

Språkpsykologisk undersökning
Språkkonsultlinjen maj 2000
Lärare: Jan Svanlund

VAD STÅR ORDEN FÖR?

En undersökning av nio Internetord ur tre aspekter:
begriplighet, associationer och värderingar

Elisabeth Björck Orved,
Anna-Carin Carlsson,
Karin Fries och Maria Sundin

Innehåll

Inledning	3
Material och metod	3
Deltagare i testet	3
Deltagarnas vana vid datorer och Internet	4
1. Begriplighetstestet	4
Resultat	5
Skillnader mellan de tre kategorierna: IT, språk och allmänhet	6
Skillnader mellan de tre ålderskategorierna	6
Olika intensionsdjup och exakthet i svaren	6
Hemsida	7
IT	8
Begriplighetstestet – uppdelat efter kategori	9
Begriplighetstestet – uppdelat efter ålder	10
2. Associationstestet	11
Metod	11
Resultat	11
Allmänt	11
Minst antal associationer	12
Utelämnade associationer	13
Icke Internetrelaterade associationer	14
3. Osgoodtestet – kort forskningsbakgrund	17
Metodbeskrivning	17
Fallgröpar	18
Vår metod	18
Resultat	19
Kritik och förbättringsmöjligheter	19
Appendix	20
Associationstestet	20

Inledning

Internet har blivit något som alltfler svenskar använder sig av. Att ha en dator hemma börjar snart bli lika vanligt som att ha en video. Men hur är det med kunskapen om Internet och de Internetrelaterade orden? Förstår folk orden som används i pressen? Ser förståelsen olika ut för olika människor?

Vi har valt ut nio Internetrelaterade ord som brukar finnas med i pressen. Åtta av orden finns med i Svenska Datatermgruppens ordlista. Av de ord vi valt ut är det endast ordet bredband som inte finns med där. Anledningen till att vi tagit ord som finns med i ordlistan är att vi på så sätt även kunnat undersöka om och hur deras rekommendationer slagit igenom.

Material och metod

För att få en så bred bild som möjligt av hur folk ser på orden har vi valt att göra tre olika sorters undersökningar: ett begriplighetstest, ett associationstest och ett Osgoodtest. Alla försökspersoner fick göra samtliga tre test. Det tog cirka 25 minuter att göra testet.

Deltagare i testet

Vi ville jämföra tre kategorier av människor: folk som på olika sätt arbetar med IT och då främst med Internet, språkmänniskor och allmänhet.

IT-gruppen bestod av människor som i sina yrken arbetar dagligen med datorer och Internet.

Språkgruppen bestod av människor som i sina yrken dagligen arbetar med språk – språkkonsulter, förlagsfolk, lärare på Institutionen för nordiska språk, personal på Riksdagen.

Gruppen allmänheten kontrasterar mot de båda första genom att inte arbeta med vare sig datorer, Internet eller språk i sin dagliga sysselsättning. Gruppen var ganska brokig och bestod till största delen av två gymnasieklasser från Nacka gymnasium – mestadels flickor från den internationella grenen av Samhällsvetenskapliga programmet och Barn- och fritidsprogrammet. Resten av gruppen bestod av våra vänner och familjemedlemmar – en ganska blandad skara där det stora flertalet inte är akademiker och där många inte är särskilt vana vid vare sig datorer eller Internet.

Totalt 79 personer deltog i testerna. Dubbelt så många kvinnor som män deltog: 53 kvinnor och 26 män. Vi hade önskat fler manliga försökspersoner. Fler försökspersoner inom Internet-kategorin hade också varit önskvärt.

Åldersgrupperna blev dock någorlunda jämnt fördelade med 32 personer i gruppen 0–26, 24 personer i gruppen 27–40 och 23 personer i gruppen 41 och uppåt.

Tabell 1. Deltagarna fördelade på kön, ålder och kategori (IT, språk och allmänhet).

IT	Språk	Allmänhet
----	-------	-----------

	kvinnor	män	kvinnor	män	kvinnor	män
→26	-	-	2	4	22	4
27-40	1	4	9	3	6	1
41→	-	2	9	3	4	5
Totalt:	1	6	20	10	32	10

Vi har valt att arbeta med de två variablerna ålder och kategori och jämföra dem.

För att göra undersökningen så heltäckande som möjligt analyserade vi inledningsvis resultaten inom varje delgrupp (t.ex. människor som arbetar med språk i gruppen 26-40 år). Då antalet informanter i vissa grupper var litet, gick vi snart över till att dels göra åldersindelade jämförelser (där kategorierna inom grupperna blandades) och kategoriindelade jämförelser (med blandade åldrar).

Deltagarnas vana vid datorer och Internet

Deltagarna skilde sig en del i fråga om hur vana de var vid datorer och Internet. Tabell 2 visar tydligt hur IT-gruppen har god vana, språkgruppen har medelvana (med en viss lutning mot god vana) och allmänheten har medelvana (med en viss lutning åt liten vana vad gäller Internet). För alla grupperna kan man konstatera att deltagarna är mer vana vid datorer än vid Internet.

Tabell 2. Deltagarnas vana vid datorer och Internet på en skala från liten till god (1-3)

IT		Språk		Allmänhet	
Datorvana	Internetvana	Datorvana	Internetvana	Datorvana	Internetvana
3	2,8	2,3	2,2	2	1,9

1. Begriplighetstestet

För dem som ska genomföra ett begriplighetstest finns klassikern ”Språkklyftan” från 1976 av Nils Frick och Sten Malmström att hämta inspiration från. De undersökte hur 700 ord som har att göra med det sociala, ekonomiska och politiska livet förstås och missförstås. De tillfrågade personerna var alla deltagare i Arbetsmarknadsstyrelsens kurser vid 7 AMU-center. Varje försöksperson fick svara på 100 ord. Orden presenterades i en kontext och till att börja med fick de ange ett av tre alternativ för varje ord:

- Jag vet säkert vad ordet betyder.
- Jag tror jag vet vad ordet betyder.
- Jag vet inte vad ordet betyder.

Därefter fick de förklara orden.

Precis som i ”Språkklyftan” har vi valt att använda de tre svarsalternativen för varje ord men till skillnad från den undersökningen presenterade vi inte orden i en meningsskontext. Enligt Olle Josephsons genomgång av senare forskning om svår-
begriplighet spelar det ingen roll för ordens inbördes rangordning i svårighetsgrad om testordet presenteras ensamt eller i ett sammanhang, om det är ett flervalstest eller ett test där försökspersonerna själva får fylla i svaret. Fördelen med att försökspersonerna själva får formulera en förklaring är dock att man kan se **hur** de förstår – eller inte förstår – ordet. Ett flervalstest leder också till högre andel rätt svar.

Orden vi undersökte var dessa:

bredband, brandvägg, chatta, domännamn, e-posta, hemsida, IT, portal och snabel-a.

Vi har utgått från de svarandes eget svarsalternativ när vi listat svaren. Det visade sig nämligen vara en i stort sett god överensstämmelse mellan svarsalternativen personerna valt och förklaringarna de gett. Av 10 ”jag tror-svar” var endast 4 helt fel:

- portal: ”Internet är en portal” (språk 41→), ”bärbar” (allmän →26)
- domännamn: ”jag tror att det är koden som man kommer in i sin dator med (password)” (språk 41→)
- snabel-a: ”attachment” (allmän 41→)

5 kan tolkas som någorlunda rätt svar, om än något vaga:

- portal: ”webbplats som samlar många olika ’hemsidor’ under sig” (IT 41→).
- hemsida: ”datorfönster där man kan presentera t ex ett företag” (språk 41→)
- portal: ”ingång till underliggande hemsidor”(språk 41→)
- domännamn: ”en del i en webbsida” (allmän 27–40)
- IT: Internet (1 allmän →26 och 1 allmän 41→)

Endast 2 personer angav att de visste säkert vad ett ord betydde men gav fel förklaring:

- hemsida: ”e-mailadress” (allmän 41→)
- portal: ”bärbar” (allmän →26)

Resultat

Vilka ord är det då som är lättast respektive svårast? Så här ser rangordningen ut i begriplighet, om vi går efter ”vet säkert”-svaren för alla grupper:

1. e-posta
2. chatta
3. hemsida
4. snabel-a
5. IT
6. bredband
7. brandvägg

8. domännamn och portal

Om vi i stället går efter ”vet inte”-svaren är följande ord, i nämnd ordning, svårast för alla grupper sammantaget: portal, brandvägg och domännamn. Om vi ser till åldersvariabeln är det de yngsta som har i särklass störst problem med portal och brandvägg. De äldre förstår dessa ord mycket bättre.

Skillnader mellan de tre kategorierna: IT, språk och allmänhet

IT-kategorin har som väntat inga ”vet inte”-svar. Portal och snabel-a är de ord som IT-kategorin känner sig mest osäker inför (jag tror-svar 29 % vardera).

Språk-kategorin känner sig mest säker på IT, hemsida, e-posta och chatta. Domännamn och brandvägg ger flest ”vet inte”-svar.

Allmänheten har lättast att förstå hemsida, e-posta och chatta. Portal, brandvägg och domännamn är det många som inte vet vad det är.

Skillnader mellan de tre ålderskategorierna

→26: I denna grupp är chatta, e-posta och hemsida lättast att förstå. Chatta och hemsida vet alla vad det är. Brandvägg och portal är svårast.

27–40: I denna grupp är samma tre ord lättast, dvs chatta, e-posta och hemsida. De tre orden samt bredband vet alla i gruppen vad det är. Domännamn och portal är svårast.

41→: För denna grupp är chatta och e-posta också lättast, men IT har tagit hemsidans placering. Domännamn och portal är klart svårast.

Om vi utgår från vår undersökningsgrupp kan vi konstatera att flera av de ord som används i pressen inte förstås av en stor grupp människor. Listan toppas av portal (40 % vet inte betydelsen), följt av domännamn (32 %) och brandvägg (30 %).

Varför är dessa ord svåra? En idé om orsaken kan man få av Olle Josephsons resonemang i ”Språkklyftan”. Han tar upp ordens uttryckssida, ordens innehållssida och sammanhanget runt ordet. Huvudskälet är kanske att folk har svårt för ord som är speciella för områden som de inte har fått kontakt med. Brandvägg och portal känner nog många till som ord som används inom byggnadsområdet, men Internetkopplingen är oklar. Två av orden är dessutom sammansättningar som ofta är svåra att tolka för den som inte är initierad.

Olika intensionsdjup och exakthet i svaren

En av iakttagelserna vi gjort är att svaren skiljer sig åt när det gäller intensionsdjup och exakthet. Här är några exempel:

- bredband

Bland Internetkategorin är svaren mer exakta: "kanal för överföring av data med högfrekvens", "högastighetsnät via optiska fiberkablar", "överföringsteknik för högkapacitiv överföring av ip trafik".

I de andra grupperna är intensionsdjupet lägre: "högastighetsuppkoppling", "internet genom kablar i marken" (man gör en koppling till Internet), "snabbare uppkoppling", "att det ska gå snabbare och lättare", "man är internetuppkopplad dygnet runt, det går snabbare", "kabel".

□ snabel-a

" Nästan alla vet vad det är, men få kan förklara det. Många skriver bara tecknet @ när de ska förklara ordet. En IT-person (27–40) skriver däremot: "Tecken som krävs i e-postadresser. Skiljer användarnamn från domännamn." Få gör som denna språkperson: "Betyder at, dvs. talar om vid vilken domänadress namnet finns i e-postadresser."

Bland allmänheten är svar som dessa vanliga: "jag vet att snabel-a ser ut @ så (at) men funktionen vet jag inte", "adressdetalj på nätet".

Hemsida

Ordet hemsida är intressant att titta närmare på för det kan stå för så många olika saker. Vilken är det folk menar?

En person i språkkategorin (27–40) angav fyra alternativ i sitt svar. "webbsida, minsta adresserbara enhet på www, den sida som webbläsaren startar på, en persons egen webbsida och förstasidan på en webbplats". Förutom den personen var det en person (språk →26) som gav två alternativ: "en webbplats, ett ställe på nätet där en person eller ett företag presenterar sig eller något, ibland bara om själva startsidan."

Svenska Datatermgruppen rekommenderar att man inte använder begreppet hemsida just för att det kan stå för så många olika begrepp. De rekommenderar i stället termerna:

1. ingångssida/förstasida (första webbsidan på en webbplats)
2. startside (den som webbläsaren är inställd på)
3. webbplats (kan bestå av flera webbsidor)
4. webbsida (den mängd information på en webbplats som man kan nå utan att behöva gå vidare via en länk)

Så här ser fördelningen ut bland dem som besvarat testet.

Tabell 3.

	ingångssida	startside	webbplats	webbsida
IT →26				
IT 27–40	1	-	4	-
IT 41→	1	-	1	-
Totalt:	2		5	

Språk →26	4	-	2	1
Språk 27-40	-	-	10	1
<u>Språk 41→</u>	<u>4</u>	<u>-</u>	<u>5</u>	<u>2</u>
Totalt:	8	17	4	

Allmän →26	-	-	19	4
Allmän 27-40	1	-	5	-
<u>Allmän 41→</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>9</u>	<u>-</u>
Totalt:	1	33	4	
Totalt alla grupper:	11	55	8	

Av dem som har förklarat ordet menade de flesta att hemsida är synonymt med webbplats (55 stycken = 74 %). I allmänkategorin var det bara en som menade ingångssida/förstasida. 33 menade webbplats medan 4 skrev webbsida.

I språkkategorin var det 8 som menade ingångssida/förstasida, 17 som menade webbplats och 4 som menade webbsida.

Det är intressant att se associationsskillnaderna mellan de unga och de äldre kategorierna. De unga associerar till sin egen användning av Internet. ”Om jag har en sida på nätet så är den min hemsida”, ”En sida på internet som man kan göra själv”, ”Man kan ha sin egen sida som man uppdaterar och designar som man vill.”

De äldre talar oftare om företagspresentationer: ”presentation av företaget”, ”På hemsidan tittar man bland annat på olika produkter, på prisuppgifter, hämta demo.”, ”ett sätt att visa det egna företaget”, ”presentation av ens verksamhet”.

IT-gruppen å sin sida använder mer tekniska termer: ”Internetadress med specifik ip adress”, ”HTML-dokument som publicerats på World wide web. Tillgänglig via så kallad webbläsare.”

IT

IT är ett annat ord vi tittat lite mer på. Vi ville undersöka hur många som angett svaret informationsteknik som Svenska datatermgruppen rekommenderar. Och hur många som i stället anger formen informationsteknologi?

Tabell 4.

	infoteknik	infoteknologi	annat	inget
--	------------	---------------	-------	-------

IT →26				
IT 27-40	2	3	-	-
<u>IT 41→</u>	<u>1</u>	<u>1</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
Totalt:	3	4		

Språk →26	-	6	-	-
Språk 27-40	6	7		
<u>Språk 41→</u>	<u>7</u>	<u>4</u>	<u>-</u>	<u>1</u>
Totalt:	13	17	1	

Allmän →26	4	8	5	9
Allmän 27-40	-	-	4	2
<u>Allmän 41→</u>	<u>2</u>	<u>1</u>	<u>5</u>	<u>1</u>
Totalt:	6	11	14	12

Totalt alla grupper: 22 (27 %) 32 (39 %) 14 (17 %) 13 (16 %)

Informationsteknologi är det populäraste alternativet, följt av informationsteknik. Alla i språk- och IT-kategorin svarade antingen informationsteknik eller informationsteknologi (förutom en person som angav att han visste säkert på alla ord – men inte förklarade något av orden). Alla unga (6) i språkkategorin föredrog informationsteknologi, men i de andra åldersgrupperna är det rätt jämnt fördelat. I IT-kategorin är ställningen jämn: 3 + 4.

I allmängruppen har teknologi nästan dubbelt så många anhängare som teknik. Bland allmänheten är det också fler som svarar något annat (en del rätt, andra helt fel) eller inte alls än som svarar informationsteknik/informationsteknologi. Osäkerheten är störst bland de yngre. Som ”annat” svarar denna grupp bland annat: ”världsförbindelse”, ”teknik att nå världen från hemmet”, ”Inter-net”, ”datateknik”, ”data”. Vissa av förklaringarna visar på att de förstår vad begreppet handlar om; vissa svar pekar på en sammanblandning med Internet.

Begriplighetstestet – uppdelat efter kategori

Tabell 5.

	bredband	IT	brandvägghemsida	e-posta
vet säkert				
IT-kategorin:	86 %	86 %	71 %	100 % 86 %
Språk-kategorin:	37 %	80 %	43 %	80 % 97 %
<u>Allmän-kategorin:</u>	<u>24 %</u>	<u>36 %</u>	<u>17 %</u>	<u>62 % 70 %</u>
Totalt alla grupper:	34 %	57 %	32 %	72 % 81 %
tror				
IT-kategorin:	14 %	14 %	14 %	
Språk-kategorin:	57 %	20 %	47 %	20 % 3 %
<u>Allmän-kategorin:</u>	<u>50 %</u>	<u>36 %</u>	<u>21 %</u>	<u>24 % 24 %</u>
Totalt alla grupper:	49 %	28 %	30 %	23 % 14 %
vet inte				
IT-kategorin:				
Språk-kategorin:	7 %	10 %		
<u>Allmän-kategorin:</u>	<u>21 %</u>	<u>21 %</u>	<u>50 %</u>	<u>2 %</u>
Totalt alla grupper:	14 %	11 %	30 %	1 %
<u>domännamn chatta portal snabel-a</u>				
vet säkert				
IT-kategorin:	71 %	86 %	57 %	57 %
Språk-kategorin:	37 %	90 %	43 %	67 %
Allmän-kategorin:	12 %	71 %	9 %	57 %

Totalt alla grupper: 26 % 80 % 26 % 61 %

tror

IT-kategorin: 14 % 14 % 29 % 29 %

Språk 37 % 10 % 43 % 30 %

Allmän-kategorin: 36 % 24 % 17 % 17 %

Totalt alla grupper: 34 % 18 % 28 % 23 %

vet inte

IT-kategorin:

Språk-kategorin: 27 % 7 % 7 % 7 %

Allmän-kategorin: 41 % 2 % 70 % 17 %

Totalt alla grupper: 32 % 4 % 40 % 11 %

Begriplighetstestet – uppdelat efter ålder

Tabell 6.

	→26	27-40	41→
bredband			
vet	16 %	46 %	48 %
tror	53 %	50 %	44 %
vet inte	25 %	-	13 %
IT			
vet	47 %	67 %	61 %
tror	25 %	25 %	35 %
vet inte	25 %	4 %	-
brandvägg			
vet	12 %	46 %	44 %
tror	22 %	38 %	44 %
vet inte	60 %	8 %	13 %
hemsida			
vet	75 %	83 %	56 %
tror	22 %	12 %	35 %
vet inte	3 %	-	-
e-posta			
vet	84 %	80 %	78 %
tror	12 %	12 %	17 %
vet inte	-	-	-
domännamn			
vet	22 %	33 %	26 %
tror	34 %	29 %	39 %
vet inte	37 %	29 %	30 %
chatta			
vet	91 %	79 %	61 %
tror	9 %	12 %	35 %
vet inte	-	-	13 %

portal

vet 22 % 33 % 26 %
tror 6 % 37 % 48 %
vet inte 69 % 16 % 22 %

snabel-a

vet 72 % 44 % 48 %
tror 16 % 12 % 39 %
vet inte 16 % 6 % 9 %

2. Associationstestet

Metod

Deltagarna fick i uppgift att associera fritt kring bjudorden. Vi valde att formulera uppmaningen så enkelt som möjligt eftersom flera yngre skulle delta i studier; lydelsen blev "Skriv upp all ord du kommer att tänka på när du läser följande ord."

För att låta associationstestet stödja begriplighetstestet och ge oss ledtrådar om hur deltagarna begriper orden valde vi att analysera materialet på tre sätt.

För det första studerade vi vilka ord som fått få respektive många associationer totalt. Då räknade vi alla associationer som deltagarna gjort över huvud taget. Vi tyckte att det borde avslöja huruvida orden är lätta respektive svåra att associera kring. Ord med många associationer borde ligga deltagarna närmare om hjärtat och på ett påtagligt sätt vittna om att de figurerar i deltagarnas medvetande. Motsatsen borde då gälla de ord som får få associationer totalt.

För det andra studerade vi de utelämnade associationerna eftersom detta borde avslöja att deltagarna inte på något sätt kan relatera till orden och därmed att orden inte befinner vare sig i deltagarnas begreppsvärld eller känslvärld.

För det tredje studerade vi de icke-Internetrelaterade associationerna eftersom detta borde avslöja att deltagarna tydligt inte upplever att orden hör till den tekniska världen utan kanske snarare till privatsfären. Orden kan alltså inte ingå i den uppsättning ord som ingår i det semantiska fältet "Internetrelaterade ord". Vi valde då att bara ta de tre första för att minska risken för att en association skulle leda till en annan.

Resultat

Allmänt

Det var tydligt att vissa av deltagarna blivit påverkade av begriplighetstestet som föregick associationstestet; många associationer verkar snarast vara definitioner.

Vanligt är också att många av associationerna blir synonymer.

Anmärkningsvärt var att så många associerar kring icke-Internetanknutna företeelser trots att testet heter *Språklig undersökning av Internetord*.

En tydlig tendens är att många gör mycket personliga associationer som namn på personer. Även onomatopoetiska associationer är mycket vanliga som *portal –port*

Diagrammet visar hur många associationer varje ord fått i respektive kategori och åldersgrupp. De blå staplarna representerar IT-gruppen, de gula språkgruppen och de orangea allmänheten.

Den sista svarta stapeln för varje ord är det sammanlagda antalet associationer per deltagare i alla kategorierna. Stapeln visar helt enkelt vilka ord som deltagarna totalt associerat mest och minst kring.

De sista staplarna med kantrubriken *genomsnitt* visar vilka kategorier deltagare som haft flest respektive minst antal associationer när associationerna för alla ord summerats. Även dessa siffror är baserade på antal associationer per deltagare.

Analys

Orden

Resultatet var lite förvånande framför allt med tanke på att *snabel-a* till hör de ord som associerats till minst medan *bredband* är det ord som fått överlägset flest associationer.

Man kan tolka detta som att medierna har haft stor genomslagskraft bland deltagarna. Det har varit svårt att undvika begreppet *bredband* den senaste tiden och uppenbarligen ligger begreppet nära deltagarna.

Snabel-a är nog visserligen bekant för de allra flesta men talar uppenbarligen inte lika starkt till dem som till exempel *e-post*. Här är det nog istället fråga om att det lilla skiljetecknet @ är svårt att associera kring, mycket beroende på att begreppet bakom är så smalt. Det är helt enkelt lättare att associera kring begrepp som syftar på hela företeelsen i vid bemärkelse.

Resten följer de tendenser som begriplighetstestet visat på. Samma svåra ord återfinns bland de ord som fått minst antal associationer – portal, domännamn och brandvägg.

Grupperna

Den grupp som associerar överlägset mest kring alla ord är språkgruppen framför allt i åldern –26, men även gruppen 41-. IT-gruppen har höga staplar medan allmänheten har minst antal associationer överlag. Resultatet stödjer vår hypotes så till vida att de som är mest vana vid Internet (IT-gruppen och delar av språkgruppen) har flest associationer, medan allmänheten med minst Internetvana följaktligen har lägst antal associationer totalt.

Det är dock svårt att förklara varför stapeln för språkgruppen –26 ränner i höjden. Kanske är det ett utslag av teknikentusiasm eller så vill våra vänner vara oss behjälpliga med att erbjuda så många associationer som möjligt (för övrigt är många i den kategorin också bekanta med associationstest). Kanske anar man helt enkelt en förtjusning över att leka med ord ...

Utelämnade associationer

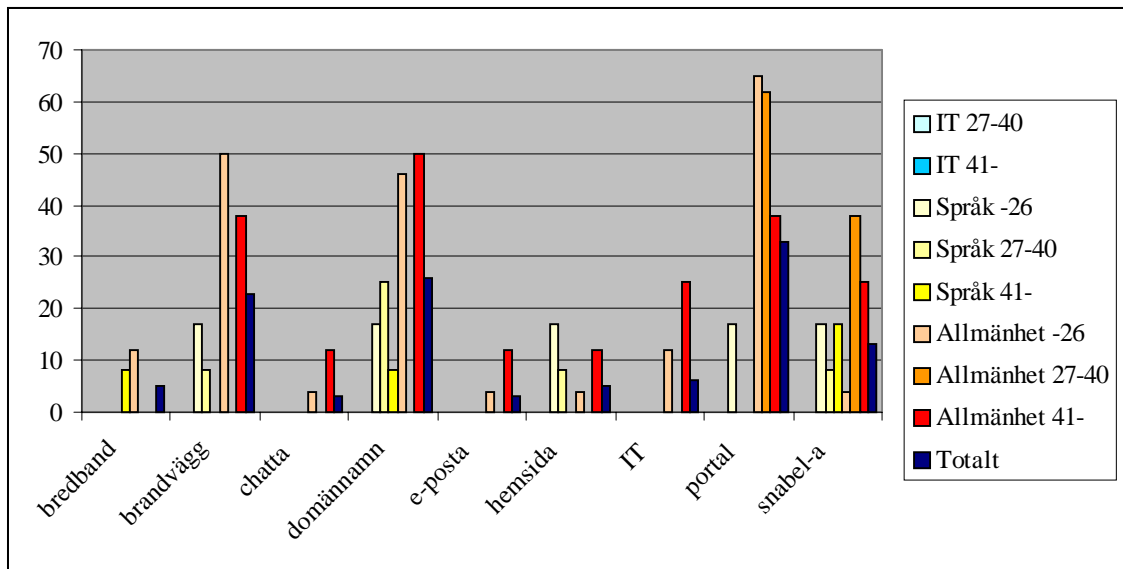
Resultat

De ord som får flest antal utelämnade associationer är:

1. portal (33%)
2. domännamn (26%)

3. brandvägg (23%)
4. snabel-a (13%)

Diagram 2. Procentandelen utelämnade associationer i varje kategori och åldersgrupp med utgångspunkt från orden.



Diagrammet visar hur många utelämnade associationer per ord varje grupp gör. Att staplarna inte syns innebär att 0% av deltagarna haft utelämnade associationer, dvs. att alla deltagare associerat kring orden. De svarta staplarna visar hur många utelämnade associationer grupperna har tillsammans.

Analys

Orden

Det blir tydligt att många uppfattar dessa ord som svåra att knyta an till och därmed inte lyckas associera över huvud taget. Siffrorna talar sitt tydliga språk – 33% av alla deltagare kan inte associera alls kring *portal*, 26 % associerar ingenting kring *domännamn*, 23% associerar ingenting kring *brandvägg* och 13% associerar ingenting kring *snabel-a*.

Grupperna

Det blir också tydliga skillnader mellan grupperna. IT-gruppen saknar utelämnade associationer över huvud taget, medan gruppen allmänhet –26 har flest antal utelämnade associationer generellt fördelat över alla ord.

Icke Internetrelaterade associationer

Resultat

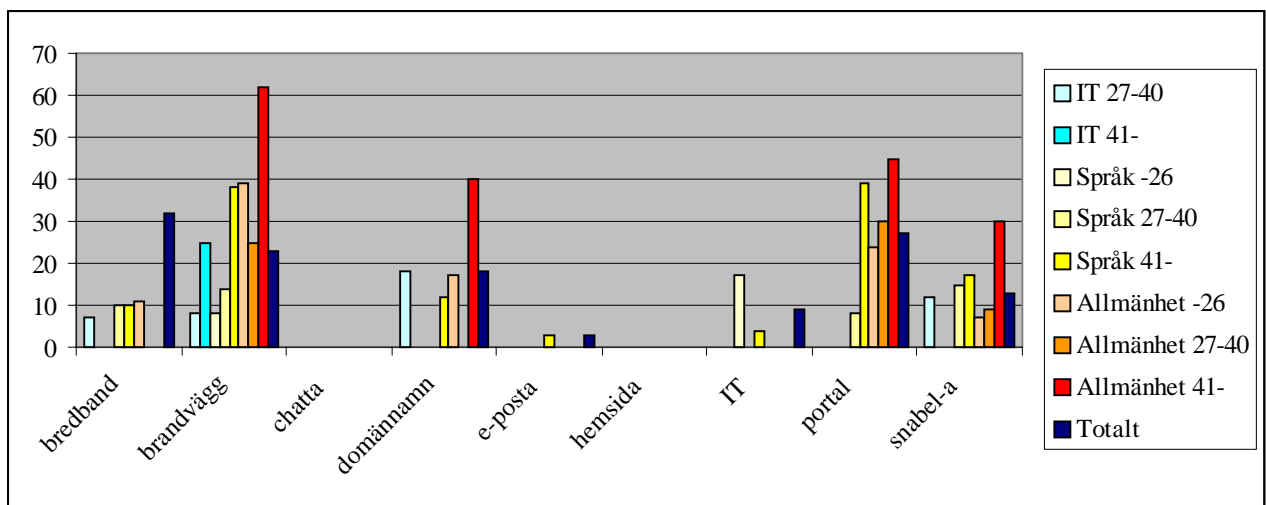
De ord som har flest icke-Internetrelaterade är i fallande skala från flest till minst:

1. bredband (32%)
2. portal (27%)
3. brandvägg (23%)

4. domännamn (18%)
5. snabel-a (13%)
6. IT (9%)
7. e-posta (3%)

Två av orden fick inga icke-Internetrelaterade associationer alls –hemsida och chatta.

Diagram 3. Procentdelen icke-Internetrelaterade associationer/antal associationer baserat på de första tre i varje kategori och åldersgrupp.



Diagrammet visar andelen i procent av alla icke-Internetrelaterade associationer beräknat på det totala antalet associationer baserat på de första tre som varje deltagare gjort.

Den svarta stapeln i slutet av varje ord visar det sammanlagda resultatet från alla grupperna. Höga svarta staplar visar alltså vilka ord som fått flest icke-Internetrelaterade associationer.

De färgade staplarna visar hur varje kategori och åldersgrupp associerat. Inga staplar alls avslöjar att inga deltagare gjort någon icke-Internetrelaterad association, dvs. alla har associerat inom det semantiska fältet Internet.

Analys

Orden

Resultatet visar tydligt hur samma ord dyker upp igen – liksom i de två tidigare analyserna av associationerna framträder *portal*, *brandvägg* och *domännamn*. I gruppen ord med många icke-Internetrelaterade ord återfinns också *bredband*, vilket inte sällat sig till gruppen tidigare.

Deltagarna förknippar orden här med associationer hämtade från helt andra semantiska fält än Internet. *Bredband* ger många associationer som *brett band*, *hårband*, *hopprep*, *axelband*. *Portal* ger många associationer som *dörr*, *port*, *kyrka*, *gården*. *Brandvägg* ger många associationer som *brand*, *eld*, *hus*, *brandmän*. *Do-*

männamn ger många spridda associationer som *Domänverket*, *domare*, *medlare*, *namn på egendom*, *slot*, *Domaine de Vacluse – Petrarca*, *Assi Domän*.

Resultatet måste nog tolkas så att två av dessa ord – *portal* och *brandvägg* – har dubbel betydelse, en betydelse i Internetsammanhang och en annan i allmänspråket. Den allmänspråkliga betydelsen är dessutom vedertagen. Detta gör naturligtvis att folk ofta associerar kring de allmänspråkliga begreppet trots att de vet att de deltar i ett test av Internetord. Det är också tydligt att många som förstår orden ändå gör associationer till de allmänspråkliga begreppsfräerna. De andra två orden – *bredband* och *domännamn* – är ju sammansättningar där delarna är ord som är mycket vanliga i allmänspråket. Detta tror vi är anledningen till att så många gör associationer som vittnar om att ordens delar givit upphov till nya tankebanor.

Det är ändå påtagligt hur många icke-Internetrelaterade associationer många deltagare gör, vilket föranleder oss att undra om de verkligen begriper orden. Trots att medierna inte har låtit oss vara omedvetna om bredbandets eller brandväggens betydelse, kanske många ändå inte begriper vad det är fråga om. Det är märkligt att ord som dessa ger så pass många icke-Internetrelaterade associationer trots att testet bar namnet *Språklig undersökning av Internetord*. Vi har ju där givit en tydlig fingervisning om vilket semantiskt fält deltagarna bör röra sig i. Man kan anta att samma associationer verkar när deltagarna läser en Internetartikel i *e-DN*.

Grupperna

Den grupp som utmärker sig med flest icke-Internetrelaterade associationer totalt (men mest kring *brandvägg*, *domännamn*, *portal* och *snabel-a*) är gruppen allmänhet 41-. Över huvud taget gör gruppen allmänhet de flesta icke-Internetrelaterade associationerna. Språkgruppen gör generellt färre icke-Internetrelaterade associationer, men den grupp som utmärker sig är IT-grupper som gör det minsta antalet icke-Internetrelaterade associationer totalt.

3. Osgoodtestet – kort forskningsbakgrund

Osgoodtestet är en vidareutveckling av Lickertskalan från 1932. Lickerts system bygger på en skala där försökspersonerna får ange om de "helt håller med" eller "inte håller med alls" om ett bjudords värden.

Charles E Osgood skapade 1957 en metod för att mäta vilka konnotationer olika personer har för ett ord för att därigenom visa det "psykologiska avståndet" mellan olika ord. Genom att ge försökspersonerna en rad adjektiv att gradera för ett bjudord skapas en karta över, eller bild av, bjudordet. Osgoods skala kallas också "semantisk differentialskala". Hans främsta syfte med testmetoden var att visa på skillnader och likheter mellan attityd och beteende.

Idag används Osgoodmetoden framför allt för produkttest. Det finns en uppsjö av varianter på Osgoods metod. Man kan t.ex. söka på "usability testings" på Internet. Inom datavärlden används metoden exempelvis för att testa nya program eller webbplatser. För konsumtionsprodukter som livsmedel eller kläder kan det gälla att ta reda på vilken attityd konsumenterna har till en viss produkt (t.ex. Heinz vita bönor jämfört med Blåvitts) och om kunderna stämmer in i den image ett företag vill omgärda en produkt med.

Metodbeskrivning

Osgood använde tre olika faktorer för att välja ut lämpliga adjektiv att prova: **värde**, t.ex. bra – dålig, **styrka**, t.ex. stark – svag, **aktivitet**, t.ex. aktiv – passiv. Man bör ha med minst två till tre ordpar från varje kategori för att sedan kunna utvärdera respektive kategori.

Man kan välja att gradera skalan för varje adjektivpar på flera olika sätt, t.ex. 1-7 eller 3210123 eller -3 till +3, och man kan välja jämnt antal kryssmöjligheter eller ojämnt, men man bör hålla sig mellan fem och nio grader på skalan (Cox 1980). Cox visade att man kan få värdefull information genom en skala på t.ex. sju grader men att man inte adderar något genom fler möjligheter än nio.

Åsikterna om huruvida man ska välja ett jämnt antal kryssmöjligheter eller ett ojämnt går isär. Det finns argument som talar för båda varianterna. Ett *ojämnt* antal ger möjligheten att mäta hur många personer som är neutrala inför ett ord medan man med ett *jämnt* kan visa på styrkan i attityd, enligt vissa forskare. Riskerna är dock uppenbara; med ett ojämnt antal kan man "slarva" och bara sätta mittenkryss och med ett jämnt kan man aldrig visa att man är likgiltig inför ordet.

Hur man sedan ska benämna graderna på skalan är också ett viktigt problem. Flera forskningsresultat har visat att -3 till +3 skalan ofta leder deltagarna mot att ge mer positiva svar än 1-7 skalan. (bl.a. Schwarz m.fl. 1991). Här bör det också påpekas hur viktigt det är att låta deltagarna vara anonyma för att de ska "våga" sätta kryss på osäkerhetsparametrar.

För att inte uppgiften ska bli alltför svår för försökspersonen (och för den som ska hitta på alla adjektiv) bör man begränsa adjektivparen till högst 10.

Fallgropar

Det är lätt att luras att tro att de adjektivpar man valt betyder samma sak för alla – så är givetvis inte fallet. Det här gör metoden något motsägelsefull; man testar hur konnotationerna för ett bjudord kan variera men man utgår ifrån att konnotationerna för adjektivparen är desamma för alla människor.

En annan risk är att deltagarna vill ge "rätt" eller "bra" svar så att de framstår som duktiga och framgångsrika. Här är det givetvis viktigt att testet är anonymt men man bör ändå tänka på att de fakta man begär, t.ex. ålder, kön och sysselsättning kan vara nog så avslöjande.

De finns deltagare som bara ger "mittensvar". Kanske är de ointresserade, kanske har de inte förstått bjudorden eller adjektivparen. De kan givetvis också vara likgiltiga/neutrala inför orden. Det kan man aldrig veta, men man bör vara observant på om en person satt mittenkryss genom hela testet.

Vår metod

Vi har valt att testa tio datarelaterade ord. Baserat på det vi läst om Osgoodmetoden valde vi ut tio bjudord, varav ett flertal är identiska med de ord som förekommer i de andra deltesten, och nio adjektivpar för varje bjudord. Vi valde skalan 1-7 för graderingen och har använt delvis olika ordpar och ordningsföljd för de olika bjudorden.

Ett av våra syften med Osgoodtestet, var att det undersöka om våra informanter – trots olika kunskaper inom Internetområdet – hade en likartad inställning till bjudorden eller inte. Eftersom fördelen med Osgoodtestet är att man just kan mäta attityder till olika bjudord, valde vi att ta med två ordpar som till stor del är synonyma, nämligen *e-posta* – *mejla* och *hemsida* – *webbplats*. Svenska Datatermgruppen avråder exempelvis från användandet av *mejla*, eftersom det, enligt dem, går att utvidga vår den postterminologi vi redan har till att omfatta även e-post. DN å andra sidan, med Catharina Grünbaum i spetsen, anser att ordet *mejla* (dock med svensk stavning) trots allt fyller en funktion.

Definitionen av ordet *hemsida* är enligt Datatermgruppen inte längre entydig. Termen används idag för att beteckna både startsida, ingångssida, webbsida och webbplats. Datatermgruppen föreslår, för tydlighetens skull att något av dessa ord används i stället för hemsida. Men frågan är hur en grupp informanter med allt ifrån ingen till mycket god Internetkunskap ser på saken.

Resultat

Det har varit intressant att se resultaten och hur de i mångt och mycket stämmer överens med våra förväntningar. Många har varit exempelvis varit rörande överens om att ordet *snabel-a* har en väldigt vardaglig klang. Attityderna till ordet *IT* har också blivit mycket likvärdiga både vid en åldersvis jämförelse och då de olika kategorierna har ställts emot varandra. Många i de yngre åldersgrupperna har funnit ordet *brandvägg* synnerligen obegripligt och sammansatt, medan de äldre grupperna (i alla kategorier) har haft positivare konnotationer till detta ord. Kanske ligger förklaringen i att ordet *brandvägg* oftast förekommer i arbetssammanhang, då det handlar om att skydda det egna företags nätverk mot intrång.

Vad gäller orden *e-posta*, *mejla*, *hemsida* och *webbplats* visar det sig att data- och språkgruppen föredrar *e-posta* framför *mejla*. Den allmänna gruppen (som i antal domineras av de yngre) är dock i stort lika positiva till båda uttrycken. Data-gruppen ser ordet *mejla* som minst naturligt. Frågan är om det är vår stavning av ordet som påverkar deras uppfattning eller om de vid förfrågan hade haft samma inställning till *mail*. I korthet kan man också säga att alla grupper föredrar *hemsida* före *webbplats*. Alla grupper anser att *webbplats* både är mer onaturligt, opraktiskt och mindre trovärdigt än *hemsida*.

Kritik och förbättringsmöjligheter

Det har varit spännande att tillämpa denna metod är spännande, men det kanske mest givande har faktiskt varit att inse svårigheterna med att göra ett Osgoodtest. Dels att adjektivparen har olika betydelse för olika personer dels hur svårt det är att formulera vettiga adjektivpar.

Några deltagare har haft svårt att förstå testet. Några har också tyckt att det blev för mastigt med tre deltest och har därför varit något oengagerade när de fyllt i Osgooddelen, som var deltest tre.

Det kanske allvarligaste problemet har dock varit att deltagarna inte vetat om vi menat deras inställning till *ordet* eller *begreppet*. Detta problem har vi tyckt att det har varit mycket svårt att komma förbi. Det går helt enkelt inte att rakt igenom antingen värdera ordet eller begreppet. Deltagarna kan inte avskärma sig från den ena eller andra betydelsen.

Risken med mittenkryss har vi i viss mån kunnat kontrollera genom att jämföra de olika deltesten. Har man svarat att man inte vet vad en brandvägg är i deltest 1, så har man sannolikt också följdriktigt satt mittenkryss i Osgoodtestet.

Avslutningsvis anser vi att man i likhet med Melander-Marttala kan få mycket spännande resultat genom att genomföra Osgoodtest. Det riktigt svåra verkar dock vara att skapa effektiva frågor, som verkligen visar något.

Appendix

Associationstestet

Tabell 1. Antalet associationer i genomsnitt per person fördelat på kategori och ålder med utgångspunkt från orden.

	IT		Språk		Allmänhet			Totalt	
	27-40	41-	-26	27-40	41-	-26	27-40		41-
bredband		5	4	7,8	3,3	3,7	2,7	3,6	2,7
brandvägg	3,2		3,5	3,5	1,9	2,6	1,5	1,6	2
chatta	2,6		3	6,8	2,3	4	3,1	2,1	2,9
domännamn	2,4		4	4,8	1,1	2,2	1,3	1,6	0,9
e-posta	3,8		2,5	6,8	2,7	4,3	3,4	1,1	2,4
hemsida	3,4		2	4,8	1,7	2,4	2,4	3,4	1,7
IT	2,2		3,5	7	3,8	3,3	2,3	3,5	1,1
portal	2,8		2,5	5,3	2,2	2,2	0,3	1	1,1
snabel-a	1,6		3	3,8	1,1	2	1,5	0,1	0,9
Genomsnitt	3		3,3	5,6	2,2	3	2	2,2	2

Tabell 2. Procentdelen icke-associationer i varje kategori och åldersgrupp med utgångspunkt från orden.

	IT		Språk		Allmänhet			Totalt	
	27-40	41-	-26	27-40	41-	-26	27-40		41-
bredband	0		0	0	0	8	12	0	0
brandvägg	0		0	17	8	0	50	0	38
chatta	0		0	0	0	0	4	0	12
domännamn	0		0	17	25	8	46	0	50
e-posta	0		0	0	0	0	4	0	12
hemsida	0		0	17	8	0	4	0	12
IT	0		0	0	0	0	12	0	25
portal	0		0	17	0	0	65	62	38
snabel-a	0		0	17	8	17	4	38	25

Tabell 3. Procentdelen icke-Internetrelaterade associationer/antal associationer baserat på de första tre i varje kategori och åldersgrupp.

	IT		Språk			Allmänhet			Totalt
	27-40	41-	-26	27-40	41-	-26	27-40	41-	
bredband	7	0	0	10	10	11	0	0	
brandvägg	8	25	8	14	38	39	25	62	
chatta	0	0	0	0	0	0	0	0	
domännamn	18	0	0	0	12	17	0	40	
e-posta	0	0	0	0	3	0	0	0	
hemsida	0	0	0	0	0	0	0	0	
IT	0	0	17	0	4	0	0	0	
portal	0	0	0	8	39	24	30	45	
snabel-a	12	0	0	15	17	7	9	30	