (grundskola o motsv inklusive tvåårigt gymnasium o motsv) respektive högre utbildning (studier och/eller examen vid högskola/universitet) medan personer med 'mellanutbildning' (treårigt gymnasium) har uteslutits.

De vertikala strecken anger 0, 25, 50, 75 och 100 %. De svarta och gråa ytor representerar svarsalternativen som i figur 4.

Figur 5. IT-inriktningen Tekniskt IT-kunnande. Andelen Internetanvändare i varje ålder som har kunskapen/utövar aktiviteten, de starkaste sambanden efter kön



Figur 6. IT-inriktningen *Tekniskt IT-kunnande*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som har kunskapen/utövar aktiviteten, de starkaste sambanden efter utbildning



Andra aktiviteter och värderingar

Tekniskt IT-kunnande är inte den dimension av IT-användningen som är allra tydligast förknippad med hög utbildning och arbete. I stället hänger faktorn delvis också samman med IT-användning som en fritidsaktivitet och framför allt med männens större intresse för teknik.

Bland annat kan vi från de andra variablerna i formuläret se att 'Internet-användning som förströelse' har ett starkt positivt samband med *Tekniskt IT-kunnande*, liksom att 'lyssna på musik på Internet/dator' (dock i varierande grad för olika åldrar).

Vidare säger sig *tekniskt IT-kunniga* personer mycket oftare än andra ha 'intresse att få information om datorer' och 'om teknik' i allmänhet samt i viss mån 'om bil och motor' (det sistnämnda gäller dock inte äldre personer som associeras till faktorn). Vuxna och äldre med *Tekniskt IT-kunnande* tenderar också att ha 'intresse att få information om vetenskapliga upptäckter'

och 'om forskning'. De äldre har även större 'förtroende för forskare' än genomsnittspersonen i den åldern.

Flera påståenden om att datorer och Internet skulle vara farligt, skrämmande el dyl avvisas bland *tekniskt IT-kunniga* personer och både yngre och äldre som associeras med denna faktor tenderar i stället att hålla med om att 'människor som saknar tillgång till Internet är i alla avseenden i en sämre position'. Det finns också en tendens att sådana vuxna och äldre har åsikten att 'alla borde få framföra sin åsikt fritt via Internet även om den är fientligt sinnad och innebär angrepp på människor och minoriteter med andra åsikter' (se vidare avsnittet 'Attityder till IT').

Vid sidan av uppfattningen att kommunikation via Internet på olika vis är viktiga umgängesformer (här tycker man lite olika i olika åldrar), har uppfattningen att 'mobiltelefon är viktigt för ens umgänge med andra människor' också ett positivt samband bland vuxna i yrkesaktiv ålder som förknippas med faktorn.

Beträffande övrig medieanvändning och övriga medieintressen (än att ägna sig åt IT) gillar ungdomar som anser sig ha *Tekniskt IT-kunnande* i mindre utsträckning än genomsnittsungdomar dokumentärfilmer och seriös musik (klassisk musik, jazz m m), liksom 'att få information om kändisvärlden', 'om kända personers relationer' samt 'om skandaler'. I stället gillar de oftare än andra ungdomar en rad action- och våldsfilmer av olika slag, liksom 'erotiska filmer' (däremot inte 'kärleksfilmer') samt musikgenren 'heavy metal'. Filmpreferenserna bland vuxna i yrkesaktiv ålder och äldre som associeras med faktorn är delvis likartade men framför allt uppskattas 'science fiction-filmer' högt i dessa åldrar. Musiksmaken skiljer sig mer än filmpreferenserna bland *tekniskt IT-kunniga* i olika åldrar. Till exempel tenderar vuxna i yrkesaktiv ålder att ha ett visst intresse för seriös musik men de gillar även bl a 'heavy metal' och 'punk'.

Främst ungdomar med *Tekniskt IT-kunnande* värderar 'hälsa', 'frihet', 'familjetrygghet', 'lycka', 'kärlek' och 'inre harmoni' som mindre viktiga för dem själva, liksom 'sann vänskap', 'självförverkligande', 'en värld i fred', 'en vacker värld' och 'jämlighet'. Det värde (av ett antal givna värden i formuläret) som dessa ungdomar och vuxna i yrkesverksam ålder i stället ofta betonar som viktigt för dem själva är 'teknisk utveckling'.

Ungdomar och pensionärer med *Tekniskt IT-kunnande* tenderar att inte vara intresserade av att 'få information om resor/turism' och 'om mode' och de brukar mer sällan än andra personer inom sina åldersspann se film just 'på filmklubb' och 'på festivaler' (som andra svarsalternativ i formuläret finns här att se film 'på TV', 'på video' samt 'på bio'). Främst bland dessa äldre personer brukar man i stället oftare än pensionärer i genomsnitt 'ägna sig åt tekniska aktiviteter (t ex meka med bilen)'.

Beträffande saker man hade i barndomshemmet eller har i det nuvarande hemmet framträder få samband med faktorn. Det starkaste är att äldre per-

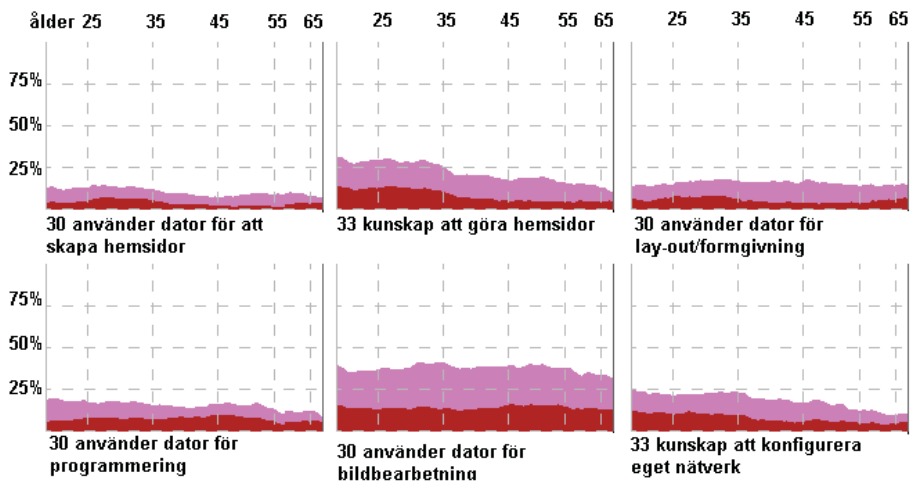
soner med *tekniskt IT-kunnande* oftare markerat att de i det nutida hemmet har 'vetenskaplig/filosofisk litteratur'.

IT-kreativitet

Den faktor som vi benämnt *IT-kreativitet* sorterar sex aktiviteter (och kunskaper).²⁸ Som illustrationerna i figur 7 visar är det förhållandevis få som använder dator och Internet i dessa syften eller har sådana kunskaper, med undantag av 'bildbearbetning' som ca 40 procent av Internetanvändarna ägnar sig åt 'ofta' eller 'ibland' (dock färre bland pensionärer). Sammantaget gäller faktorn *IT-kreativitet* mer utpräglade specialistkunskaper än den första faktorn *Tekniskt IT-kunnande*.

Liksom faktorn *Tekniskt IT-kunnande* hänger *IT-kreativitet* positivt samman med att 'ofta' använda dator/Internet 'på jobbet/i skolan' och 'i hemmet' och ännu starkare med hur lång 'tid' man ägnar Internet både 'på arbets-

Figur 7. IT-inriktningen *IT-kreativitet*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som har kunskapen/utövar aktiviteten, totalt



Fråga 30 har fyra svarsalternativ, varav två anges i bilderna: 'ofta' (svart), 'ibland' (grått)
Fråga 33 har också fyra svarsalternativ, varav två anges i bilden: 'behärskar utan problem' (svart), 'klarar någorlunda' (grått)

²⁸ 'att skapa hemsidor på dator', 'att ha kunskap om att göra hemsidor', 'att göra lay-out/formgivning på dator', 'att programmera', 'att bearbeta bilder i dator', 'att ha kunskap om att konfigurera eget nätverk'

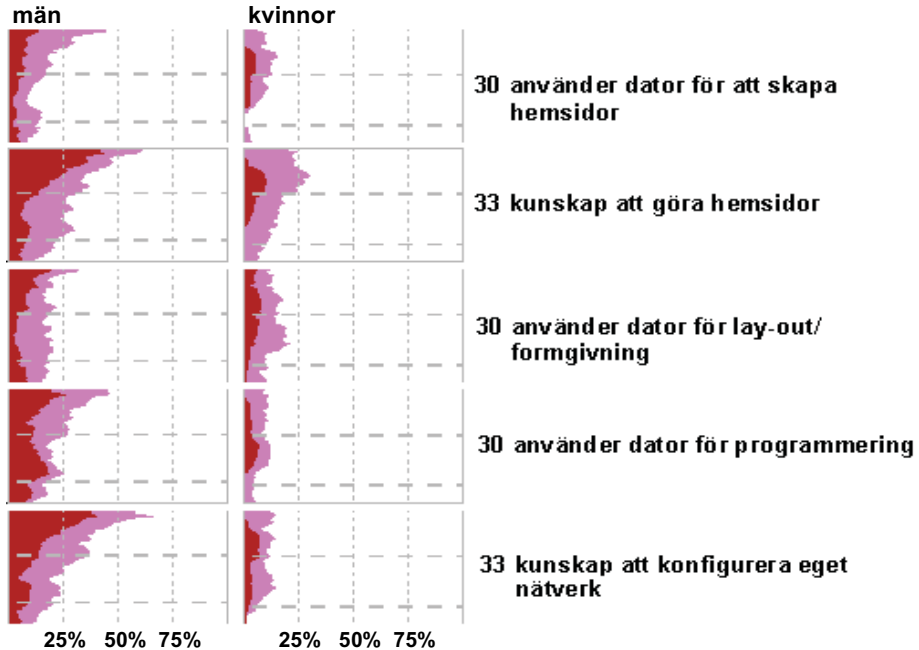
dagar' och 'på lediga dagar' i alla åldrar. Hur länge 'man använt dator' har i viss mån samband med en del av variablerna i faktorn.

Som framgår av bilderna i figur 7 har flera av variablerna i faktorn *IT-kreativitet* inte särskilt mycket med ålder att göra generellt. Ålderskillnader framträder dock särskilt för män – se figur 8 som återger de variabler som korrelerar med faktorn och som har de starkaste könsskillnaderna.

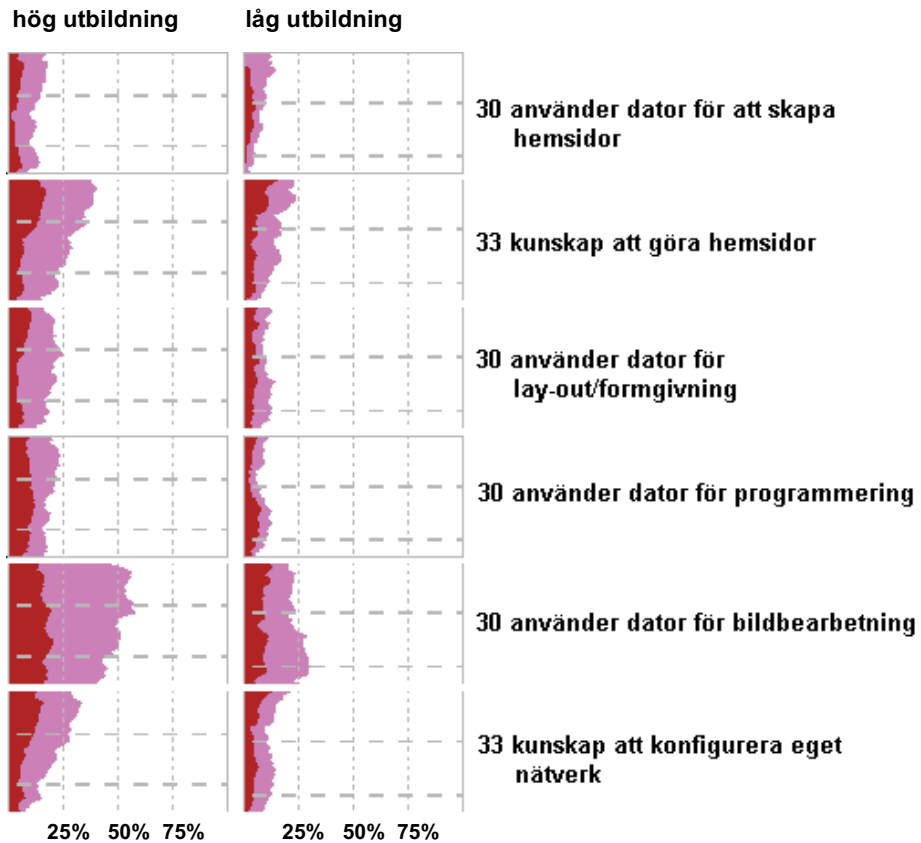
Jämfört med variablerna som grupperade sig under *Tekniskt IT-kunnande* är i stort sett alla aktiviteter och kunskaper förknippade med *IT-kreativitet* vanligare bland män än bland kvinnor och det gäller alldeles särskilt 'att programmera' och 'ha kunskap om att konfigurera eget nätverk'. Denna spjutspetsfaktor på IT-området, som innebär att i stor utsträckning behärska dator och Internet, utgör alltså i ännu högre grad än *Tekniskt IT-kunnande* ett manligt revir.

Däremot har de olika variablerna som grupperar sig under *IT-kreativitet* relativt svaga generella positiva samband med hög utbildning och hög yrkesposition. När man jämför de högsta och lägsta utbildnings- och yrkesgrupperna, framträder dock vissa positiva samband med *IT-kreativitet* även i dessa avseenden – se utbildningsskillnader i figur 9.

Figur 8. IT-inriktningen *IT-kreativitet*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som har kunskapen/utövar aktiviteten, de starkaste sambanden efter kön



Figur 9. IT-inriktningen IT-kreativitet. Andelen Internetanvändare i varje ålder som har kunskapen/utövar aktiviteten, efter utbildning



Andra aktiviteter och värderingar

Några tydliga och konsekventa attityder till IT (t ex som något att oroa sig för) framkommer inte bland personer som förknippas med *IT-kreativitet* (se vidare avsnittet 'Attityder till IT').

När det gäller övriga mediepreferenser uppvisar *IT-kreativitet* bland ungdomar positiva samband med att lyssna på samtliga Sveriges Radios kanaler (P1, P2, P3 och P4), att anse att 'utländska dagstidningar' och 'utländska tidskrifter' är viktiga informationskällor' samt i viss mån att 'titta på TV8'. Ungdomar som i högre grad har denna IT-kompetens är också benägna att ha stort 'förtroende för Internet' och även 'förtroende för dagstidningar' och 'för skolan'. Särskilt *IT-kreativa* pensionärer tenderar att titta på en rad kommersiella TV-kanaler. *Det måste dock understrykas att äldre personer som förknippas med denna faktor är få i absoluta tal i undersökningen.*

Männens, och i någon mån de högutbildades, starkare knytning till *IT-kreativitet* kan förklara såväl det högre intresset för action- och våldsfilmerna av olika slag som för olika typer av filmklassiker, vilket vi finner bland ungdomar som förknippas med faktorn. Dessutom hänger faktorn positivt samman med intresse för olika sorters seriös musik, särskilt bland unga men delvis också bland vuxna i yrkesaktiv ålder. Samtidigt finns för ungdomar positiva samband mellan faktorn i fråga och intresse både för 'heavy metal' och ytterligare en lång rad andra musikgenrer. Att 'lyssna på musik på Internet' – en variabel som utmärker flera av de nio IT-faktorerna – har stark korrelation med *IT-kreativitet*, dock i varierande grad i olika åldrar.

IT-kreativa vuxna i yrkesaktiv ålder har en viss benägenhet att ägna sig åt aktiviteter som förknippas med högre yrkesstatus och 'finkultur', såsom 'sammanträden/diskussionsmöten', 'arbets-/affärsresor', 'läsning av faktalitteratur', 'besök på teater', 'på utställningar' och 'på konserter' samt att se film 'på filmklubb' och 'på festivaler'. Det sistnämnda gäller även andra åldrar.

Det är värt att påpeka att *IT-kreativa* ungdomar (som ju ofta sitter länge vid datorn) mer sällan än unga genomsnittligt ägnar sig åt sociala aktiviteter som att 'gå på restaurang/café/pub', att 'umgås med vänner och släktingar' och, i viss mån, att 'gå på klubb/raveparty/disco'. I fråga om att umgås med andra människor anser personer i alla åldrar som associeras med *IT-kreativitet* däremot mer än genomsnittspersonen att bli 'chatt' och 'ICQ/AOL/MSN' är viktiga umgängesformer. Åsikten att 'mobiltelefon är ett väsentligt umgängessätt' framträder också för vuxna i yrkesverksam ålder.

Bland ungdomar och pensionärer har intresse att 'få information om resor/turism' och 'om mode' negativt samband med *IT-kreativitet*. Bland (de få) pensionärerna finns även negativa samband med att 'ägnas åt trädgårdsarbete', 'åta att 'lösa korsord' och 'åta att 'åka på turistresor/resor/utflykter'. I stället finner vi, inte oväntat då män oftare utövar aktiviteterna och har kunskaperna i faktorn, att både ungdomar och pensionärer som relateras till *IT-kreativitet* tenderar att 'ägnas åt [andra] tekniska aktiviteter (t ex meka med bilen)', liksom – vilket även gäller vuxna i yrkesaktiv ålder – vara mycket intresserade av att få motsvarande information ('om datorer', 'om teknik' och delvis 'om bil och motor'). Likaså menar *IT-kreativa* ungdomar och vuxna i yrkesaktiv ålder ofta att 'teknisk utveckling är viktig för en själv'.

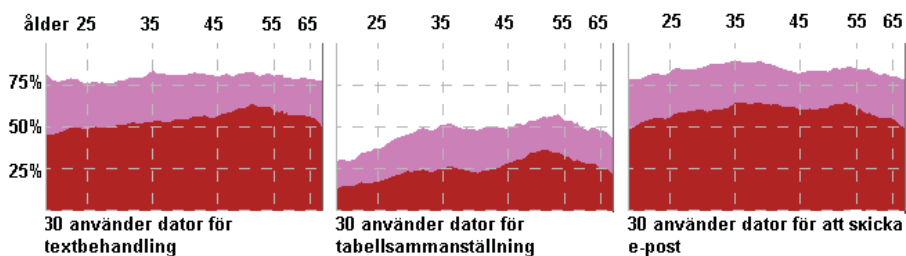
På frågan vilka saker man haft i barndomshemmet eller har i det nuvarande hemmet har *IT-kreativa* personer oftare än andra prickat för att de haft/har 'konstböcker', 'originalkonstverk', 'vetenskaplig/filosofisk litteratur', 'gamla tidskrifter' (bland ungdomar och vuxna) och 'musikinstrument', 'handgjorda möbler' och 'vävstol' (bland ungdomar).

Sedvanligt IT-arbete

Faktorn *Sedvanligt IT-arbete* grupperade tre variabler,²⁹ varav särskilt 'text-behandling' och 'skicka e-post' är mycket vanliga aktiviteter bland Internet-användare – se bilderna i figur 10.

Såväl faktorn som de enskilda variablerna i den hänger starkt samman med hur länge 'man använt dator' (även om sambandet är svagare för ungdomar). Bland vuxna i yrkesaktiv ålder har denna IT-dimension och de enskilda variablerna också positivt samband med mängden IT-användning – främst 'på arbetsdagar' och 'på jobbet/i skolan'. Detsamma gäller pensionärer och ungdomar men för dem framkommer, naturligt nog, också positiva samband med IT-användning 'i hemmet' och 'på lediga dagar'.

Figur 10. IT-inriktningen *Sedvanligt IT-arbete*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt



Fråga 30 har fyra svarsalternativ, varav två anges i bilderna: 'ofta' (svart), 'ibland' (grått)

Intressant är att till skillnad från faktorerna *Tekniskt IT-kunnande* och *IT-kreativitet* ökar omfattningen av de tre aktiviteterna som grupperades under *Sedvanligt IT-arbete* en hel del upp till drygt 50-årsåldern för att därefter bli mindre vanliga bland äldre personer – se illustrationerna i figur 10.

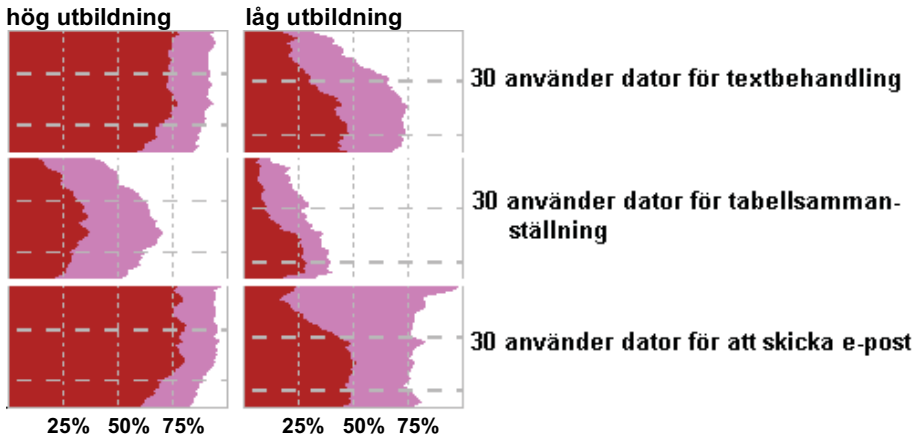
Intressant är också att det inte finns några könsskillnader för *Sedvanligt IT-arbete* upp till ca 50-årsåldern – men efter denna ålder avtar de tre aktiviteterna snabbare bland kvinnor än bland män. Detta mönster kan lätt förstås eftersom dessa IT-aktiviteter är bland de mest spridda och bl a tydligt hänger samman med dator- och Internetanvändning 'på jobbet'. Kvinnor i äldre åldrar har ofta inte haft anledning att befatta sig med datorer överhuvudtaget och har inte samma tekniska intresse som vissa äldre män.

Om vi som tidigare bortser från yngre personer i fråga om utbildning, finner vi att efter ca 25-årsåldern har *Sedvanligt IT-arbete* starka positiva sam-

²⁹ att 'använda datorn för textbehandling', 'för tabellsammanställning' och 'för att skicka e-post'

band med högre utbildning. Faktorn är den av de nio IT-dimensionerna som har tydligast samband med utbildning. Figur 11 illustrerar dessa utbildnings-samband i alla åldrar.

Figur 11. IT-inriktningen *Sedvanligt IT-arbete*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, efter utbildning



När det gäller yrkesposition blir sambanden här inte gradvis starkare ju högre upp på samhällsstegen personen befinner sig. I stället framträder en tredelning: 'arbetare' i olika kategorier som sammankopplas med faktorn tenderar att inte använda datorn så ofta för de tre aktuella aktiviteterna ('textbehandling', 'tabellsammanställning' och 'skicka e-post'). För 'lägre tjänstemän' framträder ett nollsamband (ett oberoende). 'Tjänstemän på mellannivå', 'högre tjänstemän', direktörer och liknande samt personer med 'akademiker-yrken' använder i stället oftare – och sinsemellan i ungefär lika hög grad – datorn för de tre aktiviteterna.

Det är värt att upprepa att faktorn *Sedvanligt IT-arbete* för vuxna i yrkesaktiv ålder framför allt hänger samman med IT-användning 'på arbetsdagar' och 'på jobbet/i skolan' (till skillnad från *Tekniskt IT-kunnande* och *IT-kreativitet* som tydligare associeras med såväl arbete som fritid).

Andra aktiviteter och värderingar

När vi relaterar dessa tre aktiviteter som sorterades i *Sedvanligt IT-arbete* till andra frågor i formuläret finner vi – naturligt nog – att faktorn i alla åldrar är positivt förknippad med åsikten att 'e-post är ett viktigt sätt att umgås med människor'. Frågor som har att göra med att IT skulle vara främmande och farligt tar *sedvanliga IT-arbetare* i allmänhet avstånd ifrån, framför allt vuxna. Ungdomar förknippade med faktorn är inte benägna att instämma i påstå-

endena att 'anonymiteten på Internet gör att människans sämsta drifter kommer fram' och att 'alla borde få framföra sin åsikt fritt via Internet även om den är fientligt sinnad [...]'. Bland pensionärer uppvisar dock den senare nämnda åsikten tvärtom positivt samband med faktorn. (Se även avsnittet 'Attityder till IT'.) Det kan tilläggas att bland pensionärer utövar de som är politiskt 'vänsterorienterade' mer sällan *Sedvanligt IT-arbete*.

Beträffande övriga medier framgår att personer som associeras med *Sedvanligt IT-arbete* delvis är orienterade mot public service-medier och etablerade dagstidningar. Exempelvis har att 'titta på' de kommersiella kanalerna TV3, Kanal 5, ZTV respektive MTV negativa samband med *Sedvanligt IT-arbete* främst bland ungdomar men även bland vuxna i yrkesaktiv ålder (dock inte bland äldre). Aktiviteterna i faktorn korrelerar också positivt med uppfattningen att 'Sveriges Radios radiokanaler är en viktig informationskälla' bland ungdomar. Vuxna och delvis även ungdomar förknippade med faktorn förefaller ha en mer negativ inställning till TV-tittande allmänt.³⁰ Bland ungdomar finns vidare positiva samband mellan 'förtroende för Sveriges Television' respektive 'för domstolsväsendet' å ena sidan och *Sedvanligt IT-arbete* å den andra. Bland äldre personer som associeras med detta IT-område framträder ett svagt positivt samband med 'förtroende för riksdagen'. Vidare tenderar *sedvanliga IT-arbetare* i alla åldersgrupper att anse att tidningar som 'Dagens Nyheter/Svenska Dagbladet är viktig som informationskälla'. Slutligen har användningsområdet positiva samband med uppskattning av i princip alla genrer av seriös musik bland ungdomar och vuxna i yrkesaktiv ålder.

Eftersom *Sedvanligt IT-arbete* har tydligt samband med arbetsutövande är det naturligt att finna att arbetsrelaterade aktiviteter i oftast högre samhällspositioner ('sammanträden/diskussionsmöten', 'seminarier/konferenser/kurser', 'arbets-/affärsresor', 'läsning av faktalitteratur') korrelerar positivt med faktorn främst bland yrkesaktiva vuxna och delvis i andra åldersgrupper. *Sedvanligt IT-arbete* har även positiva samband med 'läsning av skönlitteratur', 'biblioteksbesök', 'teckning, fotografering, målning, handarbete' samt med 'finkulturella' aktiviteter som 'besök på teater', 'på utställningar' och 'på konsert', främst bland vuxna. Personer som förknippas med *Sedvanligt IT-arbete* tenderar också mer än andra att 'ägna sig åt träning/idrott/lek'. Primärt bland ungdomar men även bland vuxna i produktiv ålder korrelerar faktorn också positivt med uppfattningen att 'kurser/föreläsningar/konferenser' är en 'viktig informationskälla'.

Beträffande saker som fanns i barndomshemmet och finns i hemmet idag hänger faktorn positivt samman med innehav av en rad föremål som förknippas med kulturellt kapital, såsom 'konstböcker' och 'diktsamlingar' samt med 'antika prydnadssaker', 'originalkonstverk', 'handgjorda möbler', 'upp-

³⁰ De har mer sällan än andra markerat svarsalternativet 'jag finner skönhet, harmoni och balans genom att titta på TV'.

slagsverk', 'vetenskaplig/filosofisk litteratur', 'många [andra] slags böcker', 'gamla tidskrifter' (bland ungdomar och vuxna) och 'musikinstrument' (bland ungdomar) – vilket, liksom flera andra ovannämnda samband – rimmar väl med att det faktum att denna IT-dimension är starkt relaterad till högre utbildning och högre yrkesposition.

Söka samhällsinformation

Till faktorn *Söka samhällsinformation* sällar sig fem variabler,³¹ framför allt de tre som representeras i de tre första illustrationerna i figur 12 (och i klart minst utsträckning aktiviteten i den sista bilden, dvs använda 'hälsoinformation/familje-/barnfrågor').

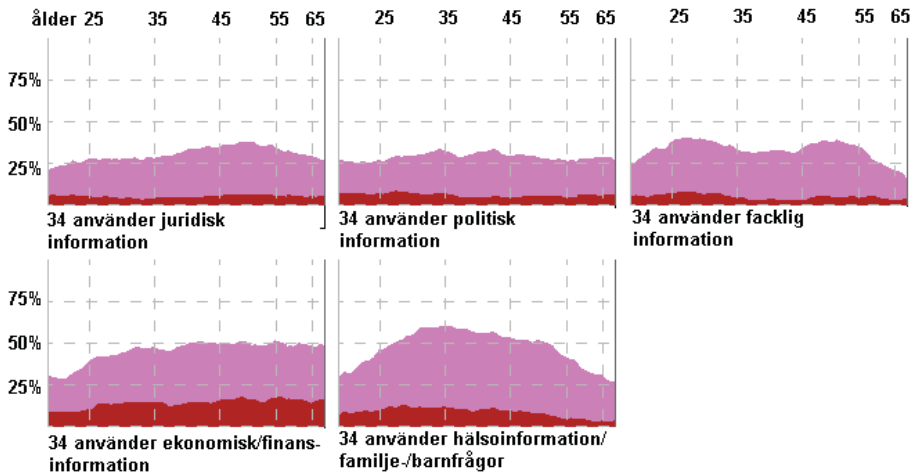
Denna IT-inriktning har bland ungdomar positiva samband med hur ofta man använder IT '(på jobbet)/i skolan' och särskilt 'på Internetcafé'. Vuxna i olika åldrar som *söker samhällsinformation* ägnar oftare längre 'tid åt Internet på arbetsdagar' – det senare gäller främst att söka 'juridisk' och 'politisk information' bland pensionärer. För vuxna finns också ett visst positivt samband med 'när man började använda dator', framför allt bland lågutbildade. Hur 'ofta' man använder Internet 'på jobbet' är positivt relaterat till variablerna i faktorn (undantaget är att använda 'hälso-/familje-/barn-frågor'), framför allt bland låg- och mellanutbildade.

Som bilderna i figur 12 visar är användningen av de här typerna av information inte allmänt eller särskilt ofta förekommande bland Internetanvändarna (men även oberoende av nätet är ju sådan information vanligtvis inte något gemene person söker varje dag). Det är t ex omkring en fjärdedel som åtminstone 'ibland' använder 'juridisk', 'politisk' respektive 'facklig information' på Internet. Flera men alls inte majoriteten använder åtminstone 'ibland' de båda övriga typerna, 'ekonomisk' respektive 'hälso-/osv-information'. Resultaten är intressanta bl a i ljuset av att många IT-optimister i den allmänna debatten föreställer sig att Internet i hög grad ska bidra till t ex politisk informationssökning på nätet och att Internet därmed ska bidra till ökad demokrati.

Ålder är förhållandevis jämnt distribuerad för de fem variablerna i faktorn *Söka samhällsinformation* med vissa undantag för yngre och pensionärer. Att det är yrkesaktiva åldrar som i något högre grad söker den typen av information stämmer väl överens med att faktorn bl a hänger positivt samman med hur 'ofta' man använder Internet 'på jobbet/(i skolan)'.

³¹ att på Internet 'använda juridisk', 'politisk' respektive 'facklig information' samt 'använda ekonomisk/finansinformation' och 'hälsoinformation/familje-/barnfrågor'.

Figur 12. IT-inriktningen *Söka samhällsinformation*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt



Fråga 34 har tre svarsalternativ, varav två anges i bilderna: 'ofta' (svart), 'ibland' (grått)

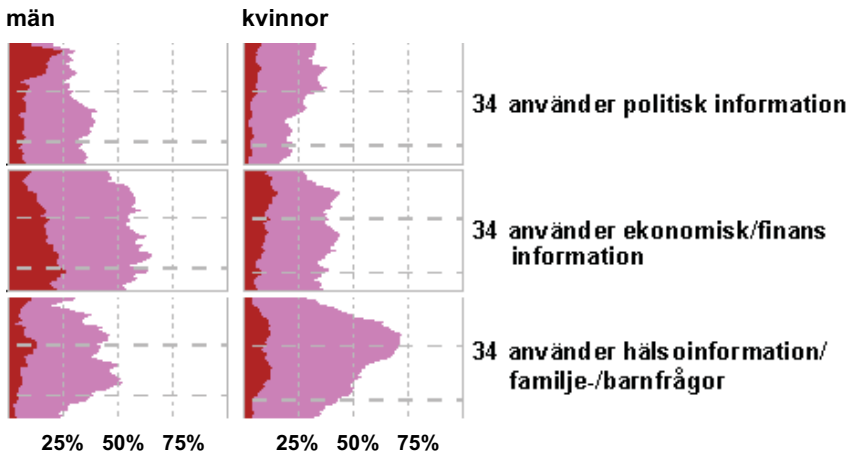
Män ägnar sig relativt sett oftare åt att söka 'ekonomisk information' på Internet än kvinnor gör – ekonomi och inflytande i näringslivet är ju också mycket mer mansdominerat än t ex politiken. Könsskillnaderna i fråga om att använda 'politisk', 'juridisk' och 'facklig information' är små och uppträder främst bland pensionärer. Bland äldre är alltså kvinnorna inte lika aktiva. Å andra sidan använder kvinnor oftare 'hälsoinformation/familje-/barnfrågor' än män, framför allt i de åldrar vuxna har hand om uppväxande barn.

Figur 13 illustrerar mäns och kvinnors olika dominans i fråga om att använda 'ekonomisk information' respektive 'hälsoinformation/familje-/barnfrågor' och den mindre könsskillnaden i fråga om att använda 'politisk information'.

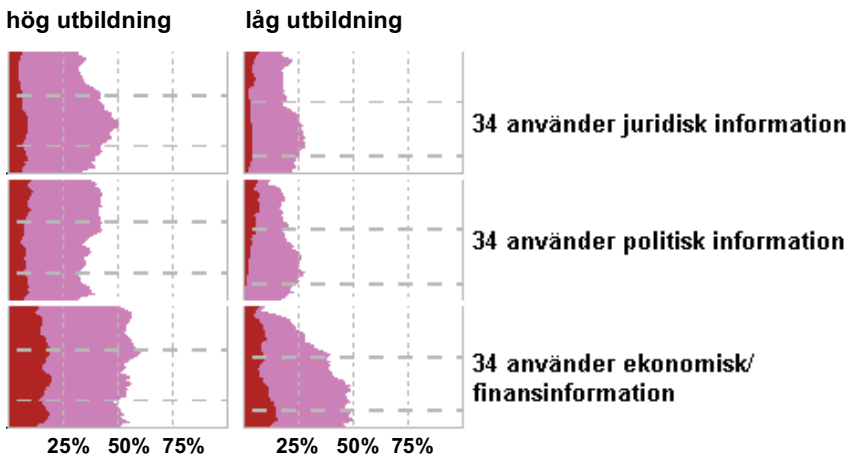
I viss mån positiva samband finns mellan *Söka samhällsinformation* och högre utbildning men de framträder olika i olika åldersgrupper – se figur 14. Ett undantag är att använda 'hälso-/familje-/barninformation' som är oberoende av utbildning.

Personer i vissa högre yrkespositioner, dvs framför allt 'högre tjänstemän' (och inte i lika hög grad t ex direktörer eller akademiker), är delvis mer benägna än andra att *Söka samhällsinformation*, framför allt 'juridisk' och 'ekonomisk information'. (Återigen utgör 'hälso-/familje-/barnfrågor' ett undantag.) Eftersom faktorn hänger ihop med att använda Internet 'på jobbet', är det sannolikt oftare i sin yrkesutövning än på fritiden som yrkesverksamma, t ex 'de högre tjänstemännen', söker den aktuella informationen.

Figur 13. IT-inriktningen *Söka samhällsinformation*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, de starkaste sambanden efter kön



Figur 14. IT-inriktningen *Söka samhällsinformation*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, de starkaste sambanden efter utbildning



Andra aktiviteter och värderingar

Går vi vidare i formuläret finner vi en benägenhet att anse 'Dagens Nyheter/ Svenska Dagbladet viktig som informationskälla' bland ungdomar och vuxna i yrkesaktiv ålder som associeras med faktorn *Söka samhällsinformation*. Bland ungdomar har att 'titta på TV8' ett visst positivt samband med faktorn – medan att 'lyssna på NRJ' hänger starkt ihop med faktorn bland pensionärer. Ungdomar som *söker samhällsinformation* har i viss mån oftare än andra

ungdomar åsikterna att 'TV- och radioframträdanden' och 'telefonsamtal i TV-sändning' är 'viktiga kanaler för att uttrycka sina åsikter' men de förefaller ha lägre behov än andra unga av att lyssna på musik.³²

Användningsområdet hänger i varierande grad i alla åldersgrupper naturligt nog positivt samman med 'intresse för' såväl 'inrikes-' som 'utrikespolitik' och 'intresse att få information om lagar/förordningar/juridik', om diverse politiska institutioner, 'om ekonomi/affärer/företagsamhet' och 'om dagsaktuella frågor/debatt'. Bland ungdomar framträder också intresse att få information 'om landsbygdsfrågor'.

Pensionärer som associeras med faktorn tenderar att i mycket större utsträckning anse sig vara politiskt 'vänsterorienterade' än andra pensionärer, anser oftare att 'staten borde hjälpa de svagare och mer oförmögna till ett människovärdigt liv' samt uppger oftare att de har 'förtroende för riksdagen'. De är mer negativa än övriga pensionärer till påståendet 'det är bra att människor kan förbli anonyma på Internet'. Det senare nämnda sambandet gäller också ungdomar.

Liksom fallet är med faktorn *Sedvanligt IT-arbete* hänger faktorn *Söka samhällsinformation* ihop med en rad arbetsrelaterade aktiviteter som ofta förekommer i högre samhällspositioner, främst bland vuxna i yrkesaktiv ålder – 'sammanträden/diskussionsmöten', 'seminarier/konferenser/kurser', 'arbets-/affärsresor' och 'läsning av faktalitteratur'. *Söka samhällsinformation* har även positiva samband med 'läsning av skönlitteratur', 'biblioteksbesök', 'teckning, fotografering, målning, handarbete', liksom med 'besök på teater', 'på utställningar', 'på konsert' m m, främst bland vuxna.

Bland ungdomar är denna faktor positivt relaterad till intresse för en rad filmgenrer. Det gäller framför allt filmklassiker av olika slag men även dokumentärfilmer, 'porträttfilmer', 'naturfilmer', 'relationsdrama', tecknade filmer samt 'kriminal-/detektivfilmer' (dock mycket lite olika vålds- och actionfilmer). Och ungdomar och vuxna i yrkesaktiv ålder som associeras med faktorn uppskattar i högre grad seriös musik än andra personer.

Bland ungdomar uppvisar faktorn vidare negativa samband med sociala aktiviteter som att 'gå på restaurang/café/pub' och att 'umgås med vänner och släktingar', medan både unga och vuxna i yrkesaktiv ålder som *söker samhällsinformation* på Internet i högre grad än genomsnittet 'ägnar sig åt turistresor'.

Personer som relateras till faktorn *Söka samhällsinformation* har inte i särskilt tydlig utsträckning markerat mer eller mindre än andra människor att de i barndomshemmet hade eller i det nutida hemmet har de ägodelar som anges i formuläret.

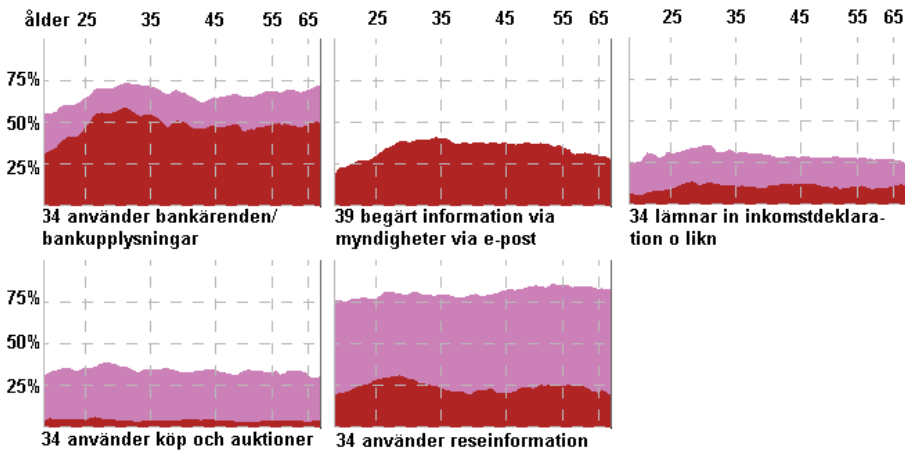
³² Unga som oftare *söker samhällsinformation* har i lägre grad markerat svarsalternativet 'jag finner skönhet, harmoni och balans genom att lyssna på musik'.

Använda servicetjänster

Använda servicetjänster på nätet är en IT-dimension som grupperade fem variabler.³³

Denna faktor hänger kraftigare samman med hur 'ofta' man brukar använda Internet 'i hemmet' än 'på jobbet/i skolan' (även om samband finns även i det senare fallet), vilket pekar på att servicetjänsterna används mer i privata än i arbets-sammanhang. Sambandet är särskilt starkt för Internetanvändande pensionärer när det gäller 'att använda bankärenden, bankupplysningar' och 'reseinformation'. För faktorn som helhet finns också ett visst samband med 'när man började använda dator'.

Figur 15. IT-inriktningen *Använda servicetjänster*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt



Fråga 34 har tre svarsalternativ, varav två anges i bilderna: 'ofta' (svart), 'ibland' (grått)
Fråga 39 har två svarsalternativ, varav ett anges i bilden: 'ja' (svart)

Som framgår av bilderna i figur 15 blir flera aktiviteter i faktorn vanligare upp till ca 30-årsåldern och är i åldrarna därefter ungefär lika frekventa – men minskar i allmänhet en del i pensionsåldern.

Som också framgår är att 'använda bankärenden/bankupplysningar' och 'använda reseinformation' de två vanligaste aktiviteterna i gruppen. Bland Internetanvändarna utträttar närmare hälften bankärenden 'ofta' och närmare 60 procent åtminstone 'ibland' på Internet. (Av samtliga svarande i under-

³³ 'att använda bankärenden/bankupplysningar', att någon gång 'ha begärt information från myndigheter via e-post', 'att lämna in inkomstdeklaration o likn', 'att använda köp och auktioner' samt 'att använda reseinformation'.

sökningen – alltså inte bara Internetanvändare – har närmare en tredjedel uppgivit sig uträdda bankärenden på nätet 'ofta' och ca hälften åtminstone 'ibland'.) 'Reseinformation' har ca tre fjärdedelar av Internetanvändarna åtminstone 'ibland' använt på Internet och 'ofta' knappt en fjärdedel. Att använda banker och reseinformation på nätet har alltså slagit igenom ganska stort.

Beträffande de övriga aktiviteterna har knappt en tredjedel av Internetanvändarna uppgivit att de någon gång 'begärt information från myndigheter via e-post',³⁴ ca en fjärdedel att de elektroniskt brukar 'lämna in inkomstdeklaration o likn' via Internet och drygt en fjärdedel att de 'använder köp och auktioner' men de som gör detta 'ofta' är få. I förhållande till näringslivets förväntningar framstod e-handel alltså enligt denna undersökning fortfarande som en ganska modest aktivitet vid årsskiftet 2002/2003.

Bortsett från att de yngsta använder tjänsterna lite mer sällan, finns inga särskilda ålderssamband för faktorn *Använda servicetjänster*.

Vi finner inte heller några könssamband i fråga om att *Använda servicetjänster*.

Att 'använda reseinformation' och 'inlämna inkomstdeklaration o likn' via Internet är vanligare bland högutbildade yngre yrkesaktiva personer ca 25-40 år men utbildning ger för dessa aktiviteter inte utslag i högre åldrar. De tre övriga variablerna som sorterades i faktorn har mindre tydliga samband med utbildning.

'Högre tjänstemän', 'personer i ledande befattningar' och 'akademiker' är i viss mån mer benägna än andra yrkeskategorier att *Använda servicetjänster* på nätet.

Andra aktiviteter och värderingar

Vilka andra samband finns med uppsjön frågor i formuläret? Naturligt nog har 'intresse av att få information om resor/turism', 'att ägna sig åt turistresor' och 'att använda resor/utflykter som förströelse' positiva samband med *Använda servicetjänster* – detta i olika grad bland ungdomar och vuxna i yrkesaktiv ålder. Personer i alla åldersgrupper som 'ägnar sig åt arbets-/affärsresor' brukar också oftare *använda servicetjänster* på Internet.

'Intresse av att få information om ekonomi/affärer/företagsamhet' har också positivt samband med faktorn *Använda servicetjänster*, främst bland

³⁴ Detta resultat kan jämföras med en undersökning som Statskontoret gjort 2003, presenterad i en tidningsartikel, enligt vilken mer än hälften av Internetanvändarna i Sverige uppgivit att de skickat e-post till en myndighet och en tredjedel att de gör det någon gång i halvåret (*Computer Sweden* 2004) – alltså långt fler än i Södertörnsundersökningen. Som ofta kan man fråga sig i hur hög grad undersökningsresultat påverkas av uppdragsgivarens intressen och lämnas till pressen i legitimerande syfte.

pensionärer. I denna äldre åldersgrupp har faktorn även positiva samband med åsikten att 'privatisering och öppen marknadsföring är bra för Sverige' samt, fastän svagare, med 'förtroende för dagstidningar', 'för kungahuset', 'för domstolsväsendet', 'för banker', 'för företagare' och 'för forskare'. I samma åldersgrupp finns i stället ett negativt samband mellan faktorn och 'förtroende för kommersiell radio' och 'för [likaså kommersiella] TV3/Kanal5/ZTV'. Pensionärer som anser sig politiskt 'vänsterorienterade' är dock lite mindre benägna att *använda servicetjänster* på nätet än andra pensionärer.

Bland unga har lyssnande på samtliga Sveriges Radios kanaler (P1, P2, P3 respektive P4) och uppfattningen att 'SRs radiokanaler är en viktig informationskälla' positiva samband med *Använda servicetjänster*. Som ett annat exempel när det gäller medier kan nämnas benägenheten att anse 'Dagens Nyheter/Svenska Dagbladet' vara 'en viktig informationskälla' bland äldre personer som associeras med faktorn.

Den tekniskt optimistiska åsikten 'tack vare Internet kan den vanlige/a medborgaren påverka regeringen och politiker mer' har bland ungdomar och vuxna i yrkesaktiv ålder positiva samband med denna IT-dimension. De flesta attitydpåståendena om att Internet skulle vara skrämmande och farligt tar man dock avstånd ifrån, främst vuxna i produktiv ålder men även pensionärer (se vidare avsnittet 'Attityder till IT').

Åsikten att 'e-post är viktig för umgänge med andra människor' är mer spridd bland personer som *använder servicetjänster* på nätet i alla åldersgrupper än i snitt. Bland pensionärer har också uppfattningen att 'mailinglistor är ett bra sätt för människors möjlighet att uttrycka sina åsikter' i viss mån positivt samband med faktorn.

I övrigt framträder inte många samband mellan *Använda servicetjänster* och andra variabler. Några ytterligare exempel är dock att faktorn är positivt relaterad till att 'ägna sig åt tekniska aktiviteter (t ex meka med bilen)' bland unga och pensionärer. Vissa positiva korrelationer finns också med intresse för en del seriösa musikgenrer. Bland vuxna i yrkesverksam ålder och äldre personer har faktorn vidare svagt positivt samband med 'besök på restaurang/café/pub', medan den bland pensionärer har negativt samband med att se film 'på filmklubb' och 'på festivaler'.

Använda tidningar/nyhetsgrupper

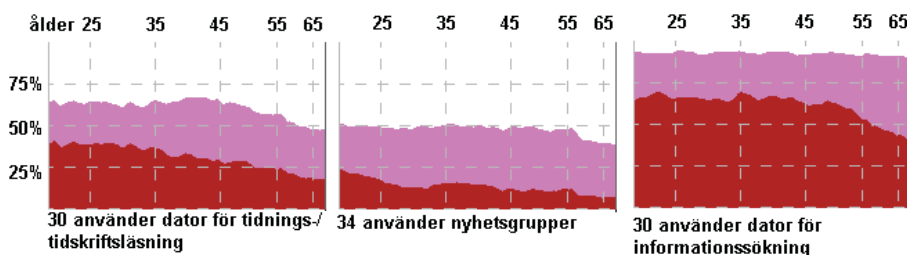
Aktiviteterna 'tidnings-/tidskriftsläsning' och 'använda nyhetsgrupper' laddade starkast under nästa IT-dimension som vi därför valde att kalla *Använda tidningar/nyhetsgrupper*. Till faktorn fogade sig också den mycket vanliga aktiviteten 'informationssökning' som kan omfatta allt möjligt, har skiftande innebörd för olika människor och alltså utgör en förhållandevis svårtolkad variabel. (Att söka information och nyheter på nätet visade sig t ex

bland Stockholmsungdomar i stor utsträckning gälla nöjesinriktade ämnen, Petrov 2000.)

Eftersom alla tre aktiviteterna i faktorn är mångtydiga (tidningar/tidskrifter och nyhetsgrupper kan ju också vara av högst varierande slag), är det ändå intressant att de utkristalliserat sig i en faktor som pekar på en tendens hos vissa människor att utöva just dessa aktiviteter.

Även denna faktor hänger samman med hur 'ofta' man använder IT, främst för lågutbildade, och i olika grad för olika åldrar 'på jobbet/i skolan' respektive 'i hemmet'. Vidare har faktorn positiva samband med hur lång 'tid' man ägnar Internet – ju yngre man är desto mer 'på arbetsdagar', och ju äldre man är desto mer 'på lediga dagar'. Även när 'man började använda dator' spelar in.

Figur 16. IT-inriktningen *Använda tidningar/nyhetsgrupper*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt



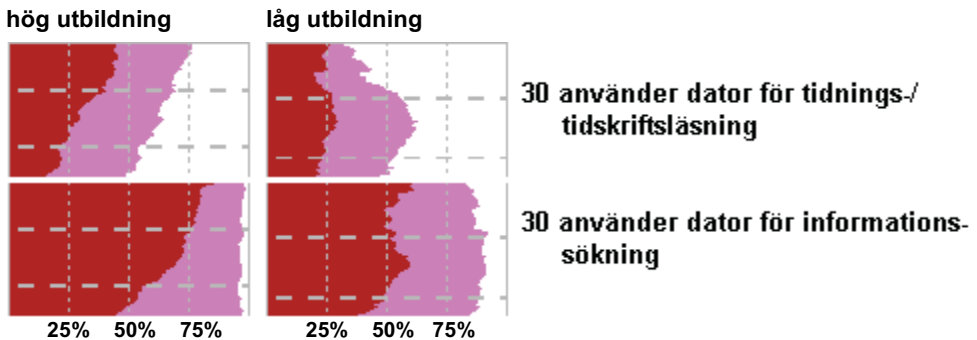
Fråga 30 har fyra svarsalternativ, varav två anges i bilderna: 'ofta' (svart), 'ibland' (grått)
Fråga 34 har tre svarsalternativ, varav två anges i bilden: 'ofta' (svart), 'ibland' (grått)

Bilderna i figur 16 visar att de tre aktiviteterna är vanligare bland yngre Internetanvändare t o m ca 45-årsåldern än bland äldre.

Könsskillnaderna är små.

Aktiviteten 'informationssökning' är mer frekvent bland högutbildade än lågutbildade liksom bland personer i högre yrkesposition än i lägre. Använda 'dator för tidnings-/tidskriftsläsning' är vanligare bland unga högutbildade än bland unga lågutbildade – se figur 17. I övrigt uppenbarar sig inte några konsekventa signifikanta samband med utbildning och yrke.

Figur 17. IT-inriktningen *Använda tidningar/nyhetsgrupper*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, de starkaste sambanden efter utbildning



Andra aktiviteter och värderingar

När det gäller andra frågor i formuläret framkommer att faktorn har positivt samband med att 'ägna sig åt Internet som förströelse'. I alla åldersgrupper är personer som *använder tidningar/nyhetsgrupper* på nätet också benägna att anse att 'e-post är ett viktigt sätt att umgås med andra människor'. Bland pensionärer har uppfattningen att 'mailinglistor är ett viktigt sätt för att uttrycka sina åsikter' i viss mån positivt samband med faktorn.

'Dagens Nyheter/Svenska Dagbladet' anses oftare 'viktig som informationskälla' bland ungdomar och vuxna i yrkesaktiv ålder som associeras med denna IT-dimension och de har också oftare 'intresse av utrikespolitik' än andra. Pensionärer som *använder tidningar/nyhetsgrupper* tenderar att vara 'intresserade av att få information om nyheter från utlandet'. Bland unga finns också positivt samband med åsikten att 'internationella nyhetskanaler (som CNN) är en viktig informationskälla'. Däremot har denna åsikt ett negativt samband bland pensionärer som är förbundna med faktorn. 'Att läsa faktaböcker' har positivt samband med faktorn *Använda tidningar/nyhetsgrupper* bland vuxna i yrkesaktiv ålder.

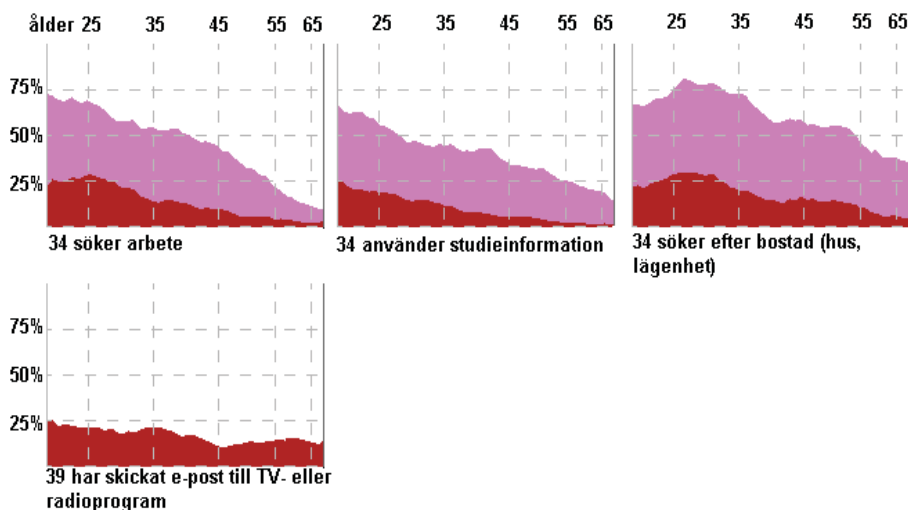
Faktorn korrelerar vidare starkt positivt men i varierande grad i olika åldrar med benägenheten att 'lyssna på musik på Internet'. Bland vuxna i produktiv ålder har faktorn positiva samband med intresse för olika seriösa musikgenrer.

Söka arbete, studieinformation, bostad

Nästa faktor, *Söka arbete, studieinformation, bostad*, har också med Internet-service att göra men, som framgår av namnet, på ett mer basalt plan.³⁵

Denna typ av Internetanvändning uppvisar mindre utpräglade samband än många andra faktorer med hur 'ofta', hur lång 'tid' och 'var' man brukar använda dator och Internet. Just ungdomar och personer med gymnasiebildning som söker 'studieinformation' på nätet tenderar dock att använda Internet mycket i olika sammanhang.

Figur 18. IT-inriktningen *Söka arbete, studieinformation, bostad*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt



Fråga 34 har tre svarsalternativ, varav två anges i bilderna: 'ofta' (svart), 'ibland' (grått)
Fråga 39 har två svarsalternativ, varav ett anges i bilden: 'ja' (svart)

Denna faktor har, inte överraskande, en tydlig ungdomlig åldersprofil – se figur 18.

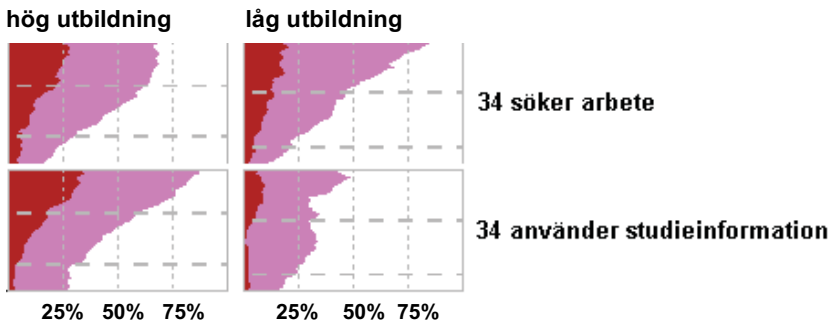
Ett visst vagt samband finns med kön så att kvinnor i de yngre grupperna oftare 'söker arbete' och 'studieinformation' via Internet än män gör.

³⁵ I faktorn grupperade sig just 'söka arbete', 'sökande efter bostad (hus, lägenhet)', 'använda studieinformation' – samt, fastän svagare (korrelation 0,30 – se tabell 1), frågan 'Har du skickat e-post till något TV- eller radioprogram?'.

Bland unga är också högre utbildade i viss mån överrepresenterade i fråga om att 'söka studieinformation'. Men utbildning korrelerar inte med de övriga två variablerna – se figur 19.

Ingen av de fyra aktiviteterna har något samband med yrkesposition i åldrarna 25-64.

Figur 19. IT-inriktningen *Söka arbete, studieinformation, bostad*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, de starkaste sambanden efter utbildning



Andra aktiviteter och värderingar

Bland ungdomar tenderar de som oftare använder Internet för *Söka arbete, studieinformation, bostad* att anse att diverse utländska/internationella nyhetsmedier samt Sveriges Radios radiokanaler är 'viktiga informationskällor'. Främst bland unga men även bland vuxna i yrkesaktiv ålder som förknippas med faktorn, finns också en benägenhet att se 'kurser/föreläsningar/konferenser' som en betydelsefull 'informationskälla' och bland vuxna i denna ålder även 'uppslagsverk/böcker'. Bland de senare finns vidare ett positivt samband mellan detta IT-relaterade användningsområde och att 'läsa faktaböcker'.

Inte oväntat korrelerar faktorn positivt med 'intresse att få information om arbetsmarknad', främst bland vuxna. För ungdomar kan vi konstatera att denna faktor även har positiva samband med 'intresse att få information om hälsa' och 'om resor/turism' samt, bland både unga och vuxna i yrkesaktiv ålder, med 'att ägna sig åt turistresor'.

När det gäller inställningen till IT har personer i alla åldersgrupper som associeras med faktorn en viss tendens att instämma i påståendet 'tack vare Internet kan den vanlige/a medborgaren påverka regeringen och politiker mer'. Bland ungdomar finns också ett positivt samband mellan faktorn och åsikten 'tack vare Internet kan arbetsgivare och regering kontrollera och följa vanliga människor bättre'. Bland pensionärer framkommer ett negativt

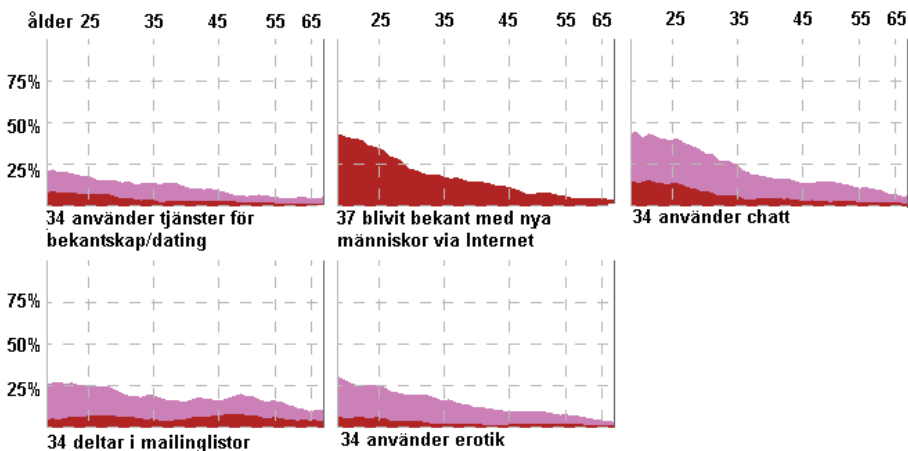
samband mellan faktorn och åsikten att det borde råda 'total åsiktsfrihet på Internet, även fientligt sinnad [...]'.³⁶

Socialt umgänge

Längs faktorn *Socialt umgänge* grupperade sig fem variabler.³⁶

IT-inriktningen som helhet har bland ungdomar – som mest håller på med dessa aktiviteter – positiva samband med hur lång 'tid' de använder Internet både 'på arbetsdagar' och 'på lediga dagar' samt med hur 'ofta' de använder dator och Internet 'på Internetcafé' och 'hos vänner'. Vuxna i yrkesaktiv ålder som associeras med faktorn *Socialt umgänge* på nätet (främst låg- och mellanutbildade) ägnar Internet längre 'tid' olika dagar.

Figur 20. IT-inriktningen *Socialt umgänge*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt



Fråga 34 har tre svarsalternativ, varav två anges i bilderna: 'ofta' (svart), 'ibland' (grått)
Fråga 37 har två svarsalternativ, vara ett anges i bilden: 'ja' (svart)

Faktorn har som sagt en utpräglad åldersprofil – se figur 20. Det är framför allt tonåriga Internetanvändare som 'chattar' (nästan hälften gör detta åtminstone 'ibland') och som säger sig 'ha blivit bekanta med nya människor via Internet' (också nästan hälften) – därefter avtar dessa båda aktiviteter kraftigt med åldern. Även 'tjänster för bekantskap/dating' och 'erotik' uppger yngre personer oftare att de använder än äldre. 'Delta i mailinglistor' har

³⁶ 'att använda tjänster för bekantskap/dating', 'att ha blivit bekant med nya människor via Internet', 'att använda chatt', 'delta i mailinglistor' och 'använda erotik'.

dock svagare samband med ålder och är förhållandevis vanligt även bland medelålders Internetanvändare. Emellertid är inte heller denna aktivitet så omfattande.

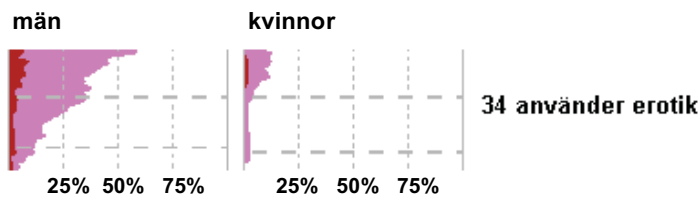
Av en annan fråga (nummer 38) i formuläret som inte ingick i våra sambandsanalyser om de nio IT-dimensionerna, kan man se att ungefär en fjärdedel av de tonåriga Internetanvändarna i undersökningen säger sig ha 'träffat någon i verkligheten' som de först blivit bekant med via Internet. Det är emellertid värt att påpeka att av samtliga Internetanvändare menar mindre än en femtedel att de 'blivit bekanta med nya människor via Internet' och en dryg tiondel att de 'träffat dessa personer i verkligheten efteråt'. Mot bakgrund av detta kan man undra över tidningarnas ibland braskande rubriker. I *Di.se* kunde man t ex den 12 februari 2004 läsa rubriken 'Nätragg slår krogagg', följt av texten:

Att det vanligaste sättet för att träffa drömpartnern är att gå på krogen är numera en sanning med modifikation. Internet har på några år blivit en verklig kontaktcentral för alla åldrar. Lunarstorm för 15-åringarna, Spray för 30-åringarna och Seniornet för 55+ är bara några exempel.

Även om aktiviteterna i faktorn *Socialt umgänge* är klart ungdomsinriktade, är de alltså totalt sett inte särskilt frekventa utan avser en minoritet av Internetanvändarna, något som står i viss kontrast till de många föreställningar om att Internet allmänt sett skulle befrämja nya umgägesformer, virtuella gemenskaper osv.³⁷

Variablerna i faktorn *Socialt umgänge* korrelerar inte med kön utom när det gäller användning av 'erotik' på nätet som gäller män mycket mer än kvinnor – se figur 21.

Figur 21. IT-inriktningen *Socialt umgänge*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som använder erotik på nätet, efter kön



³⁷ Att sådana umgägesformer är vanliga bland barn och ungdomar och specifika intressegrupper är dock inte att betvivla, varför forskning fokuserad på dessa förstås är motiverad.

Utbildning har inga tydliga samband med de olika aktiviteterna i *Socialt umgänge* utom i fråga om att 'delta i mailinglistor' som är vanligare bland yngre högutbildade personer än i andra utbildningsgrupper. Personer med gymnasial utbildning (mellanutbildning) – inte bara bland ungdomar utan även bland vuxna i yrkesverksam ålder – förefaller dock också att 'chatta' i högre utsträckning än övriga utbildningsgrupper.

Några samband med yrkesposition framkommer inte.

Andra aktiviteter och värderingar

Socialt umgänge har inte många och utpräglade samband med övriga frågor i formuläret. Naturligt nog har faktorn dock i alla åldrar positivt samband med åsikten att 'chatt är viktigt för ens umgänge med andra människor' något som även gäller 'ICQ/AOL/MSN'. Bland äldre personer har också uppfattningen att 'mailinglistor är viktiga för människors möjlighet att uttrycka sina åsikter' positivt samband med faktorn.

I fråga om inställningen till IT hänger *Socialt umgänge* bland ungdomar samman med åsikten att det borde vara 'total åsiktsfrihet på Internet, även fientligt sinnad [...]', samt åsikten att 'tack vare Internet kan arbetsgivare och regeringen kontrollera och följa vanliga människor bättre'. (Se vidare avsnittet 'Attityder till IT'.)

Vidare finns bland ungdomar negativa samband mellan *Socialt umgänge* på Internet och 'förtroende för kyrkan', 'för bankerna', 'för kommersiell radio' respektive 'för kulturarbetare'. Bland äldre personer har *Socialt umgänge* negativt samband med 'förtroende för forskare'.

Faktorn är för ungdomar också positivt relaterad till 'intresse för att få information om landsbygdsfrågor'.

Ungdomar som använder Internet för *socialt umgänge* utmärks av att inte så gärna se film just 'på TV'. Vuxna i yrkesaktiv ålder som förknippas med faktorn har oftare än andra markerat att de ser film 'på filmklubb' och 'på festivaler'. Dessutom har dessa vuxna smak för en hel del seriösa musikgenrer.

Spel

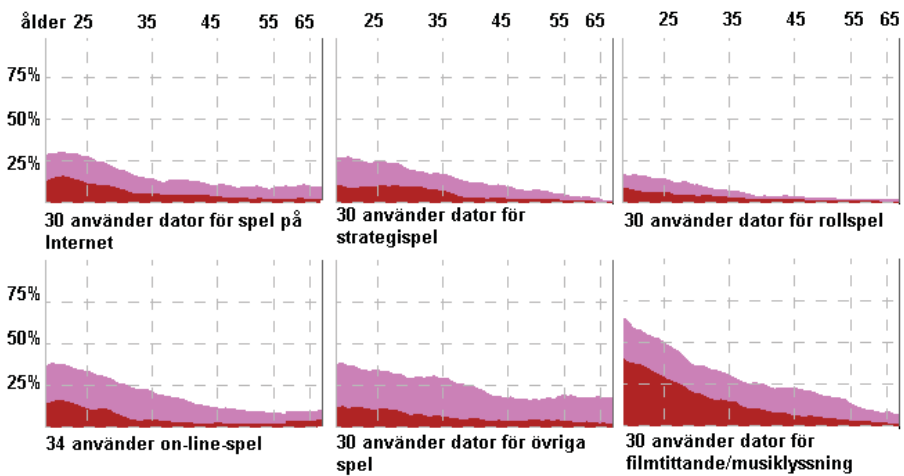
Faktorn *Spel*, slutligen, samlade fem frågor som alla har med användningen av olika spel på dator eller Internet att göra.³⁸ Dessutom laddade variabeln 'filmtittande/musiklyssning på dator' relativt starkt i denna faktor, aktiviteter

³⁸ 'använda dator för spel på Internet', 'för strategispel', 'för rollspel', 'använda online-spel' och 'använda dator för övriga spel'. Dessutom sällade sig till faktorn variabeln 'filmtittande/musiklyssning på dator'.

som är allmänt vanligare i yngre åldrar och därför samtidigt hänger samman med andra faktorer som har tydlig ungdomlig profil.

IT-dimensionen *Spel* har främst positiva samband med hur 'ofta' man använder dator och Internet 'i hemmet', 'hos vänner' och 'på Internetcafé' samt med hur lång 'tid' man ägnar Internet 'på lediga dagar' – och för ungdomar även 'på arbetsdagar'.

Figur 22. IT-inriktningen *Spel*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt



Fråga 30 har fyra svarsalternativ, varav två anges i bilderna: 'ofta' (svart), 'ibland' (grått)
Fråga 34 har tre svarsalternativ, varav två anges i bilden: 'ofta' (svart), 'ibland' (grått)

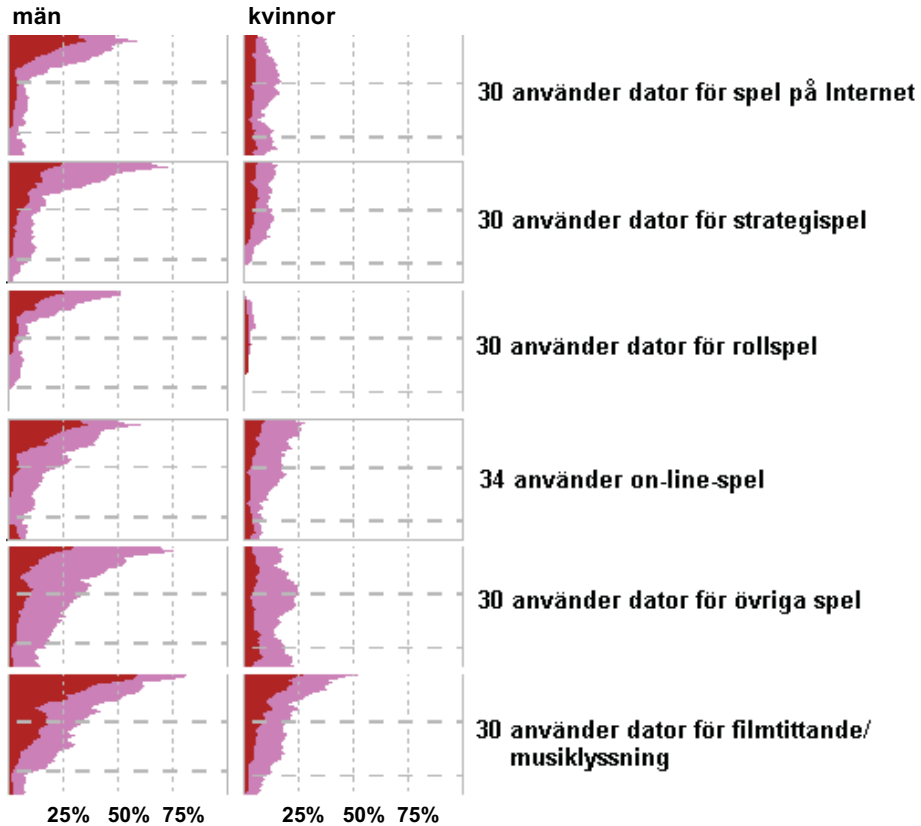
Alla spelaktiviteter är starkt åldersrelaterade – spelet börjar minska redan vid 20-årsåldern. Det bör emellertid understrykas att särskilt 'att spela övriga spel' ändå görs av nästan en femtedel äldre Internetanvändare åtminstone 'ibland'. Andelen som överhuvudtaget spelar något elektroniskt spel (beräknat utifrån dessa fem spelfrågor) är ca två femtedelar av Internetanvändarna totalt (och drygt en fjärdedel av samtliga svarande i undersökningen).

Användningsområdet är starkt manligt framför allt i fråga om spelen men även beträffande 'filmtittande/musiklyssning på dator'. Undantag finns dock för 'övriga spel' respektive 'on-linespel' – två samlande begrepp som har olika betydelser för olika svarande. I dessa fall finns inga könssamband i den äldre hälften av befolkningen.³⁹

³⁹ Att kvinnor över 40 år spelar datorspel minst lika ofta som män i samma åldrar framhålls också i en branschstudie i USA från februari 2004. Studien bör dock tas med en nypa salt eftersom den är sponsrad av AOL Games och utförd av Digital

Intressant är också de genomgående olika åldersprofilerna för spelande bland kvinnor och män som framgår av figur 23, nämligen att stora könsskillnader uppträder just i de yngsta åldrarna.

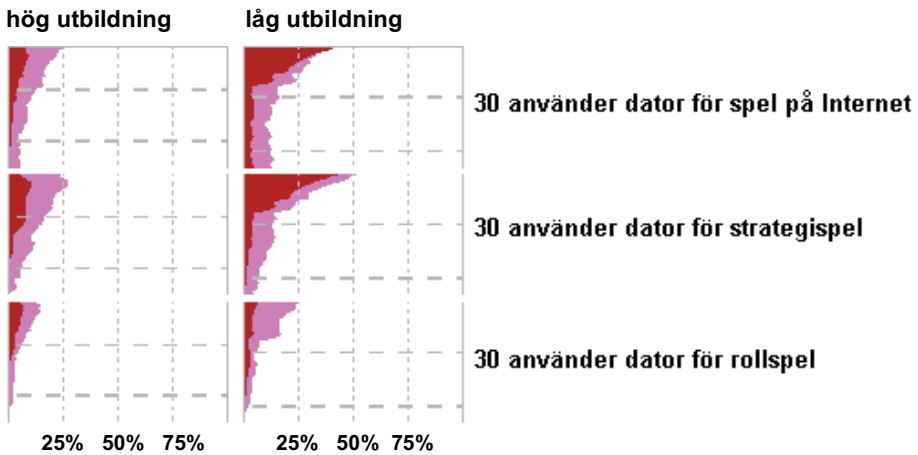
Figur 23. IT-inriktningen *Spel*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, efter kön



Utbildning har inga generella samband med variablerna i spelfaktorn men det finns tendenser att spelandet är mer utbrett bland låg- än bland högutbildade ungdomar – se figur 24. Dessutom är benägenheten att spela 'övriga spel' (och i någon mån även 'on-line-spel') större bland äldre lågutbildade än bland äldre högutbildade. (Ifall liknande samband finns bland äldre personer för de övriga aktiviteterna i faktorn går inte att avgöra, då *IT-spelande* pensionärer är få i absoluta tal i undersökningen.)

Marketing Services som alltså påstår sig ha funnit ett hittills missat befolkningssegment för dem som annonserar i samband med elektroniska spel (*AdAge.com* 2004).

Figur 24. IT-inriktningen *Spel*. Andelen Internetanvändare i varje ålder som utövar aktiviteten, de starkaste sambanden efter utbildning



På motsvarande sätt framkommer i viss mån negativt samband med högre yrkesposition – 'ej facklärd arbetare' spelar i något högre utsträckning 'övriga spel' och 'on-line-spel' än personer i andra yrkeskategorier.

Andra aktiviteter och värderingar

Spel som användningsområde för IT har starkt positivt samband med 'intresse att få information om datorer', 'om teknik' och 'om bil och motor', främst bland ungdomar men också i övriga åldersgrupper. *Spelande* ungdomar och vuxna i yrkesverksam ålder menar också oftare än andra i samma åldrar att 'teknisk utveckling är viktig för en själv'. Bland unga hänger att 'ägna sig åt tekniska aktiviteter (t ex meka med bilen)' också samman med faktorn – som nämnts, är ju män mer förknippade med *Spel* än kvinnor. Det är inte heller förvånande att personer, framför allt ungdomar, som associeras med *Spel* oftare än andra anser att 'spela data-/videospel är ett sätt att uppnå balans och harmoni'. Att 'ägna sig åt hasardspel (kasino, spelautomater)' hänger likaså positivt samman med faktorn i alla åldrar.

Vidare har att 'lyssna på musik på Internet' stark positiv korrelation med *spelfaktorn* – i varierande grad i olika åldrar. Intresse för action- och våldsfilm är också mycket mer utbrett bland *IT-spelare* än bland andra personer (och unga sådana gillar även 'erotiska filmer' och 'tecknad film' mer än genomsnittsungdomar). *IT-spelare* är däremot mer negativa än genomsnittet till 'relationsdrama', 'kärleksfilmer' och 'musikfilmer'. I fråga om musikpreferenser korrelerar bl a 'heavy metal' och 'punk' positivt med faktorn i alla åldersgrupper. I alla åldrar ser man också oftare än andra personer på vissa kommersiella TV-kanaler.

Uppfattningen att 'personlig kontakt är viktig för ens umgänge med andra människor' har negativt samband med *IT-spel* bland unga och äldre personer. Unga som *spelare* ägnar sig även mer sällan än andra i den åldern åt sociala aktiviteter som att 'gå på restaurang/café/pub' och att 'umgås med vänner och släktingar'. Däremot är personer i alla åldersgrupper som är förknippade med *spelfaktorn* benägna att tycka att 'ICQ/AOL/MSN' är viktig för deras umgänge med andra.

Åsikten att 'det borde vara total åsiktsfrihet på Internet, även fientligt sinnad [...]' har positivt samband med faktorn bland ungdomar. Den tekniskt optimistiska tron att 'tack vare Internet kan den vanlige/a medborgaren påverka regeringen och politiker mer' har också positivt, men svagare, samband med *Spel* bland unga. (Se vidare avsnittet 'Attityder till IT'.)

Ungdomar som associeras med denna IT-inriktning har mer sällan än andra ungdomar 'intresse att få information om sociala problem'. Värderingarna att 'hälsa', 'frihet', 'familjetrygghet', 'lycka', 'kärlek', 'inre harmoni' och 'jämlighet' är 'viktiga för en själv' tenderar *IT-spelande* unga att ta avstånd ifrån.

Spelande vuxna i yrkesaktiv ålder och äldre personer ser något oftare film 'på TV' och 'på video' än genomsnittet, medan aktiviteterna att 'gå på teater', 'på utställningar' och 'på konsert' korrelerar negativt med *spelfaktorn* bland ungdomar och pensionärer.

Det måste understrykas att de pensionärer som associeras med Spel är få i absoluta tal i undersökningen (vilket även, som nämnts, gäller faktorn IT-kreativitet). Om resultaten endast gäller dessa äldre personer förknippade med Spel (och inte ungdomar eller vuxna i produktiv ålder) bör man därför tolka resultaten med försiktighet, dvs tänka att den gruppen äldre respondenter som förknippas med faktorn kan vara mycket specifik.

Framför allt i fråga om spelfaktorn – och främst då för aktiviteten 'övriga spel på dator' – framkommer just samband med en rad aktiviteter och värderingar som endast gäller äldre personer. Vi vill avslutningsvis ändå addera dessa för att peka på att äldres IT-spelande kan vara värt fortsatt forskning i framtiden:

Pensionärer associerade med *Spel* tenderar att ha flera åsikter om att Internet är skrämmande och farligt. De är också oftare negativa till påståendet att 'alla barn måste få lära sig att använda datorer och Internet så tidigt som möjligt'.

Spel är för dessa äldre positivt relaterat till att 'titta på' de kommersiella kanalerna TV3, Kanal 5, ZTV respektive MTV och tvärtom negativt förknippat med att 'titta på SVT'. De ägnar sig oftare än andra äldre åt 'film-/video-/musikspelningar'. Vidare är IT-inriktningen hos dem positivt förbunden med att 'lyssna på' flera kommersiella radiokanaler, främst NRJ, samt åsikterna att 'kommersiella radiokanaler' och 'närradio' är 'viktiga informationskällor'. De *IT-spelande* äldre personerna är också benägna att vara 'intresserade av reportage om kändisvärlden', 'av att få information om kända personers relationer' och 'om skandaler', medan de tvärtom ofta är ointresserade av att få information 'om lagar/förordningar/juridik', 'om vetenskapli-

ga upptäckter' och 'om forskning'. De menar också mer sällan än andra pensionärer att de 'finner harmoni och balans genom att vistas i naturen' respektive 'genom att besöka kyrkan', medan de oftare än andra äldre finner 'förströelse' genom 'skötsel av husdjur'. Dessa äldre personer tenderar även att 'lita' mindre 'på andra människor'. De har också i viss mån mer sällan än andra äldre 'förtroende för regeringen', 'för politiker', 'för journalister' samt 'för skolan' – dock tvärtom något oftare 'förtroende för forskare'.

Attityder till IT

Som nämnts ingick i Södertörnsundersökningen en fråga (nummer 20) där respondenterna ombads uppge sin inställning till IT genom att markera sina åsikter i förhållande till fjorton givna påståenden om datorer och Internet. Vi har i vår analys hittills inkluderat dessa enskilda variabler (som svaren på frågan resulterade i) för att positionera de nio inriktningarna i IT-användningen i relation till det sociala rummet av värderingar, aktiviteter och socio-kulturell bakgrund.

Som också framhållits tidigare, har vi även sökt finna några centrala tendenser som skulle förklara variationen i människornas svar på dessa enskilda påståenden. Med hjälp av en separat faktoranalys grupperade vi de fjorton variablerna längs tre faktorer, varmed vi reducerade och strukturerade de attityder till Internet som studerats med detta frågebatteri i Södertörnsenkäten. Resultaten skulle givetvis bli annorlunda (t ex skulle nya dimensioner i de svarandes attityder till IT kunna uppenbaras) om andra attitydpåståenden tagits med i den aktuella frågan. (Jfr kommentarerna om faktoranalys i avsnittet 'Nio inriktningar i IT-användningen'.)

I tabell 3 redovisas resultatet av analysen baserat på alla svarande. Det bör dock framhållas att utfallet i princip blir detsamma (beträffande faktorernas inriktning liksom sorteringen av påståendena) när faktoranalysen genomförs med endast Internetanvändare (som ju utgör ca tre fjärdedelar av alla undersökningspersoner). Detta är intressant med tanke på att den aktuella frågan om åsikterna om datorer och Internet låg före de andra IT-frågorna i formuläret och alltså var riktade till alla respondenter (inte bara IT-användare).⁴⁰

Åsikterna som grupperas längs den första faktorn ger uttryck för en oro för den nya informations- och kommunikationsteknologin, att *IT är farlig*, en grundläggande negativ inställning till datorer och Internet som alltså innebär att människor som associeras med denna faktor tenderar att instämma i flera av de nio påståendena som sorterats i denna grupp.

Under den andra faktorn grupperade sig två påståenden som tvärtom uttrycker en positiv attityd till datorer och Internet och som innebär att *IT är en förutsättning* för framgång, något man måste lära sig så tidigt som möjligt.

⁴⁰ Styrkan på sambanden mellan de olika påståendena och de faktorer som analysen resulterar i varierar också endast marginellt mellan alla svarande och Internetanvändarna. Det ska dock påpekas att proportionellt fler personer som inte använder Internet (än som använder Internet) hade hoppat över frågan.

Tabell 3. De tre attitydfaktorerna gällande IT, structure matrix, principal component analysis, oblimin extraction

F1 F2 F3 attitydpåstående

F1: *It är farlig*

.78	-.05	.15	Världen håller på att bli farlig p g a datorer
.66	-.13	-.28	Internet gör människor främmande för varandra
.66	-.17	-.15	Användningen av datorer och Internet skrämmer mig
.64	.19	-.18	Anonymiteten på Internet gör att människans sämsta drifter kommer fram
.63	-.25	.11	Internet bidrar till att tid för arbete och studier slösas bort till ingen nytta
.61	.05	.35	Tack vare Internet kan arbetsgivare och regeringen kontrollera och följa vanliga människor bättre
.58	-.43	.16	Mycket användande av datorer och Internet är skadligt för hälsan
.57	.11	.16	De som använder datanätverk eller Internet borde oroa sig för säkerheten gällande egna personuppgifter
.54	-.21	.10	Barn får information via Internet som är olämplig för dem

F2: *IT är en förutsättning*

-.19	.77	.12	Alla barn måste få lära sig att använda datorer och Internet så tidigt som möjligt
.02	.72	.04	Människor som saknar tillgång till Internet är i alla avseenden i en sämre position

F3: *Bra med anonymitet på Internet*

-.04	-.12	.76	Det är bra att människor kan förbli anonyma på Internet
.20	.06	.61	Alla borde få framföra sin åsikt fritt via Internet även om den är fientligt sinnad och innebär angrepp på människor och minoriteter med andra åsikter
.10	.32	.57	Tack vara Internet kan den vanlige/a medborgaren påverka regeringen och politiker mer

OBS! Alla samband som är starkare än 0,25 har markerats med fetstil i denna tabell.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = 0,82

Cumulative Percent Factor 1-3 = 47,7

Innebörden av den tredje faktorn, under vilken tre påståenden sorterades, är inte lika uppenbar men kan sägas uttrycka en särskild normativ syn om att det är *Bra med anonymitet på Internet*.

Av tabell 3 framgår även att vissa attitydpåståenden grupperade under en faktor har förhållandevis starka samband med en annan faktor (se samband markerade med fetstil i tabellen). Påståendet 'Mycket användande av datorer och Internet är skadligt för hälsan' som sorterats under den första faktorn (*IT är farlig*) korrelerar starkt negativt (-0,43) med den andra faktorn (*IT är en förutsättning*). Ett liknande men svagare negativt förhållande (-0,25) gäller påståendet 'Internet bidrar till att tid för arbete och studier slösas bort till ingen nytta'.

Vidare har två påståenden som sorterats i den första faktorn inte oansenliga samband med den tredje faktorn (*Bra med anonymitet på Internet*), varav 'Tack vare Internet kan arbetsgivare och regeringen kontrollera och följa vanliga människor bättre' korrelerar positivt (0,35) och 'Internet gör människor främmande för varandra' korrelerar negativt (-0,28) med faktor 3.

Dessutom korrelerar åsikten 'Tack vare Internet kan den vanlige/a medborgaren påverka regeringen och politiker mer' som sorterats under faktor 3 (*Bra med anonymitet på Internet*) relativt starkt positivt (0,32) också med faktor 2 (*IT är en förutsättning*).

Av korrelationsmatrisen i tabell 4 framgår att de tre faktorerna ändå har bildats så att de i hög grad är oberoende av varandra. Det finns dock ett mycket svagt positivt samband (0,14) mellan faktor 1, *IT är farlig*, och faktor 3, *Bra med anonymitet på Internet*.

Tabell 4. De tre attitydfaktorernas inbördes samband, factor correlation matrix

	F1	F2	F3
F1 <i>IT är farlig</i>	1.00		
F2 <i>IT är en förutsättning</i>	-.09	1.00	
F3 <i>Bra med anonymitet på Internet</i>	.14	.07	1.00
	F1	F2	F3

IT är farlig

Av figur 25 kan man konstatera att en rad åsikter som associeras med *IT är farlig* är relativt utbredda, då majoriteten av respondenterna instämmer 'helt' eller 'till övervägande del' med motsvarande påståenden.

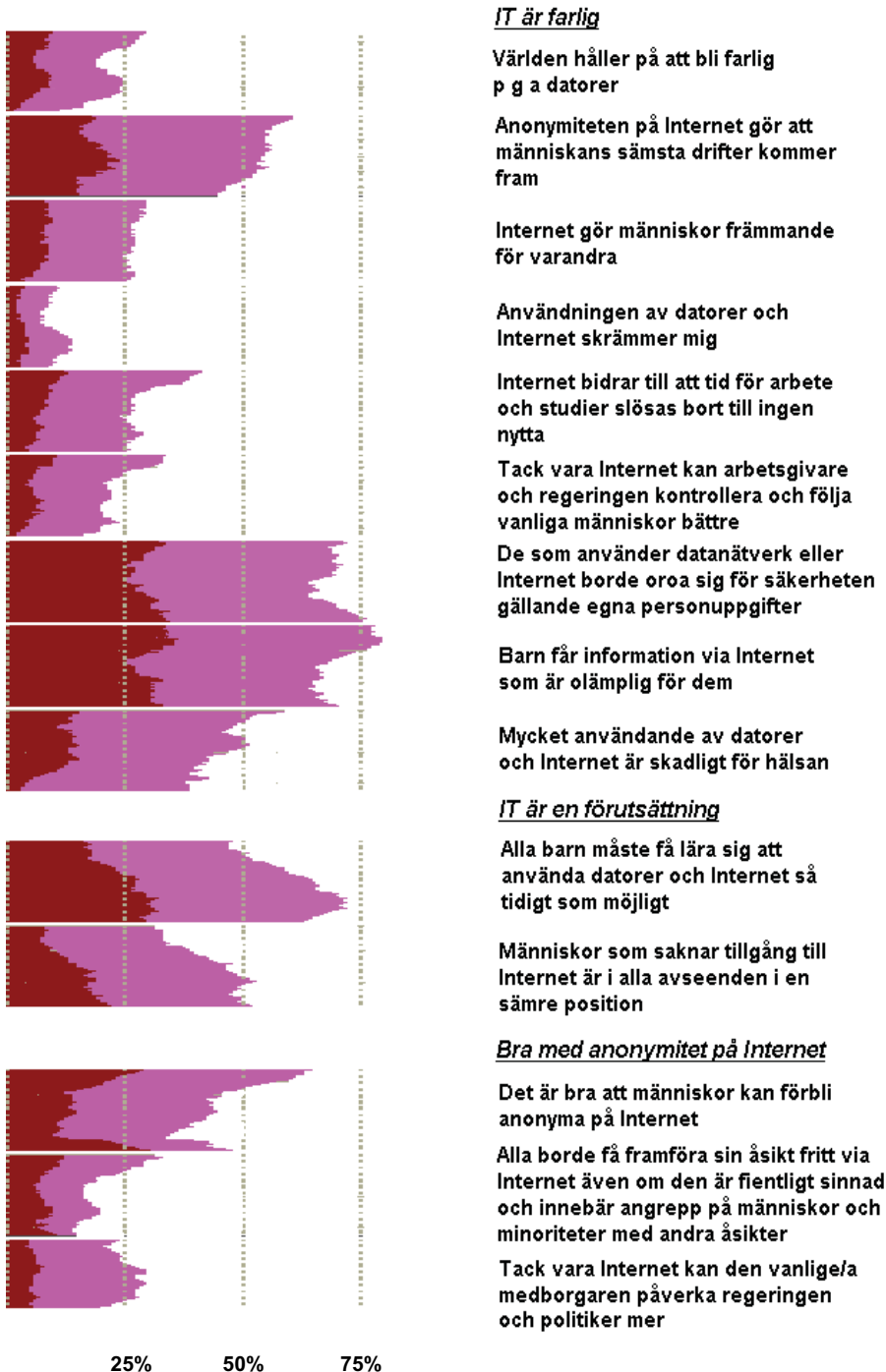
Läsanvisning för figur 25

I figur 25 visas andelen (%) av samtliga svarande i undersökningen som instämmer 'helt' eller 'till övervägande del' i respektive påstående. Liksom när det gäller korrelationskoefficienterna – som faktoranalysen bygger på – har andelarna i figuren beräknats endast för de respondenter som besvarat respektive fråga, bland vilka personer som inte använder Internet är underrepresenterade. Det bör framhållas att figuren är en förenklad framställning av distributionen av respektive åsikt, eftersom den inte visar andelen svarande som tar avstånd från påståendet eller den andel som markerat 'Vet ej, har ej tänkt på det'.

I övrigt läses figuren på liknande sätt som tidigare bilder med liggande staplar. Varje bild anger andelen svarande i varje ålder som instämt i påståendet – vi ser alltså en kontinuerlig åldersprofil med de yngsta överst i varje stapel och de äldsta underst i varje stapel.

De vertikala strecken anger 0, 25, 50, 75 (och 100) % i varje ålder.

Figur 25. Attityder till IT. Andelen av alla svarande i varje ålder som 'helt' och 'till övervägande del' instämmer i respektive påstående, totalt



De mer utbredda åsikterna som associeras med *IT är farlig* är: 'Barn får information via Internet som är olämplig för dem', 'De som använder datanätverk eller Internet borde oroa sig för säkerheten gällande egna personuppgifter' och 'Anonymiteten på Internet gör att människans sämsta drifter kommer fram'. Nästan hälften håller också med om att 'Mycket användande av datorer och Internet är skadligt för hälsan'. De övriga påståendena stämmer 'helt' eller 'till övervägande del' för en mindre andel av respondenterna.

Tendensen att associeras (positivt eller negativt) med en faktor (dvs benägenheten att starkare instämma i eller ta avstånd från flera av påståendena som sorterats under den) varierar emellertid beroende på individernas bakgrund och livsstilar. Generellt anser människor som associeras med faktorn *IT är farlig* i mycket lägre utsträckning än genomsnittet att det går att 'lita på människor i allmänhet'.

Sambandsanalyserna pekar vidare mot starka negativa samband mellan denna faktor och svaren på frågan när man 'började använda dator' liksom om man 'brukar' använda dator och Internet, samband som alltså innebär att de människor som *inte* använder IT (eller nyligen börjat använda IT och/eller använder dator endast i begränsad utsträckning) betydligt oftare uttrycker åsikter som grupperas under faktor 1, *IT är farlig*. Människor som har mångåriga erfarenheter av IT och/eller använder dator/Internet i stor utsträckning tenderar i stället att ta avstånd från de enskilda påståendena i denna faktor.

Mot bakgrund av att andelen IT-användare (liksom frekvensen och användningstiden per användare) är betydligt högre bland unga och yngre vuxna än bland pensionärer kunde man förvänta sig att respondenter som anser att *IT är farlig* skulle bli vanligare med ökad ålder. Svarsfördelningarna i figur 25 liksom andra sambandsanalyser visar emellertid att faktor 1 (liksom flertalet enskilda påståenden som den grupperas) inte har något signifikant samband med ålder, i synnerhet om man begränsar analysen till Internetanvändare.

Faktorn har inte heller något signifikant samband med kön, trots att kvinnor, som vi sett, i vissa avseenden använder IT mindre än män.⁴¹

Däremot är det tydligt att personer som associeras med faktorn *IT är farlig* oftare har lägre yrkesposition och mindre hushållsinkomst än andra människor (för vissa frågor finns även ett svagare samband med lägre utbildning). I stor utsträckning är alltså denna attityddimension en klassfråga – som i sin tur hänger samman med att personer som anser att *IT är farlig* mer sällan använder IT 'på jobbet/i skolan' osv.

Dessa förhållanden förklarar (delvis och indirekt) det negativa sambandet som faktorn har med faktorerna *Tekniskt IT-kunnande*, *Sedvanligt IT-arbete*

⁴¹ Detta gäller även de enskilda variablerna med undantag av påståendet 'Mycket användande av datorer och Internet är skadligt för hälsan' samt (bland äldre) 'Barn får information via Internet som är olämplig för dem', där kvinnor instämmer något oftare än män.

och *Använda servicetjänster* (på Internet) som vi tidigare tagit upp och som också i varierande grad hänger samman med högre yrkesposition, större ekonomiska tillgångar och högre utbildning. Människor som associeras med attitydfaktorn *IT är farlig* gör alltså en lång rad saker förknippade med dator och Internet *mer sällan* än andra, t ex 'presentationer' på datorn, 'skicka e-post', 'textbehandling' och 'tabellsammanställning'. De har även mindre 'kunskap om datorer' och om t ex att 'installera programvara', 'ta bort virus' och 'kopiera och ändra filer'. På samma sätt är de mindre benägna att 'använda sökmotorer', 'göra informationssökningar', 'använda banktjänster', 'lämna in deklARATIONER' på nätet m m. De menar i stället oftare än andra att de 'inte har behov' av dator och Internet hemma.

Personer som associeras med faktorn *IT är farlig* tenderar i övrigt att inte ha använt mobiltelefon lika länge som andra personer eller inte ha mobiltelefon alls och de tycker inte att 'Internet och mobiltelefoner gör världen bättre'. I stället är de benägna att anse att 'brev och vykort' är viktiga 'för ens umgänge med andra människor' samt att 'närradio' och 'TV3 Direkt' är viktiga 'som informationskälla och medel för att inhämta kunskap'. Vidare anser de oftare än andra att 'frälsning' är viktigt (av ett antal givna värden) samt uppskattar de oftare musikstilen 'country'. Negativt samband med faktorn finns i stället med t ex aktiviteten 'läsa skönlitteratur', vilket är att förvänta då personerna som sällar sig till faktorn ofta har låg yrkesposition och (i viss mån oftare) kortare utbildning.

IT är en förutsättning

Faktorn *IT är en förutsättning* (som alltså anger en positiv syn på IT), grupperade ju två påståenden. Inledningsvis kan konstateras att majoriteten av respondenterna 'helt' eller 'till övervägande del' håller med om påståendet 'Alla barn måste få lära sig att använda datorer och Internet så tidigt som möjligt'. Färre men ändå ganska många menar att påståendet 'Människor som saknar tillgång till Internet är i alla avseenden i en sämre position' stämmer med deras personliga åsikt (se figur 25).

Ser vi till faktorn som helhet, har de personer som associeras med den en tendens att ofta använda Internet 'i hemmet'. De har i allmänhet också använt dator länge.

Faktorn *IT är en förutsättning* har ett svagt samband med ålder, så att ju äldre man är, desto oftare tenderar man att associeras med faktorn. Ett likaledes svagt samband finns med kön, på så sätt att män oftare än kvinnor finns bland *IT-positiva*. Därutöver finns positivt samband mellan faktorn och högre yrkesposition/större hushållsinkomst – men inte med utbildning. Det bör tilläggas att faktorn också har positivt samband med värderingen att 'rikedom' är 'viktigt för en själv' (av ett antal givna värden). Även denna faktor

anger alltså delvis en klasskillnad som dock tycks hänga ihop med ekonomiskt snarare än med kulturellt kapital.

Som tidigare nämnts, har faktorn starkt positivt samband med påståendet 'Tack vare Internet kan den vanlige/a medborgaren påverka regeringen och politiker mer' samt, fastän något svagare, med värderingen 'teknisk utveckling är viktig för en själv'. Dimensionen *IT är en förutsättning* tycks alltså därmed ange inte bara en positiv inställning till de specifika möjligheter som Internet innebär utan också förknippas med en mer generell IT-optimism.

IT är en förutsättning hänger positivt samman med vissa av de tidigare nämnda nio IT-inriktningarna, nämligen *Använda servicetjänster* (på Internet), *Söka samhällsinformation*, *Tekniskt IT-kunnande* och, fastän svagare, *IT-kreativitet* och *Sedvanligt IT-arbete*. Analyserna visar vidare att *IT-positiva* personer är särskilt disponerade att 'använda ekonomisk och finansinformation' liksom 'juridisk information' på nätet. De ägnar sig också oftare åt t ex 'bildbearbetning' på dator och har större 'kunskap om att installera programvara', om att 'ta bort virus' och om att 'göra presentationer (med t ex power point)' än andra människor. I övrigt ägnar de sig oftare åt 'arbets-/affärsresor', anser oftare att 'Internet och mobiltelefoner gör världen bättre' och använder oftare mobiltelefonen för att 'ta emot samtal' och 'ringa'.

När det gäller övriga aktiviteter och värderingar som tas upp i frågeformuläret kan bl a nämnas att de *IT-positiva* har en tendens att 'titta på SVT2' och vara 'intresserade av att få information om ekonomi, affärer, företagssamhet'.

Bra med anonymitet på Internet

Av tabell 3 framgick att den tredje faktorn sorterar tre påståenden: 'Det är bra att människor kan förbli anonyma på Internet', 'Alla borde få framföra sin åsikt fritt via Internet även om den är fientligt sinnad och innebär angrepp på människor och minoriteter med andra åsikter' och 'Tack vare Internet kan den vanlige/a medborgaren påverka regeringen och politiker mer'.

Faktorn har, som framhållits, även starkt samband med påståendet 'Tack vare Internet kan arbetsgivare och regeringen kontrollera och följa vanliga människor bättre' som sorterades i faktorn *IT är farlig*. Det faktum att påståendet också korrelerar med *Bra med anonymitet på Internet* antyder emellertid att svaren på frågan kan ha olika innebörder.

Vi har alltså att göra med ytterligare en dimension som anger en positiv inställning till IT, men av annat slag än *IT är en förutsättning*. Figur 25 visar vidare att den första av de tre enskilda åsikterna är förhållandevis mest utbredd (flera respondenter anser att anonymitet på Internet är bra).

Generellt har faktorn ett svagt samband med ålder så att yngre oftare associeras med faktorn *Bra med anonymitet på Internet* än äldre. Något generellt samband med kön, utbildning och yrkesposition framträder inte utom i de

Yngre åldersgrupperna där lågutbildade män är kraftigt överrepresenterade. Det finns också en förhållandevis svag tendens som innebär att personer som 'aldrig har yrkesarbetat' oftare associeras med faktorn. Ett visst samband framträder också med lägre hushållsinkomst.

Attityddimensionen *Bra med anonymitet på Internet* hänger positivt samman med IT-inriktningen *Spel* och svagt positivt med *Socialt umgänge* och *IT-kreativitet* – men svagt negativt med *Sedvanligt IT-arbete*. När det gäller enskilda IT-aktiviteter framträder för personer som *uppskattar anonymitet* därför en tendens att spela 'spel på Internet', 'strategispel' och 'övriga spel' på dator. I övrigt använder dessa personer oftare 'erotik' på nätet än andra människor och datorn oftare för 'filmtittande/musiklyssning'. En typ av film man är benägen att gilla är 'kampsportfilmer'.

Vidare tenderar personer som *uppskattar anonymitet på Internet* att tycka att 'Människans välfärd borde vara helt beroende av hur väl hon lyckas ta hand om sig själv och sin familj' (i motsats till att 'Staten borde hjälpa de svagare och mer oförmögna till ett människovärdigt liv') och de håller också, fastän i lägre grad, med om 'Jag skulle vilja att människor i det svenska samhället vände sig mer vid att klara sig själva och ta ansvar' (i motsats till ett påstående om 'solidaritet' och 'stå för gemensamma intressen'). De som associeras med faktorn *Bra med anonymitet på Internet* menar även i viss utsträckning att de är 'högerorienterade'. De 'litar' också mindre på 'människor i allmänhet' än genomsnittspersonen gör. I övrigt tenderar de bl a att anse att 'TV3 Direkt' är viktig som 'informationskälla och medel för att inhämta kunskap'.

Sammanfattning och diskussion

I denna rapport har vi utifrån Södertörnsundersökningen sökt studera IT som en faktor i samhället genom att analysera förhållandena mellan människors användning av dator och Internet å ena sidan och deras övriga aktiviteter, värderingar och socio-kulturella bakgrund å den andra. I grunden för vår analys ligger antagandet att allt hänger samman med allt, varför analysen borde utgå från ett helhetsperspektiv som innebär att människornas olika föreställningar, värderingar, normer och aktiviteter är sammanflätade, betingar varandra och genom vissa grundläggande krafter förhåller sig i delvis återkommande mönster till de sociala agenternas positioner i det sociala rummet samt till samhällets dynamik.

I stället för att begränsa analysen till isolerade samband av några utvalda beroende variabler (som t ex vissa IT-aktiviteter eller inställningar till IT) i förhållande till ett fåtal oberoende variabler (t ex respondenternas bakgrund i termer av ålder, kön och utbildning) har vi alltså strävat efter att studera det komplexa mönstret av allehanda värderingar och aktiviteter, liksom personernas bakgrund som även i vår analys har en viktig roll – med fokus på de nya medierna.

Mer konkret har ambitionen varit att genom multivariata analyser studera omfattningen och inriktningen av individernas IT-användning och därefter gruppera mångfalden användningsområden av IT som Södertörnsundersökningen tar upp längs ett begränsat antal tydliga faktorer i avsikt att strukturera den virtuella verklighet som datorer och Internet utgör. En sådan mer distinkt struktur av ITs användningsområden skulle i sin tur relateras till människornas aktiviteter utanför det virtuella rummet och till deras föreställningar och värderingar generellt.

I enlighet med denna ambition sorterade vi med hjälp av faktoranalys 45 frågor som i den aktuella enkätundersökningen anger olika typer av färdigheter och bruk av de nya medierna längs nio dimensioner (faktorer) som anger olika inriktningar i användningen av IT. De framtagna faktorerna är i sig kontinuerliga statistiska variabler som får analytisk mening genom sin 'närhet' till ursprungsvariablerna (t ex i form av Pearsons korrelationskoefficient), framför allt genom de variabler som associeras starkast (uppvisar starkast statistiskt samband) med inriktningarna. Den på så sätt etablerade strukturen anger enligt vår analys nio centrala dimensioner till vilka dator- och Internetanvändarna positionerar sig (dvs kan mer eller mindre av, utövar i större eller mindre utsträckning eller inte alls osv) i den virtuella världen.

Vi har villkorligt benämnt de nio faktorerna: *Tekniskt IT-kunnande*, *IT-kreativitet*, *Sedvanligt IT-arbete*, *Söka samhällsinformation* (på Internet), *Använda servicetjänster* (på Internet), *Använda tidningar/nyhetsgrupper* (på Internet), *Söka arbete*, *studieinformation*, *bostad* (på Internet), *Socialt umgänge* (på Internet) och *Spel* (på dator och Internet).⁴²

De framtagna faktorerna fungerar inte så att varje individ associeras ensidigt med en faktor utan varje användare får i stället en viss position i förhållande till var och en av de nio dimensionerna (jfr korrelationskoefficienterna), på så sätt att stark tillhörighet till en faktor inte utesluter att personen också starkt kan förknippas med en annan faktor. Individernas positioner i förhållande till de olika faktorerna är samtidigt relativt oberoende av varandra. Ordet 'förhållandevis' bör understrykas eftersom de nio framtagna faktorerna delvis hänger samman (starkare eller svagare) med varandra. De starkaste positiva sambanden uppträder mellan faktorerna *Tekniskt IT-kunnande* och *IT-kreativitet* samt mellan *IT-kreativitet* och *Spel*. Andra positiva samband finns t ex mellan *Spel* och *Socialt umgänge* samt mellan *Söka samhällsinformation* och *Använda servicetjänster*. Det bör också framhållas att den här delen av den etablerade analytiska strukturen utesluter personer som aldrig (eller mycket sällan) använder datorer och Internet. Samtidigt bör understrykas att vid tiden för undersökningens genomförande hade såväl datorer som Internet blivit medier som omkring tre fjärdedelar av respondenterna använde vanemässigt.

På liknande sätt har vi i en separat analys urskiljt tre centrala dimensioner i människornas subjektiva inställning till Internet och datorer, tre dimensioner som till övervägande delen beskriver/statistiskt förklarar respondenternas svar på de fjorton attitydpåståenden om Internet och datorer som ingick i undersökningen. Dessa tre attityddimensioner skulle grovt kunna sammanfattas som *IT är farlig*, *IT är en förutsättning* och *Bra med anonymitet på Internet*.⁴³

Den på så sätt erhållna strukturen har varit utgångspunkt för en vidare analys av denna virtuella verklighets relation till det sociala rummet i stort. I ett flertal steg i en andra fas har vi relaterat de ovan nämnda faktorerna till mångfalden övriga variabler som ingick i Södertörnsundersökningen. I vår fördjupade analys använde vi två tredjedelar av undersökningens totalt ca 650 variabler som bygger på svaren på motsvarande antal (del)frågor i frågeformuläret och som handlar om respondenternas bakgrund, medievanor, mediepreferenser, estetiska, kulturella, sociala, politiska m fl värderingar, fri-

⁴² I avsnittet 'Nio inriktningar i IT-användningen' i artikeln redovisas vilka variabler som sorterats i respektive faktor samt variablernas och faktorernas inbördes statistiska samband.

⁴³ De tre attitydfaktorernas närmare innebörd och konstruktion återges i avsnittet 'Attityder till IT'.

tids- och arbetsaktiviteter liksom allmänna livsåskådningsfrågor m m. Oftast har vi även här på förhand underkastat grupper av variabler faktoranalys med avsikt att strukturera mängden frågor genom att sortera dem längs ett fåtal centrala dimensioner varmed variablernas antal analytiskt reduceras, för att åstadkomma en mer gripbar abstrakt modell.

Det är inte möjligt att enkelt sammanfatta de talrika resultaten. Vi gör inte heller anspråk på att ha redovisat en fullständig sambandslista för de hundratalens variablerna i själva rapporten utan har i den föregående texten begränsat oss till att illustrera med de starkare sambanden.

Generellt kan man säga att de allra första inledande resultaten i vår analys (när vi bara relaterar separata aspekter av IT-användningen till enskilda bakgrundsvariabler – alltså innan vi fastställt någon tydlig struktur i ITs användningsområden) stämmer väl överens med de resultat som redovisas i flera andra undersökningar och undersökningsserier vilka kartlägger dator- och Internetanvändningen i Sverige. Vi ser t ex att yngre personer (bortsett från barn) använder IT mer än äldre personer (särskilt pensionärer) och att hög- och närmast mellanutbildade använder dator och Internet mer än lågutbildade personer. I samklang med det senare nämnda resultatet framträder också skillnader mellan akademiker, tjänstemän och arbetare liksom mellan hög- och låginkomsttagare. När det gäller kön använder män IT mer än kvinnor men könsskillnaderna är inte alltid lika stora som skillnaderna enligt ålder, utbildning och yrke.

Men när vi sedan fördjupar vår analys och studerar de nio IT-dimensionerna – de nio faktorer som anger olika typer av kunskaper och aktiviteter beträffande dator och Internet – är bilden i vissa fall annorlunda och de generella ovannämnda sambanden med ålder, kön, utbildning osv förändrade. De nio användningsområdena har i själva verket mycket olika samband med omfattningen av IT-användningen, med platsen där man använder dator och Internet och tiden när man gör det, med ålder, kön, utbildning och yrke (social position) och med individens andra olika fritids- och arbetsaktiviteter, värderingar och attityder.

Vi kan t ex konstatera att platsen och tiden (arbetsdagar respektive lediga dagar) är olika för olika användningsområden. Exempelvis använder personer som har högt värde på faktorerna *Tekniskt IT-kunnande* och *IT-kreativitet* dator och Internet oftare än andra personer såväl i hemmet som på jobbet/ i skolan samt Internet längre tid både på arbetsdagar och på lediga dagar – dessa båda användningsområden för IT skär alltså över både plats och tid. Ett liknande förhållande gäller *Använda tidningar/nyhetsgrupper* men här framträder sambanden olika för olika åldrar och utbildningsgrupper. *Sedvanligt IT-arbete* (textbehandling, skicka e-post, tabellsammanställning) och *Söka samhällsinformation* har däremot starkare positivt samband med mängden IT-användning på arbetsdagar och på jobbet/i skolan. *Använda servicetjänster* å sin sida är mer förknippat med Internetanvändning i hemmet. *Socialt umgänge* har positiva samband både med mängden IT-användning på arbets-

dagar och på lediga dagar samt med användning av dator och Internet på Internetcafé och hos vänner. IT-dimensionen *Spel* har främst positiva samband med hur ofta man använder dator och Internet i hemmet, hos vänner och på Internetcafé samt med hur lång tid man ägnar Internet på lediga dagar – men för ungdomar även på arbetsdagar.

I fråga om ålder, kön, utbildning och yrke kan nämnas att yngre personer har en benägenhet att oftare ägna sig åt *Spel*, *Socialt umgänge* och *Söka arbete*, *studieinformation*, *bostad* än äldre men i flera avseenden är det inte alls yngre som använder IT mest – utan medelålders personer. Det senare gäller framför allt *Sedvanligt IT-arbete* och *Söka samhällsinformation*, något som har att göra med att Internet blivit en allt viktigare plattform för arbetsaktiviteter. Det finns också användningsområden, såsom *IT-kreativitet* och *Använda servicetjänster* på nätet, som inte har särskilt mycket med ålder att göra överhuvudtaget.

Ur flera aspekter är IT männens revir och det gäller framför allt i fråga om *IT-kreativitet* och *Spel* och delvis i fråga om *Tekniskt IT-kunnande* – men i åtskilliga andra aspekter används de nya medierna minst lika mycket av kvinnor som av män. Användningsområden där knappast några könsskillnader framträder är t ex *Sedvanligt IT-arbete*, *Använda servicetjänster* och de flesta former av *Socialt umgänge*. Ett undantag är *Sedvanligt IT-arbete* för äldre kvinnor som associeras svagare med faktorn än männen i samma åldrar, vilket är naturligt då *Sedvanligt IT-arbete*, som framkommit, är starkt relaterat till skol- och arbetssituationen och därför aldrig hunnit bli aktuell för kvinnor i pensionsåldern som samtidigt också ofta är mindre tekniskt intresserade än män.

Vidare är framför allt *Sedvanligt IT-arbete* och i viss mån också *Söka samhällsinformation*, *Tekniskt IT-kunnande* och *Använda servicetjänster* vanligare bland högutbildade än bland lågutbildade personer och/eller vanligare bland personer i högre yrkesposition. Förvärvsarbeten som kräver hög utbildning är ju också oftare kopplade till sådana kunskaper och aktiviteter. Men beträffande övriga användningsområden för IT finns bara svaga eller inga generella skillnader alls relaterade till högre utbildning och/eller yrkestillhörighet högre upp på samhällsstegen. Det finns även en tendens att vissa aspekter av *Socialt umgänge* och *Spel* är vanligast bland personer med mellan- eller lägre utbildning eller personer i lägre yrkesposition.

Intressanta samband uppstår också när vi ser till det sammansatta samspelet av dessa demografiska och socio-kulturella variabler: Vissa IT-inriktningar tycks enligt undersökningen främst associeras mer med unga kvinnor (*Söka arbete*, *studieinformation*, *bostad*), andra mer med högre tjänstemän än med personer i fria akademikeryrken (*Söka samhällsinformation*) och åter andra med såväl unga män som lågutbildade pensionärer (*Spel*) – för att nämna ett par exempel.

Ett viktigt resultat är också att de nio olika användningsområdena är olika utbredda bland Internetanvändarna i största allmänhet. Här kan vi som exem-

pel nämna något om tre av de minst frekventa IT-inriktningarna: Inte att förvåna är att relativt få personer förknippas med *IT-kreativitet* som representerar specialiskunskaper på IT-området. Mer anmärkningsvärt är emellertid att *Söka samhällsinformation* inte framstår som ett särskilt utbrett användningsområde när det gäller Internet – anmärkningsvärt eftersom det står i kontrast till föreställningarna hos IT-optimister i den allmänna debatten om att Internet i hög grad ska bidra till politiska och liknande aktiviteter. Inte heller är aktiviteterna inom faktorn *Socialt umgänge* särskilt frekventa – i motsats till många florerande idéer om att Internet befrämjar ett flertal nya umgängesformer.

När det sedan gäller attityder till IT framkommer enligt undersökningen t ex att det är människor som *inte* använder IT eller som nyss börjat använda dator som tenderar att anse att *IT är farlig*. Men dessa personer är inte, som man kanske slentrianmässigt skulle vänta sig, oftare pensionärer eller kvinnor utan personer som har lägre yrkesposition, lägre utbildning och mindre hushållsinkomst än andra människor. I hög grad är alltså denna attityddimension en klassfråga, som i sin tur innebär att man inte så ofta använder IT – t ex på jobbet/i skolan. På motsvarande sätt tycks faktorn *IT är en förutsättning* (för framgång m m) ha positivt samband med högre yrkesposition och större hushållsinkomst – men knappast med högre utbildning. Även denna faktor framstår alltså delvis som en klassfråga som tycks hänga ihop mer med ekonomiskt än med kulturellt kapital.

I analysen av människornas intressen, aktiviteter och värderingar utanför den virtuella världen framkommer en mångfald meningsfulla samband mellan dessa och vad man ägnar sig åt i det virtuella rummet, så att mönstren som helhet ofta pekar mot olika 'livsstilar' i Bourdieus bemärkelse. Här dominerar t ex de *tekniskt IT-kunniga* unga männen med stort intresse för teknik i allmänhet, liksom för action- och våldsfilmerna av olika slag och musikgenren heavy metal. Här finns också de vuxna och äldre *IT-kunniga* som, fortfarande intresserade av teknik i allmänhet, är intresserade av att få information om vetenskap och forskning och vid sidan av preferenser för musikgenrerna heavy metal och punk i viss mån även uppskattar seriös musik. Personer som associeras med *Sedvanligt IT-arbete*, och som ju tenderar att vara högutbildade, är delvis orienterade mot public service-medier och etablerade dagstidningar, mot konferenser, arbetsresor och 'finkulturella' fritidsaktiviteter. Bland äldre personer har faktorn *Använda servicetjänster* på nätet (t ex bankärenden) positiva samband med intresse av att få information om ekonomi/affärer/företagsamhet, med åsikten att privatisering och öppen marknadsföring är bra för Sverige, och med förtroende för dagstidningar, kungahuset, domstolsväsendet, banker, företagare och forskare. Personer som *använder tidningar/nyhetsgrupper* på Internet är ofta intresserade av utrikespolitik och internationella nyheter, medan särskilt de unga som ägnar sig åt *IT-spel* är benägna att tycka att personlig kontakt är mindre viktig för ens umgänge med andra människor och de ägnar sig även mer sällan än andra

jämnåriga åt sociala aktiviteter som att gå på restaurang/café/pub och att umgås med släktingar och vänner.

I rapporten har vi alltså löpande vid var och en av de nio IT-inriktningarna respektive de tre IT-attityderna tagit fram ett stort antal illustrationer av det ovannämnda slaget som tyder på att de motiv, intressen och aktiviteter man har i det virtuella rummet ofta har motsvarigheter i det sociala rummet. Och för att ägna sig åt en speciell IT-aktivitet (t ex söka juridisk eller ekonomisk information på Internet, delta i ett politiskt forum, chatta osv) måste man vara utrustad med motsvarande habitus eller disposition som innebär att man måste uppfatta aktiviteten som relevant, tro att man får ut något av den eller har något inflytande över den. I många fall visar också vår analys att dessa 'livsstilar', inklusive IT-användningsområden, har tydlig förankring i den samhällshierarki i vilken personerna är positionerade och som bl a yttrar sig i skillnader längs variablerna ålder, kön, utbildning, yrke m m.

Våra analyser antyder också (även om frågor som i detalj skulle kunna belysa detta inte ingått i formuläret) att användningen av dator och Internet inte ersatt eller slagit ut annan medieanvändning, i alla fall inte för undersökningspersonerna i genomsnitt. Tvärtom tycks de personer som använder Internet mycket, i vissa avseenden också använda andra medier mycket, vilket tyder på att användningen av Internet för genomsnittspersonen snarare har adderats till annan medieanvändning. Det bör framhållas att en sådan tolkning går emot de återkommande rapporter i pressen som, med hänvisning till valda undersökningsresultat, hävdar att användning av Internet sker på bekostnad av andra medier. Samtidigt ser vi att en hel del 'annan' medieanvändning också sker på Internet. Till exempel läser ca en fjärdedel av Internetanvändarna t o m 45-årsåldern ofta tidningar/tidskrifter via dator och mer än en fjärdedel av ungdomarna 16-25 år använder ofta dator för filmtittande/musiklyssning. Huruvida detta är en ersättning för eller ett tillägg till 'sedvanlig' medieanvändning kan vi utifrån undersökningens konstruktion inte avgöra.

Vad undersökningsresultaten dock säkert visar är att ITs utveckling innebär att en betydande andel av befolkningen har flyttat allt fler andra sociala aktiviteter förknippade med såväl yrkesarbete som med fritid – t ex skrivande, informationssökning, bankärenden, resebokningar – till de nya mediernas virtuella värld.

Det virtuella rummet vilket allt fler människor i allt större utsträckning har vänt sig till – och är hänvisade till – har samtidigt sin egen ontologi som innebär en djup strukturell förändring av människornas relationer till sin omgivning (och till varandra) något som i sig påverkar samhällets strukturer. I likhet med vissa 'postmoderna' teoretiker under TVs utbredning på 1960-70-talen (t ex Baudrillard [1970]1998), borde analyser av IT-användningen ta i beaktande den virtuella världens specifika förutsättningar. Ofta döljer medieinnehållet själva mediets funktion – IT innebär kanske framför allt ett nytt sätt att uppfatta och förhålla sig till omvärlden. Baudrillards tankar om att

världen genom moderna elektroniska medier reduceras till ett system av tekniken som utgör 'pseudohändelser', dvs att sociala händelser, historien, kulturen och idéerna inte längre är produkter av skiftande, motsägelsefulla, verkliga erfarenheter utan är artefakter, resultat av kodens element och av mediets tekniska manipulering, är särskilt relevanta också för de nya digitala medierna.

Det är i den andan som Manovich (2001) framhåller att de nya mediernas objekt (t ex hemsidor, datorspel, bilder) är kulturella och i flera avseenden tendentiösa. Den virtuella världens objekt bygger på särskilda gränssnitt – datorprogram som består av algoritmer – vilka privilegierar vissa verklighetsmodeller och representationer på bekostnad av andra. I och med att sådana objekt blir allt viktigare komponenter i användarnas föreställningar om den sociala världen bidrar de till att förändra eller konstruera externa referenter.

Manovich betonar att de nya mediernas produkter existerar som binära data som lagras i databaser – kulturella former på sina egna villkor som påverkar användarens uppfattning av datas innehåll. I och med att 'innehållet' (data) och gränssnitten är åtskilda kan olika gränssnitt skapas utifrån samma data. Medan elementen i traditionella medier är bundna vid unika strukturer är strukturerna i hypermedierna åtskilda från varandra. De digitala medierna påverkar alla kommunikationsformer – inklusive insamling, hantering, lagring och distribution – liksom alla andra medier (text-, bild-, ljud- och rumskonstruktioner).

De digitala medierna vars objekt lätt kan förändras motsvarar enligt Manovich det postindustriella samhällets logik, som bl a innebär 'produktion på beställning' – till skillnad från traditionella elektroniska medier som distribuerar millioner identiska kopior i en kulturindustri (som i sig varit föremål för en rad kritiska tänkare). I industrisamhället skulle alla njuta av samma varor och ha samma övertygelser; detta var även medieteknologins logik. I det postindustriella samhället däremot konstruerar var och en sin egen livsstil och 'väljer' ideologi från ett flertal alternativ, menar Manovich. Även marknadsföringen försöker tilltala var och en separat. Mediets språk, innehåll och annonser anpassas. De nya mediernas logik motsvarar denna nya samhällslogik.

Användargränssnittens övergång från ett hierarkiskt filsystem (som t ex i DOS fall är uppenbar för användaren och antyder att världen kan reduceras till en logisk och hierarkisk ordning) till nätverkets hyperlänkar (WWWs koncept är att alla objekt har samma vikt – allt kan direkt kopplas till allt) kan enligt Manovich och andra teoretiker som t ex Castells ([2001]2002) knytas till förändringar i samhällets strukturer.

ITs omstrukturering av människornas tillvaro innebär samtidigt uppenbara fördelar t ex i termer av snabbhet och sparad tid. Dessa förhållanden i sig resulterar i en rad omstruktureringar av samhällsfältet inte minst på det ekonomiska området, där de yttrar sig i bl a snabba överföringar av pengar, flytt

av företag och arbetskraft, nya sätt att styra företag och att sköta relationer till kunder etc och på så sätt även direkt eller indirekt påverkar de enskilda individerna (Castells [2001]2002). Dessa och liknande mikro- och makrotrender som har belysts i en rad teorier är dock svåra att fånga i en enkät av den typ som Södertörnsstudien innebär.

Bidrar då de nya medierna verkligen till att omdefiniera samhället på ett så radikalt sätt som ovannämnda teoretiker antyder, att sociala hierarkier plattas ut och så småningom försvinner medan individens identitet konstitueras på ett nytt sätt i den virtuella världen, så att 'IT-samhället' som enligt detta synsätt består av unika individer inte går att förstå med hjälp av Bourdieus teoretiska kategorier, bl a 'symboliskt kapital' som hänför sig till agenternas bana i samhället och till deras position i olika sociala fält?

En alternativ tes är att man utifrån ITs specifika särdrag teoretiskt kan strukturera det sociala och det virtuella rummet med hjälp av Bourdieus teori och dra slutsatsen att samhällsordningen bygger på samma grundläggande mekanismer som tidigare – även om de nya medierna förändrar sättet att utöva många sociala aktiviteter och sätter igång en rad nya praktiker samt leder till att de symboliska tillgångarna (liksom de olika kapitalformerna) delvis förändrar värde på den symboliska marknadens börs. En sådan alternativ tes skulle också inbegripa antagandet – de teknologiska optimisterna till trots – att det växande tillflödet av information och tjänster som ITs utveckling innebär inte automatiskt leder till minskade kunskapsklyftor och inte heller till en jämställd samhällsdiskussion och ökat politiskt deltagande.

Våra analyser ger stöd för den senare tesen. De visar att människornas färdigheter inom IT-området, deras inställning till nya medier och inte minst aktiviteterna som de utövar inom det virtuella rummet i ganska stor utsträckning går att hänföra till bakgrundsvariabler som ålder, kön, utbildning och yrke som i moderniteten varit centrala faktorer längs vilka samhället strukturerats. Den modell av det virtuella rummet som vi arbetat fram går också att relatera till det system av värderingar och aktiviteter i allmänhet som Södertörnsenkäten tagit med. Det bör dock tilläggas att de senare nämnda sambanden med aktiviteter och värderingar i vår analys inte är lika tydliga som i vissa tidigare undersökningar (t ex Petrov 2000), varför vi har avhållit oss från att dra mer långtgående teoretiska slutsatser. Lika tydligt som i tidigare undersökningar har det också framkommit att det virtuella rummet fortfarande för många delvis är 'för tekniskt'; våra analyser visar att flera av ITs användningsområden är beroende av IT-tekniska färdigheter som i sig är en viktig faktor för detta rums struktur.

Vi menar att forskningsresultaten alltid (genom forskarens subjektiva föreställningar) är bundna vid vissa inom vetenskap och samhälle etablerade teoretiska föreställningar. Abstrakta strukturer, t ex av den sorten som vår analys innebär, är delvis influerade av forskarnas egna 'sunda' förnuft som i sin tur omfattar en rad teoretiska antaganden. I rapportens början har vi påpekat att utfallet av analysen skulle kunna tolkas i relation till några tänkares

syn på samhället och medierna, såsom Bourdieus teori och vissa sk postmoderna föreställningar om mediekulturen. En mer uttömmande belysning av det virtuella rummets samverkan med det sociala rummet från de teoretiska ramar som vi skisserat pekar därför på behovet av en fortsatt särskild studie som från början metodologiskt utformas med hänsyn till nämnda teoretiska perspektiv.

Bilaga 1: Mer om faktoranalys

Analyserna som presenterats i denna rapport visar att de nio faktorerna med vars hjälp vi strukturerat rummet av IT-relaterade aktiviteter och färdigheter (se avsnittet 'Nio inriktningar i IT-användningen') har skiftande samband – starkare och svagare, positiva och negativa – med variablerna som Södertörnsstudiens datainsamling omfattar. Vi har inte sällan lyft fram sådana samband med bakgrundsvariablerna ålder, kön och utbildning, som i många kvantitativa studier är utgångspunkten (och de enda oberoende variablerna) för den statistiska analysen.

De framtagna faktorernas *analytiska* värde är emellertid till stor del oberoende av bakgrundsvariablerna kön, ålder och utbildning, något som innebär att faktoranalysens sambandsmönster ofta kvarstår om man studerar sambanden – mellan de nio framtagna faktorerna (som är beräknade för samtliga respondenter 16-74 år) och de 45 variablerna som ingår i faktoranalysen – inom ett begränsat segment av befolkningen (definierat i termer av oberoende variabler, t ex ålder, som i sig är starkt relaterade till de beroende variablerna som analysen fokuserar, t ex IT-användning). Om man således beräknar Pearsons korrelationskoefficient endast för enskilda ålders-, köns- och utbildningsgrupper förstärks och försvagas sambanden mellan vissa faktorer och enskilda variabler, dock utan att huvudstrukturen som faktoranalysen resulterat i förändras väsentligt.

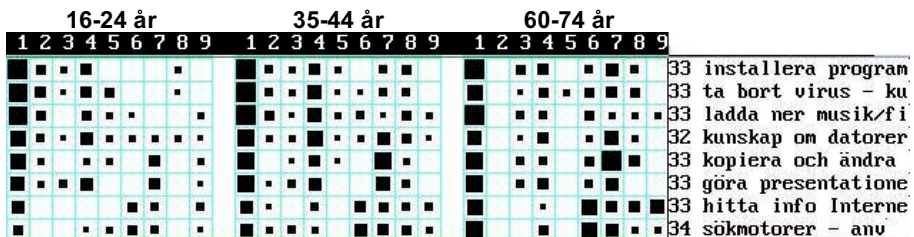
De följande illustrationerna visar, faktor för faktor, de enskilda variablernas samband med de nio olika faktorerna för tre åldersgrupper, 16-24 år, 35-44 år och 60-74 år. (Motsvarande analyser kan också göras genom att studera grupper av respondenter utvalda efter andra oberoende variabler som t ex kön eller utbildning.)

Vi omnämner i texten efter varje illustration några mer tydliga ålderssamband.

Läsanvisning för figurerna i bilaga 1

På motsvarande sätt som i tabell 1 i rapporten (se avsnittet 'Nio inriktningar i IT-användningen') presenterar vi i det följande med hjälp av Pearsons korrelationskoefficient sambanden mellan de 45 ursprungsvariablerna (IT-aktiviteter och -färdigheter som Södertörnsundersökningen tagit upp) och de nio framtagna IT-faktorerna för tre åldersgrupper. I stället för siffror är det rutornas storlek som anger styrkan på sambandet mellan en viss variabel (rader) och en viss faktor (kolumner) inom en viss åldersgrupp (grupp av nio kolumner). Ifyllda rutor anger positiva samband och ihåliga rutor negativa samband. Faktorerna presenteras i den ordning de erhöles genom faktoranalysen (se tabell 1 i rapporten), alltså inte efter hur de främst hänger samman sinsemellan (enligt figur 3 och den därefter följande rapporttexten).

Tekniskt IT-kunnande



Faktorn *Tekniskt IT-kunnande* har, som framkommit tidigare i rapporten (se ex tabell 2 och figur 3), starkt positivt samband med faktorn *IT-kreativitet* och därefter positivt samband med faktorn *Spel*. Bilden ovan visar att sambanden mellan variablerna som ingår i *Tekniskt IT-kunnande* (kolumn 1) och *IT-kreativitet* (kolumn 4) gäller för alla åldrar men sambandet mellan *Tekniskt IT-kunnande* och *Spel* (kolumn 2) bara för ungdomar och personer i yrkesverksam ålder. Samtidigt ser man att flera enskilda variabler i den aktuella faktorn har samband med andra faktorer. När det gäller vuxna i yrkesaktiv ålder och äldre har samtliga variabler i *Tekniskt IT-kunnande*, men särskilt 'kunskap om datorer', 'om att kopiera och ändra filer', 'om att göra presen-

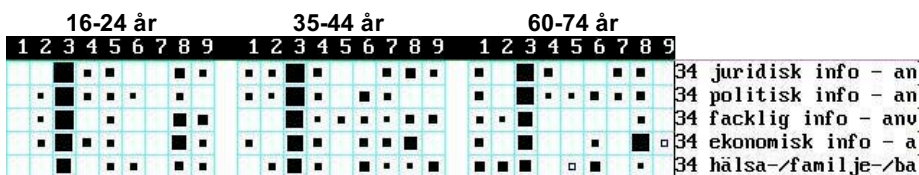
tationer' samt hur ofta man 'använder sökmotorer', samband med faktorn *Sedvanligt IT-arbete* (kolumn 7). Liknande samband finns bland dessa båda vuxna åldersgrupper för nästan samtliga variabler i *Tekniskt IT-kunnande* och faktorn *Använda servicetjänster* (kolumn 8). För äldre finns ett konsekvent sambandsmönster mellan samtliga variabler i faktorn *Tekniskt IT-kunnande* och faktorn *Använda tidningar/nyhetsgrupper* (kolumn 6). Särskilt starka är här sambanden med att 'använda sökmotorer' och 'kunskap om att hitta information på Internet'. De sistnämnda sambanden finns, fastän svagare, även för de båda yngre åldersgrupperna. Man kan också t ex nämna de vaga men ändå relativt många sambanden mellan olika variabler i faktorn *Tekniskt IT-kunnande* och faktorn *Söka samhällsinformation* (kolumn 3), särskilt för de båda vuxna grupperna.

Spel

16-24 år									35-44 år									60-74 år									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	30 spel på Internet -
■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	30 strategispel - på
■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	30 rollspel - på dator
■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	34 on-line-spel - anv
■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	30 övriga spel - på dator
■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	30 filmtitt/musiklyss

Spelfaktorn (kolumn 2) har, som också tabell 2 och figur 3 i rapporten tydliggjort, starkt positivt samband med *IT-kreativitet* (kolumn 4) och därefter tydliga samband med *Socialt umgänge* (kolumn 5) och *Tekniskt IT-kunnande* (kolumn 1). Av illustrationen ovan framgår att det är särskilt för ungdomar som *Spel* och *IT-kreativitet* hänger ihop, även om det också finns ett visst vagt sådant samband för vuxna i yrkesaktiv ålder. Sambandet mellan *Spel* och *IT-kreativitet* är framför allt synligt för kvinnor (vilket dock inte syns på den aktuella bilden). Det är också för ungdomar som faktorn i fråga kan sägas ha ett ganska tydligt samband med *Socialt umgänge* på nätet (kolumn 5). Detta samband är mycket svagt bland vuxna i yrkesaktiv ålder och bland äldre finns t o m ett tydligt negativt samband mellan variabeln 'övriga spel' och IT-faktorn *Socialt umgänge*. Variabeln 'filmtittande/musiklyssning på dator' har samband med flera faktorer – i alla åldrar med faktorerna *Använda tidningar/nyhetsgrupper* (kolumn 6), *IT-kreativitet* (kolumn 4) och *Tekniskt IT-kunnande* (kolumn 1), det senare dock mest markant bland äldre.

Söka samhällsinformation



Söka samhällsinformation har, som framkommit, positiva samband med *Använda servicetjänster* på nätet samt med *Använda tidningar/nyhetsgrupper* och *Sedvanligt IT-arbete*. Bilden ovan illustrerar att faktorns (kolumn 3) samband med *Använda servicetjänster* (kolumn 8) inte minst är aktuell i fråga om variabeln att 'använda ekonomisk information' på Internet. I övrigt kan man säga att vissa av variabelerna, framför allt att 'använda facklig information', har samband med användningsområdet *Söka arbete, studieinformation, bostad* (kolumn 9), främst bland unga men i viss mån även bland vuxna i yrkesaktiv ålder. För ungdomar kan vi också konstatera ett visst men konsekvent samband mellan att *Söka samhällsinformation* (kolumn 3) och *Socialt umgänge* (kolumn 5). Framför allt i fråga om variabelerna att 'använda juridisk', 'politisk' respektive 'ekonomisk information' finns samband med *IT-kreativitet* (kolumn 4), främst för yrkesaktiva men även i viss mån för unga. För äldre finns ett visst genomgående samband mellan variabelerna i den aktuella faktorn (*Söka samhällsinformation*) och *Tekniskt IT-kunnande* (kolumn 1).

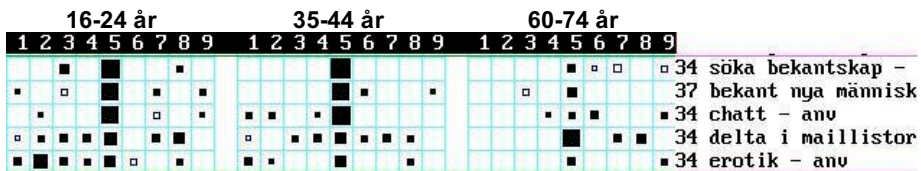
IT-kreativitet



Som framgått har *IT-kreativitet* starka positiva samband med *Spel* och *Tekniskt IT-kunnande* och positiva samband med *Sedvanligt IT-arbete* och *Socialt umgänge*. Bilden ovan ger vid handen att variabelerna som sorterats under *IT-kreativitet* (kolumn 4) hänger samman med *Spel* (kolumn 2) främst för

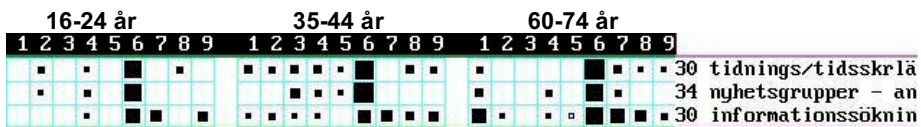
ungdomar men i viss mån även för vuxna i produktiv ålder. Sambandet med *Tekniskt IT-kunnande* (kolumn 1) gäller i stället mest vuxna i yrkesaktiv ålder och äldre. Av de enskilda variablerna i användningsområdet *IT-kreativitet* hänger 'bildbearbetning' och 'layout/formgivning' tydligt samman med *Sedvanligt IT-arbete* (kolumn 7). Variablerna i *IT-kreativitet* uppvisar också ett konsekvent om än svagare samband med faktorn *Söka samhällsinformation* (kolumn 3), vilket dock gäller ungdomar och vuxna i produktiv ålder men inte äldre personer.

Socialt umgänge



Enligt korrelationsmatrisen i tabell 2 i rapporten har *Socialt umgänge* (kolumn 5 ovan) på Internet positivt samband med *Spel* (kolumn 2) och närmast med *IT-kreativitet* (kolumn 4). När bilden här belyser sambanden i olika åldrar ser vi att variablerna i *Socialt umgänge* inte genomgående har samband med de båda nämnda andra faktorerna utan att det är för ungdomar som flest enskilda variabler har samband med övriga faktorer. Variabeln att 'delta i mailinglistor' har dock i alla tre åldersgrupper samband med andra faktorer och starkast bland ungdomar med faktorn *Använda servicetjänster* (kolumn 8). Tydligast samband överhuvudtaget uppträder för ungdomar mellan variabeln att 'använda erotik' och faktorn *Spel* (kolumn 2).

Använda tidningar/nyhetsgrupper



Använda tidningar/nyhetsgrupper har, som nämnts, positiva samband med *Söka arbete*, *studieinformation*, *bostad* samt *Söka samhällsinformation*. Bilden ovan visar att detta inte gäller alla variablerna i den aktuella faktorn (ko-

lumn 6) och att enskilda variabler t o m kan ha starkare samband med andra faktorer i vissa åldersgrupper. Framför allt är det variabeln 'informationssökning' (allmänt) på Internet som har samband med flera faktorer – främst *Sedvanligt IT-arbete* (kolumn 7) i alla tre åldersgrupperna, *Använda servicetjänster* (kolumn 8) i de båda vuxna åldersgrupperna och *Tekniskt IT-kunnande* (kolumn 1) bland äldre.

Sedvanligt IT-arbete

16-24 år									35-44 år									60-74 år									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
																											30
																											30
																											30

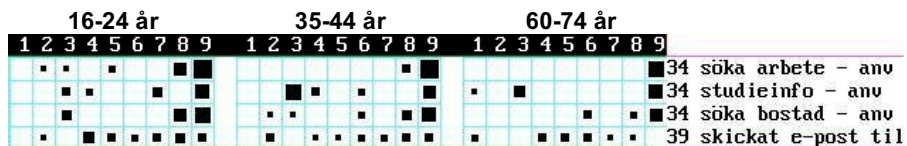
Som visats har *Sedvanligt IT-arbete* positiva samband främst med *IT-kreativitet* och *Söka samhällsinformation* och, som flera andra faktorer, vissa svagare samband. Bilden ovan visar att sambandet mellan variablerna som ingår i *Sedvanligt IT-arbete* (kolumn 7) och *IT-kreativitet* (kolumn 4) finns i alla tre åldersgrupperna men är mer konsekvent för vuxna i yrkesaktiv ålder. Faktorns samband med *Söka samhällsinformation* (kolumn 3) gäller främst personer i yrkesaktiv ålder. Sambandet med *Använda servicetjänster* (kolumn 8) framträder i första hand för vuxna i yrkesverksam ålder och därefter för äldre personer. Korrelationen med *Tekniskt IT-kunnande* (kolumn 1) finns för yrkesaktiva och äldre men inte alls för ungdomar. Variabeln att 'skicka e-post' har starkt samband med faktorn *Använda tidningar/nyhetsgrupper* (kolumn 6), framför allt bland äldre. Vidare har variabeln 'tabellsammansättning' samband med *IT-kreativitet* (kolumn 4) och *Tekniskt IT-kunnande* (kolumn 1) för de båda vuxna åldersgrupperna.

Använda servicetjänster

16-24 år									35-44 år									60-74 år									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
																											34
																											39
																											34
																											34
																											34

Den tidigare presenterade korrelationsmatrisen i tabell 2 i rapporten visade att *Använda servicetjänster* (kolumn 8 ovan) främst har samband med *Söka samhällsinformation* (kolumn 3 ovan). Bilden här demonstrerar att detta gäller för olika åldersgrupper på olika sätt, dvs delvis olika variabler inom den aktuella faktorn är av relevans för ungdomar, för vuxna i yrkesaktiv ålder respektive för äldre personer. Vidare framkommer att *Använda olika servicetjänster* för ungdomar och delvis även för yrkesaktiva innebär samband med användningsområdet *Söka arbete, studieinformation, bostad* (kolumn 9). I övrigt har t ex variabeln 'inlämna deklARATIONER o likn' samband med faktorn *Söka samhällsinformation* (kolumn 3), ett samband som är starkare för ungdomar. Att 'ha begärt information från myndigheter via e-post' har samband med flera faktorer. Detsamma gäller variablerna att 'använda banktjänster' respektive 'reseinformation'.

Söka arbete, studieinformation, bostad

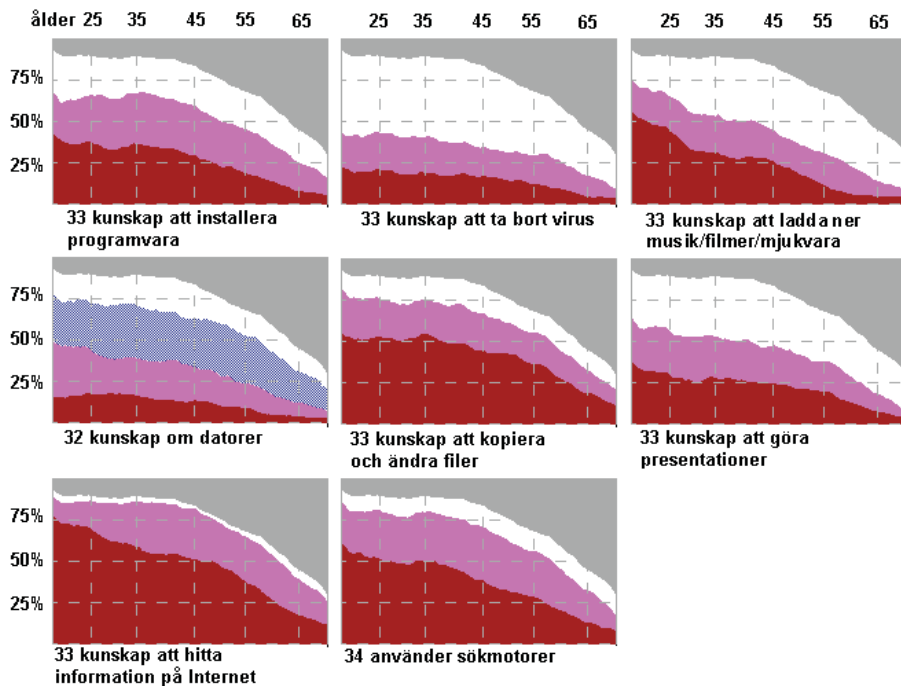


Som framhållits har faktorn *Söka arbete, studieinformation, bostad* (kolumn 9) främst samband med *Använda tidningar/nyhetsgrupper* (kolumn 6). Åldersillustrationen ovan visar att detta samband inte gäller alla variablerna i faktorn och att enskilda variabler kan ha starkare samband med andra faktorer i en viss ålder. Exempelvis har variablerna 'söka arbete' respektive 'söka bostad' samband med faktorn *Använda servicetjänster* (kolumn 8), främst bland ungdomar men även i viss mån bland vuxna. Variabeln 'söka studieinformation' har starkt samband med faktorn *Söka samhällsinformation* (kolumn 3), primärt för vuxna i yrkesaktiv ålder.

Bilaga 2: Samband mellan ålder och de nio IT-inriktningarna för samtliga svarande

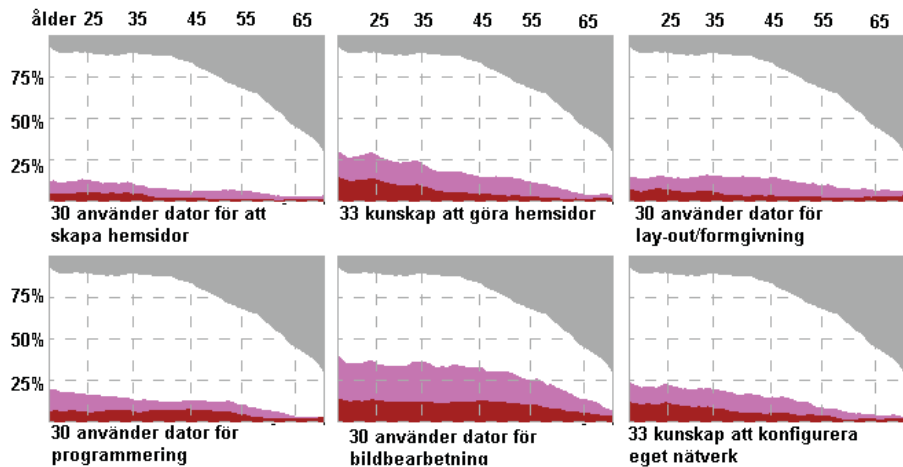
I denna bilaga redovisas sambanden mellan ålder och de nio IT-inriktningarna för *samtliga svarande* i undersökningen. Tidigare i rapporttexten har motsvarande illustrationer presenterats för *Internetanvändarna*. Den översta ytan i bilderna nedan representerar genomgående andelen personer i olika åldrar som inte är Internetanvändare (som inte har svarat 'ja' på frågan 'Brukar du använda Internet?'). I övrigt anger ytorna i bilderna samma svarsalternativ på de olika frågorna som i motsvarande bilder om Internetanvändarna tidigare i rapporten.

IT-inriktningen *Tekniskt IT-kunnande*. Andelen svarande i varje ålder som har kunskapen/utövar aktiviteten, totalt (jfr figur 4 tidigare i rapporten)



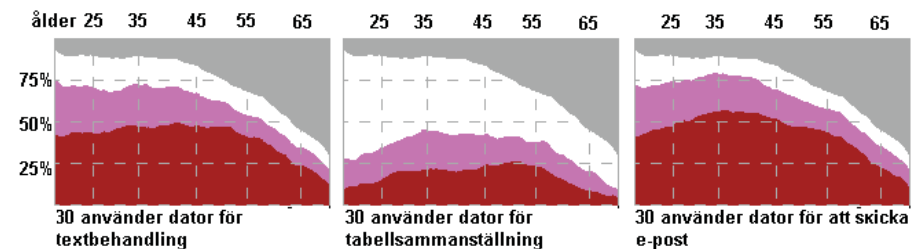
För frågornas svarsalternativ – se figur 4.

IT-inriktningen IT-kreativitet. Andelen svarande i varje ålder som har kunskapen/utövar aktiviteten, totalt (jfr figur 7 tidigare i rapporten)



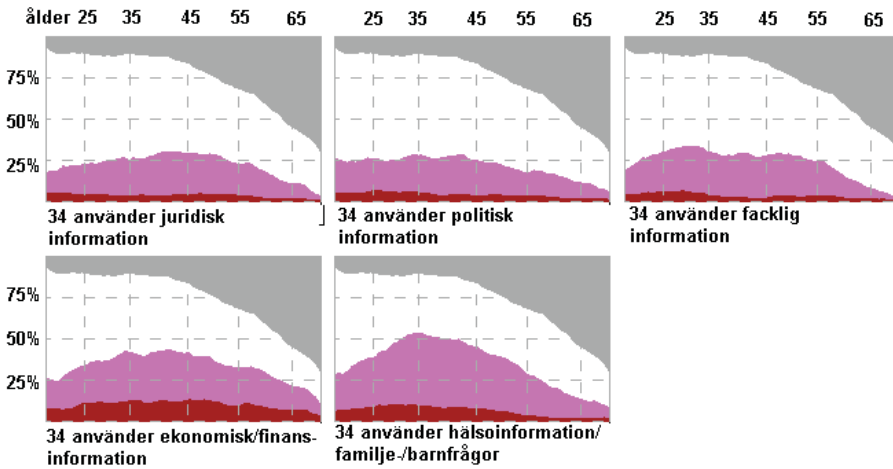
För frågornas svarsalternativ – se figur 7.

IT-inriktningen Sedvanligt IT-arbete. Andelen svarande i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt (jfr figur 10 tidigare i rapporten)



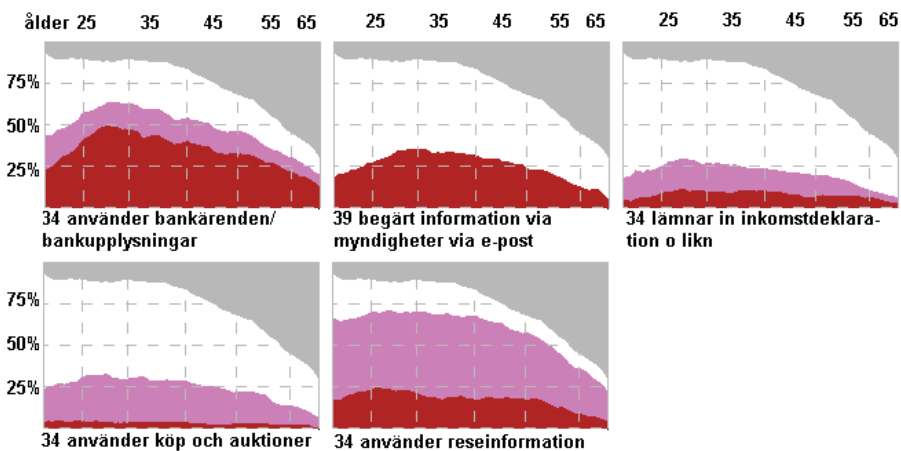
För frågornas svarsalternativ – se figur 10.

IT-inriktningen *Söka samhällsinformation*. Andelen svarande i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt (jfr figur 12 tidigare i rapporten)



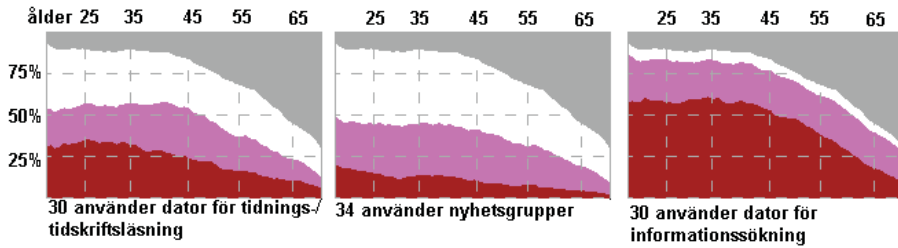
För frågornas svarsalternativ – se figur 12.

IT-inriktningen *Använda servicetjänster*. Andelen svarande i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt (jfr figur 15 tidigare i rapporten)



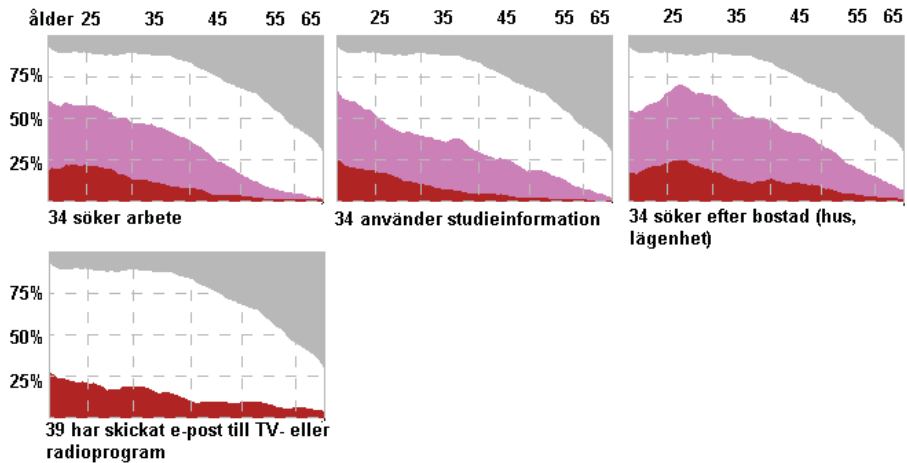
För frågornas svarsalternativ – se figur 15.

IT-inriktningen *Använda tidningar/nyhetsgrupper.* Andelen svarande i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt (jfr figur 16 tidigare i rapporten)



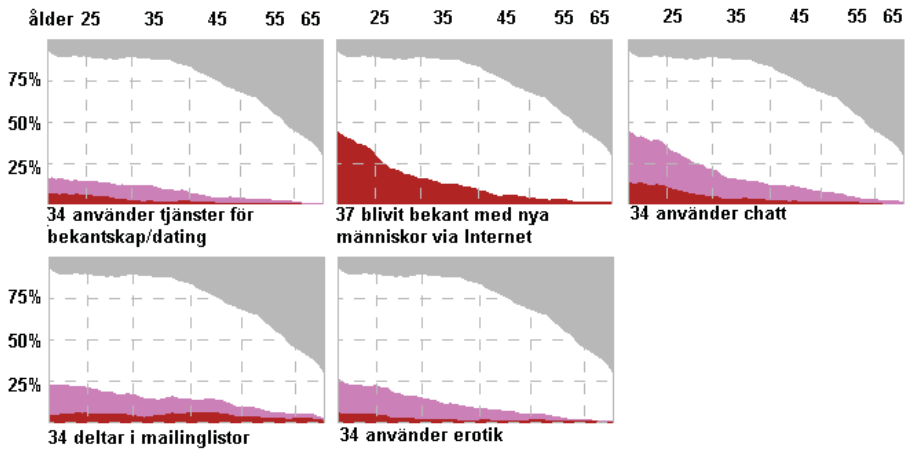
För frågornas svarsalternativ – se figur 16.

IT-inriktningen *Söka arbete, studieinformation, bostad.* Andelen svarande i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt (jfr figur 18 tidigare i rapporten)



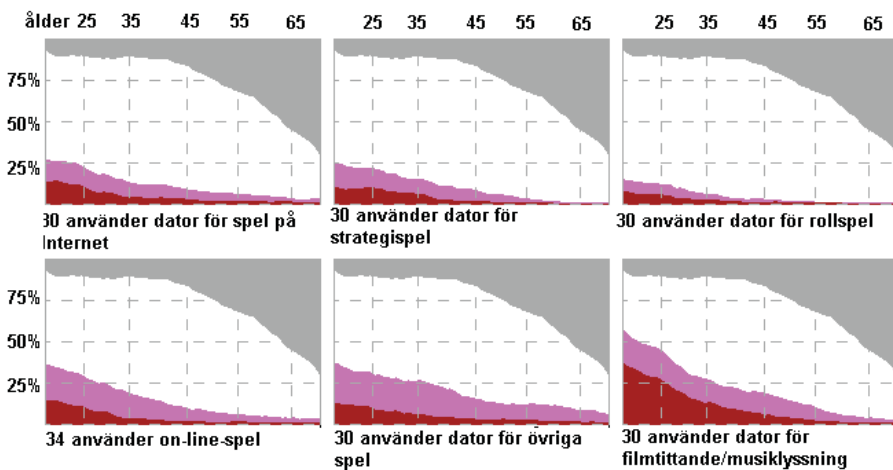
För frågornas svarsalternativ – se figur 18.

IT-inriktningen *Socialt umgänge*. Andelen svarande i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt (jfr figur 20 tidigare i rapporten)



För frågornas svarsalternativ – se figur 20.

IT-inriktningen *Spel*. Andelen svarande i varje ålder som utövar aktiviteten, totalt (jfr figur 22 tidigare i rapporten)



För frågornas svarsalternativ – se figur 22.

Bilaga 3: Frågeformulär

Först några frågor om medieanvändning.

1. Finns något av följande i ditt hem? Markera lämpligt alternativ på varje rad.

	Finns	Finns inte, tänker skaffa	Finns inte, har inte råd att skaffa	Finns inte och vill inte ha
	1	2	3	4
1. Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Digital-TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Satellit- eller kabel-TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. TV-spel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Stereo, musikanläggning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Video	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. DVD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. CD-brännare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Vanlig telefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Stationär dator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Internetuppkoppling, modem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Internetuppkoppling, bredband	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Bärbar dator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Skrivare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Scanner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. Hur många TV-kanaler kan du se hemma?

17. 1-3 kanaler
18. 4-12 kanaler
19. 13-25 kanaler
20. 26-75 kanaler
21. Fler än 75 kanaler
22. Jag har ingen TV hemma

3. Hur ofta brukar du lyssna till följande program i radio?

	Varje dag	5-6 ggr/vecka	3-4 ggr/vecka	1-2 ggr/vecka	Mer sällan	Aldrig
23. P1 i Sveriges Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. P2 i Sveriges Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. P3 i Sveriges Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. P4 i Sveriges Radio/Lokalradion	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Rix-FM	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Radio City	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. NRJ (Radio Energy)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Mix Megapol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Lugna favoriter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. Annan privat lokalradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. Närradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34. Internetradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4. Hur ofta brukar du titta på program i följande TV-kanaler?

	Varje dag	5-6 ggr/vecka	3-4 ggr/vecka	1-2 ggr/vecka	Mer sällan	Aldrig
35. SVT 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36. SVT 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37. TV3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38. TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39. Kanal 5	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40. TV8	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41. ZTV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42. MTV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43. Canal+	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44. TV 1000	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45. Eurosport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46. CNN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47. Lokal-TV / Öppna kanalen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

5. Finns det några andra TV-kanaler som du tittar ofta på? (Nämn högst tre)

48. 1: _____ 49. 2. _____ 50. 3. _____

6. Hur lång tid lyssnar du på radio respektive ser på TV i genomsnitt på arbetsdagar respektive lediga dagar?

(Markera ett kryss för radio och ett för TV i varje kolumn)

	Radio		TV	
	51. Radiolyssnande på arbetsdagar	52. Radiolyssnande på lediga dagar	53. TV-tittande på arbetsdagar	54. TV-tittande på lediga dagar
Högst 15 minuter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16-30 minuter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31-45 minuter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46-60 minuter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
61-90 minuter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1,5-2 timmar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2-3 timmar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3-4 timmar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4-5 timmar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mer än 5 timmar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jag lyssnar / tittar inte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Har du mobiltelefon?

55. Ja 56. Nej – fortsatt till fråga 13.

8. När började du använda mobiltelefon?

57. I år
58. Förra året
59. För 2-3 år sedan
60. För 4-5 år sedan
61. För mer än 5 år sedan

9. Har din mobil WAP eller GPRS funktion?

62. Ja 63. Nej 64. Vet inte

10. Hur många gånger per dag använder du vanligtvis mobilen för att.....

	Nästan aldrig	1-3 ggr / dag	4-8 ggr / dag	9-12 ggr / dag	13-20 ggr / dag	Mer än 20 ggr / dag
65. ...ringa ifrån?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
66.ta emot samtal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. Har ditt innehav av mobiltelefon inneburit att antalet samtal från din vanliga telefon....

67. Minskat 70. Jag har inte haft vanlig telefon
68. Förblivit ungefär detsamma 71. Jag har avstått från vanlig telefon
69. Ökat

12. Hur många gånger per månad använder du vanligtvis mobiltelefonen för SMS?

	Nästan aldrig	1-3 ggr/månad	4-8 ggr/månad	9-12 ggr/månad	13-20 ggr/månad	Mer än 20 ggr/månad	Varje dag	Flera gånger per dag
72. Ta emot SMS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
73. Skicka SMS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nu följer några frågor om information och kunskapskällor.

13. Hur väl informerad är du om....

	Mycket väl	Ganska väl	Vet ej, svårt att säga	Ganska dåligt	Mycket dåligt
74. Händelser där du bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
75. Händelser i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
76. Händelser i världen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Vilka är dina viktigaste informationskällor för att få veta vad som händer på olika platser?

(Markera de för dig tre viktigaste källorna på varje rad)

	Egna intryck, personliga upplevelser	Närstående och bekanta	Offentliga handlingar, myndighets information	Tidningar, tidskrifter	Radio	TV	Internet
77. Händelser där du bor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
78. Händelser i Sverige	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
79. Händelser i världen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

15. Hur viktiga för dig personligen är följande kanaler som informationskälla och medel för att inhämta kunskap?

	Mycket viktig 1	Ganska viktig 2	Ej viktig 3
80. Uppslagsverk, böcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
81. Kurser, föreläsningar, konferenser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
82. Information från arbetsplats / skola	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
83. SVT 1 & SVT 2 (nyhetsprogram)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
84. TV4 (Nyheterna)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
85. TV3 (TV3 Direkt)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
86. Internationella nyhetskanaler (t.ex. CNN)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
87. Sveriges Radios radiokanaler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
88. P4 Lokalradio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
89. Kommersiella radiokanaler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
90. Närradiokanaler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
91. Dagens Nyheter, SvD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
92. Lokala & regionala dagstidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
93. Lokala veckotidningar (t.ex. <i>Mitt i ...</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
94. Utländska dagstidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
95. Utländska tidskrifter (t.ex. <i>Time</i>)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

96. Annat (t.ex. TV/Radio från tidigare hemland): _____

16. Vilka områden eller institutioner är du främst intresserad av att få information om?

(Markera alla alternativ som du är intresserad av)

- | | |
|--|--|
| 97. <input type="checkbox"/> Min kommun, mitt län | 116. <input type="checkbox"/> Brottslighet, polisen, rättegångar |
| 98. <input type="checkbox"/> Lagar, förordningar, juridik | 117. <input type="checkbox"/> Hem, familj, barn |
| 99. <input type="checkbox"/> Statsministern | 118. <input type="checkbox"/> Ungdomsfrågor |
| 100. <input type="checkbox"/> Riksdagen | 119. <input type="checkbox"/> Vetenskapliga upptäckter |
| 101. <input type="checkbox"/> Regering, departement, myndigheter | 120. <input type="checkbox"/> Teknik, teknologi |
| 102. <input type="checkbox"/> Riksrevisionsarbete | 121. <input type="checkbox"/> Konst, litteratur, teater, musik |
| 103. <input type="checkbox"/> Forskning | 122. <input type="checkbox"/> Kyrka, religion |
| 104. <input type="checkbox"/> Politikerna, partierna | 123. <input type="checkbox"/> Mode |
| 105. <input type="checkbox"/> Nyheter från utlandet | 124. <input type="checkbox"/> TV-program, filmer |
| 106. <input type="checkbox"/> Nyheter från Sverige | 125. <input type="checkbox"/> Humor |
| 107. <input type="checkbox"/> Dagsaktuella frågor, debatt | 126. <input type="checkbox"/> Sport |
| 108. <input type="checkbox"/> Skandaler | 127. <input type="checkbox"/> Natur |
| 109. <input type="checkbox"/> Ekonomi, affärer, företagsamhet | 128. <input type="checkbox"/> Arbetsmarknad |
| 110. <input type="checkbox"/> Kända personers relationer | 129. <input type="checkbox"/> Resor, turism |
| 111. <input type="checkbox"/> Sociala problem | 130. <input type="checkbox"/> Annonser |
| 112. <input type="checkbox"/> Reportage från kändisvärlden | 131. <input type="checkbox"/> Byggnad, fastigheter, bostäder |
| 113. <input type="checkbox"/> Landsbygdsfrågor | 132. <input type="checkbox"/> Bil och motor |
| 114. <input type="checkbox"/> Skola, utbildning, studier | 133. <input type="checkbox"/> Datorer |
| 115. <input type="checkbox"/> Hälsa | |

17. Hur viktigt tycker du att följande är för människors möjlighet att uttrycka sina åsikter?
(1 = mycket viktigt, 5 = inte alls viktigt, 99 = kan ej säga)

	Mycket viktigt <----->					Inte alls viktigt	Kan ej säga
	1	2	3	4	5		
134. Insändare till tidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
135. Allmänna opinionsundersökningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
136. Framträdande i TV-sändning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
137. Telefonuppringning i TV-sändning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
138. Framträdande i radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
139. Mail-listor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nu följer några frågor om underhållning och förströelse.

18. Vad av följande ägnar du dig åt när du vill förströ dig?
(Markera alla alternativ som är viktiga för dig)

- | | |
|--|---|
| 140. <input type="checkbox"/> Skönlitteratur | 150. <input type="checkbox"/> Data- och videospel |
| 141. <input type="checkbox"/> Svenska TV-kanaler | 151. <input type="checkbox"/> Klubbar, fester |
| 142. <input type="checkbox"/> Utländska TV-kanaler | 152. <input type="checkbox"/> Umgänge med närstående personer |
| 143. <input type="checkbox"/> Internationella filmkanaler (t.ex. Canal+, Hallmark) | 153. <input type="checkbox"/> Resor, utflykter |
| 144. <input type="checkbox"/> Populärvetenskapliga TV-kanaler (t.ex. Discovery, Animal Planet) | 154. <input type="checkbox"/> Hobbier, intressen |
| 145. <input type="checkbox"/> Musikklyssning (radio, CD, etc.) | 155. <input type="checkbox"/> Besök i köpcentra och affärer |
| 146. <input type="checkbox"/> Pratsprogram i radio | 156. <input type="checkbox"/> Idrottsutövning, träning |
| 147. <input type="checkbox"/> Tidningar | 157. <input type="checkbox"/> Skötsel av husdjur |
| 148. <input type="checkbox"/> Tidskrifter | 158. <input type="checkbox"/> Gå på idrottstävlingar |
| 149. <input type="checkbox"/> Internet | 159. <input type="checkbox"/> Gå på teater, bio, konsert |
| | 160. <input type="checkbox"/> Reklam |

19. Om du känner behov av skönhet och balans och söker efter miljöer där harmoni och lugn råder, var finner du detta?
(Markera alla alternativ som är viktiga för dig)

Jag finner skönhet, harmoni och balans genom att....

161. vistas i naturen
162. själv skapa något
163. lyssna på musik
164. titta på bilder
165. titta på TV
166. gå på bio, teater eller utställningar
167. läsa böcker
168. surfa på Internet
169. spela data- eller videospel
170. sköta om och pryda mitt hem
171. besöka kyrkan
172. vara tillsammans med närstående personer
173. vara på klubbar och i sällskap
174. resa och se nya platser
175. ströva omkring och titta på landskap och byggnader
176. följa reklam
177. dans, sport
178. Annat: _____

Nu följer några frågor om datorer och Internet. Först några allmänna frågor.

20. Nedan följer några påståenden om datorer och Internet. Hur väl stämmer dessa överens med dina personliga åsikter?
(Markera ett kryss för varje påstående)

	Stämmer helt 1.	Stämmer till övervägande del 2.	Stämmer inte så bra 3.	Stämmer ej alls 4.	Vet ej, har ej tänkt på det 5.
179. Mycket användande av datorer och Internet är skadligt för hälsan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
180. Barn får information via Internet som är olämplig för dem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
181. Internet bidrar till att tid för arbete och studier slösas bort till ingen nytta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
182. Tack vare Internet kan arbetsgivare och regeringen kontrollera och följa vanliga människor bättre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
183. Alla borde få framföra sin åsikt fritt via Internet även om den är fientligt sinnad och innebär angrepp på människor och minoriteter med andra åsikter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
184. Anonymiteten på Internet gör att människans sämsta drifter kommer fram	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
185. De som använder datanätverk eller Internet borde oroa sig för säkerheten gällande egna personuppgifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
186. Världen håller på att bli farlig på grund av datorer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
187. Tack vare Internet kan den vanlige/a medborgaren påverka regeringen och politiker mer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
188. Det är bra att människor kan förbli anonyma på Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
189. Internet gör människor främmande för varandra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
190. Användningen av datorer och Internet skrämmer mig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
191. Alla barn måste få lära sig att använda datorer och Internet så tidigt som möjligt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
192. Människor som saknar tillgång till Internet är i alla avseenden i en sämre position	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

21. Tycker du att det verkar som att Internet och mobiltelefoner gör världen.....

193. Bättre
 194. Sämre
 195. Varken sämre eller bättre
 196. Delvis bättre, delvis sämre

22. Hur viktigt tycker du att följande är för ditt umgänge med andra människor?

(1 = mycket viktigt, 5 = inte alls viktigt, 99 = kan ej säga)

	Mycket viktigt				←----->	Inte alls viktigt	Kan ej säga
	1	2	3	4	5	99	
197. Personlig kontakt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
198. Telefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
199. Mobiltelefon	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
200. SMS	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
201. Brev och vykort	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
202. E-post	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
203. ICQ, AOL, MSN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
204. Chatt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. Brukar du använda dator?

205. Ja 206. Nej

24. Om du inte använder dator hemma, vilken är orsaken?

(Markera alla alternativ som stämmer för dig)

207. Jag har tillgång till dator på annan plats (på arbetet, i skolan eller liknande)
 208. Har inget behov eller intresse
 209. Har inte tid att använda den
 210. För dyrt
 211. Datorn är trasig
 212. Det är för krångligt att använda den
 213. Datorn är skadlig för min hälsa
 214. Datorn är skadlig för barnen

25. Brukar du använda Internet?

215. Ja 216. Nej

26. Om du inte använder Internet hemma, vilken är orsaken?

(Markera alla alternativ som stämmer för dig)

217. Har inget modem eller nätuppkoppling
 218. Har inget behov eller intresse
 219. Har inte kunskap
 220. För dyrt
 221. Har ej tid
 222. Det finns för dåligt utbud
 223. Vänner och bekanta använder det ej
 224. Det är för osäkert / otryggt (t.ex. virus, personlig integritet)
 225. Skadligt för hälsan
 226. Skadligt för barnen
 227. För mycket reklam
 228. Annan orsak: _____

Frågorna 27-39 besvaras endast av dig som använder dator. Använder du ej dator, var vänlig och gå till fråga 40.

27. När började du använda dator?

229. I år
 230. Förra året
 231. 2-3 år sedan
 232. 4-5 år sedan
 233. 6-7 år sedan
 234. 8-10 år sedan
 235. Mer än 10 år sedan

28. Hur ofta använder du dator?

	Nästan varje dag	Ett par ggr/vecka	Någon gång / månad	1 gång / 2 månader	1-2 ggr / år	Aldrig
236. På jobbet eller i skolan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
237. Hemma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
238. På Internetcafé	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
239. Hos vänner / släktingar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

29. Hur ofta använder du Internet?

	Nästan varje dag	Ett par ggr/vecka	Någon gång / månad	1 gång / 2 månader	1-2 ggr / år	Aldrig
240. På jobbet eller i skolan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
241. Hemma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
242. På Internetcafé	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
243. Hos vänner / släktingar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

30. Hur ofta använder du dator för följande uppgifter?

	Ofta	Ibland	Mycket sällan	Aldrig
244. Textbehandling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
245. Tabellsammanställning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
246. Bildbearbetning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
247. Informationssökning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
248. Tidnings-/tidskriftsläsning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
249. Filmtittande / musiklyssning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
250. Programmering	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
251. Skapa hemsidor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
252. Lay-out, formgivning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
253. Strategispel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
254. Rollspel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
255. Spel på Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
256. Övriga spel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
257. Skicka e-post	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
258. Annat: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

31. Har du en personlig hemsida?

259. Ja 260. Nej

32. Hur bedömer du att dina kunskaper om datorer är?

261. Mycket goda
 262. Goda
 263. Tillfredsställande
 264. Bristfälliga
 265. Nästan obefintliga

33. Hur stora kunskaper har du för att kunna utföra följande?

	Behärskar utan problem 1.	Klarar någorlunda 2.	Kan ej, men vill lära mig 3.	Kan ej, behövs ej 4.
266. Kopiera och ändra filer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
267. Ta bort virus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
268. Installera programvara	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
269. Göra presentationer (ex. Powerpoint)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
270. Hitta information på Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
271. Ladda ned musik, filmer, mjukvara	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
272. Göra hemsidor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
273. Konfigurera eget nätverk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

34. Hur ofta använder du följande?

	Ofta	Ibland	Aldrig
274. Sökmotorer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
275. Nyhetsgrupper	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
276. Chatt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
277. On-line-spel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
278. Köp och auktioner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
279. Bankärenden, bankupplysningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
280. Inlämning av inkomstdeklaration och liknande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
281. Söka arbete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
282. Sökande efter bostad (hus, lägenhet)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
283. Reseinformation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
284. Juridisk information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
285. Facklig information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
286. Studieinformation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
287. Ekonomisk och finansinformation	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
288. Politisk information	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
289. Hälsoinformation, familje-, barnfrågor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
290. Tjänster för bekantskap, dating	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
291. Delta i mailinglistor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
292. Delta i MUD, MOO	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
293. Erotik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
294. Övrigt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

35. Hur mycket tid ägnar du Internet på arbetsdagar?

295. Internetanvändning på arbetsdagar

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Högst 15 minuter | <input type="checkbox"/> 1,5-2 timmar |
| <input type="checkbox"/> 16-30 minuter | <input type="checkbox"/> 2-3 timmar |
| <input type="checkbox"/> 31-45 minuter | <input type="checkbox"/> 3-4 timmar |
| <input type="checkbox"/> 46-60 minuter | <input type="checkbox"/> 4-5 timmar |
| <input type="checkbox"/> 61-90 minuter | <input type="checkbox"/> Mer än 5 timmar |

296. Internetanvändning på lediga dagar

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Högst 15 minuter | <input type="checkbox"/> 1,5-2 timmar |
| <input type="checkbox"/> 16-30 minuter | <input type="checkbox"/> 2-3 timmar |
| <input type="checkbox"/> 31-45 minuter | <input type="checkbox"/> 3-4 timmar |
| <input type="checkbox"/> 46-60 minuter | <input type="checkbox"/> 4-5 timmar |
| <input type="checkbox"/> 61-90 minuter | <input type="checkbox"/> Mer än 5 timmar |

36. Vilka internetadresser / portaler brukar du besöka?

(Näm de tre vanligaste du kan komma på)

297. 1.

298. 2.

299. 3.

37. Har du blivit bekant med nya människor via Internet?

300. Ja 301. Nej – Gå till fråga 39

38. Har du träffat dessa personer i verkligheten efter detta?

302. Ja 303. Nej

39. Har du gjort något av följande?

- | | Ja | Nej |
|--|--------------------------|--------------------------|
| 304. Begärt information / upplysningar eller frågat om råd (t.ex. om lån, fastighet, pensionsfond, medborgarliga rättigheter) från myndigheter via e-post? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 305. Skickat e-post till något TV- eller radioprogram? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Nu följer några frågor om intressen och värderingar.

40. Hur viktigt tycker du att följande saker är för dig? Markera med ett kryss på varje rad.

	Mycket viktigt 1	Ganska viktigt 2	Varken viktigt eller oviktigt 3	Inte särskilt viktigt 4	Inte alls viktigt 5
306. En ren värld	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
307. Teknisk utveckling	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
308. Ett behagligt liv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
309. Ett spännande liv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
310. Självförverkligande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
311. En värld i fred	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
312. En vacker värld	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
313. Jämlikhet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
314. Familjetrygghet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
315. Frihet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
316. Lycka	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
317. Inre harmoni	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
318. Kärlek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
319. Landets säkerhet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
320. Ett liv fullt av njutning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
321. Frälsning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
322. Självaktning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
323. Socialt anseende	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
324. Sann vänskap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
325. Visdom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
326. Rättvisa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
327. Makt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
328. Hälsa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
329. Rikedom	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
330. Ärlighet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

41. Hur intresserad är du av....

	Mycket intresserad 1	Intresserad i allmänhet 2	Inte särskilt intresserad 3	Inte alls intresserad 4	Vet ej 5
331. Inrikespolitik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
332. Utrikespolitik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

42. Anser du att du, utifrån dina åsikter, är mer höger- eller vänsterorienterad?

(Ringa in lämplig siffra för att ange var du befinner dig på en vänster-högerskala. Markera 99 om du inte kan eller vill kategorisera dina åsikter på detta sätt.)

333. Vänsterorienterad 5 – 4 – 3 – 2 – 1 – 0 – 1 – 2 – 3 – 4 – 5 Högerorienterad

99. Kan eller vill inte kategorisera mina åsikter på detta sätt

43. Vilket av följande påståenden i par stämmer bäst överens med dina åsikter?
(Ringa in lämpligt sifferalternativ.)

A	Helt överens med A	Mer överens med A	Svårt att säga	Mer överens med B	Helt överens med B	B
334. Människan är individualistisk till sin natur och konkurrens och kamp för livet är naturligare än ömsesidig hjälp och samarbete	1	2	3	4	5	Människan är social till sin natur och ömsesidig hjälp och samarbete är naturligare än konkurrens och kamp för livet
335. Människans välbefinnande borde vara helt beroende av hur väl hon lyckas ta hand om sig själv och sin familj	1	2	3	4	5	Staten borde hjälpa de svagare och mer oförmögna till ett människovärdigt liv
336. Jag skulle vilja att man visade prov på mer solidaritet och oftare stod upp för gemensamma intressen i det svenska samhället	1	2	3	4	5	Jag skulle vilja att människor i det svenska samhället vände sig mer vid att klara sig själva och ta ansvar
337. Privatisering och öppen marknadsekonomi är bra för Sverige	1	2	3	4	5	Privatisering och öppen marknadsekonomi är negativt för Sverige

44. Hur stort förtroende har du för följande institutioner?

(Markera grad av förtroende på en skala mellan 1 = Fullt förtroende och 5 = inget förtroende)

	Har fullt förtroende <-----> Har inget förtroende				
Institutioner	1	2	3	4	5
338. Kyrkan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
339. Skolan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
340. Regeringen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
341. Riksdagen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
342. Statsministern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
343. Polisen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
344. Kungahuset	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
345. Bankerna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
346. Domstolsväsendet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Medier					
347. Sveriges Television	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
348. TV4	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
349. TV3, Kanal 5, Z-TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
350. Dagstidningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
351. Sveriges Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
352. Kommersiell radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
353. Internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inflytelserika grupper					
354. Företagare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
355. Forskare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
356. Kulturarbetare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
357. Politiker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
358. Journalister	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

45. Enligt din mening, i vilken utsträckning går det att lita på människor i allmänhet?

359. Man kan lita helt på de flesta
360. Människor är i allmänhet pålitliga
361. Vet ej, kan inte säga
362. I allmänhet bör man vara försiktig med att lita på folk
363. Man bör vara mycket försiktig med att lita på folk

46. Vilken trosuppfattning står dig närmast? (välj ett alternativ)

364. Protestantism
365. Katolicism
366. Judendom
367. Islam
368. Rysk-Ortodox
369. Grekisk-Ortodox
370. Syriansk-Ortodox
371. Baptism, metodism, adventism
372. Pingstkyrkan m.fl. kristna frikyrkor
373. Buddism
374. Annan (vilken?) _____
375. Ingen

47. Vilka av följande grupper anser du att du kan säga "vi" om?

(Markera alla grupper du anser passar dig.)

376. Svenskar
377. Skandinaver
378. Invandrare
379. Annan nationalitet: _____
380. Södertörnsbor
381. Stockholmare
382. Alla människor bosatta i Sverige
383. Européer
384. Mänskligheten
385. Nordbor
386. Människor med samma medborgarskap som jag
387. Arbetskamrater, kollegor
388. Studiekamrater
389. Människor med liknande syn på livet som jag
390. Framgångsrika människor
391. Människor som det inte går bra för i livet
392. Mina ålders- och generationskamrater
393. Vänner
394. Arbetande människor
395. Människor som delar mina intressen
396. Affärsmän, företagare
397. Människor bosatta i min stad, kommun, landsända
398. Fattiga människor med svårigheter i livet
399. Välbärgade, ekonomiskt trygga människor
400. Släkten
401. Familjen
402. Människor i besluts- och ansvarsställning
403. Vanliga människor, "medelvensson"
404. Människor som delar min smak och har liknande preferenser
405. Människor med vilka jag delar gemensamma upplevelser och minnen
406. Grannar, människor i mitt hus, på min gata

Sedan några frågor om omvärlden.

48. Vilka kontakter har du med följande länder?

(Markera alla dina personliga kontakter med varje land – flera alternativ möjliga)

	Har inga kontakter	Har besökt 1-2 ggr	Har besökt flera gånger eller vistats längre tid	Har släkt och vänner	Har arbets- eller affärsförbindelser
407. Danmark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
408. Norge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
409. Finland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
410. Estland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
411. Lettland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
412. Litauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
413. Ryssland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
414. Vitryssland, Ukraina, Azerbajdjan, Uzbekistan, Kasakstan, m.fl.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
415. Polen, Ungern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
416. Tjeckien, Slovakien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
417. Bulgarien, Rumänien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
418. Jugoslavien, Slovenien, Kroatien, Bosnien m.fl.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
419. Tyskland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
420. Holland, Belgien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
421. Spanien, Portugal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
422. Frankrike	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
423. Storbritannien, Irland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
424. Medelhavsländer (Italien, Grekland, Turkiet m.fl.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
425. Mellanöstern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
426. Afrikanska länder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
427. USA, Kanada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
428. Latin-Amerika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
429. Asien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
430. Australien, Nya Zeeland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

49. När det gäller nyheter om aktuella händelser, hur viktigt anser du personligen det vara att få nyheter från följande områden/länder?

	Mycket viktigt 1	Ganska viktigt 2	Inte särskilt viktigt 3	Inte alls viktigt 4
431. Stockholmsområdet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
432. Göteborgsområdet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
433. Norrland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
434. Din hemkommun	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
435. Södertörn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
436. Danmark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
437. Norge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
438. Finland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
439. Estland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
440. Lettland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
441. Litauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
442. Ryssland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
443. Vitryssland, Ukraina, Azerbajdjan, Uzbekistan, Kasakstan, m.fl.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
444. Polen, Ungern,	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
445. Tjeckien, Slovakien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
446. Bulgarien, Rumänien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
447. Jugoslavien, Slovenien Kroatien, Bosnien m.fl.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
448. Tyskland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
449. Holland, Belgien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
450. Spanien, Portugal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
451. Frankrike	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
452. Storbritannien, Irland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
453. Medelhavsländer (Italien, Grekland, Turkiet m.fl.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
454. Mellanöstern	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
455. Afrikanska länder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
456. USA, Kanada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
457. Latin-Amerika	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
458. Asien	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
459. Australien/Nya Zeeland	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

50. Skulle du vilja lämna Sverige och bosätta dig någon annanstans?

460. Ja

461. Nej

462. Kanske, svårt att säga

51. Om du funderat på att bosätta dig någon annanstans, i vilket land/vilka länder skulle du vilja bo?

463. _____

52. Om du fick möjlighet att vistas utomlands en tid, i vilket land/vilka länder skulle du helst vilja vistas?

464. _____

53. På vilket sätt har du fått kunskaper om det land du angett i fråga 52? Markera alla svarsalternativ som stämmer på dig.

465. Själv varit där
 466. Genom släkt, vänner, arbetskamrater
 467. Genom böcker
 468. Genom skola
 469. Genom film och TV
 470. Genom tidningar och tidskrifter
 471. Genom Internet
 472. På annat sätt: _____

54. Bedöm graden av närhet och begriplighet som du känner inför följande kulturer.
 (Markera det alternativ som du anser stämmer bäst för dig.)

	Hög grad	Viss grad	Ingen närhet eller begriplighet	Vet ej, känner ej till
473. Amerikansk (USA)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
474. Spansk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
475. Indisk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
476. Engelsk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
477. Arabisk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
478. Japansk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
479. Judisk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
480. Latinamerikansk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
481. Lettisk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
482. Fransk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
483. Svensk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
484. Tysk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
485. Finsk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
486. Tjeckisk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
487. Italiensk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
488. Ungersk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
489. Rysk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
490. Estnisk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
491. Samisk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Därefter några frågor om livsstil, vanor och aktiviteter.

55. Brukar du köpa böcker?

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| 492. Ofta, regelbundet | <input type="checkbox"/> | 494. Mycket sällan | <input type="checkbox"/> |
| 493. Ibland, då och då | <input type="checkbox"/> | 495. Praktiskt taget aldrig | <input type="checkbox"/> |

56. Brukar du låna böcker från bibliotek eller andra människor?

- | | | | |
|------------------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|
| 496. Ofta, regelbundet | <input type="checkbox"/> | 498. Mycket sällan | <input type="checkbox"/> |
| 497. Ibland, då och då | <input type="checkbox"/> | 499. Praktiskt taget aldrig | <input type="checkbox"/> |

57. Vilka saker fanns i ditt barndomshem?

(Markera alla saker som fanns i ditt barndomshem i första kolumnen)

Vad finns eller vad skulle du vilja att det fanns i ditt hem idag?

(Markera ett av de tre alternativen under "Idag")

	500. Fanns i barndomen	Idag...		
		...finns	...finns ej, men skulle vilja ha	...finns ej och vill ha
501. Många olika slags böcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
502. Uppslagsverk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
503. Konstböcker, konstalbum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
504. Bibel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
505. Diktsamlingar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
506. Gamla tidskrifter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
507. Vetenskaplig och filosofisk litteratur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
508. Naturböcker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
509. Böcker om fjärran länder och historia	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
510. Konstverk i original (målningar, grafik, skulpturer, hantverkskonst)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
511. Designade eller handgjorda möbler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
512. Antika prydnadsaker, bruksföremål, bilder, konsthantverk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
513. Musikinstrument	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
514. Växstol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
515. Folkdräkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
516. Skivsamling, CD-skivor, videokassetter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

58. Är du verksam, och i så fall hur aktivt, i följande sammanslutningar och föreningar?

	Är medlem deltar aktivt 1	Är medlem, men deltar ej aktivt 2	Är ej medlem, men intresserad av verksamheten 3	Är ej medlem, och ej intresserad 4
517. Bostads-, sommarstuge- och konsumentföreningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
518. Hyresgästföreningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
519. Religiösa föreningar, kyrkoförsamlingar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
520. Idrottsföreningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
521. Klubbar för välgörande ändamål (t.ex. Rotary, Lions, m.fl.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
522. Hobbyföreningar, fritidsklubbar (t.ex. fiske, motorer, trädgårdsskötsel m.fl.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
523. Politiska sammanslutningar, partier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
524. Fackföreningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
525. Fack- och yrkesförbund	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
526. Hemvärdet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
527. Nätverk för familjer och kvinnor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
528. Ungdomsklubbar, barn- och ungdomsföreningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
529. Handikappföreningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
530. Studieförbund och akademiska sammanslutningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
531. Miljöorganisationer/föreningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
532. Hembygdsföreningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
533. Kulturföreningar, cirklar och sällskap	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
534. Närradioföreningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
535. Andra sammanslutningar (vilka?):	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

59. Markera hur regelbundet du anser att du besöker.....

		Ofta regelbundet 1	Ibland, då och då 2	Mycket sällan 3	Aldrig 4
536.	Bio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
537.	Teater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
538.	Utställningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
539.	Bibliotek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
540.	Konsert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
541.	Kyrkan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
542.	Restaurant, café, pub	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
543.	Klubb, raveparty, disco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
544.	Vänner och släktingar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
545.	Seminarier, konferen- ser, kurser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
546.	Sammanträden, diskussionsmöten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<u>Hur ofta ägnar du dig åt...</u>					
547.	Läsning av skönlitteratur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
548.	Läsning av fackböcker för arbete och hobby	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
549.	Trädgårdsarbete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
550.	Träning, idrott och lek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
551.	Turistresor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
552.	Arbets- och affärsresor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
553.	Vandringar, i naturen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
554.	Hantverksaktiviteter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
555.	Spel på musik- instrument, sång, dans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
556.	Spel på lotto eller tips	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
557.	Teckning, fotografering, målning, handarbete	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
558.	Film-, video- eller musikinspelningar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
559.	Bil-, motorcykel-, båt- eller cykelfärder	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
560.	Dataanknutna aktiviteter (spel, chat, programmering, hemsidor, skapande av musik på dator)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
561.	Hasardspel (kasino, spelautomater)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
562.	Tekniska aktiviteter (t.ex. meka med bilen)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
563.	Lösa korsord	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
564.	Samlande	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
565.	Andra hobbies, aktiviteter (vilka?): _____				

60. Tycker du om att titta på film?

566. Ja, mycket	<input type="checkbox"/>	568. Inte särskilt	<input type="checkbox"/>
567. Ja, ganska mycket	<input type="checkbox"/>	569. Inte alls	<input type="checkbox"/>

61. När du ser film, tittar du då på.....

	Mycket ofta 1	Ganska ofta 2	Ibland 3	Sällan 4	Nästan aldrig 5
570. TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
571. Video	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
572. Bio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
573. Filmklubb	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
574. Festivaler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

62. Vilka typer av filmer gillar du att se? Uppskatta ditt intresse för nedanstående filmtyper.

Filmtyp	Gillar mycket	Gillar lite grann	Varken gillar eller ogillar	Gillar inte särskilt mycket	Gillar inte alls	Har ej sett känner ej till
575. Kärleksfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
576. Krigsfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
577. Musikfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
578. Komedier	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
579. Film baserad på kända litterära verk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
580. Filmer om kända personers liv	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
581. Thrillers	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
582. Science fiction-film	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
583. Kultfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
584. Kampsportfilm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
585. Actionfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
586. Kriminal-, detektiv- och polisfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
587. Skräckfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
588. Katastroffilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
589. Westernfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
590. Äldre amerikanska klassiker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
591. Äldre europeiska klassiker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
592. Äldre sovjetiska klassiker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
593. Äldre svenska klassiker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
594. Relationsdrama	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
595. Filmer av kända regissörer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
596. Filmer med mina favoritskådespelare	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
597. Tecknad barnfilm, dockfilm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
598. Tecknad film för vuxna	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
599. Utländsk verklighetsbaserad film	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
600. Erotiska filmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
601. Historiska äventyrsfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
602. Svensk verklighetsbaserad film	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
603. Naturfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
604. Porträttfilmer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
605. Svensk dokumentärfilm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
606. Utländsk dokumentärfilm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
607. Historisk dokumentärfilm	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

63. Tycker du om att lyssna på musik?

608. Ja, mycket

609. Ja, ganska mycket

610. Inte särskilt

611. Inte alls

64. När du lyssnar på musik, lyssnar du då på.....

	Mycket ofta 1	Ganska ofta 2	Ibland 3	Sällan 4	Nästan aldrig 5
612. Radio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
613. TV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
614. CD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
615. LP-skiva, band	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
616. Internet, dator	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
617. Konsert	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

65. Vilken typ av musik tycker du om att lyssna på? Uppskatta ditt intresse för nedanstående musiktyper.

Musiktyp	Gillar mycket	Gillar lite grann	Varken gillar eller ogillar	Gillar inte särskilt mycket	Gillar inte alls	Har ej hört, känner ej till
618. Klassisk symfonimusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
619. Klassisk kammarmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
620. Nutida symfonimusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
621. Nutida kammarmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
622. Körmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
623. Medeltids- och renässansmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
624. Sakral musik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
625. Opera	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
626. Operett	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
627. Gitarrmusik (klassisk)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
628. Orgelmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
629. Pianomusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
630. Fiolmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
631. Dragspelsmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
632. Romanser	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
633. Folkliga sånger	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
634. Folkmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
635. Jazzmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
636. Blues, soul	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
637. R'n b	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
638. Film- och musikalmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
639. Klassisk rock	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
640. Nutida rock	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
641. Popmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
642. Rock'n roll	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
643. Chansoner, ballader	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
644. Dansband	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
645. Disco	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
646. House, garage, trance, techno	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
647. Orientalisk musik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Musiktyp	Gillar mycket	Gillar lite grann	Varken gillar eller	Gillar inte särskilt	Gillar inte alls	Har ej hört, känner ej till
648. Latino-pop	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
649. Svensk folkmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
650. Världsmusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
651. Ambient	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
652. Country	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
653. Heavy metal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
654. Punk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
655. Reggae	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
656. Rap, Hip-hop	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
657. Schlagermusik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Nu följer några frågor om dig själv.

66. Är du kvinna eller man?

658. Kvinna

659. Man

67. Vilket år är du född?

660. Svar: 19 _____

68. Vilket är ditt medborgarskap?

661. Svar: _____

69. Vilket är ditt civilstånd?

662. Ensamstående

663. Gift / Sambo

664. Skild

665. Änka / änking

70. Hur många personer ingår i ditt hushåll inklusive dig själv?

666. Svar: _____ personer

71. Hur många barn under 18 år bor i ditt hushåll?

667. Svar: _____ barn under 18 år.

Några frågor om ditt boende och din uppväxt.

72. Vilken typ av bostad bor du i?

668. Hyreslägenhet
669. Bostadsrätt
670. Radhus / kedjehus
671. Villa
672. Gård / hus på landet
673. Annat: _____

73. Är du född i den kommun där du nu bor?

674. Ja
675. Nej, i annan kommun i Sverige (ange vilken): _____
676. Nej, i annat land (ange vilket): _____

74. Om du ej är född i Sverige, vid vilken ålder flyttade du till Sverige?

677. Jag flyttade till Sverige vid _____ års ålder.

75. Hur många år har du bott i någon av de åtta kommuner som ingår i undersökningen?
(Botkyrka, Haninge, Huddinge, Nykvarn, Nynäshamn, Salem, Södertälje, Tyresö)

678. Mindre än 2 år
679. 2-10 år
680. Mer än 10 år, men inte hela mitt liv
681. Hela mitt liv

Några frågor om din utbildning och ditt yrkesliv.

76. Vilken utbildning har du för närvarande?

(Om du ännu ej avslutat din utbildning, markera då den du genomgår för närvarande)

682. Grundskola/folkskola/enhetsskola
683. Folkhögskola
684. Tvåårigt gymnasium/fackskola
685. Flickskola/realexamen
686. Treårigt gymnasium
687. Studier vid högskola/universitet
688. Examen från högskola/universitet
689. Examen från forskarutbildning

77. Vilken inriktning har din utbildning i huvudsak? (Markera det som passar bäst in)

690. Teknik
691. Agronomi
692. Ekonomi, juridik
693. Naturvetenskap
694. Matematik, data
695. Humaniora, kultur
696. Social
697. Samhällsvetenskaplig
698. Pedagogik
699. Medicinsk
700. Annan: _____

78. Vilken av de här grupperna tillhör du för närvarande?

701. Förvärsarbetande (inkl. sjukskriven, föräldraledig)
702. Har arbete i arbetsmarknadspolitiska åtgärder
703. Genomgår arbetsmarknadsutbildning i AMS regi
704. Arbetslös
705. Ålderspensionär
706. Förtidspensionär
707. Hemarbetande
708. Studerande

79. Vilket yrke har/hade du?

709. Yrke: _____

710. Har aldrig yrkesarbetat – Gå till fråga 81.

80. Arbetar du hel eller deltid?

711. Heltid

712. Deltid, minst 15 timmar i veckan

713. Deltid, mindre än 15 timmar i veckan

81. Är du medlem i någon fackförening?

Ja, förbund inom:

714. LO

715. TCO

716. SACO

717. Annan facklig organisation

718. Nej

82. Var vänlig sätt ett kryss i den ruta som motsvarar den ungefärliga sammanlagda årsinkomsten för samtliga personer i ditt hushåll före skatt (inkl. pension och studiemedel).

719. 100.000 eller mindre

720. 101.000 – 200.000

721. 201.000 – 300.000

722. 301.000 – 400.000

723. 401.000 – 500.000

724. 501.000 – 600.000

725. 601.000 – 700.000

726. Mer än 700.000

83. Om det skulle bli aktuellt, skulle du kunna tänka dig att besvara ytterligare ett antal liknande (men ej lika många) frågor vid ett senare tillfälle?

727. Nej

728. Ja – Om "ja", sätt gärna ut din adress/eller ditt telefonnummer:

Namn + adress/telefon: _____

Ett stort tack för din medverkan!

Om du har synpunkter på någon enskild fråga, eller på formuläret i sin helhet, är vi tacksamma för att få ta del av dessa (fortsätt gärna på baksidan):

Referenser

- AdAge.com (2004) 'The Adult Women Who Regularly Play Online Games', <http://www.adage.com/news.cms?newsId=40669> (hämtad juni 2004)
- Andersson, Ylva M (2004) 'Webbnyheter lockar – flertalet dagstidningar förlorar läsare', *Göteborgsposten*, 18 februari, avdelningen Ekonomi (hämtad i databasen Affärsdata)
- Augustsson, Tomas (2004) 'Telia tar hand om radio via Internet', *Svenska Dagbladet*, 3 februari, avdelningen Näringsliv (hämtad i databasen Affärsdata)
- Baudrillard, Jean ([1970]1998) *The Consumer Society. Myths and Structures*. London, Thousand Oaks, New Dehli: Sage Publications
- Baudrillard, Jean ([1981]1994) *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor, MI: The University of Michigan Press
- Bergström, Annika (2004) 'Internetanvändningens fas II', i Sören Holmberg & Lenart Weibull (red) *Ju mer vi är tillsammans. Tjugosju kapitel om politik, medier och samhälle*. Göteborg: SOM-Institutet, SOM-rapport 34, s 319-328
- Bolin, Göran (ed.) *The Media Landscape of Södertörn 2002. Media Use, Values and Everyday Life in Southern Stockholm* (Mediestudier vid Södertörns högskola, 2005:2). Huddinge, Institutionen för medier, konst och filosofi
- Bourdieu, Pierre (1979) *La Distinction. Critique sociale du jugement*. Paris: Les éditions de Minuit
- Bourdieu, Pierre ([1979]1993) 'Distinktionen. En social kritik av omdömet', i *Kultursociologiska texter*. I urval av Donald Broady och Mikael Palme. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings bokförlag Symposion, s 245-310
- Bourdieu, Pierre (1994) *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*. Paris: Seuil
- Bourdieu, Pierre (1997) *Mediations Pascaliennes*. Paris: Liber
- Broady, Donald (1991) *Sociologi och epistemologi. Om Pierre Bourdieus författarskap och den historiska epistemologin*. Stockholm: HLS Förlag
- Castells, Manuel ([2001]2002) *Internetgalaxen. Reflektioner om Internet, ekonomi och samhälle*. Göteborg: Daidalos

- Computer Sweden* (2004) 'Två tredjedelar surfar statligt', 29 januari (hämtad i databasen Affärsdata)
- Di.se* (2004) 'Nätragg slår krogragg', 12 februari (hämtad i databasen Affärsdata)
- Findahl, Olle (2003) *Svenskarna och Internet 2002*. Gävle: World Internet Institute
- Findahl, Olle (2004) *Svenskarna och Internet 2003*. Gävle: World Internet Institute
- Foucault, Michel ([1974]1987) *Övervakning och straff* (Surveiller et punir). Lund: Arkiv
- FSI (2004) *IT-användningen i Sverige år 2003*. Stockholm: Forskningsgruppen för Samhälls- och Informationsstudier
- FSI (2005) *IT-användningen i Sverige år 2004*. Stockholm: Forskningsgruppen för Samhälls- och Informationsstudier
- Hedman, Lowe & Annika Bergström (2003) 'Internet – en berg- och dalbana', i Sören Holmberg & Lennart Weibull (red) *Fåfångans marknad. SOM-undersökningen 2002*. Göteborg: SOM-Institutet, SOM-rapport nr 33, s 187-201
- Herman, Edward S & Robert W McChesney (1997) *The Global Media. The New Missionaries of Corporate Capitalism*. London: Cassell
- HUGIN - Sverige* (2004) 'TeliaSonera: Telia gör det lättare att lyssna på radio via Internet', 2 februari (hämtad i databasen Affärsdata)
- Johnsson-Smaragdi, Ulla (2001) 'Media Use Styles Among the Young', i Sonia Livingstone & Moira Bovill (eds.) *Children and Their Changing Media Environment. A European Comparative Study*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, s 113-139
- Kulturrådet (2003) *Kulturbarometern 2002*. Stockholm: Kulturrådet, *Kulturen i siffror 2003:1*, http://www.kulturradet.se/ovfiles/kulturbarometern_2002.pdf (hämtad oktober 2004)
- Manovich, Lev (2001) *The Language of New Media*. Cambridge, Mass. & London: MIT Press
- Meyrowitz, Joshua (1985) *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press
- Nordicom (2003) *Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2002*. Göteborg: Göteborgs universitet, Nordicom, Medientiser nr 1, 2003
- Nordicom (2004) *Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2003*. Göteborg: Göteborgs universitet, Nordicom, Medientiser nr 1, 2004
- Petrov, Peter (2000) *Stockholmsungdomars Internetanvändning*. CID, 94/2000. Stockholm: Kungliga Tekniska Högskolan

- Petrov, Peter (u a) Om den kvantitativa medieforskningens roll i den digitala eran. Umeå universitet, Institutionen för kultur och medier
- Petrov, Peter & Cecilia von Feilitzen (1995) *Musiksmak och livsstilar*. Stockholm: Sveriges Radio
- Poster, Mark (1990) *The Mode of Information: Poststructuralism and Social Context*. Cambridge: Polity Press in association with Basil Blackwell
- Resumé.se* (2004) 'Internet bidrar till tv:s minskade effektivitet', 11 februari (hämtad i databasen Affärsdata)
- Rokeach, Milton (1979) *Understanding Human Values*. New York: Free Press
- SCB (1989) *Occupations in Population and Housing Census 1985 (FoB 85) according to Nordic standard occupational classification (Nordisk yrkesklassificering, NYK) and Swedish socio-economic classification (Socioekonomisk indelning, SEI). Alphabetical version*. Reports on Statistical Coordination, 1989:5. Stockholm: Statistics Sweden
- Tichenor, Phillip J, George A Donohue & Clarice N Olien (1970) 'Mass Media Flow and Differential Growth in Knowledge', *Public Opinion Quarterly*, 34, s 159-170
- Ziehe, Thomas (1989) *Kulturanalyser. Ungdom, utbildning, modernitet*. Stockholm/ Stehag: Symposion bokförlag

Skrifter från Mediastudier vid Södertörns högskola

- 2001:1 Göran Bolin:
Masskommunikation: Historia och kulturell värdebildning
- 2002:1 Göran Bolin & Michael Forsman:
Bingolotto. Produktion, text, reception
- 2002:2 Heike Graf:
Die Metamorphose der Stadt Berlin in den Dokumentarfilmen von Bo Bjelfvenstam
- 2002:3 Staffan Ericson (red):
Hello Europe! Tallinn Calling!
Eurovision Song Contest 2002 som mediehandling
- 2003:1 Göran Bolin:
Variations, Media Landscapes, History.
Frameworks for an Analysis of Contemporary Media Landscapes
- 2004:1 Linus Andersson:
U.S.-Governed Radical Media.
Radio Free Europe and Radio Liberty in Eastern Europe
- 2005:1 Stina Bengtsson & Lars Lundgren:
The don Quixote of Youth Culture. Media Use and Cultural Preferences Among Students in Sweden and Estonia
- 2005:2 Göran Bolin (ed.):
The Media Landscape of Södertörn 2002.
Media Use, Values and Everyday Life in Southern Stockholm
- 2005:3 Peter Petrov & Cecilia von Feilitzen:
Virtuellt och socialt rum. Om IT i vardagslivet

Skrifterna kan beställas från:

Mediastudier vid Södertörns högskola
Medie- och kommunikationsvetenskap
Södertörns University College
SE-141 89 Huddinge, SWEDEN

