

ARBETSRAPPORT NR 90

INTERNET I SVENSKA HUSHÅLL
HÖSTEN 1997

ANNIKA BERGSTRÖM

1999

ISSN 1101-4679

1	INLEDNING	1
2	MEDIETEKNOLOGI I SVENSKA HUSHÅLL	3
2.1	Medieinnehav i olika grupper	4
2.2	Individuell tillgång till olika teknologier	8
2.3	Persondatorutvecklingen	9
2.4	Tillgång till Internet	12
3	INTERNETANVÄNDNING OCH INTERNETFUNKTIONER	15
3.1	Svenskarnas datoranvändning	15
3.2	Internetanvändning i hushållen	17
3.3	Internetfunktioner	20
4	INTERNET I MEDIELANDSKAPET	26
4.1	Internet- och annan medieanvändning	26
4.2	Medieanvändning och nätfunktioner	29
4.3	Dagstidningsläsning på Internet	30
5	SAMMANFATTNING OCH DISKUSSION	35
5.1	Sammanfattning	35
5.2	Informationsklyftor?	36
5.2.1	Klyftor ur samhällelig synvinkel	36
5.2.2	Klyftor ur individens synvinkel	38
5.3	Medieklyftor?	39
	REFERENSER	41

FIGURER

Figur 2.1	Uppgiven tillgång till olika slag av medie- och informationsteknik i hushållen 1987-1997 (procent)	5
Figur 2.2	Video- och persondatorinnehav i olika grupper - ålder och social klasstillhörighet - 1993-1997 (procent)	10
Figur 3.1	Syften med den privata Internetanvändningen bland dem som använt Internet senaste året, hösten 1997 (procent)	21
Figur 4.1	Regelbunden användning (minst 5 dagar/vecka) av olika radio- och TV-kanaler, hösten 1997 (procent av hela befolkningen samt av regelbundna Internetanvändare)	27

TABELLER

Tabell 2.1	Medieinnehav i olika grupper - ålder och social klasstillhörighet - hösten 1997 (procent)	6
Tabell 2.2	Medieinnehav efter samhällsklass och ålder, hösten 1997 (procent)	6
Tabell 2.3	Medieinnehav i olika grupper - utbildning, hushållstyp och boendeort - hösten 1997 (procent)	7
Tabell 2.4	Individuell tillgång till ett antal medier i olika grupper, hösten 1997 (procent)	8
Tabell 2.5	Individuell tillgång till ett antal medier beroende på hushållssammansättning, hösten 1997 (procent)	9
Tabell 2.6	Inverkan av social klass och ålder på persondatorinnehav 1995 och 1997 (procent)	11
Tabell 2.7	Utbredning av kringutrustning mm till persondatorer i de svenska hushållen 1995-1997 (procent av persondatorinnehavare respektive av samtliga)	12
Tabell 2.8	Datorutrustning i olika grupper bland dem som har persondator i hushållet hösten 1997 (procent)	13
Tabell 2.9	Hushållsteknologi i PC-hushåll och i samtliga hushåll, hösten 1997 (procent)	14
Tabell 3.1	Regelbundna datoranvändare, sällan-användare samt icke-användare i olika grupper, 1995, 1996 och 1997 (procent)	16
Tabell 3.2	Regelbundna Internetanvändare, sällan-användare samt icke-användare i olika grupper, 1995, 1996 och 1997 (procent)	18
Tabell 3.3	Persondator- och Internetanvändning efter persondatorinnehav och Internetanslutning, 1997 (procent)	19
Tabell 3.4	Syften med den privata Internetanvändningen i olika grupper, hösten 1997 (procent av dem som använt Internet senaste året)	22
Tabell 3.5	Användningen av några olika sajter i olika grupper, hösten 1997 (procent av dem som använt Internet senaste året)	23
Tabell 3.6	Användningen av några olika sajter bland användare med olika användningssyften, hösten 1997 (procent av dem som använt Internet senaste året)	24
Tabell 4.1	Regelbunden användning (minst 5 dagar/vecka) av olika radio- och TV-kanaler i olika grupper, hösten 1997 (procent av regelbundna Internetanvändare samt icke-användare)	28
Tabell 4.2	Huvudsakliga syftet med Internetanvändningen hos användare av några olika typer av traditionella medier, hösten 1997 (procent av dem som använt Internet senaste året)	29
Tabell 4.3	Läsning av ett antal nättidningar i olika grupper (bland personer som använt Internet senaste året), hösten 1997 (procent)	32
Tabell 4.4	Läsning av några nättidningar bland Aftonbladets, Expressens, Dagens Nyheters och Svenska Dagbladets läsare och icke-läsare, hösten 1997 (procent)	34
Tabell 4.5	Internettidningen som tillskott till morgon- och kvällstidningar i olika grupper, hösten 1997 (procent av hela befolkningen)	34

Medieutbudet i Sverige har ökat markant under 1990-talet. Vi har fått en mängd reklamkanaler att tillgå i radio och TV, mottagningsapparaterna blir att fler och mer förfinade. Den senaste stjärnan på mediehimlen är Internet - en kanal som ännu vanligen distribueras via datorn, och inom en snar framtid via det digitala kabelnätet; en kanal som har i det närmaste obegränsat utbud.

De senaste åren har uppmärksamheten kring Internet ökat markant i det svenska samhället. Numera är det inte bara specialtidningar som skriver om företeelsen. Dagstidningar har redaktionellt material om Internet med olika infallsvinklar, det finns recensioner att läsa om olika hemsidor. Televisionen har specialprogram om nätvärlden. Styrande organ, företag och institutioner lägger ner mycket tid och pengar på den nya kanalen.

Från att ha varit något diffust för datorfrälsta ungdomar har nu Internet blivit allmänt känt och användningen breder ut sig. Företag med självaktning har en hemsida och privatpersoner med självaktning har minst en e-postadress. Man bokar biljetter och resor via Internet, köper bostad och bil. Vidare finns de flesta stora dagstidningarna här och utomlands på nätet, man kan titta på TV, video, lyssna på CD etc. Användningsområdena tar aldrig slut. Med detta följer också ett nytt språk: vi pratar om sajter, sajber mm. Våra arbetsliv förändras också genom att kommunikationsmöjligheterna gör det möjligt att hålla ihop jobben utan att arbetstagarna flackar runt, arbete kan utföras var som helst dit en telefonledning sträcker sig.

Förutsättningen att vara med i den virtuella världen är tillgång till en dator med kommunikationsmöjligheter, något som allt fler svenskar får, men ännu är inte alla med i leken. Samtidigt som företag går ut och erbjuder anställda att hyra en dator till hushållet, erbjuder LO sina medlemmar liknande avtal mot bakgrund bland annat av att det råder en snedfördelning av datorer i hemmen och att dagens arbetsmarknad kräver datorvana och att denna kommer att bli en framtids- och demokratifråga.

Nätet betraktas av vissa som en potentiell opinionsbildare - kanske är det här den offentliga debatten kommer att äga rum i framtiden, på torget i den virtuella staden istället för på torget i vår egen hemstad. Expansionen och tanken på vilka konsekvenser den skulle kunna få för olika grupper i samhället, har gjort Internet till en viktig fråga bland våra beslutsfattare. En statligt tillsatt IT-kommission håller sig bland annat informerad om Internetutvecklingen inom olika områden och drar upp riktlinjer för hur undervisning bör kopplas till nätet.

Nätets roll som spridare av tex barnpornografi och annan icke-önskvärd information har visserligen debatterats emellanåt, men den samlade uppfattningen är ändå att nätet i huvudsak har positiva funktioner. Någon moralisk panik vad beträffar Internet har vi egentligen inte haft. Annars har debatten gått varm genom seklet vid introduktionen av nya medier - biografilm, serietidningar, TV etc. Det färskaste exemplet är video, där vi på 1980-talet hade en häftig samhällsdebatt kring våld, ungdomar och effekter. En trolig anledning till att

Internet klarat sig undan alltför häftiga debatter kan vara att ursprunget finns i den militära och akademiska världen, och att tanken från början var ren nyttoanvändning.

Spridningen av både persondatorer och Internetuppkoppling i de svenska hushållen har varit, och är fortfarande skev framför allt med avseende på ålder och social status. Användningen likaså. Diskussioner förs kring vad konsekvenserna av klyftor i innehav och användning kan komma att innebära. Vissa menar att klyftorna beträffande Internets spridning kommer att öka i framtiden. Viktigare är kanske att fundera kring om användningen skapar klyftor och vad dessa i så fall leder till. När olika grupper tar del av olika kanaler är det troligt att segregationen ökar - att vi får ökade informationsklyftor (Weibull, 1997).

Internet är en kanal med bredd, och ett i det närmaste obegränsat innehåll. Att enbart studera hur innehav och användning fördelar sig i olika befolkningsgrupper ger inte svar på frågor om hur Internet tar plats i samhället och i människors vardag, eller hur Internetanvändningen kan skapa klyftor mellan grupper, eller hur Internetanvändningen påverkar annan medieanvändning. För att förstå de här sakerna behöver vi veta vilka syften människor har med sin användning, vilka funktioner Internet fyller för olika människor, hur dessa funktioner och syften samspelar med olika bakgrundsfaktorer och med andra mediefunktioner.

Vi befinner oss ännu i början av någonting som vi inte med säkerhet kan förutspå fortsättningen på. Det är därför viktigt att iaktta varje liten del i processen kring Internet i de svenska hushållen, och i människornas vardag, för att på det sättet spåra tendenser som gör det möjligt att se vilka frågor som fortsättningsvis blir viktiga att ställa. Den här rapporten är en redovisning av dator- och Internetfrågorna från 1997 års RiksSOM-undersökning¹. Inledningsvis presenteras svenskarnas medieinnehav och hushållsteknologi i allmänhet, och dator- och Internetinnehav i synnerhet. I kapitel 3 redovisas resultaten kring användning och funktioner. Internet- och annan medieanvändning står i fokus i kapitel 4, och i kapitel 5 sammanfattas resultaten i rapporten, följt av ett resonemang kring vilka konsekvenser Internetanvändning respektive icke-användning kan få för samhället och för individen, med avseende på informations- och kunskapsklyftor, demokrati och framtiden.

¹ Riks-SOM-studien genomfördes under senhösten 1997 och omfattar ett rikstäckande urval på 2800 personer mellan 15 och 80 år. För en utförlig beskrivning, se Johansson (1998).

2 MEDIETEKNOLOGI I SVENSKA HUSHÅLL

De allra flesta svenska hushåll har idag tillgång till radio, TV och telefon. Radio- och TV-utbredningen har i stort sett inte förändrats det senaste decenniet. Däremot har hushållen förtätat innehavet - dvs man har skaffat fler apparater. Runt en tredjedel hade fler än en TV-apparat 1986, medan drygt hälften av hushållen hade det 1997. Det har däremot skett en svag nedgång i telefoninnehavet, samtidigt som andelen hushåll med mobiltelefon ökar. Andelen hushåll som *enbart* har tillgång till mobiltelefon var 1997 4 procent.

Det finns väl dokumenterat hur teknologier sprids i samhället och till hushållen, vilka grupper som nås först, faser för det allmänna spridningsmönstret etc. Rogers (1995) har samlat dessa erfarenheter i det som kallas för diffusionsteori. Diffusion är den process som förmedlar innovationer genom vissa kanaler, över tid till medlemmar av ett socialt system.

Rogers har utarbetat en modell för spridningsprocessen och menar att man kan dela upp den i fem faser:

1. *kunskapsfasen* - individerna exponeras för innovationen och dess funktion
2. *övertalningsfasen* - individen formar en ståndpunkt eller attityd (positiv eller negativ) gentemot innovationen
3. *beslutsfasen* - individen accepterar eller förkastar innovationen. Knappa resurser och andras negativa attityder kan tex förhindra adoption
4. *användarfasen* - individen vet var man kan skaffa innovationen, hur använda den etc.
5. *slutliga acceptandet* - individen söker förstärkande och bekräftande information för sitt beslut.

Han delar vidare in människorna i samhället i fem kategorier med avseende på hur snabbt de tar till sig innovationen:

1. *innovatörerna* - vågar ta risker, har ofta kosmopolitiska relationer. Själva nyhetsvärdet hos en innovation är av stor betydelse
2. *tidiga adoptanterna* - de som har ekonomiska och psykiska resurser och därmed kan och vågar prova något nytt. Ofta högre utbildade än innovatörerna.
3. *tidiga majoriteten* - tar noga övervägda beslut
4. *senare majoriteten* - skeptisk grupp. Behöver press från jämlingar. Inte sällan knappa ekonomiska resurser
5. *efterslämnarna* - misstänksamma mot nyheter, tycker att traditioner är viktiga.

Innovatörerna är mer nyhetsbenägna än övriga grupper. Det finns ett stort mått av trender och mode när det gäller teknologier. Teknik är mode och trendsättarna vill vara först. Dessa är ofta unga, urbana människor. De skiljer sig vidare från övriga genom att ha mer kontakter utanför lokalsamhället. De har hög utbildning och inkomst. Efterslämnarna reser sällan, har få kontakter utanför lokalsamhället, lägre utbildning och inkomst. Innovatörerna avviker så pass mycket från folk i allmänhet, att de inte riktigt räknas bland den stora massan.

De tidiga adoptanterna utgör en slags opinionsledare och spelar en nyckelroll i spridningsprocessen. Dessa personer har stor social kontaktyta.

Adoptionens hastighet bestäms av innovationens natur - det bör finnas någon nytta med att adoptera den, den måste passa in i existerande arrangemang (tekniska system, kulturella normer etc). Den får inte upplevas för svår att förstå och använda. Det måste vara möjligt att prova innovationen utan att man först helt måste adoptera den, och det måste vara möjligt att se innovationens effekter. Vidare adopteras en innovation snabbare om dess användning regleras genom lagstiftning (jfr bilbälte).

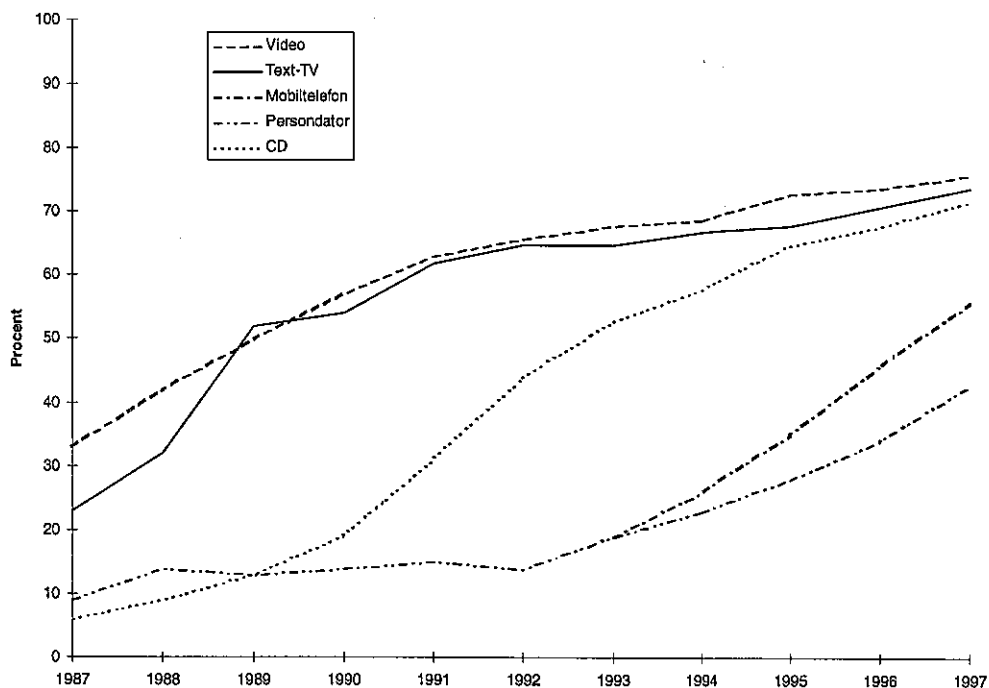
Andra viktiga betingelser för innovationens spridning är gruppens traditioner - en grupp kan tex vara innovationsfientlig. Vidare påverkar naturligtvis innovationens egenskaper: hur mycket den kostar, hur lätt den passar in i etablerade arbetsrutiner, fritid etc. Det är också viktigt hur mycket kunskap som är utbredd och hur utbredd liknande användning är på andra platser.

2.1 *Medieinnehav i olika grupper*

I mitten av 1980-talet började ny medieteknologi slå igenom. Under senare hälften av 1980-talet var det video och text-TV som expanderade kraftigt, i början av 1990-talet CD-spelaren. Innehavet av dessa teknologier har stabiliserats under andra hälften av 1990-talet (figur 2.1) (det bör tilläggas att expansionen av text-TV har fått hjälp på vägen genom att numera ingå som standardutrustning när man köper en TV-apparat). Istället expanderar nu mobiltelefon och persondator kraftigt. Andelen hushåll som har tillgång till persondator har nästan femdubblats på tio år. Hösten 1997 fanns persondator i 43 procent av de svenska hushållen (figur 2.1), vilket också bekräftas i andra undersökningar (jfr Mediebarometern, 1998). Vid samma tidpunkt hade 68 procent tillgång till persondator någonstans - i hemmet, i skolan eller på arbetsplatsen (SIKA Rapport 1998:4)

Tillväxten av nya medier har gått olika fort i olika hushåll. Utbredningen av medieteknologierna skiljer sig således mellan olika grupper i samhället. Som redogjorts för ovan är framför allt ålder en betydande faktor i spridningsprocessen, men även utbildning och inkomst, vilket delvis låter sig beskrivas i variabeln social klasstillhörighet. Kön är en annan faktor som delvis förklarar mediaspridning och -användning. Dock har det visat sig ha mindre betydelse för Internet och en utjämning sker kontinuerligt. Jag har därför valt att utelämna kön i den här rapporten, och istället koncentrera analysen på de faktorer som ger störst utslag.

Figur 2.1 Uppgiven tillgång till olika slag av medie- och informationsteknik i hushållen 1987-1997 (procent)



Källa: SOM-undersökningen respektive år

I tabell 2.1 visas på skillnader i medieinnehav med avseende på ålder och social klasstillhörighet. Medieinnehavet skiljer sig mellan olika grupper, framför allt med avseende på ålder och social klass. Med undantag för minst en TV och telefon, går skiljelinjen när det gäller ålder mellan pensionärer och övriga. Allmänt har de nya teknologierna haft en relativt långsam utveckling bland äldre människor. Vad beträffar video ligger pensionärerna fortfarande långt efter övriga åldersgrupper, och samma mönster finns för CD-spelare, mobiltelefon och persondator. Dessa har starkast traditioner och kan därmed benämnas som eftersläntrare när det gäller att ta till sig ny teknologi (Rogers, 1995).

Skillnader finns också mellan människor med olika social bakgrund, även om dessa skillnader i genomsnitt är mindre än för ålder. Framför allt är det persondator och fax som är vanligare bland tjänstemän än bland arbetare. Videoinnehavet uppvisar inte alls samma skillnader med avseende på social klass som på ålder. Dessutom var egenföretagare och arbetare före tjänstemän vad beträffar videoinnehav i hemmet, vilket är motsägelsefullt enligt Rogers teorier om vilka som först anammar nya medier. Förklaringen torde ligga i videons tveksamma prestige i och med den debatt som fördes beträffande ungdomar, våld och effekter, och först när mediet blev socialt accepterat kom det in i tjänstemännens hem (jfr Weibull, 1992). Däremot är de sociala skillnaderna stora när det gäller persondatorinnehavets utveckling, vilket ligger i linje med Rogers teorier, även om inte klyftan ökat nämnvärt över tid.

Tabell 2.1 Medieinnehav i olika grupper - ålder och social klasstillhörighet - hösten 1997 (procent)

Medieteknologi	Alla	Ålder				Social klasstillhörighet				
		15-29	30-49	50-64	65-80	Arb	Jbr	Ltj	Htj	Efö
Minst en TV	95	94	95	95	94	96	90	98	96	96
Minst tre TV	18	23	21	18	8	16	10	22	22	27
Text-TV	74	77	79	77	57	77	60	78	71	83
Kabel-TV	40	50	41	35	35	40	14	46	47	35
Parabol	22	19	26	23	15	24	19	20	16	33
Video	76	84	88	77	44	80	45	78	81	86
Telefon	94	94	95	94	93	95	95	96	96	93
Telefonsvare	33	46	38	27	15	27	7	36	51	37
Mobiltelefon	56	62	68	53	27	55	33	57	62	70
CD-spelare	72	94	87	61	27	71	40	71	88	78
Fax	16	18	20	15	5	9	7	19	28	30
Persondator	43	60	54	35	10	32	24	51	68	51
Antal svar	1754	391	605	433	309	720	42	446	202	138

Kommentar: sublektiv klass bygger på människors självklassificering efter familjetillhörighet: Arb=arbetarfamilj, Jbr=jordbrukarfamilj, Ltj=lägre tjänstemannafamilj, Htj=högre tjänstemanna/akademikerfamilj och Efö=egen företagarfamilj.

Siffrorna för medieinnehav blir mer differentierade om man för samman klasstillhörighet och ålder (tabell 2.2). Telefonsvare ökar till exempel kraftigt med social status, men tabellen visar att också innehavet är högst bland de yngsta i tjänstemannaklasserna. Man kan också se att mobiltelefoninnehavet är högst bland högre tjänstemän och akademiker, men att det i denna grupp är de medelålders och äldre som i störst utsträckning har tillgång, medan omvänt förhållande råder bland arbetare och tjänstemän.

Tabell 2.2 Medieinnehav efter samhällsklass och ålder, hösten 1997 (procent)

	Alla	Klasstillhörighet								
		Arbetare			Lägre tjänstemän			Högre tj.man/akademiker		
		15-29 år	30-49 år	50-75 år	15-29 år	30-49 år	50-75 år	15-29 år	30-49 år	50-75 år
TV-apparat/er	95	94	96	97	99	99	98	100	93	97
Text-TV	74	82	83	71	71	85	78	77	65	80
Kabel-TV	40	50	41	36	56	45	43	65	44	43
Parabolantenn	22	20	30	20	16	24	19	16	11	20
Video	76	90	91	69	86	89	70	79	80	79
Telefon	94	96	96	94	96	98	96	95	96	96
Telefonsvare	33	40	32	14	49	42	30	65	49	49
Mobiltelefon	56	62	66	41	61	71	51	51	72	60
Fax	72	14	12	4	20	23	17	26	33	24
CD-spelare	16	95	88	42	94	88	57	98	95	83
Persondator	43	50	42	11	71	69	36	74	72	66
Antal svarande	1754	169	279	245	70	147	198	43	82	70

Datorinnehavet är, vilket framgår i tabellen, större bland yngre, men skillnaderna mellan olika åldersgrupper skiljer sig beroende på social status. Personer över 50 år ligger efter, och detta är särskilt tydligt i arbetarklassen. Utbredningen är betydligt jämnare över åldersgrupperna bland tjänstemän, och framför allt bland högre tjänstemän/akademiker, där skillnaden är i stort sett obefintlig.

Även andra faktorer än ålder och social status påverkar medieinnehavet i hushållen. Utbildningsfaktorn, som naturligtvis hänger samman med social status, påverkar i hög grad medieinnehavet (tabell 2.3). Ju högre utbildning, desto större spridning har framför allt persondator, men även telefonsvarare, mobiltelefon och fax - alltså nyare medieteknologier. Detta ligger i linje med Rogers (1995) teorier om teknologispredning i hushållen.

Tabell 2.3 Medieinnehav i olika grupper - utbildning, hushållstyp och boendeort - hösten 1997 (procent)

Medieteknologi	Utbildning				Hushållstyp*				Boendeort			
	Alla	Låg	M	Hög	Eub	Eb	Sub	Sb	Lands- -bygd	Tätort	Stad	Stor- stad
Minst en TV	95	96	95	97	93	96	97	97	96	96	96	96
Minst tre TV	18	16	26	16	14	35	15	26	18	21	18	16
Text-TV	74	75	80	72	62	68	78	86	75	81	72	69
Kabel-TV	40	38	40	46	43	42	39	42	10	36	56	64
Parabol	22	24	24	16	16	20	23	26	33	27	15	10
Video	76	73	85	80	63	86	77	94	78	81	75	76
Telefon	94	94	94	97	93	96	96	96	95	94	96	96
Tfnsvarare	33	25	37	46	34	35	31	39	22	30	36	50
Mobiltelefon	56	52	62	60	42	56	56	72	60	60	54	50
CD-spelare	72	61	82	87	68	90	64	90	68	73	75	76
Fax	16	9	22	24	12	12	16	21	16	14	18	17
Persondator	43	29	53	64	37	64	37	59	39	44	45	48
Antal svar	1754	862	399	444	435	69	770	407	342	555	575	220

* Eub=ensamstående utan barn, Eb=ensamstående med barn, Sub=gift/sammanboende utan barn, Sb=gift/sammanboende med barn

Olika typer av hushåll uppvisar olika mönster vad beträffar medieinnehav. Barnhushåll är över lag medietätare än hushåll utan barn. Några medier märks framför allt i barnhushåll: video och i viss mån text-TV och parabolantenn, samt i hög grad persondator. Förklaringen ligger till en del i att de vuxna i barnhushåll är yngre än vuxna i hushåll utan barn, varför dessa barnhushåll uppvisar samma mönster som yngre människor. Boendeort är en annan faktor som påverkar innehavet av vissa medier. Telefonsvarare, CD-spelare och persondator är i större utsträckning storstadsmedier. Parabol finns på landsbygden och kabel-TV i städerna, vilket är föga överraskande.

2.2 Individuell tillgång till olika teknologier

Det utökade utbudet av kanaler bidrar till att människors möjlighet att vara selektiva ökar (jfr Reimer, 1994:201ff), och den ökade utbredningen av medieteknologi i hemmen ger större förutsättningar för individuella val. Detta gäller exempelvis när det finns flera TV-apparater i hushållet. Var och en kan sitta i olika rum och på sin egen TV-apparat titta på det de vill, istället för att alla ska komma överens om programval i hushållets enda apparat. De nya teknologierna utmärker sig genom att i större utsträckning än traditionella bygga på individualiserad användning, och har därmed också ökat utrymmet för detta (jfr Weibull, 1997).

I vilken utsträckning har då människor individuell tillgång till medier - dvs "egna" medier - i hemmen? SOM-undersökningen 1997 gör det möjligt att se på detta genom en fråga där personer som har en viss teknologi i hushållet tillfrågas om denna är något som de huvudsakligen själva disponerar. Tabell 2.4 visar i vilken utsträckning svenskarna har individuell tillgång till ett antal medier.

Tabell 2.4 Individuell tillgång till ett antal medier i olika grupper, hösten 1997 (procent)

Medie- teknologi	Alla	Kön		Ålder				Subjektiv klasstillhörighet				
		M	Kv	15- 29	30- 49	50- 64	65- 80	Arb	Jbr	Ltj	Htj	Efö
TV	29	28	29	44	18	25	36	31	36	26	21	32
Telefon	28	27	29	42	18	24	36	28	36	34	22	30
Mobiltelefon	24	33	15	27	29	23	9	23	19	22	29	36
CD-spelare	21	21	21	53	14	13	7	23	12	17	20	27
Video	15	18	12	25	12	13	10	18	10	12	13	15
Persondator	12	16	9	22	10	12	4	9	12	13	24	19
Telefonsvarare	7	8	6	11	8	5	5	7	5	6	7	10
Fax	3	5	2	4	4	4	1	2	5	4	5	7
Antal svar	1754	846	892	391	605	433	309	720	42	446	202	138

Kommentar: se tabell 2.1

TV, telefon och mobiltelefon är de medier som flest svenskar har som sina egna - runt en fjärdedel av befolkningen har individuell tillgång. Mobiltelefoni bygger i hög grad på individualitet, till skillnad från ett traditionellt hushållsabonnemang, som hushållsmedlemmarna delar på, även om hushållsmedlemmar kan ha egen telefon på rummet. Mobiltelefon och persondator är i första hand männens individuella medier. Kvinnor är överhuvudtaget inte lika individuella i sitt medieinnehav, inte heller äldre personer. Tidigare forskning visar att just yngre personer är mer medieaktiva än äldre (Reimer, 1994). De yngre är också de flitigaste användarna av nya teknologier, vilka alltså många gånger förutsätter individuell tillgång.

Den egna tillgången till medier ökar också med utbildningsnivån. Överhuvudtaget kan konstateras att spridningen av individuella medier liknar den allmänna spridningen av medieteknologi. Det bör poängteras att hänsyn inte har tagits till hushållssammansättning i tabellen ovan. Många yngre bor i ensamhushåll, och har då naturlig tillgång till egna medier. Om man kontrollerar för hushållstyp - dvs om det är ensam- eller flerpersonershushåll - framgår detta tydligt (tabell 2.5). I familjer med flera vuxna och barn är det en väldigt liten andel - mindre än 10 procent - som tex har egna telefoner och TV-apparater.

Tabell 2.5 Individuell tillgång till ett antal medier beroende på hushållssammansättning, hösten 1997 (procent)

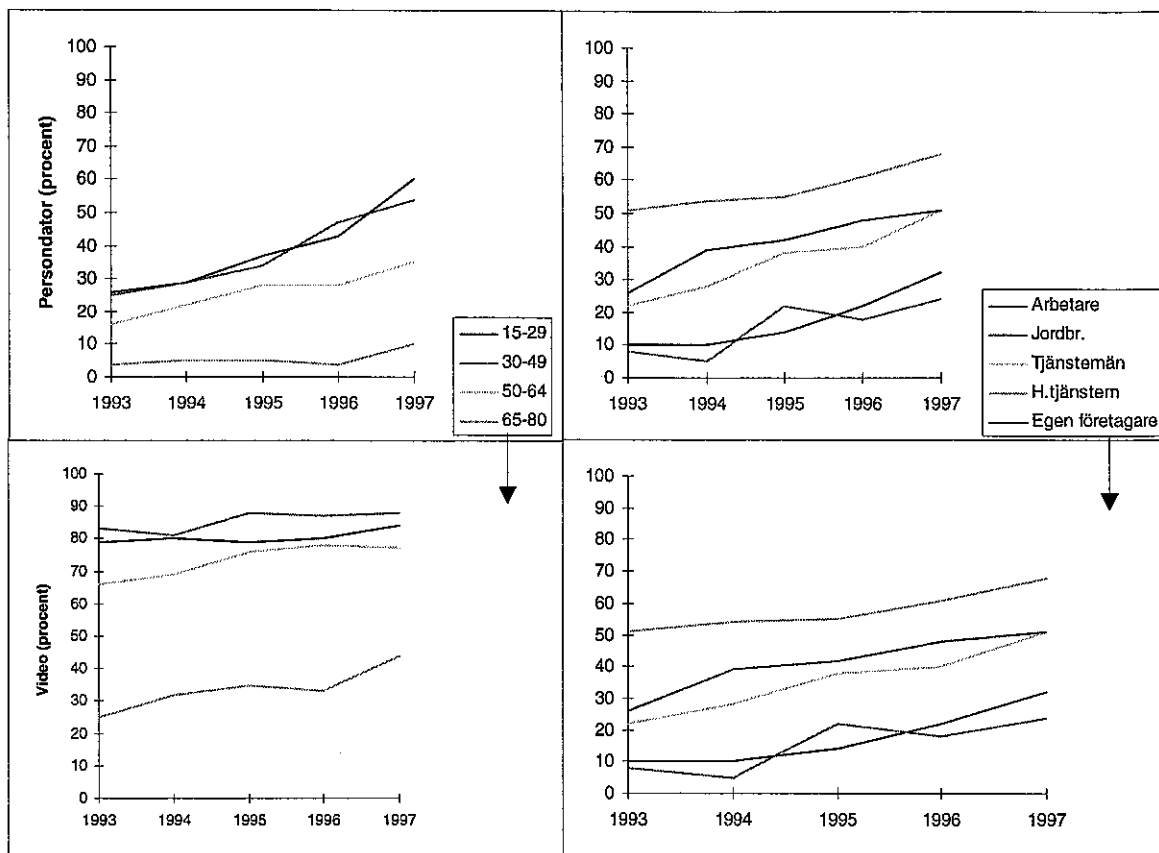
	Samtliga hushåll	Ensamstående utan barn	Ensamstående med barn	Sammanboende/ gift utan barn	Sammanboende/ gift med barn
TV	29	72	42	14	7
Telefon	28	72	42	13	7
Mobiltelefon	24	28	29	21	25
CD-spelare	21	54	46	7	6
Video	15	38	22	7	3
Persondator	12	21	13	10	9
Telefonsvarare	7	21	10	2	3
Fax	3	5	3	3	3
Antal svar	1754	435	69	770	407

Vad beträffar individuell tillgång till persondator, finns dessa främst bland ungdomar. Om man också tar hänsyn till hushållssammansättning, finns de egna datorerna dels bland ungdomar som lever i ensamhushåll, men framför allt bland dem som lever med *en* vuxen. Detta mönster gäller även TV och telefon. Föga förvånande är det alltså antalet familjemedlemmar, och framför allt antalet vuxna i familjen som påverkar det individuella medieinnehavet.

2.3 Persondatorutvecklingen

Det har redan visat sig i förra avsnittet att spridningen av persondatorer i hushållen är skev, framför allt med avseende på ålder och social status. Figur 2.2 visar utvecklingen över tid, dels för persondatorn, men också som en jämförelse för videon, i olika ålders- och sociala grupper över tid.

Figur 2.2 Video- och persondatorinnehav i olika grupper - ålder och social klasstillhörighet - 1993-1997 (procent)



I figuren framgår det tydligt hur faktorerna ålder och social klass har påverkat innehavet för de båda medierna. Gruppen pensionärer ligger ohjälpligt efter. När det gäller video är nu innehavet jämnt spritt i olika samhällsklasser, undantaget den lilla gruppen jordbrukare som ingår i undersökningen. Persondatorns spridning är, och har varit, skev om man enbart ser till samhällsklass - arbetare och jordbrukare är framför allt de som ligger efter i hushållsinnehav. Men framför allt är det pensionärerna som hjälpligt halkat efter, precis likt utvecklingen för videon (jfr Rogers, 1995).

Skillnaderna i tillväxt har troligen att göra med teknologiernas användningsområden och erfarenhet av teknologin. Medieteknologi med inriktning på underhållning har visat sig vara mer utbredd i arbetarfamiljer än i övriga (Kratz, 1994) och datoranvändning i hemmen har ofta sin bakgrund i människors yrkesverksamhet. De som snabbast tagit till sig dator- och teknologin är de som har erfarenhet av detta från sin arbetsplats (jfr SIKAs Rapport 1998:4). Hittills har spridningen också gått snabbare i större städer än på landsorten, inte minst i universitets- och högskolestäder. De geografiska skillnaderna tycks dock vara på väg att utjämnas.

Det är också viktigt att beakta möjligheterna till anskaffning. Persondatorer för hemmabruk har varit, och är fortfarande relativt kostsamma, även om priserna sjunker. För att nå ut till

en bredare massa krävs vidare användarvänlig programvara - ett möte mellan dator och publik på publikens villkor. Här har skett stora framsteg under 1990-talet.

Om man ser enbart till persondatorinnehav är det i första hand två faktorer som påverkar - en åldersfaktor och en social faktor som kan exemplifieras med subjektiv social klasstillhörighet. Om man relaterar dessa till varandra över tid får man följande uppställning:

Tabell 2.6 Inverkan av social klass och ålder på persondatorinnehav 1995 och 1997 (procent)

	1995			1997		
	15-29 år	65-80 år	Effekt av ålder	15-29 år	65-80 år	Effekt av ålder
Arbetarfamilj	23	1	-22	50	6	-44
Högre tjänstemän	57	28	-29	74	36	-38
<i>Effekt av klass</i>	+34	+27		+24	+30	

Persondatorer är betydligt mer spridda bland yngre än bland äldre oavsett social klass, och bland högre tjänstemän än bland arbetare oavsett ålder. En jämförelse med 1995 visar att de sociala skillnaderna tenderar jämnas ut bland yngre, vilket är i linje med den tidigare iakttagelsen att den sociala segregationen är mindre än den åldersmässiga i fråga om tillväxten över tid. Effekten av ålder ökar däremot mellan 1995 och 1997, framför allt i arbetarfamiljer. Den ökande skillnaden mellan yngre och äldre torde i stor utsträckning ha med användningsområdena för datorn att göra, vilket analyseras närmare i nästa kapitel.

Skolan torde spela en stor roll för spridningen av persondatorer. Allt fler ungdomar får tillgång till persondator och Internet via skolan och integrerar därigenom naturligt teknologierna i sin vardag. Berggren mfl (1995) spår att barnen kommer att vara viktiga opinionsledare när det gäller att påverka föräldrarna till dator- och Internetinnehav. Det har också visat sig att barn har stort inflytande på familjens beslutsfattande vad gäller inköp av exempelvis parabol och video, och det är högst troligt att samma fenomen kommer att upprepas för datorer och Internet (Ekström, 1995).

Vi har i det här avsnittet fått vetskap om medieutvecklingen i svenska hushåll i allmänhet och om utvecklingen för spridningen av persondatorer i synnerhet. Persondatorn är förutsättningen för det den här rapporten fortsättningsvis avser belysa - nämligen Internettillgång och -användning.

2.4 Tillgång till Internet

Idag betraktas persondatorn av många som ett kommunikationsmedel. Gamla tiders skrivmaskin eller räknemaskin med skärm är ett minne blott, även om en rad studier pekar på att användningen fortfarande är relativt traditionell, dvs att datorn används för textskrivning och räkning, samt till spel som härstammar från de enkla hemdatorer som tidigare fanns i hushållen (jfr SIKA Rapport 1998:4). Huvuddelen av datoranvändningen en genomsnittlig dag faller på hem- och skolarbete samt på spel, medan Internetanvändningen ännu så länge är lite utbredd (Mediebarometern, 1998).

För att kunna använda hemdatorn som kommunikationsmedel krävs någon form av anslutning till nätet. Detta kräver i sin tur någon form av kringutrustning till datorn. Det vanligaste sättet för hushållen att ansluta sig är via modem och någon nätoperatör, till skillnad från många företag som har en direktanslutning. Tabell 2.7 visar förekomsten av kringutrustning samt olika attribut för datorkommunikation i svenska hem.

Tabell 2.7 Utbredning av kringutrustning mm till persondatorer i de svenska hushållen 1995-1997 (procent av persondatorinnehavare respektive av samtliga)

	Bland samtliga svenskar			Bland persondatorinnehavare			Bland dem som har persondator individuellt 1997
	1995	1996	1997	1995	1996	1997	
Modem	7	7	21	24	46	50	50
CD-ROM	6	25	27	23	54	64	62
Internetanslutning	3	8	18	10	26	43	47
Personlig e-postadress	2	3	15	7	23	35	43
Egen hemsida	*	*	4	*	*	10	15
Antal svar	1777	1807	1754	502	589	753	218

* Frågan ej ställd detta år

Andelen svenska hushåll som har kommunikationsmöjlighet - modem och Internetanslutning - ligger kring 20 procent. Något färre har e-postadress och fyra procent av svenskarna som helhet har personlig hemsida. Kommunikationsmöjligheterna för svenskarna har ökat mycket kraftigt jämfört med 1996.

Mönstret ser annorlunda ut om man enbart ser till hushåll som har persondator. Andelen datorhushåll som har Internetanslutning har ökat från 9 procent 1995 till 43 procent 1997. Innehav av e-postadress har ökat i samma takt. Att få e-postadress är idag gratis, varför man kan anta att många hushåll har fler än en sådan. 1997 hade vidare en dryg tiondel av svenska datorhushåll egen hemsida. Om man går ett steg vidare, och tittar på den grupp som har individuell tillgång till persondator hemma, är utbredningen något större, framför allt vad gäller e-postadress och egen hemsida.

Innehav av kringutrustning följer i stort sett samma mönster som själva datorinnehavet (tabell 2.8). När det gäller utrustning för att kunna kommunicera via datorn - modem och Internetanslutning - finns den hos personer i yrkesverksam ålder, medan pensionärerna helt klart står utanför. Spridningen av kommunikationsutrustning inom gruppen persondatorinnehavare i olika samhällsklasser är däremot relativt jämn. Tjänstemannagrupperna ligger obetydligt högre än arbetare och egenföretagare.

I stort sett samma mönster gäller för innehav av e-postadress. Däremot är personlig hemsida ännu så länge något vanligare bland de yngsta och bland arbetare. Här får man förmodligen söka förklaringar i användningsområdets funktion. Är hemsidan nytta, nöje, social etc (jfr kapitel 4)? En parallell kan göras med CD-rom. Tidigare studier har visat att CD-rom är det tillbehör som har störst betydelse bland arbetare och att underhållningsmöjligheterna gör datorn i hemmet intressant även i hushåll där informationsproduktion och -sökning inte är så frekvent eller intressant (Weibull 1997). Internet är idag både ett nytto- och ett nöjesmedium. Information och spel finns sida vid sida, som regel utan extra kostnad. Vidare har moderna datorer som regel inbyggd CD-spelare i standardutrustningen, varför CD-ROM-innehavet torde förlora betydelse i takt med att datorinnehavet ökar i samtliga grupper. Det är snarare användningen av utrustningen som blir intressant, vilket alltså redovisas närmare i kapitel 4.

Tabell 2.8 Datorutrustning i olika grupper bland dem som har persondator i hushållet hösten 1997 (procent)

Utrustningstyp	Alla	Ålder				Social klasstillhörighet			
		15-29	30-49	50-64	65-80	Arb	Ltj	Htj	Efö
Modem	50	47	54	51	25	52	49	56	44
Internetanslutning	43	43	47	41	9	40	44	53	38
CD-ROM	64	65	72	54	19	70	64	62	65
E-post	35	39	36	32	9	33	38	40	31
Personlig hemsida	10	13	9	7	6	13	8	10	7
Antal svar	753	236	327	150	32	232	227	138	71

Kommentar: se tabell 2.1

En annan infallsvinkel är att jämföra hushåll med persondator och de utan, med avseende på annan medieutrustning (tabell 2.9). Det visar sig att persondatorhushåll är mer teknologitäta än hushåll utan persondator. Särskilt tydligt gäller detta för flera TV- och telefonapparater, mobiltelefon, CD-spelare och fax - dvs de nyare teknologierna, där man måste komma ihåg att moderna datorer som regel har telefon-, CD- och faxfunktionerna inbyggda.

Tabell 2.9 Hushållsteknologi i PC-hushåll och i samtliga hushåll, hösten 1997 (procent)

Hushålls- teknologi	Persondator- hushåll	Hushåll utan persondator	Samtliga hushåll
Minst tre TV	29	14	18
Minst tre telefoner	61	36	45
Text-TV	84	66	74
Kabel-TV	44	38	40
Parabol	26	18	22
Video	90	66	76
Tfnsvarare	46	23	33
Mobiltelefon	75	41	56
CD-spelare	91	57	72
Fax	31	4	16
Mikrovågsugn	85	63	73
Antal svar	753	1001	1754

Detta är inte speciellt uppseendeväckande om vi anknyter till resonemanget inom forskningen om innovationsspridning (Rogers, 1995) och hans teorier om teknologiernas spridning i hushållen. Innovatörerna och de tidiga brukarna torde vara ungefär desamma för alla dessa nya teknologier - teknologier som inte nått en "total" spridning bland människorna. Det faller sig också naturligt att dessa människor ligger steget före när det gäller att förtäta TV- och telefoninnehav.

Tillgången till persondator och Internet i svenska hushåll har ökat betydligt de senaste två åren. Spridningen följer ett sedan tidigare känt mönster, där unga, högutbildade går i fronten. Framför allt är det pensionärerna som står utanför de nya medieteknologierna. Det är svårt att säga vad detta utanförskap kommer att få för konsekvenser. En diskussion kring detta förs i kapitel 5. Dessförinnan ska vi i nästa kapitel se på hur den nya teknologin används.

Vi har nu sett vem som har tillgång till datorer och Internet i sina hushåll. Datorerna i de svenska hemmen blir allt mer förbundna i nätverk, nätverket för hemmabruk är nästan uteslutande Internet, och framför allt den del av Internet som kallas World Wide Web - ett oändligt ohierarkiskt nätverk där underhållning och information levereras snabbt och som regel kostnadsfritt, samt e-postanvändning. Detta är dock ännu ett nätverk som inte alla har tillgång till, vilket visat sig i föregående avsnitt.

Innehav och användning är nu inte nödvändigtvis samma sak. Traditionellt finns starka mönster i medieanvändningen i människors vardag. Strukturer, tekniska kulturer, sociala och kulturella faktorer påverkar vem som använder, vad man använder, hur man använder och varför man använder olika medier (jfr tex Reimer, 1994, Morley, 1992). Förutsättningarna för medieanvändning är olika i olika hushåll och också olika för de olika hushållsmedlemmarna.

I och med nya teknologier har det skett förändringar i den traditionella kommunikationsstrukturen. Framför allt är det rollerna hos deltagarna i kommunikationsprocessen som har förändrats så till vida att både sändare och mottagare nu kan ses som just deltagare (jfr Berggren, 1995, Windahl mfl, 1992, Hanssen, 1996). Sändaren övergår från att sända till att tillhandahålla information på mottagarförfrågan, och mister därmed delvis kontroll över kommunikationsprocessen. Mottagaren blir aktiv, informationsökande och får mer makt över kommunikationsprocessen, bli och med att tidpunkten för kommunikationen förlovar sin roll. Mediet möjliggör interaktivitet och det blir allt svårare att urskilja vem som tagit initiativet till kommunikationen. Chatten är ett tydligt exempel på detta.

3.1 *Svenskarnas datoranvändning*

Användningen av Internet kräver inte bara fysisk tillgång till dator och nödvändig kommunikationsutrustning, utan också, vilket nämdes i föregående kapitel, användarvänliga program och ett användarvänligt innehåll. Det finns idag flera lättillgängliga navigationsprogram för Internetanvändning. Vad beträffar innehållet är det naturligtvis mycket varierande, men tillräckligt många distributörer torde göra tillräckligt begripliga sidor för att en större allmänhet ska kunna tillgodogöra sig innehållet om den är intresserad.

Att använda Internet förutsätter att man kan använda dator. Datoranvändningen har ökat markant under 1990-talet. Enligt en SIKA-rapport (1998:4) har tre fjärdedelar av svenska folket mellan 15-84 år någon gång använt en dator. Användningen avtar med stigande ålder. Tabell 3.1 visar på svenskarnas datoranvändning mellan 1995 och 1997. Siffrorna avser användning oberoende av var datorn finns och var användningen skett.

Tabell 3.1 Regelbundna datoranvändare, sällan-användare samt icke-användare i olika grupper, 1995, 1996 och 1997 (procent)

Grupper	Datoranvändning: Regelbundet*			Sällan			Aldrig		
	1995	1996	1997	1995	1996	1997	1995	1996	1997
Alla	33	35	41	15	17	15	52	48	42
15-19 år	52	50	58	35	32	24	13	18	16
20-29 år	42	42	55	25	28	27	34	29	14
30-39 år	36	46	54	18	23	20	45	31	24
40-49 år	44	44	51	17	17	14	39	39	31
50-59 år	34	34	42	7	13	10	59	53	46
60-75 år	10	10	12	4	5	5	85	85	80
Arbetare	71	21	28	16	20	18	66	59	52
Lägre tjänstemän	45	45	54	13	14	11	43	41	34
Högre tjänstemän/akademiker	66	63	74	13	18	11	21	18	15
Egna företagare	45	38	41	14	16	14	40	47	46
Låg utbildning	13	13	25	10	10	13	77	77	60
Mellanutbildning	32	35	51	20	20	20	47	44	28
Hög utbildning	60	56	67	15	21	14	26	23	19
Ensamstående utan barn	31	35	39	16	18	19	53	47	41
Ensamstående med barn	38	43	51	30	27	20	31	30	26
Sammanboende/gifta utan barn	28	31	37	12	13	10	60	56	53
Sammanboende gifta med barn	41	41	54	17	24	19	43	35	26
Boende på ren landsbygd	23	23	36	15	15	16	62	62	47
Boende i mindre tätort	31	32	39	15	18	18	54	50	43
Boende i stad/större tätort	37	41	46	16	19	14	47	40	40
Boende i Stockholm/Göteborg/Malmö	45	44	50	14	16	12	41	40	36
Antal svar	568	581	722	260	294	259	879	805	730

* regelbundet=minst någon gång varje vecka

Andelen regelbundna datoranvändare i Sverige hösten 1997 var 41 procent - en relativt kraftig ökning från 1995 då andelen var 33 procent. Det framgår tydligt av tabellen att åldersfaktorn är viktig i sammanhanget: personer mellan 15 och 50 år använder i stor utsträckning persondator regelbundet, och även om det har skett en utjämning mellan olika åldersgrupper jämfört med 1995, står pensionärerna utanför, precis som var fallet med internetanvändning.

Datoranvändningen är mycket vanligare bland tjänstemän och framför allt bland högre tjänstemän och akademiker än bland arbetare och egenföretagare. Någon utjämning i den avseendet ser vi egentligen inte mellan 1995 och 1997. Persondatoranvändningen ökar vidare klart med utbildningsfaktorn. En utjämning har skett de senaste två åren så till vida att användningen har ökat framför allt bland mellanutbildade.

Barnfamiljer är flitigare datoranvändare än hushåll utan barn, och det är också i barnhushållen som den största ökningen skett senaste åren. Vidare har också skillnaderna mellan olika boendeorter utjämnats under den här tiden, även om användningen fortfarande är vanligast i större städer.

Användningsmönstren följer spridningsmönstren, vilket är föga förvånande. De tidiga grupperna (jfr Rogers, 1995) är också de flitigaste användarna. Det har konstaterats tidigare att användningen är mer utbredd bland personer som också använder datorer i arbetet (jfr SIKA Rapport 1998:4). Läger man därtill skolan torde detta stämma väl överens med de grupper som framkommer som regelbundna användare i tabell 3.1 ovan.

3.2 *Internetanvändning i hushållen*

I vilken utsträckning och på vilka sätt kommunicerar svenskarna genom datorn och Internet? Frågan som analysen bygger på handlar om i vilken utsträckning man har använt Internet, oavsett om användningen skett hemma, på arbetet, i skolan eller någon annanstans. Tabell 3.2 visar Internetanvändningen i olika grupper.

Först och främst kan konstateras att andelen regelbundna Internetanvändare har ökat markant efter 1995, särskilt mellan 1996 och 1997 - från 4 till 19 procent. Det är en fördubbling av andelen mellan varje år. Gruppen sällananvändare har också ökat, medan icke-användarna klart har minskat. Det är dock en ojämn ökning om man jämför olika grupper. Ungdomar, högre tjänstemän, mellan- och högutbildade samt personer på större orter står för den största ökningen. Ensamhushåll är vidare flitiga Internetanvändare. En tolkning av detta är att Internetanvändning kräver tid och ett visst mått av koncentration vilket det förmodligen finns mer av i ensamhushåll. Vidare består många ensamhushåll av ungdomar, vilka ju visat sig vara flitiga Internetanvändare.

Fortfarande 1997 är gruppen regelbundna Internetanvändare relativt liten, och utanför står framför allt pensionärer och i viss mån lågutbildade (jfr Bergström och Weibull, 1998, Mediebarometern, 1998, Österman, 1997). Användningsmönstret liknar naturligt nog innehavsmönstret och även datoranvändningsmönstret, och följer det mönster som tidigare beskrivits om teknologiers spridning (Rogers, 1995), där unga, högutbildade storstadsmänniskor ligger långt framme.

Tabell 3.2 Regelbundna Internetanvändare, sällan-användare samt icke-användare i olika grupper, 1995, 1996 och 1997 (procent)

Grupper	Internetanvändning:								
	Regelbundet*			Sällan			Aldrig		
	1995	1996	1997	1995	1996	1997	1995	1996	1997
Alla	4	9	19	9	11	17	90	79	61
15-19 år	9	25	46	26	30	46	65	45	19
20-29 år	6	14	34	12	23	32	82	63	30
30-39 år	6	12	22	5	15	24	89	73	53
40-49 år	4	9	19	6	9	18	91	82	59
50-59 år	3	7	16	3	5	11	95	88	72
60-75år	0	1	3	0	1	1	100	98	93
Arbetare	1	5	11	5	10	15	94	85	72
Lägre tjänstemän	7	10	24	7	14	17	85	76	58
Högre tjänstemän/akademiker	9	24	43	11	22	25	80	55	32
Egna företagare	5	10	20	10	10	13	85	80	67
Låg utbildning	1	3	9	3	3	10	96	93	80
Mellanutbildning	4	7	26	7	13	25	89	80	48
Hög utbildning	9	18	34	10	18	24	81	63	41
Ensamstående utan barn	5	12	24	8	17	20	87	72	55
Ensamstående med barn	12	23	19	15	19	35	73	58	44
Sammanboende/gifta utan barn	2	7	15	5	9	12	93	84	73
Sammanboende gifta med barn	4	11	22	6	11	22	90	78	55
Boende på ren landsbygd	3	5	14	3	7	16	94	87	70
Boende i mindre tätort	2	8	18	7	10	16	90	81	66
Boende i stad/större tätort	5	12	23	6	14	18	89	74	59
Boende i Stockholm/Göteborg/Malmö	6	13	24	10	16	23	83	72	51
Antal svar	68	166	336	113	202	298	1595	1411	1077

* regelbundet=minst någon gång varje vecka

Likt annan medieanvändning måste Internetanvändningen ses i ett större sammanhang i människors vardagsliv. Innan användningen blir en vardaglig praktik måste publiken övervinna osäkerheten, komma till insikt om användningsområden och behov för att sedan nå den sk naturaliseringsfasen - den fas där mediet blir en naturlig del i hemmets mediemöblemang (Hiltz och Turoff, 1994:320, Christiansen, 1996).

Användningen av Internet skiljer sig, som nämnts ovan, från traditionell medieanvändning, framför allt på några punkter: sändare och mottagare blir snarast deltagare i kommunikationsprocessen i det interaktiva Internet, rollerna är inte längre självklara. Vidare är användandet inte bundet i tid och rum. Detta nya skulle kunna innebära att osäkerhetsfasen förlängs och att spridningen till en början går trögt. Den skevhet som idag finns i spridning och användning skulle därmed vara ett faktum ytterligare en tid framöver, om det stora

flertalet behöver längre tid på sig att ta till sig den nya, och i viss mån annorlunda eller ovana, teknologin.

Tillgången är naturligtvis en förutsättning för användningen. Det har visat sig att en stor del av användningen sker i hemmen - dock inte all. Många har tillgång till Internet på sin arbetsplats och utbredningen i skolorna ökar kontinuerligt. På skolor och arbetsplatser är det närmast självklart att datorerna är utrustade med kommunikationsutrustning, medan dessa möjligheter i hushållen varierar. Tabell 3.3 visar hur användningen och tillgången hänger samman.

Tabell 3.3 Persondator- och Internetanvändning efter persondatorinnehav och Internetanslutning, 1997 (procent)

	Alla	Persondator i hushållet		Internetanslutning för dator i hushållet	
		Ja	Nej	Ja	Nej
Använder persondator:					
minst en gång i veckan	41	72	18	84	62
minst en gång i månaden	49	84	22	90	78
Använder Internet:					
minst en gång i veckan	19	35	7	60	17
minst en gång i månaden	26	46	11	73	26
Antal svar	1754	753	966	322	266

Användningen av persondator och Internet ökar markant i de hushåll som har tillgång till respektive medium, vilket i sig inte är förvånande. Det är uppenbart att tillgången i hemmen styr användningen för det stora flertalet användare. De mått som SOM-enkäten mäter är vanemått. Vid en förfrågan om användningen en specifik dag uppger endast två procent att de använt Internet i hemmet (Mediebarometern, 1998). Det har, åtminstone hittills, handlat om en liten grupp människor som i praktiken använder den nya kanalen, vilket är viktigt att hålla i minnet vid diskussioner om tex konsekvenser av att använda eller inte använda Internet.

En av svårigheterna med att bedöma användningen ligger i hur Internet skall betraktas. Det ligger nära till hands att betrakta det som ett medium vars innehåll är i det närmaste obegränsat. Nyttan och nöjet ligger sida vid sida i den digitala nätvärlden, och gränserna mellan dem är suddiga. I detta avseende finns det påtagliga likheter med en traditionell dagstidning, men med skillnader i informationsmängd, sättet att söka mm. Samtidigt fungerar nätet närmast som en kiosk med ett stort utbud av olika tidningar av olika karaktär. Men nätet erbjuder dessutom både rörliga bilder och ljud likt traditionell radio och TV. Internet bör därför, enligt min mening, inte betraktas som ett medium, utan som ett antal olika kanaler som för närvarande distribueras genom mediet dator.

Att enbart se till användningen säger egentligen inte så mycket om vad Internet betyder i människors vardag. Framför allt inte när det handlar om ett medium som är så mångfacetterat som persondator med Internet. Användningen i sig säger inte heller så mycket om vilka konsekvenserna skulle kunna bli av att använda respektive inte använda Internet. För att kunna belysa eventuella klyftor och betydelsen av dessa, är det därför viktigt att se i vilka syften olika grupper använder Internet.

3.3 *Internetfunktioner*

Massmediernas funktioner är en del av individernas medievanor. Olika medier förknippas med olika funktioner för användarna. Ett medium med underhållande funktion konkurrerar i första hand med underhållande medier, medan medier med andra funktioner kan behålla sin ställning gentemot det underhållande mediet (Severinsson, 1987).

Hadenius och Weibull (1997) skiljer på informationsmedier och förströelsemedier. Morgonpressen är i första hand ett informationsmedium med både bredd och fördjupning, TV innehåller både underhållning och information. De breda medierna når stora grupper av människor. Det finns också en social dimension av mediefunktioner, som tex tar sig uttryck i att man anser att nyhetsprogrammen ger intressanta samtalsämnen och att utländska TV-serier ger kunskap om andra länder (Reimer, 1998).

Man kan vidare tänka sig två andra dimensioner av funktioner i medieanvändning: ritualiserad användning som fokuserar på *processen* eller upplevelsen av själva användningen, och instrumentell användning som fokuserar på själva *innehållet* (Rubin, 1995). Cutler och Danowski (1980) menar att användning av TV med fokusering på processen ökar kring pensionsåldern. Stephenson (1967) är inne på att det är själva interaktionen med mediet som bereder nöjet för användaren - dvs användningsprocessen.

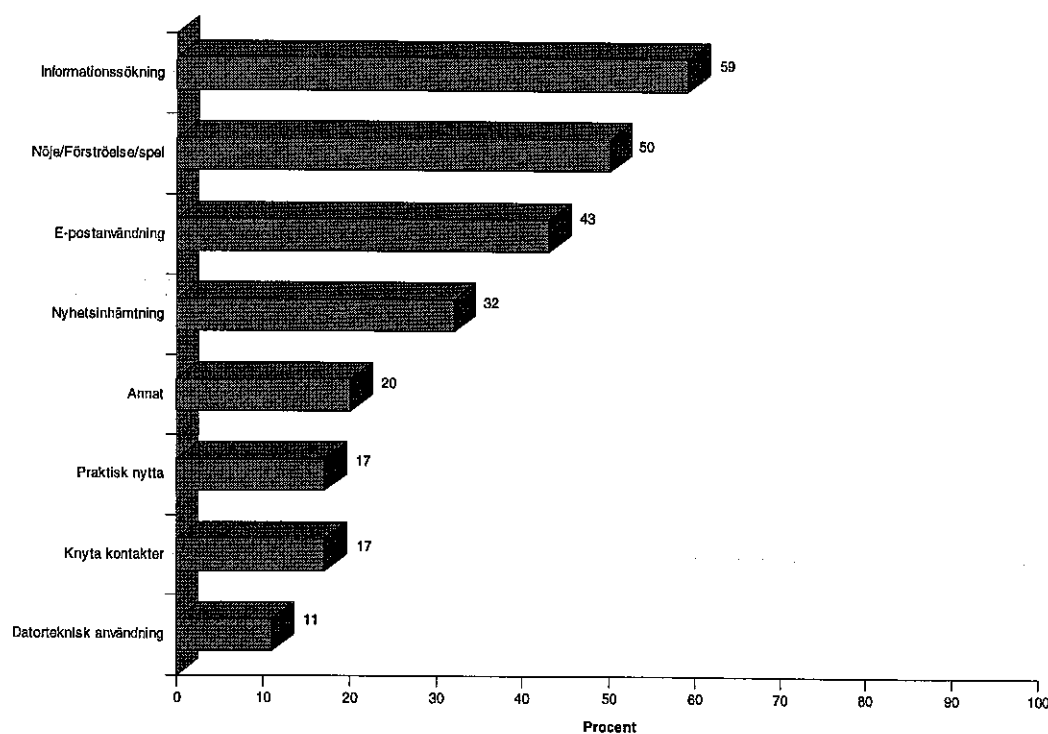
Høyer (1989) skriver om *medieorienterat* val där användaren fascinerats av mediets form och stil, och söker tex tidsfördriv och verklighetsflykt, vilket kan jämföras med ritualiserad användning. Man kan också göra ett *budskapsorienterat* val, som innebär att man skaffar sig informationer och fyller behov genom kritisk och selektiv användning av mediet som då kan jämföras med instrumentell användning. Høyer tillför ett ytterligare perspektiv: ett *socialt-* eller *miljöorienterat* medieval som baserar sig på att man söker medierna och deras innehåll för att de tex genererar samtalsämnen och därmed fungerar som ett social bindemedel.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att mediefunktionerna finns i många dimensioner - mellan praktisk nytta och nöje, social nytta och umgänge, användande för användandets skull osv, där olika medier har sina speciella nischer. Det har skett en funktionsspecialisering i det svenska mediasamhället. Olika medier har utvecklat sina egenskaper i konkurrens om publikens tid. Publiken ökar inte antalet kanaler de tittar på i proportion till antalet tillgängliga kanaler. Den väljer vidare ut de kanaler som ger bästa valutan för investerad tid (jfr Djerf, 1986, Kratz och Weibull, 1993).

Som exempel kan nämnas införandet av kabel-TV. Detta verkade öka splittringen mellan olika gruppers medievanor - publiken blev allt mer fragmentariserad. Vidare påverkade kabel-TV i viss mån funktionerna hos övriga medier: radion och SVTs förströelsefunktion var mindre i kabel-TV-området, medan tidningens funktioner inte tycktes påverkade (Djerf, 1986). För att konkurrera med varandra, menar Djerf att det krävs att medierna överensstämmer då det gäller flertalet egenskaper.

Persondatorn med Internet liknar, som nämnts, dagstidningen vad beträffar sökning av information, men används, liksom TVn, ofta som tidsfördriv. Vilka medier konkurrerar Internet med, och i vilka sammanhang? Konkurrensen ser förmodligen olika ut för olika användningsområden. Det är därför av största vikt att ställa sig frågan vilket syfte svenskarna har med sin Internetanvändning, vilka funktioner nätet fyller för olika personer eller grupper i samhället. I SOM-undersökningen 1997 frågades Internetanvändarna vilket som var deras *huvudsakliga* syfte med Internetanvändningen. Svartpersonerna har ändå haft möjlighet att kryssa för flera alternativ. Figur 3.1 visar hur frekvent olika områden används av de svenskar som varit inne på nätet det senaste året. Resultaten gäller alltså ett helt år, vilket är lång tid i sammanhanget. I det här måttet framgår inte någonting om frekvensen i användningen.

Figur 3.1 Syften med den privata Internetanvändningen bland dem som använt Internet senaste året, hösten 1997 (procent)



Informationssökning är det vanligaste användningsområdet. Förströelsefunktionen och kommunikationsaspekten, främst e-postanvändning, är också vanlig bland samtliga användare. En jämförelse med persondatoranvändning en genomsnittlig dag visar på liknande

resultat: nöjesanvändningen var en av de mest utbredda, e-postanvändning likaså (Mediebarometern, 1998). Det bör påpekas att ungdomar under 15 år inte ingår i SOM-undersökningen, en grupp där nöjesanvändningen förmodligen är högre än genomsnittet i den nu undersökta gruppen.

Funktionerna skiljer sig dock åt om man jämför olika grupper (tabell 3.4). Nöjesanvändningen är, som nämnts, i första hand ungdomarnas användningsområde, liksom att de i störst utsträckning använder sig av nätets sociala möjligheter - att knyta kontakter med andra människor via e-post och genom att chatta.

Tabell 3.4 Syften med den privata Internetanvändningen i olika grupper, hösten 1997 (procent av dem som använt Internet senaste året)

Syfte	Alla	Ålder				Kön		Social klasstillhörighet			
		15-29	30-49	50-64	65-80	Män	Kv	Arb	Ltj	Htj	Efö
<i>Information:</i>											
Info.sökning	59	54	67	55 (50)	65	52	50	59	70	64	
Nyhetsinhämtning	32	31	32	34 (33)	36	28	35	32	26	36	
<i>Nöjeförstr./spel</i>	50	66	41	27 (33)	53	46	60	49	32	55	
<i>Kommunikation:</i>											
E-postanvändning	43	47	42	38 (33)	46	41	38	45	50	36	
Knyta kontakter	17	28	7	6 (17)	17	16	24	11	11	23	
Praktisk nytta tex beställa biljetter	17	14	22	12 (17)	22	12	16	21	16	17	
<i>Datorteknisk anv./ göra hemsidor</i>	11	13	9	8 (33)	14	8	12	13	7	11	
<i>Annat</i>	20	23	17	17 (50)	22	17	26	22	14	15	
Antal svar	628	278	244	94	6	334	288	192	186	130	47

Kommentar: se tabell 2.1

Förutom ålderskillnader finns också sociala skillnader vad gäller svenskarnas syfte med Internetanvändningen. Informationssökning är tex betydligt vanligare bland tjänstemän och akademiker än bland arbetare; e-postanvändning och praktisk nytta likaså. Nöjesanvändningen uppvisar omvänd tendens: den är mest utbredd bland arbetare och lägre tjänstemän. Det är också dessa två grupper som i störst utsträckning använder Internet till att knyta kontakter.

Nyhetsinhämtning via Internet är relativt jämnt spridd i samtliga grupper. Tidningsläsning på Internet ökar successivt även om den totala användningen en genomsnittlig dag är låg - under ett par procent. I nästa avsnitt görs en mer detaljerad genomgång av dagstidningsläsning på Internet.

Internetfunktioner som gäller praktisk nytta, tex att beställa biljetter, är ännu inte så utbredda bland användarna. Det finns dock anledning att tro att detta kommer att ändras de närmaste åren. Två sajter som har många besökare är Passagen och Torget, Telias och Postentorg som närmast liknar handelsplatser för varor och tjänster. Den här typen av sajter, som kallas portaler i det att de är inkörsportar till surfandet, ökar ständigt på nätet. Det blir allt vanligare att lägga en sådan portal som startsida hos hushållsanvändare, vilket troligtvis kommer att påverka användandet och funktionerna hos många.

Datamaterialet ger oss möjlighet att se på besöken hos några specifika sajter med olika innehåll och funktion i olika befolkningsgrupper (tabell 3.5). Torget och Passagen var de två största svenska portalerna när undersökningen genomfördes. Några nyhetssajter och informationsajter finns också representerade i undersökningen.

Tabell 3.5 Användningen av några olika sajter i olika grupper, hösten 1997 (procent av dem som använt Internet senaste året)

Hemsida	Ålder				Social klasstillhörighet				Internetanv.	
	Alla	15-29	30-49	50-64	Arb.	Ltj	Htj	Efö	Ofta*	Sällan
Torget (Posten)	47	49	46	46	48	48	44	53	64	29
Passagen (Telia)	47	50	43	47	48	46	42	60	65	28
Aftonbladet	41	49	35	33	44	39	31	55	55	26
Expressen	23	26	20	24	22	23	19	29	35	11
DNet	16	13	18	19	5	22	27	17	26	6
Svenska Dagbladet	14	12	14	26	7	16	22	19	25	4
Annan nättidning	13	12	14	13	10	14	15	15	20	6
Din kommuns hemsida	27	23	28	26	30	27	18	40	34	20
Antal svar	628	278	244	94	192	186	130	47	321	265

* Ofta = minst en gång varje vecka

Kommentar: se tabell 2.1

Olika sajter står för olika innehåll och funktion. Några är inriktade på *en* sorts användning, till exempel har morgontidningarna främst nyheter och kommunernas hemsidor information, medan Passagen och Torget är handelsplatser som erbjuder information, nyheter, nöje, kontakter, praktisk nytta mm. Kvällstidningarna, framför allt Aftonbladet, kan ses som ett mellanting mellan nyhetskanal och handelsplats. Alla sajterna i tabell 3.5 är naturligtvis mest använda av de regelbundna Internetanvändarna. Det intressanta är att sällananvändarna framför allt utnyttjar blandade sajter som erbjuder blandat innehåll - handelsplatserna. I övrigt kan man utläsa samma mönster vad gäller olika gruppers vana att besöka specifika sajter, som för syftet med Internetanvändning i olika grupper (jfr tabell 3.4). En utförlig analys av nättidningsläsning följer i nästa kapitel.

Olika typer av sajter har olika spridningsmönster bland befolkningen. Sajter med brett utbud - Torget, Passagen - har naturligt nog större spridning. Ytterligare en dimension på detta är att se på användningen av olika sajter relaterad till syftet med Internetanvändningen. I tabell 3.6 visas hur informations-, nöjesanvändare etc tar del av portaler, nyhetsmedier och information på nätet.

Tabell 3.6 - Användningen av några olika sajter bland användare med olika användningssyften, hösten 1997 (procent av dem som använt Internet senaste året)

Hemsidor	Syfte med Internetanvändningen					
	Information	Nöje	E-post	Nyheter	Praktisk nytta	Kontakter
Torget	53	56	65	65	71	67
Passagen	53	59	64	68	67	70
Aftonbladet	40	54	52	64	60	63
Expressen	57	32	34	41	41	37
DNet	20	20	24	29	35	17
Svenska Dagbladet	19	17	21	28	30	14
Egna kommunens hemsida	30	31	33	36	37	36
Antal svar	371	314	272	203	107	105

I tabellen framgår tydligt bredden i portalerna, vilket ju också framgick i föregående tabell. Oavsett syfte med Internetanvändningen hittar man rätt i Torget och Passagen. Aftonbladet liknar i många avseenden de båda handelsplatserna till innehåll och användning. Informations- och nöjesanvändare besöker Torget och Passagen i mindre utsträckning än användare med andra syften, vilket pekar mot att det finns andra forum för information och nöje på nätet.

Nyhets surfarna vänder sig till portalerna och Aftonbladet. Här återfinns bland annat en länk till svenska CNN. Vad gäller dagstidningarna på nätet är användningen av dessa något vanligare bland dem som har nyheter som främsta syfte med Internetanvändningen än bland andra. Analysen av Internetanvändning och syften med användningen har visat på mönster som vi känner igen från användningen av de traditionella medierna.

En faktor som skulle kunna påverka innehållet i användningen är den startsida man får upp när man kopplar upp sig på nätet. Innehållet på denna sida styr i hög grad inriktningen på den fortsatta användningen (jfr Bucher och Barth, 1998). De som startar sin Internetsession i en portal blir relativt bundna till de länkar som finns här. Användare som startar med exempelvis serverföretagets hemsida surfar mer fritt och söker egna sidor.

Intervjuundersökningar med Internetanvändare visar att användning och funktion hos Internet ändrar karaktär över tid (Christiansen, 1996, Dahlén, 1997, Turkle, 1997). Från att i början surfa relativt planlöst och chatta i oändligt lång tid, blir användningen mer rutinmässig efter hand. Vana användare besöker färre websajter och har kortare, mer fokuserad och praktiskt orienterad användning än nykomlingar. Det finns alltså många skäl till att tro att de praktiska funktionerna i Internetanvändningen kommer att öka, troligtvis mest i de grupper som betonar dessa funktioner redan idag. Syftet med användningen ändras också under själva sessionen: det som till en början var målinriktad informationssökning övergår ibland stegvis i planlöst surfande när intressant, oväntat innehåll dyker upp (Bucher och Barth, 1998).

Nyckeln till att förstå hur Internet och användandet av kanalen tar plats i människors vardagsliv, handlar alltså mycket om att se till funktioner, vad man använder i det oändliga utbudet, och vad man använder möjligheterna till. Eller utgör möjligheterna snarast begränsningar? I skenet av den kunskapen kan vi också se om den skevhet mellan olika grupper med avseende på spridning och användning som finns idag, också kan få konsekvenser för kunskapsklyftor, demokrati etc, vilket - som tidigare nämnts - diskuteras vidare i kapitel 5. Närmast följer dock en redogörelse för hur Internetanvändning tar plats bland annan medieanvändning.

Trots stor uppmärksamhet och ökad utbredning är Internet ännu en relativt liten kanal, jämfört med exempelvis dagspress, som har en stark ställning bland svenskar. Efter hand som medieutbudet ökar, används olika medier allt mer parallellt, som bakgrund och komplement till varandra. Människors mediespektrum utvidgas och nya medier kompletterar de gamla (Fornäs, 1997). Det finns en tendens till att medierna allt mer konvergerar - smälter samman. Gränserna mellan dem blir allt mer otydliga (jfr Stipp, 1998, Hedman, 1998b, Reberg, 1998). World Wide Web blir en smältdegel för de olika medietyperna. Med hjälp av den digitala tekniken kan traditionella medier - press, radio och TV - utnyttja Internet för distribution. Detta blir ännu tydligare när t.ex. TV-apparater kommer att fungera som datorer och ta emot Internet.

Det finns några konkreta exempel på hur Internet direkt tar sig in på traditionella mediers mark: vissa TV-program (t.ex. På rymmen i TV4) har idag uppföljningar på nätet, vilka förutsätter att man även sett programmet i TV. Vid åtminstone två stora olyckstillfällen i USA - ett TWA-plan som störtade 1996 och bombdådet i Oklahoma City - sattes mailinglistor upp, hemsidor upprättades, folk chattade, debatterade och pressmeddelanden presenterades löpande. Ett informationsbehov täcktes med det nya mediet - ett informationsbehov som tidigare fyllts av lokalradio och -TV. Färskare exempel är turerna kring president Clintons förehavanden med Monica Lewinski som kunnat följas på nätet hela tiden. Stora nyhetssajter länkade till Starrapporten i samma sekund som den blev tillgänglig. I och med brändkatastrofen i Göteborg hösten 1998 kom också Internet att användas på liknande sätt som vid ovan nämnda olyckstillfällen.

Hur påverkar Internet och Internetanvändning annan medieanvändning? Dygnet har ju fortfarande bara 24 timmar, så tiden för medieanvändning måste rimligen omstruktureras bland Internetanvändare. Har vidare Internetanvändare andra medievanor än icke-användare, och vad beror det i så fall på? Det här kapitlet belyser dessa frågor.

4.1 *Internet- och annan medieanvändning*

Undersökningar i USA, Storbritannien och Tyskland (jfr Nilsson, 1997, Svennevig, 1998, van Eimeren mfl, 1998) visar att Internetanvändning framför allt stjälar tid från TV-tittande, om än i liten utsträckning. Svennevig påpekar att detta i Storbritannien gäller i gruppen "early adopters", och denna grupp är inte representativ för senare tillkomna användare. I Tyskland har det gjorts en mer omfattande studie av Internetanvändarnas övriga medievanor (van Eimeren mfl, 1998). Där visar det sig att det i huvudsak är TV-tittandet som gått tillbaka till förmån för Internetanvändning. Läsandet är i stort sett opåverkat, radiolyssnandet likaså och en liten grupp Internetanvändare har ökat sitt radiolyssnande sedan de började använda Internet.

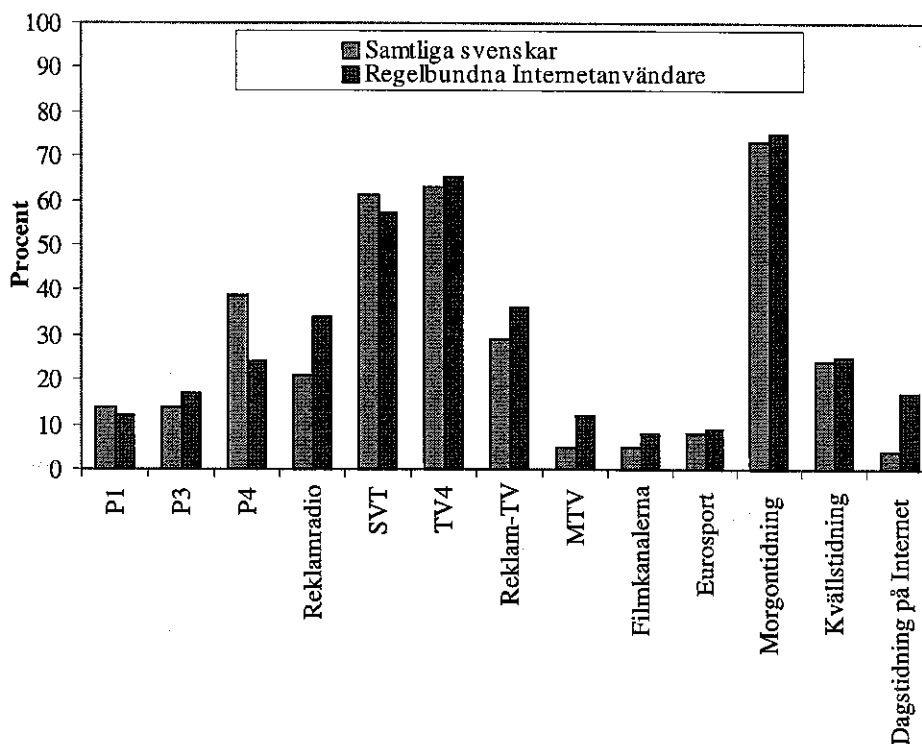
Bland besökare på Svenska CNNs hemsida visar det sig att det framför allt är dagstidningsläsningen som minskar till förmån för nyhetsinhämtande via Internet. Morgontid-

ningsläsningen är här lägre framför allt bland ungdomar, vilka är morgontidningssvaga över lag (Fjellman och Sjögren, 1998). Population och urval vid denna undersökning lämnar, liksom de flesta on-lineundersökningar, många frågetecken. Den undersökta gruppen är inte representativ för någon större grupp svenskar, men resultaten kan ändå ses som tendenser som måste följas upp i längre tidsserier och i större undersökningsgrupper.

Utbredning av nya teknologier i form av Internet, och spridningen av morgonpress liknar varandra mycket om man jämför mellan olika sociala klasser: båda medietyperna är starkast i tjänstemanna- och akademikerfamiljer och svagast i arbetarfamiljer. Persondator- och Internetspridning är, som visats, starkare bland yngre - en grupp där morgonpressen är svagare. När det gäller att se hur Internetanvändning interagerar med annan medieanvändning är alltså framför allt ålder och social klasstillhörighet viktiga faktorer att ta hänsyn till.

I figur 4.1 jämförs svenskarnas användning av traditionella massmedier med de regelbundna Internetanvändarnas användning av dessa. Skillnader finns, framför allt vad gäller etermediernas reklamkanaler, och för radions P4. Den senare kanalen är i betydligt mindre utsträckning använd bland regelbundna Internetanvändare än bland den totala befolkningen. Omvänt förhållande råder vad beträffar reklamkanaler.

Figur 4.1 Regelbunden användning (minst 5 dagar/vecka) av olika radio- och TV-kanaler, hösten 1997 (procent av hela befolkningen samt av regelbundna Internetanvändare)



I tabell 4.1 framgår att detta bland annat är ett åldersfenomen – reklamkanaler av olika slag är i första hand de Internetanvändande ungdomarnas kanaler. Riksradios P3 är också flitigt använd bland Internetungdomarna, medan P1 och P4 har en liten ung publik. Tittandet på SVT-kanalerna är något lägre bland yngre Internetanvändare än bland äldre.

Tabell 4.1 Regelbunden användning (minst 5 dagar/vecka) av olika radio- och TV-kanaler i olika grupper, hösten 1997 (procent av regelbundna Internetanvändare samt icke-användare)

	Ålder						Social klasstillhörighet							
	15-29		30-49		50-64		Arb		Ltj		Htj		Efo	
	Inter-net	Ej Inter-net	Inter-net	Ej Inter-net	Inter-net	Ej Inter-net	Inter-net	Ej Inter-net	Inter-net	Ej Inter-net	Inter-net	Ej Inter-net	Inter-net	Ej Inter-net
P1	2	3	12	4	33	24	0	8	13	26	28	28	0	2
P3	34	18	32	17	9	8	16	12	20	14	12	8	29	
P4	11	18	28	39	51	60	26	48	24	48	26	34	25	5
Reklamradio	41	41	28	27	11	4	38	19	29	11	17	6	50	1
SVT	54	34	55	58	65	76	56	62	57	75	60	71	57	6
TV4	74	66	59	64	56	63	78	65	60	65	54	49	79	6
Reklam-TV	48	39	32	30	14	24	51	31	33	23	24	18	46	2
MTV	21	8	4	2	4	1	14	2	9	1	8	0	18	
Filmkanalerna	7	6	11	6	4	2	10	5	8	1	6	3	18	
Eurosport	11	6	7	6	5	11	11	10	10	10	7	8	11	
Morgontidning	66	53	80	68	87	81	67	66	75	84	87	85	71	7
Kvällstidning*	26	18	26	31	24	23	32	30	22	18	16	20	46	2
Dagstidning på Internet**	14	1	20	0	2	0	16	0	23	0	9	0	11	
Antal svar	149	103	123	339	55	551	82	520	106	260	87	65	28	9

Kommentar: se tabell 2.1

Reklamradio=Radio Rix, Radio City, Radio NJR och Radio Megapol, Reklam-TV= TV3, Kanal5, TV6 och Z-TV, Filmkanalerna = Canal+/Filmnet och TV1000, Reklam

*minst 3 dgr/vecka, ** varje vecka,

Om man istället ser till sociala skillnader, kan man konstatera att P1 är tjänstemännens kanal, medan reklamradiokanalerna i första hand är arbetarnas och egenföretagarnas. Internetanvändarnas tittande på SVT-kanalerna uppvisar inga stora skillnader med avseende på social status. Däremot är tittandet på TV4 och vissa av reklam-TV-kanalerna mer utbrett bland arbetare och egenföretagare. Dessa mönster med avseende på ålder och social status är inte unika för Internetanvändare. Samma mönster finns också i befolkningen som helhet (jfr Bastabell nr 16, 1998).

Morgontidningsläsningen är generellt sett mindre utbredd bland ungdomar än bland äldre, dock är Internetanvändande ungdomar mer frekventa morgon- och kvällstidningsläsare än svenska ungdomar i allmänhet. Dagstidningsläsningen på Internet är vanligast bland Internetanvändare som är 50 år och yngre. Dessa resultat är rakt motsatta de som framkom i studien om Svenska CNN-besökare. Som tidigare nämnts föreligger stora problem med tillförlitligheten i det att man har dålig kontroll över bla population och urval (jfr Bergström, 1998). Vi får förmodligen vänta oss den här typen av motstridiga resultat framöver,

framför allt så länge fallstudierna belyser tidiga användargrupper som har lite gemensamt med den breda allmänheten. Eller så ser vi nu exempel på en fragmentariserad publik som kommer att vara en realitet i framtiden.

Ser man till tidningsläsning och social status bland Internetanvändare finns ett tydligt mönster, känt sedan länge (jfr Jansson, 1998): tjänstemän läser i större utsträckning morgontidning, arbetare och egenföretagare kvällstidning. Internettidningsläsningen är totalt sett mest utbredd bland lägre tjänstemän och arbetare, men även här finns variationer som jag redovisar närmare i nästa avsnitt.

4.2 Medieanvändning och nätfunktioner

En annan jämförelse är den mellan huvudsyftet med Internetanvändning och annan medieanvändning. Vilka funktioner som hänger ihop med användning av olika medier framgår i tabell 4.2. Informationssökning på Internet är relativt jämnt spridd bland olika kanalidkare. Frekventa MTV- och filmkanaltittare är inte lika informationssökande som andra, men dessa grupper är små varför siffrorna bör tolkas med försiktighet.

Tabell 4.2 Huvudsakliga syftet med Internetanvändningen hos användare av några olika typer av traditionella medier, hösten 1997 (procent av dem som använt Internet senaste året)

Bland dem som minst 5 dagar/vecka tar del av:													
Huvudsakligt syfte med Internetanvändn.	P1	P3	P4	Rekl amradio	SVT	TV4	Rekl am-TV	MTV	Film kanaler	Euro-sport	Morg ontid ningspren.	Kv.-tidn.-läsning*	Inter nettid ning*
Informations-sökning	65	63	60	57	60	57	58	53	48	59	61	49	68
Nyheter	25	45	35	33	36	36	38	33	26	40	32	41	86
Nöje	28	52	38	54	52	58	66	75	56	62	47	63	69
E-post	37	38	39	40	42	43	48	56	33	50	44	45	73
Knyta kontakter	6	19	4	21	14	20	26	35	22	24	15	23	25
Praktisk nytta	22	18	16	13	17	17	16	19	11	24	16	22	32
Antal svar	68	113	157	191	349	403	212	57	27	42	456	148	59

Kommentar: Reklamradio=Radio Rix, Radio City, Radio NJR och Radio Megapol, Reklam-TV= TV3, Kanal5, TV6 och Z-TV, Filmkanalerna = Canal+/Filmnet och TV1000, Reklam

*= minst 3 dagar/vecka, **= varje vecka

P3-lyssnare och kvällstidningsläsare är betydligt mer nyhetssökande än andra, P1-lyssnare betydligt mindre. För att tolka detta bör man först göra en analys av innehållet i nyhetsmaterialet på Internet. När det gäller nöjesanvändning kan man konstatera att denna är ganska utbredd. Undantag utgör framför allt frekventa P1- och P4-lyssnare samt i viss mån mor-

gontidningsprenumeranter. Dessa tre grupper av medieanvändare står också utanför den Internetanvändning som innebär kontaktsökande/hållande.

E-postanvändning tycks vara tämligen oberoende av ens övriga medievanor. Användningen är något högre bland dem som regelbundet tittar på någon typ av reklam-TV-kanal. Vad beträffar den praktiska nyttan i Internetanvändningen är förhållandet i stort sett det omvända, men det är som tidigare nämnts relativt få som ännu använder Internet av den anledningen.

Återigen skönjer man det tidigare beskrivna åldersmönstret som gäller för traditionell medieanvändning, och även det mönster som råder beträffande Internetfunktioner. Tabellen visar hur dessa till viss del samverkar: nöjesbetonad medie- och Internetanvändning å ena sidan; informations/nyhetsbetonad å den andra. Är det så att Internetanvändningen låter sig inordnas i samma mönster som medieanvändning tidigare gjort - ett mönster där vi skönjer en informationsstark och en informationssvag grupp (jfr Høyer, 1989)? De få undersökningar som finns om användning av traditionella medier och Internet baserar sig på mycket små urval och är endast giltiga för en liten grupp människor. De kan ändå ge oss vinkar om vad vi kommer att kunna följa i större och bredare grupper i framtiden.

I början av det här avsnittet pekades på att amerikansk forskning i andra länder visat på minskat TV-tittande till förmån för Internetanvändning. En annan amerikansk studie (Stipp, 1998) pekar på några resultat som kan vara värda att lägga på minnet. Personator- och Internetanvändare gör klar skillnad mellan TVns och datorns funktioner, och dessa funktioner är inte utbytbara. Till största delen konkurrerar inte datoranvändningen med TV, vare sig till innehåll eller form. Stipp menar vidare att de nya teknologierna inte håller på att tränga undan de etablerade, och att medierna inte heller smälter samman utan i större utsträckning finns sida vid sida. Man bör dock anta att dessa medier konkurrerar tidsmässigt, eftersom det är svårt att ta del av båda samtidigt.

Frågan är hur man ska tolka detta. Är det återigen ett utslag av de sk "early adopters" - de tidiga användarna - som inte liknar resten av befolkningen? Naturligtvis kan det vara så att dessa undersökta användare klart skiljer mellan dator- och TV-användning, men kan de göra båda aktiviteterna samtidigt? Vad som händer rent praktiskt med deras medieanvändning vet vi ingenting om. Resonemanget kommer att ställas på sin spets om Internetinnehållet kommer via TV-apparaten. Om detta vet vi heller ingenting idag.

4.3 *Dagstidningsläsning på Internet*

Idag finns ett stort antal svenska dagstidningar i nätversioner. Det finns också tidningar som endast ges ut i nätupplaga. Fördelarna är många med Internettidningar: distributionen tar nästan ingen tid alls och kostar minimalt jämfört med den tryckta upplagan. Man kan snabbt leverera ett uppdaterat nummer allt eftersom man får in nyheter. Därtill finns också möjligheten med ljud och rörliga bilder. Vidare kan man tänka sig att publiken prenumerar på de områden de är intresserade av genom sk push-teknik, där någon förser användaren

med information om de ämnesområden han eller hon anmält intresse för. Någon annan sällar alltså material som sedan skickas till min dator.

Nackdelen med Internettidning är bl.a. hanterbarheten för användaren. Det är svårt att läsa tidningen vid frukostbordet eller på T-bana, buss eller spårvagn. Även om man accepterar läsning vid skärmen kan modemuppkoppling innebära långa väntetider när man söker och laddar ner information, vilket gör användningen trög och för många ointressant.

En annan nackdel med elektroniska tidningar, som bara kort ska nämnas, ligger på ekonomisidan hos tidningsföretagen, eftersom de flesta nättidningar inte är ekonomiskt bärande. Tidningsföretagen är motvilliga att avsätta pengar för online-experiment samtidigt som rädslan att försvinna i konkurrensen i kombination med låga initialkostnader gör att många ändå väljer att hänga med i Internetvärlden (jfr Hedman, 1998a, van Dusseldorp, 1998).

Aftonbladet var den första svenska dagstidningen som fanns på Internet - den utkom första gången 1994 (för en utförlig beskrivning, se Taylor, 1998). I rask följd publicerade sedan stora och mindre tidningar nätversioner, men det verkar som om det framför allt är de stora tidningarna som håller sig framme. Svenska tidningar på nätet liknar i stor utsträckning sina pappersutgåvor. Förutom att lägga ut sitt publicistiska material, läggs också länkar till andra hemsidor. Vidare erbjuder många nättidningar annonsplats, samt använder hemsidan för företagspresentation (Hedman, 1998a).

Aftonbladet och Expressen hade hösten 1998 många likheter med portaler typ Torget, Passagen och Punkt.se: länkar dels internt naturligtvis, men även externa länkar till spel, surf-tips mm. Aftonbladet visar också tydligt på möjligheterna att chatta. Morgontidningarna Svenska Dagbladet och DNet uppvisar en stramare förstasida, har färre länkar och de allra flesta länkarna är interna, till nyheter i tidningen. Även Dagens Industri har mest interna länkar, och länkar enbart i ämnet. GP-Direkt utgör något slags mellanting mellan morgontidningarnas och kvällstidningarnas utseende.

Hur används då några av de dagstidningar som finns på nätet idag, och vad utmärker deras publik? Tabell 4.3 visar att Aftonbladet var den klart mest lästa nättidningen. Den hade hösten 1997 nästan dubbelt så stor publik som Expressen (jfr också TS-statistik, 1998-05). Morgontidningarna hade en publik på runt 15 procent av Internetanvändarna. Aftonbladet är främst ungdomarnas nättidning, men även männens samt arbetarnas och egenföretagarnas. Morgontidningarna har en äldre publik, men även dessa läses främst av män. Här är dock tjänstemannaklasserna överrepresenterade.

Utöver dessa fyra dagstidningar är det egentligen ingen nättidning som har någon större publik i rikssammanhang. En liknande analys av Västsverige (Bergström och Weibull, 1998) visar att regionaltidningen Göteborgs-Postens nätupplaga - GP-Direkt - är lika stark i regionen som Aftonbladet är i Sverige som helhet. Lokala nättidningar skulle alltså kunna skapa lokala torg, precis som pappersutgåvorna (Weibull, 1997b, jfr Kratz, 1995). Till skillnad från Aftonbladet har dock GP-Direkt en äldre publik, och når i större utsträckning tjänstemannafamiljer. Dagstidningsläsningen på Internet är relativt lite utbredd och man skönjer ett morgon- kvällstidningsmönster som mycket liknar de skillnader som finns för respektive tidnings tryckta version.

Tabell 4.3 Läsning av ett antal nättidningar i olika grupper (bland personer som använt Internet senaste året), hösten 1997 (procent)

Nättidning	Alla	Ålder				Kön		Social klass			
		15-29	30-49	50-64	65-80	Män	Kv	Arb	Lj	Hj	Efö
Aftonbladet	41	49	35	33	17	46	35	44	39	31	55
Expressen	23	26	20	24	17	26	20	22	23	19	30
DNet	16	13	18	19	17	22	9	5	22	27	17
Svenska Dagbladet	14	12	14	26	-	17	12	7	16	22	19
GP-Direkt	1	1	-	2	-	1	-	-	1	1	-
Dagens Industri	1	-	2	3	-	1	1	-	3	2	-
Antal svar	628	278	244	94	6	334	288	192	186	130	47

En förklaring till just detta mönster skulle kunna vara att de svenska Internettidningarna i stor utsträckning liknar pappersutgåvorna. Det är ett europeiskt fenomen som skiljer sig mycket från de amerikanska kollegornas arbetssätt. I USA utgår nättidningsmakarna i mycket högre grad från den nya teknologin och vad den kan erbjuda i form av text, bilder, ljud och interaktivitet (jfr Hedman, 1998a, van Dusseldorp, 1998). Läsningen och förmodligen också funktionen torde därmed bli annorlunda.

Det skulle, enligt Hedman (1998b) kunna vara så att det håller på att utvecklas en speciell läskultur på Internet, där läsaren surfar och tar del av många olika tidningar med olika innehåll och kultur. Internetläsare kan, resonerar han, förmodligen inte jämföras med läsare av papperstidning vad gäller läsbeteende och läsfrekvens. Seriösa tidningar länkar tex till mer skvallerbetonade tidningar, tillgängligheten och åtminstone vissa nättidningars fria länkande gör att det skulle kunna uppstå en ny läskultur som innefattar ett annat, blandat innehåll som tidigare inte har existerat på samma lättillgängliga sätt. En undersökning bland tyska Internetanvändare (Bucher och Barth, 1998) bekräftar detta. Den visar att man vid läsning av nättidningar ofta obemärkt och omedvetet flyttar sig mellan olika tidningar på ett sätt som är omöjligt vid papperstidningsläsning.

Morgontidningsläsning och Internetnyheter fyller i stor utsträckning samma funktion och krav för användare. Båda kanalerna kan användas när som helst under dygnet, båda är individmedier, de ställer höga krav på läskunnighet och selektivitet, och användaren behöver därför inte nödvändigtvis båda kanalerna, menar Fjellman och Sjögren (1998). De beskriver dock några skillnader som jag tror är mycket viktiga när man betraktar relationen dagstidning - Internettidning. Internet har en relativt stor bundenhet i rummet, Internet har kontinuerlig uppdatering och dagstidningen - den tryckta - är betydligt dyrare. Dessa skillnader är, anser jag, tillräckligt stora för att man ska vara försiktig med att likställa de båda nyhetskanalernas funktioner. Dagstidningsläsning är också en mycket väl inarbetad vana bland svenskar, och det har visat sig att tidningens form och format är av stor betydelse för läsaren (jfr Strid, 1995). Att innehållet återfinns i en annan förpackningsform - persondata - kan komma att spela större roll än vad tex CNN-undersökningen visat.

I en intervjuundersökning med Internetanvändare (Christiansen, 1996) visar det sig att Internettidningar inte verkar ha nått så stor acceptans. Dagstidningar bör finnas på nätet, men bara som komplement till papperstidningen. Tidningen ska prassla, gå att läsa vid frukostbordet och kraven på bättre teknisk kvalitet finns. Det senare torde i viss mån ha uppfyllts sedan undersökningen gjordes, men några alternativ för de svenska hushållen till prasslandet och bärbarheten finns egentligen inte idag.

Liknande resultat finns i andra europeiska länder och i USA. De flesta Internetanvändare lutar sig mot traditionella källor för att täcka sitt informationsbehov, och ser Internet som en kompletterande källa bland andra. Bara på ett område har den digitala tekniken tagit över från den analoga, och det gäller ekonomi- och finansnyheter. Nätpublikationer i kombination med bland annat text-TV anses vara huvudkälla för den här typen av nyheter (van Dusseldorp, 1998). I den tyska undersökningen som tidigare nämndes (van Eimeren mfl, 1998), visar att kännedomen om, och användandet av, de tryckta mediernas nätutgåvor var mer utbredd än användningen av rena online-medier.

Även om inte den svenska dagstidningsmarknaden är så påverkad av Internettidningar idag, så kan man nog ana förändringar - både vad gäller redaktionellt material och annonser, och framför allt kanske genom möjligheten till interaktivitet - till en dialog med läsarna. I en fallstudie av Helsingborgs Dagblads elektroniska utgivning, visar det sig att folket på tidningen är helt främmande för att den elektroniska tidningen skulle utgöra ett hot mot papperstidningen. Båda kommer att finnas, men ha olika inriktning, menar de Verhoeff, (1998).

En jämförelse mellan regelbundna läsare av traditionella dagstidningar och dagstidningar på nätet finns i tabell 4.4. Här framgår med tydlighet Aftonbladets dominans i Internetvärlden: bland regelbundna Expressenläsare läser fler Aftonbladets nätversion än Expressens. Regelbundna Dagens Nyheter-läsare, och framför allt Svenska Dagbladetläsare, håller sig i viss utsträckning till "sin" tidning på Internet. DNet konkurrerar dock med Aftonbladets nätversion om de trogna Dagens Nyheter-läsarna. Bland dem som aldrig läser respektive dagstidning i tabellen ovan, är ändå Aftonbladets nätversion relativt välanvänd. Svenskarna är alltså inte nödvändigtvis tidningstrogna när de går över till dagstidningsläsning på nätet.

Bucher och Barth (1998) fann i sin undersökning att tidningsläsningen på Internet är beroende av en rad andra faktorer än papperstidningsläsning, tex skärmlayout och laddningstider. Sådana och liknande omständigheter måste man ha i minnet vid jämförelser mellan läsning av nät- och papperstidningar. Mot bakgrund av detta ska vi nog inte förvänta oss en tidningstrogenhet för nättidningar på det sätt som varit fallet för papperstidningar under lång tid.

Tabell 4.4 Läsning av några nättidningar bland Aftonbladets, Expressens, Dagens Nyheter och Svenska Dagbladets läsare och icke-läsare, hösten 1997 (procent)

Nättidning	Läser		Aftonbladet		Expressen		Dagens Nyheter		Svenska Dagbladet	
	Regelbundet	Aldrig	Regelbundet	Aldrig	Regelbundet	Aldrig	Regelbundet	Aldrig	Regelbundet	Aldrig
Aftonbladet	26	7	23	10	21	14	18	15		
Expressen	11	5	13	4	10	8	16	8		
DNet	7	6	9	4	22	0	16	0		
Svenska Dagbladet	7	5	8	4	12	0	28	0		
Antal svar	259	674	174	784	144	1573	50	1693		

Kommentar: Med regelbundet avses minst 3 dagar/vecka för kvällstidningarna och minst 5 dagar/vecka för morgontidningarna.

Det är vidare intressant att se hur läsningen av Internettidning eventuellt fungerar som ett komplement till annan tidningsläsning. I tabell 4.5 kan man se att regelbunden nättidningsläsning inte existerar bland personer som inte regelbundet läser någon annan dagstidning. Vid undersökningens genomförande utgjorde alltså inte dagstidningar på Internet något tillskott till den totala dagstidningsläsningen.

Tabell 4.5 Internettidningen som tillskott till morgon- och kvällstidningar i olika grupper, hösten 1997 (procent av hela befolkningen)

	Alla	Ålder				Social klasstillhörighet			
		15-29	30-49	50-64	65-80	Arb	Ltj	Htj	Efö
Minst en morgontidning 6 d/v	63	44	60	72	81	58	70	76	67
+ Minst en kvällstidning 6 d/v	9	5	10	13	9	10	9	5	13
Minst en papperstidning 6 d/v	72	49	70	85	90	68	79	81	80
+ Minst en Internettidning 6 d/v	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Minst en dagstidning 6 d/v	72	49	70	85	90	68	79	81	80
Tillskott genom Internet	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Kommentar: se tabell 2.1

Hedman (1998a) menar att det i framtiden är möjligt att nyhetsproducenterna förmedlar sin information direkt till mottagarna, vilket skulle innebära problem både för tryckta och elektroniska tidningar. Han refererar dock till en amerikansk studie som visar att det är de traditionella medierna som har ett försprång framför andra aktörer på nätmarknaden, i det de har kunskapen om att organisera stora informationsmängder. Hedman spår att tidningarna i framtiden i större utsträckning måste producera egen, unik information och att ju mer eget material, desto större sannolikhet att tidningen överlever på lång sikt.

Rapportens avslutande kapitel innehåller först en sammanfattning av de viktigaste resultaten. Därefter förs en diskussion kring vad den nya kanalen, utbredningen och användningen av den kan spela för roll i det svenska samhället, vilka konsekvenserna av en ny massmediekanal skulle kunna bli.

5.1 Sammanfattning

Rapporten har visat att dator- och Internetutbredningen i svenska hushåll har ökat betydligt mellan 1996 och 1997. Nästan hälften av hushållen - 43 procent - hade persondator hösten 1997. Av dessa hushåll hade lika stor andel - 43 procent - Internetanslutning. Av den totala befolkningen hade 18 procent tillgång till Internet vid samma tidpunkt.

Skillnaden i innehav mellan olika befolkningsgrupper kvarstår i stort sett jämfört med 1996. Unga, högt utbildade i hög social position är mer välutrustade än andra med den nya tekniken. Man kan dock se en viss utjämning mellan olika sociala grupper bland yngre personer, samtidigt som klyftan beträffande dator- och Internetinnehav ökar mellan yngre och äldre.

Användningen följer samma mönster som innehavet: de regelbundna dator- och Internetanvändarna är unga, högt utbildade med hög social status och i något större utsträckning än andra bosatta i större städer. De regelbundna Internetanvändarna har ökat markant mellan 1996 och 1997 - från 9 till 19 procent. Användningen av persondator och Internet är betydligt vanligare bland dem som har tillgång i hemmet, vilket tyder på att tillgången i hemmen i stor utsträckning styr användningen för många, även om användningen också är utbredd på arbetsplatser och i skolor.

Internet är en bred kanal vad gäller innehåll: nytta och nöje finns sida vid sida i obegränsade mängder och funktionerna liknar många olika traditionella mediers: TV, radio, video, böcker, cd-skivor. Det vanligaste syftet med svenskarnas privata Internetanvändning var hösten 1997 informationssökning. Nöjes- och e-postanvändning var nästan lika utbredd.

I första hand är det ålder som avgör användningsområden. Social användning - knyta kontakter, chatta - och nöjesanvändning är vanligast bland yngre. Det finns också sociala skillnader: informationssökning, e-postanvändning och praktisk nytta är vanligare bland tjänstemän och akademiker. Nyhetsinhämtning är jämnt spridd i olika grupper.

Internetanvändarnas övriga medievanor är ännu så länge åldersbetingade i störst utsträckning. Regelbundna användare utnyttjar i högre grad reklamkanaler i radio och TV, och ungdomarna tar också i större utsträckning än andra ungdomar del av dagstidningar. Om

detta är medievanor i förändring eller traditionella åldersfenomen kan endast framtiden utvisa.

Informationsstarka morgontidningsläsare är också mer benägna att söka information på nätet. Reklamkanalnyttjande personer har något större nöjesanvändning på nätet. Man kan ana en informations- och en nöjesgrupp bland Internetanvändare som liknar motsvarande grupper i traditionell medieanvändning. Dagstidningsläsning på nätet var hösten 1997 inte särskilt utbredd. Aftonbladet - som var den första svenska dagstidningen i nätutgåva - hade störst publik. Ett läsarmönster liknande det för papperstidningar kan skönjas: ungdomar läser kvällstidningar, äldre personer morgontidningar.

Resultaten i rapporten visar på en utveckling av Internet mellan 1996 och 1997, både vad gäller utbredning och användning. De skillnader som funnits mellan olika grupper i befolkningen kvarstår i stort sett. Eftersom Internet är en ny kanal i det svenska medielandskapet, åtminstone för det stora flertalet, finns små jämförelsemöjligheter. Dessa finns istället i framtiden, och fortsatt forskning kring användningen och funktionerna ger oss tidsserier och möjlighet att se hur utvecklingen fortskrider. Avslutningsvis förs en diskussion kring vad denna utveckling skulle kunna komma att betyda i ett längre perspektiv.

5.2 Informationsklyftor?

Debatten kring Internet finns där hela tiden, i alla möjliga avseenden, både vad gäller tillgång, användning och inte minst innehåll. Vad är det som händer i vårt samhälle? Osäkerheten är stor hos många. IT och Internet har ingen lång historia att luta sig mot, och branschen utvecklas hela tiden.

"Ingen gång har vi startat i ordning och hamnat i kaos. Vi har hela tiden på slingrande stigar rört oss allt djupare in i en alltmer sammansatt tillvaro. I början har vi dragit mot kaos, men under resan skapat oss allt mer solida modeller för hur vi ska inrätta vår tillvaro./.../ Omställningarna har aldrig varit smärtfria." (IT-kommissionen rapport 8/98:10)

Skapas det klyftor mellan dem som har, respektive inte har, tillgång? Man måste fråga sig om det är spridningen av mediet - persondator med Internet - i sig som är den springande punkten, eller om det är själva användandet som skapar eventuella klyftor. Man kan, enligt min mening, se på klyftor från två håll: ur samhällets och ur individens synvinkel.

5.2.1 Klyftor ur samhälls- och synvinkel

Först och främst kan man konstatera det självklara: de tekniska förutsättningarna för spridning till samtliga svenskar finns redan där, i den befintliga infrastrukturen, nämligen telefonnätet. Detta garanterar dock inte tillgång för alla eftersom denna är beroende bland annat av individernas ekonomiska situation. Som visats i tidigare avsnitt påverkas spridningen av nya teknologier av en rad faktorer på olika samhälls- och individuella nivåer. Om vi börjar på makronivån - i samhället - är det tex i de stora städerna och i universitets- och

högskolestäder som det finns IT-företag och kunskapsföretag som använder sig av dator-kommunikation och Internet. Tillgängligheten och vanan, eller i vart fall kunskapen om Internet är mer utbredd här. Näringsstrukturen kan ha betydelse för spridningen, även om den inte säger något om användningen, menar Österman mfl (1997). Det framkommer ju också i datamaterialet för den här rapporten att spridningen är större i större städer.

Vidare utgör skolan en viktig påverkansfaktor för spridningen, och bakom detta finns i viss utsträckning politiska beslut på olika nivåer. Följden blir att spridningstempot ökar i högre takt i yngre åldrar än vad som annars förmodligen hade varit fallet. Den tredje IT-kommissionen menar i sin slutrapport (nr 8/98) att tekniken i sig är ointressant, och att det handlar om att arbeta mot ett kunskapssökande arbetssätt i skolan, där individen tillsammans med andra får ett stort ansvar för att skapa sin egen kunskap. Detta förutsätter dock att alla skolor är uppkopplade och att alla inblandade - lärare, elever och föräldrar - kan och vill arbeta på detta sätt. Om inte är risken stor att vi får se klyftor mellan elever från olika skolor eller till och med klasser i en och samma skola.

Det förs kontinuerligt diskussioner om Internets betydelse i den demokratiska processen. Både för- och nackdelar förs fram. Bland fördelarna ses möjligheten för medborgare att delta i den demokratiska processen, i det att mediet möjliggör kommunikation mellan individer och grupper på både person- och massbasis samt distribution av massinformation direkt från myndigheter till medborgare - med möjlighet till omedelbar respons (jfr IT-kommissionen rapport 8/98, van Dusseldorp, 1998). Medaljens baksida skulle kunna vara att det aldrig sinande informationsflödet medför en informationströtthet som gör att människor tillgodogör sig mindre information än tidigare, vilket Høyer (1989) påtalat. Scenariot med Internet som "moderator" i den demokratiska processen förutsätter dock ett uppkopplat folk (jfr Hedman, 1998b:216ff), och IT-kommissionen ser som en av de viktigaste frågorna att alla i Sverige får tillgång till Internet.

Man kan vidare tänka sig att det får betydelse att partier, organisationer och offentliga organ/myndigheter börjar kommunicera med befolkningen via Internet. Den sneda spridningen och användningen av Internet som finns idag skulle kunna få demokratiska konsekvenser om normen för tillgång till samhällsinformation och för offentlig debatt blir Internet. Kanske kommer personer utan dator inte att omfattas av demokrati och yttrandefrihet. Kanske leder snedfördelningen till att vi mister offentligheten. Individuella medieval skulle kunna göra det svårt att organisera en offentlig debatt som når alla (Høyer, 1989). Men debatten handlar inte bara om fysisk tillgång och användning. Internetanvändning förutsätter att man behärskar skriftspråk, vilket utesluter vissa grupper, tex dyslektiker.

Det finns också en sociokulturell aspekt på Internet. Traditionellt har massmedia skapat gemensamma referensramar för oss. Radio och TV i traditionell form har bundit samman nationer - vi har alla, framför allt före reklamkanalernas intåg, tagit del av samma program samtidigt, varit förväntansfulla inför program och diskuterat dem efteråt. Internet kan, genom sitt skapande av subkulturer och individuella plattformar leda till fragmentarisering av samhället. Individerna kan själva bestämma vilka virtuella omgivningar de vill vistas i, och därmed lätt isoleras från varandra. Genom det obegränsade utbudet och oberoendet i tid är Internet, i motsats till traditionella medier, en kanal som splittrar publiken. Vad kommer att hända om medborgare i ett samhälle baserar sina värderingar på av varandra helt obero-

de, individuella plattformar? (jfr Ehlers, 1994, Hanssen, 1996). Något svar på den frågan finns helt enkelt inte.

Mot bakgrund av detta är det naturligt med ett stort intresse från statsmakten sida, i Sverige liksom i andra länder: genom IT kan man få ett eftersökt kunskapslyft. Det är viktigt att bevaka spridning och användning och fundera i banor av klyftor, även om den nya informationsteknologin ännu så länge är begränsad på många plan. Statens insatser koncentrerar sig till områden som avreglering och lagstiftning, och stor tyngd läggs vid skolornas hantering av Internet i undervisningen. Parallellt med statens intresse löper också företagets och fackföreningarnas. Många företag erbjuder idag sina anställda någon form av hyrköp av hemdator med förmånliga villkor. De flesta kommuner erbjuder numera sina anställda liknande möjligheter. Sedan några år tillbaka erbjuder också LO sina medlemmar möjlighet till hemdator med multimediapaket mot bakgrunden att de anser att tillgången till dator och Internet är en fråga om demokrati, och att det råder en snedfördelning till medlemmarnas nackdel. I ljuset av detta ter det sig än viktigare att vidare studera vad datorn och Internet används till. Enbart tillgången råder inte bot på eventuella skevheter, utan användningen och funktionerna, vilket argumenterats för i den här rapporten.

5.2.2 *Klyftor ur individens synvinkel*

Så långt klyftor på en samhälls nivå. Skillnader i Internettillgång och -användning kan också få konsekvenser på individnivå, och medierna spelar en stor roll för dessa kunskapskillnader. Frågan om kunskapsklyftor har belysts i många olika sammanhang sedan 1940-talet (jfr Høyer, 1989). Bland medierna har speciellt pressen betraktats som skapare av klyftor, eftersom den som regel innehåller mer information än andra medier. Ett ökat informationsutbud skulle alltså kunna skapa nya eller större klyftor. Detta är synnerligen angeläget vad gäller Internet som ju i stort sett har ett obegränsat informationsutbud.

Kunskapsklyftor kan inte bara öka, utan även minska. De flesta faktorer som bidrar till en snabb spridning, brukar i första steget leda till en ökning av klyftor, sedan till en minskning. Kunskapsgap öppnas ofta i situationer där informationen är ovan och ges i stora mängder, och där tillgängligheten är lättare för vissa grupper än för andra. Tidigt i ett mediums spridningsprocess infinner sig naturligt en åtminstone tillfällig skillnad mellan olika grupper, med dessa skillnader utjämnas ofta över tid. Både press, radio och TV var i sina tidiga stadier "klassmedier innan de blev massmedier" (Høyer, 1989:95).

Man kan göra en klar åtskillnad mellan informationsstarka och -svaga grupper. De starka har genomgående högre inkomst, längre utbildning, är mer föreningsaktiva, deltar mer i det offentliga samtalet. Denna grupp använder också i större utsträckning informationsmedier: press, tidskrift, böcker - än informationssvaga grupper. De är vidare mer målinriktade i sitt val av medieinnehåll, mer intresserade av samhällsinformation, och tar i mindre utsträckning del av veckopress (Høyer, 1989).

Resultaten av Internetfrågorna i 1995-1997 års SOM-undersökningar pekar något i den här riktningen. Vi kan se tendenser till en informationsgrupp som alltså har informationssök-

ning som ett av sina huvudsakliga syften med Internetanvändningen, och som också i stor utsträckning använder morgonpress samt public-servicekanaler i radio och TV. Vi skönjer också en nöjesgrupp som söker förströelse via Internet, och som i större utsträckning än andra använder kvällspress och reklamkanaler i radio och TV.

Den obegränsade tillgången på innehåll skulle kunna leda till att mönstren förstärks - att de informationssökande får fler informationskanaler och att de nöjesinriktade får fler nöjeskanaler. Den ökande mångfalden kan leda till enfald, vilket på sikt kan öka splittringen och kunskapen mellan olika grupper: informationsstarka blir ännu starkare och informations-svaga blir ännu svagare.

Internet skulle å andra sidan kunna komma att utgöra ett tillskott till befintliga medier. Rapporten har visserligen visat att så inte var fallet 1997, men utvecklingen går snabbt och vi vet inte med säkerhet i vilken riktning. Ett eventuellt tillskott från Internet skulle antingen kunna leda till att gamla medieanvändningsmönster förstärks, vilket nämndes ovan. Internet skulle också kunna bidra till att vi får en ny mediepublik som delvis suddar ut de mönster som sedan länge är kända för medieanvändning i olika grupper.

Man kan nu inte bara referera skillnader till sociala bakgrundsfaktorer och mediefunktioner. Materiella skillnader - framför allt inkomst - som naturligtvis på olika sätt hänger samman med sociala faktorer, är också viktiga. Att använda ett medium medför som regel en kostnad, en privatekonomisk investering, i apparaten med tillbehör. I samma takt som persondatorer i sig blir billigare utvecklas de och priserna håller en relativt konstant nivå. Även om konsumenten får mer för pengarna är investeringsnivån densamma, och den är för många människor hög. Det är i den fasen som bla LO alltså vill gå in och underlätta för de medlemmar som inte har möjlighet att själva investera, vilket nämndes tidigare. Moderna datorer har som regel den kringutrustning som behövs för datorkommunikation som standard. Internetabonnemang via modem hos en nätadministratör kostar lite, eller inget. Användningen kostar som mest som telefontaxan för ett lokalsamtal. Sammantaget medför dock kommunikationspaketet en kostnad som inte alla har möjlighet att ta. Men skillnaderna i spridning kan ju också vara uttryck för ett kulturellt motstånd, en ovilja till innehav, och det kan inte pengar och erbjudanden rucka på så lätt.

5.3 *Medieklyftor?*

Internetutbredning och -användning har ökat kraftigt det senaste året. Den sociala snedfördelningen kvarstår: unga och högutbildade ligger långt framme (jfr Rogers, 1995). Det sker både en ökning och en minskning: ökningen har skett mellan yngre och äldre, medan de sociala skillnaderna mellan yngre personer har minskat. Internet är en mångfacetterad kanal på en oändlig skala mellan nytta och nöje, och resultaten visar att det är viktigt att se på *vad* som används, *hur* mediet tar plats i människors vardag samt vilka *funktioner* nätet fyller för publiken. Detta är avgörande för att förstå vilka konsekvenser den sneda spridningen eventuellt kan ge.

Frågan kanske inte enbart gäller informationsklyftor och huruvida Internet och användningen av nätet bidrar till dessa eller inte. Vi kanske ser tendenser till klyftor i ett tidigare led - innan informationen eller medieinnehållet når publiken. Håller det eventuellt på att skapas medieklyftor där skillnaderna kommer att bestå i att använda traditionella eller nya medier? Den här rapporten har visat att Internetanvändningen i många avseenden uppvisar samma mönster som traditionell medieanvändning. De traditionellt informationsstarka och informationssökande grupperna söker information också på nätet, de traditionella nöjesgrupperna roar sig även i cybervärlden.

Vanorna tas med till den nya kanalen och någon revolutionerande förändring vad beträffar informationssökning och i dess förlängning utbredd kunskap har vi ännu så länge inte skymtat. Det ligger nära till hands att tänka sig att Internet i var mans och kvinnas hem visserligen förändrar medievanorna i det att tid och rum blir mindre avgörande för konsumtionen, men i övrigt ser användningen av olika typer av innehåll i stort sett likadan ut som tidigare.

REFERENSER

- Bastabeller från Dagspresskollegiet. Massmediekanaler i hushållen hösten 1997.* Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation, nr 16 1998
- Berggren, Karin och Ingela Lindgren (1995) *Framtidens kommunikation: Frihet i en burk. En vision om medieanvändningen 2010.* Lund, Forskningsrapporter i medie- och kommunikationsvetenskap, nr 13
- Bergström, Annika (1998) *Erfarenheter och intryck från The Worldwide Internet Seminar arrangerat ESO-MAR i januari 1998.* Institutionen för journalistik och masskommunikation, Dagspresskollegiet, PM nr 27
- Bergström, Annika och Weibull, Lennart (1998) Internet - för alla?, i Holmberg, Sören och Weibull, Lennart *Opinionssamhället*, SOM-rapport nr 20. SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Bergström, Annika och Weibull, Lennart (1998b) Internetfunktioner i Väst, i Nilsson, Lennart (red) *Mångfald. Bilder av en storstadsregion.* SOM-rapport nr 21. SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Bucher, Hans-Jürgen och Barth, Christof (1998) Rezeptionsmuster der Onlinekommunikation, i *Media Perspektiven* nr 10
- Christiansen, Birgitte (1996) *IT-brug i hverdagslivet. En kvalitativ interviewundersøgelse om ti menneskers computer- og Internetbrug i privatsfæren.* Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Göteborgs universitet, arbetsrapport nr 66
- Cutler, Neal E och Danowski, James A (1980) Process Gratification in Aging Cohorts, i *Journalism Quarterly*, nr 57
- Dahlén, Micael (1997) Navigating the Never-Ending Unknown - Cruising the Web, i Dholakia, Kruse, Fortin (red) *Harnessing the Power of IT in the New Information Age*, COTIM97 Proceedings
- Djerf, Monika (1986) *Funktioner hos kabel-TV. En studie av massmedieanvändningen i ett kabel-TV-område i Göteborg.* Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet, rapport nr 11
- van Dusseldorp, Monique (1998) *The Future of the Printed Press - challenges in a digital world.* Maastricht, European Journalism Centre
- Ehlers, Sabine (1994) *Det multimediala hemmet.* Utlandsrapport från Sveriges Tekniska Attachéer, Stockholm
- van Eimeren, Birgit och Gerhard, Heinz och Oehmichen, Ekkerhardt och Schröter, Christian (1998) ARD/ZDF-Online-Studie 1998: Onlinemedien gewinnen an Bedeutung, i *Media Perspektiven* nr 8
- Ekström, Karin M (1995) *Children's Influence in Family Decision Making. A Study of Yielding, Consumer Learning and Consumer Socialization.* Göteborg, Graphic Systems
- Fjellman, Erik och Sjögren, Jan (1998) *Nyhetsläsning på Internet : Svenska CNN ur ett användarperspektiv.* Göteborgs universitet, Institutionen för journalistik och masskommunikation, arbetsrapport nr 83
- Fornäs, Johan (1997) *Cybersounds://mening/identitet.* Nordicom-Information nr 2-3
- Hadenius, Stig och Lennart Weibull (1997) *Massmedier. Press, Radio och TV i förvandling.* Bonnier Alba, Falkenberg

- Hanssen, Lucien och Jankowski, Nicholas W och Etienne, Reiner (1996) Interactivity from the Perspective of Communication Studies, i Jankowski, N och Hanssen, L (red) *Contours of Multimedia. Recent technological, theoretical and empirical developments*. Luton, University of Luton Press
- Hedman, Lowe (1998a) Dagspress och facktidningar på Internet - Förutsättningar och förändringar, i Hedman Lowe (red) *Pressen på Internet*. Uppsala: Institutionen för informationsvetenskap, Medier och kommunikation, Uppsala universitet
- Hedman, Lowe (1998b) Den digitala pressrevolutionen, i Hedman Lowe (red) *Pressen på Internet*. Uppsala: Institutionen för informationsvetenskap, Medier och kommunikation, Uppsala universitet
- Hiltz, Star Roxanne och Turoff, Murray (1994) *The Network Nation. Human communication via Computer*. London: The MIT Press
- Høyer, Svennik (1989) *Små samtaler og store medier*. Kristiansand: Universitetsforlaget AS
- IT-kommissionens rapport 8/98, *Nya tider, nya förutsättningar...*
- Jansson, André (1998) Dagstidningsläsningen går upp - men ändå inte, i Holmberg, Sören och Weibull, Lennart *Opinionssamhället*, SOM-rapport nr 20. SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Johansson, Sophie (1998) SOM-undersökningen 1997 - genomförande och utfall, i Holmberg, Sören och Weibull, Lennart *Opinionssamhället*, SOM-rapport nr 20. SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Kratz, Charlotta och Weibull, Lennart (1993) *Den lokala morgontidningen. En sammanställning baserad på Dagspresskollegiets studier*. Göteborg: Institutionen för journalistik och masskommunikation, Dagspresskollegiet, PM nr 19
- Kratz, Charlotta (1994) Mediemöblemang 1986 och 1993, i Holmberg, S, Weibull, L (red) *Vägval*. Göteborg: SOM-Institutet, Göteborgs universitet
- Kratz, Charlotta (1995) Mediemöblemang, i Weibull, Lennart och Kratz, Charlotta (red) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*; Kungälv
- Mediebarometern 1997 (1998) Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet
- Morley, David (1992) *Television Audiences and Cultural Studies*. London, Routledge
- Nilsson, Anders (1997) *Informationsvanor i förändring*. Nordicom-Information nr 2-3
- Poster, Mark (1998) Cyberdemokrati - Internet och det postmoderna subjektet, i Hemer, Oscar och Nilsson, Jan-Olof (red) *iTransformation. Kulturen i den virtuella staden*. Lund, Ægis Förlag
- Reberg, Mikael (1998) Lokala medier och elektronisk publicering, i Hedman Lowe (red) *Pressen på Internet*. Uppsala: Institutionen för informationsvetenskap, Medier och kommunikation, Uppsala universitet
- Reimer, Bo (1994) *The Most Common of Practices. On Mass Media Use in Late Modernity*. Stockholm
- Reimer, Bo (1998) TV-tittande och TV-funktioner, i Holmberg, Sören och Weibull, Lennart *Opinionssamhället*, SOM-rapport nr 20. SOM-institutet, Göteborgs universitet
- Rogers, Everett M (1995) *Diffusion of innovations*. New York, Free Press
- Rubin, Alan M (1985) Media Gratifications Through the Life Cycle, i Rosengren K E, Wenner L, Palmgreen P (red) *Media Gratifications Research*. London, Sage Publications

- Severinsson, Ronny (1987) *Den nya framtiden - TV via satellit och kabel*, Göteborgs universitet: Avdelningen för masskommunikation, rapport nr 13
- SIKA Rapport 1998:4 *IT-utvecklingen och transporterna 2. Redovisning av en kommunikationsundersökning 1997*
- Stephenson, William (1967) *The Play Theory of Masscommunication*. London, The University of Chicago Press
- Stipp, Horst (1998) Wird der Computer die traditionellen Medien ersetzen? I *Media Perspektiven* nr 2
- Strid, Jan (1995) Tidningsformatets roll, i Weibull, Lennart och Kratz, Charlotta (red) *Tidningsmiljöer. Dagstidningsläsning på 1990-talet*; Kungälv
- Svennevig, Michael (1998) Evolution, Not Revolution. The Future of Broadcasting in United Kingdom, i *Electronic Media and Measurement Trends - on a Collision Course?* ESOMAR/ARF Worldwide Electronic and Broadcasting Audience Research Symposium 1998. Amsterdam, Esomar
- Taylor, Emma (1998) Aftonbladet på papper och online, i Hedman Lowe (red) *Pressen på Internet*. Uppsala: Institutionen för informationsvetenskap, Medier och kommunikation, Uppsala universitet
- Turkle, Sherry (1997) *Leva Online*. Stockholm: Norstedts
- Weibull, Lennart (1992) Hur videon etablerades i Sverige, *Medienotiser*, Nordicom-Sverige nr 3
- Weibull, Lennart (1997) IT och det nya medielandskapet, i Carlsson, U, Bucht, C (red) *MedieSverige 1997. Statistik och Analys*. Nordicom-Sverige
- Weibull, Lennart (1997b) IT-den nya mötesplatsen i Holmberg, Sören och Lennart Weibull (red) *Ett missnöjt folk*, Göteborg: SOM-institutet, rapport nr 18
- Verhoeff, Mia (1998) De som vågar - Helsingborgs Dagblad och Sundsvalls Tidning, i Hedman Lowe (red) *Pressen på Internet*. Uppsala: Institutionen för informationsvetenskap, Medier och kommunikation, Uppsala universitet
- Windahl, Sven och Signitzer, Benno (1992) *Using Communication Theory. An Introduction to Planned Communication*, London. Sage
- Österman, Torsten (1997) Våra värderingar och Internet. Vem påverkar vem? i Carlsson, U och C Bucht (red) *MedieSverige 1997. Statistik och Analys*. Nordicom-Sverige
- Österman, Torsten och Timander, Joachim (1997) *Internetanvändningen i Sveriges befolkning. Utvecklingen av attityder och användningen beträffande vissa tekniska hjälpmedel (Internet, dator, modem, CD-ROM och mobiltelefon)*, TELDOK rapport 115, Stockholm