KUNGL TEKNISKA HÖGSKOLAN
Royal Institute of Technology
Numerical Analysis and Computing Science

TRITA-NA-D0008 • CID-94, KTH, Stockholm, Sweden 2000

Stockholmsungdomars Internetanvändning

Peter Petrov

CID
Centre for
User Oriented IT Design

Peter Petrov

Stockholmsungdomars Internetanvändning

Report number: TRITA-NA-D0008, CID-94
ISSN number: ISSN 1403-073X
Publication date: February 2000

E-mail of author: ppetrov@nada.kth.se
URL of author: http://www.nada.kth.se/~ppetrov

Reports can be ordered from:
CID, Centre for User Oriented IT Design
Nada, Dept. Computing Science
KTH, Royal Institute of Technology
S-100 44 Stockhom, Sweden
telephone: + 46 8 790 91 00
fax: + 46 8 790 90 99
e-mail: cid@nada.kth.se
URL: http://www.nada.kth.se/cid/

Innehåll

Abstract 3

Inledning och syfte 5

I. Stockholmsungdomars Internetanvändning - empiriska resultat 7
Metod 7
Internet och kön 8
Samhällsinformation på Internet 20

II. Internets framväxt i ett bredare samhällsperspektiv 35
Om pressens rapportering av Internets framväxt 35
Internet och kvinnor 37
Internet och de traditionella medierna 41
Internet och den demokratiska debatten 43
Internet och den globala ekonomin 46

III. Diskussion av undersökningsresultaten 53
Internet och genus 53
Internet och samhällsinformation 61

Referenser 63
Noter 64

Peter Petrov

Stockholm Youth's Use of the Internet

Abstract

This report presents figures of an enquiry with 260 young people at high school – about 17 years old – from 12 schools in the community of Stockholm about their use of IT and other media. The purpose of the study is to find correlation patterns between the respondents' use of computers and Internet on one hand and other activities and valuations on the other.

The results show that computers and Internet are very widely spread among the participants in the study – in principle all have access to the Internet at school and most of them also in their homes. However, there is a considerable variation in the respondents' use of Internet – both when it comes to the amount (frequencies and time spent), the content and the attitudes towards the medium. Among other things, the difference between girls' and boys' relations to IT is significant. Many of Internet's popular fields of application could be named 'male', for instance most of the computer games. But many girls are assiduous IT-users within some concrete fields (for example use of e-mail, search for different kinds of information on the Net, etc.). Generally, computers and Internet are mainly used for entertainment and pleasure, besides writing school tasks and personal e-mails.

Only a little group of the respondents are regularly doing Net searches within science, literature, politics, economy and other areas of importance in society. Compared to other media, Internet is conceived as the most important source of knowledge and information by the boys. This is valid not least for those who never seek scientific and social information (within politics, economy, etc.) on the Internet, something suggesting that the notion of 'knowledge' has shifting meanings for different groups of people. For girls books are the most important source of knowledge and information.

The differences in the young people's use of computers and Internet – not least when it comes to the concrete functions of IT and the type of content – depend in first place on other factors than access to IT-equipment, which is relatively equally spread in different subgroups of the sample. There is, thus, no evidence that Internet as a medium contributes to increased democracy. Similar differences exist in the teenagers' other media use, leisure activities and valuations, which in their turn can be derived from socio-cultural variables, including the socially constructed gender. Such variables have more decisive importance for people's dispositions and explain a large part of their interests and activities, including the amount and the content of their use of IT.

The patterns of values and activities of the group studied are related, in the report, to those of other groups of the population, facts that are based on newspaper articles and some scientific reports and theories - in an attempt to find more fundamental explanations of the growth of the new media and their interplay with people's valuations and activities.

Inledning och syfte

I denna rapport presenteras resultat av en enkätundersökning med 17-åriga Stockholmsungdomar om deras användning av IT och andra medier. Målet med undersökningen är att finna sambandsmönster mellan respondenternas användning av datorer och Internet å ena sidan och övriga aktiviteter och värderingar å den andra, samband som kan tjäna som en empirisk ram för mer grundläggande förklaringar av de nya mediernas framväxt och utveckling. Studien kommer att användas i en doktorsavhandling som författaren till denna rapport avser att lägga fram vid Institutionen för kultur och medier, Umeå universitet.

De begränsningar som urvalet och frågornas beskaffenhet innebär (se Metod nedan) tillåter inte att exakta mått redovisas för de undersökta ungdomarnas IT- och medieanvändning och (naturligtvis) inte heller för hela befolkningen i Stockholm eller i Sverige i stort. Inte desto mindre är det intressant att relatera den undersökta gruppens handlingsmönster till andra befolkningsgruppers etc. i ett bredare perspektiv. Jag har i tidigare skrifter diskuterat en rad viktiga metodologiska aspekter förknippade med kvantitativa urvalsstudier som gör det svårt att extrapolera en studies resultat till en annan, även om många företagsanalytiker och beslutsfattare liksom samhällsdebattörer gör detta i sin strävan att finna vetenskapliga stöd och argument för sina påståenden i de diskurser där de engagerar sitt intellekt. I den andra delen av denna rapport tar jag bl a upp några signifikanta exempel på pressens rapportering av undersökningsresultat som har relevans för de aspekter av IT som står i fokus för denna rapport**.**

Frågeformuläret i ungdomsundersökningen innehåller ett stort antal frågor som motsvarar ca 440 statistiska variabler. I denna rapport fokuseras två dimensioner av ungdomarnas IT-användning. Flera resultat kommer att redovisas i kommande skrifter, bl a i samband med en uppföljande studie med djupintervjuer med ungdomar från den aktuella målgruppen. Undersökningen kommer också att relateras till en mer omfattande, riksrepresentativ studie med hela befolkningen, en studie som leds av professor Olle Findahl, Institutionen för kultur och medier, Umeå universitet, och där författaren till denna rapport kommer att medverka.

I. Stockholmsungdomars Internetanvändning - empiriska resultat

Metod

Resultaten i denna rapportens första del bygger på en datainsamling med 260 gymnasieungdomar i årskurs 2 i tolv klasser i olika skolor i Stockholms kommun.

Klasserna valdes från Skolverkets statistik över samtliga stockholmsskolor med hänsyn tagen till studieprogram - olika praktiska och teoretiska inriktningar - samt skolans geografiska/socioekonomiska område. Fem av klasserna var teoretiska, varav tre från ’elitgymnasier’ i högstatusområden (jfr Börjesson och Palme 1999) - en med naturvetenskaplig inriktning och två med samhällsvetenskaplig. De övriga två teoretiska klasserna - en med inriktning på naturvetenskap och en på samhälle/ekonomi - tillhörde skolor i lågstatusområden, varav en i ett invandrartätt område.

De övriga sju klasserna hade följande inriktning: IT/telekommunikation, medieprogrammet, estetiska programmet, handel och administration, el-programmet, energiprogrammet, hantverksprogrammet.

Urvalsdragningen och datainsamlingen gjordes i samarbete med Kajsa Virgin, D-student vid JMK, Stockholms universitet, som avser att skriva sin magisteruppsats på delar av materialet.

Datainsamlingen genomfördes i form av gruppenkäter under skoltid mellan den 27 september och 11 oktober 1999. Med ett par undantag besvarade samtliga närvarande elever enkäten. Tack vare förhandskontakter togs undersökningen på allvar av skolledningarna vilket också resulterade i goda svarsfrekvenser - bortfallet bestod så gott som endast av de som för tillfället var sjuka o dyl. Internbortfallet - utelämnade svar på enstaka frågor i enkäten - var mycket lågt.

Det är viktigt att understryka att urvalet är litet och består av elever i tolv strategiskt utvalda klasser. Detta innebär att urvalet inte är representativt och att resultaten, utifrån statistisk teori, inte kan generaliseras till en större population.

En detaljerad redovisning av urvalets sammansättning planeras att redovisas i en mer omfattande rapport, där ytterligare data om IT-användning kommer att tas upp.

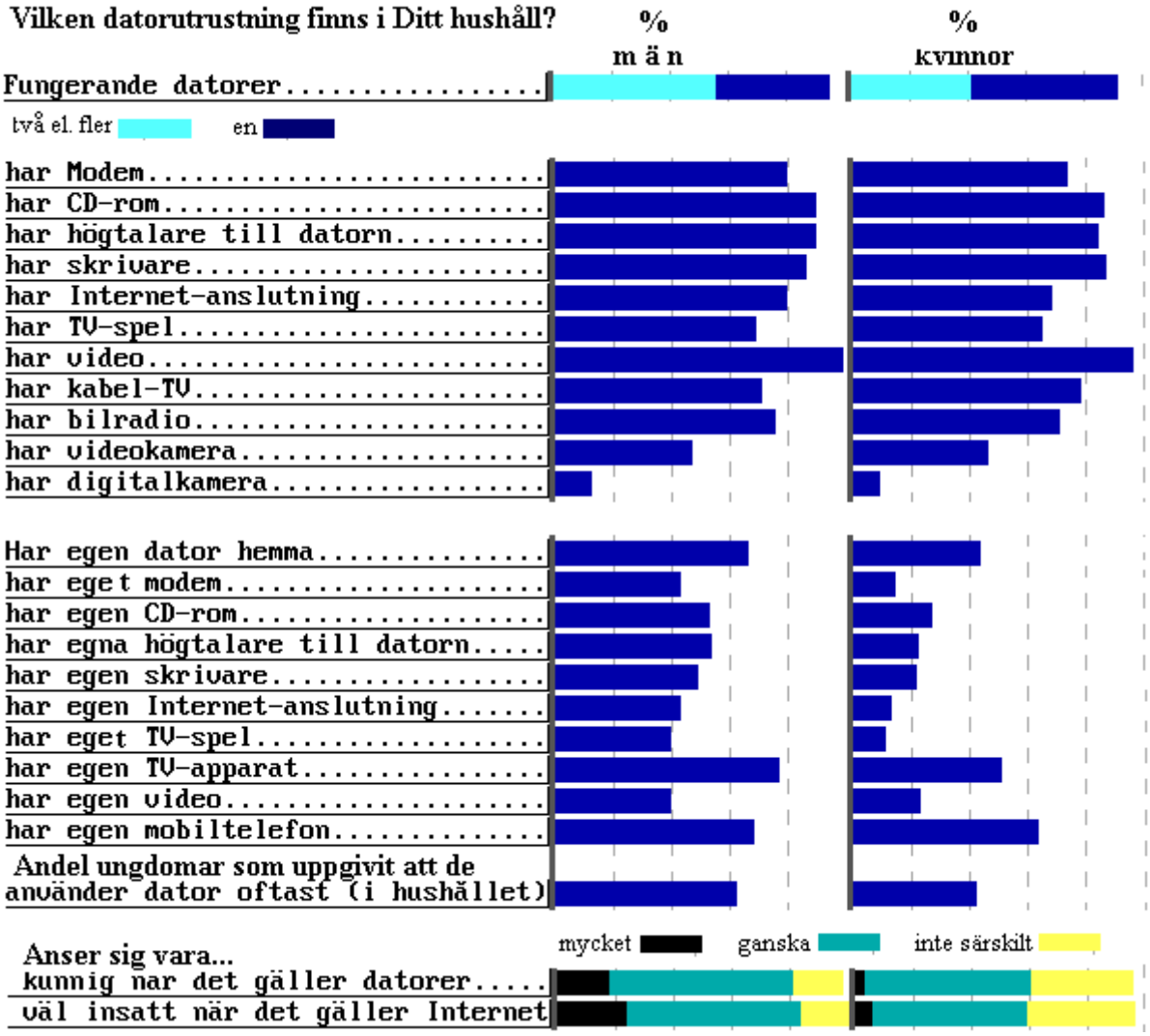
Av resultatpresentationen i det följande framgår en stor del av de frågor som ingick i enkäten. Svaren på de allra flesta frågorna har mätts med intervallskalor eller ordinalskalor, vilket gör att man med fördel kan tillämpa analysmetoder som förutsätter sådana data, t ex Pearsons korrelationskoefficient och faktoranalys som använts i den här redovisningen. Sambanden som lyfts fram i texten har även kontrollerats för inflytande av andra kända bakgrundsvariabler, inte minst de som blivit snedfördelade i urvalet; sådana samband finns alltså oberoende av dessa variabler.

Internet och kön

Först presenteras en jämförande analys av pojkars och flickors svar på (huvuddelen av) frågorna som ingår i undersökningen. På bilderna har i vissa fall tagits upp endast de variabler som uppvisar betydande skillnader mellan de båda könens svar.

Mot bakgrund av att vid min första Internet-utredning (Petrov 1997) flera forskare – från det akademiska fältet såväl som från den privata IT-branschen – ifrågasatte Internets betydelse och potential för spridning (en expert från Ericssons MediaLab trodde exempelvis att mediet skulle spridas snabbt bland ca 30% av hushållen, varefter utvecklingen skulle avstanna), är det intressant att konstatera att nästan ¾ av ungdomarna som deltagit i vår undersökning har tillgång till Internet i sina hem. Andelen är dock lägre bland flickor med invandrarbakgrund och högre bland pojkarna som oftare har tillgång även till annan datorutrustning som de dessutom mycket oftare än flickorna har själva – dvs har i sitt eget rum eller är ensamma användare till. Det bör dessutom understrykas att de allra flesta av ungdomarna (96% pojkar resp. 90% flickor) har tillgång till datorer i sina hem. Svaren på två andra frågor som inte redovisas här ger vid handen att pojkarna i allmänhet fått anslutning till Internet i sina hem tidigare och börjat använda mediet tidigare än flickorna. Det förefaller som om en manlig tonåring ofta har varit den avgörande faktorn för familjens anskaffande av Internet och annan avancerad IT-utrustning.

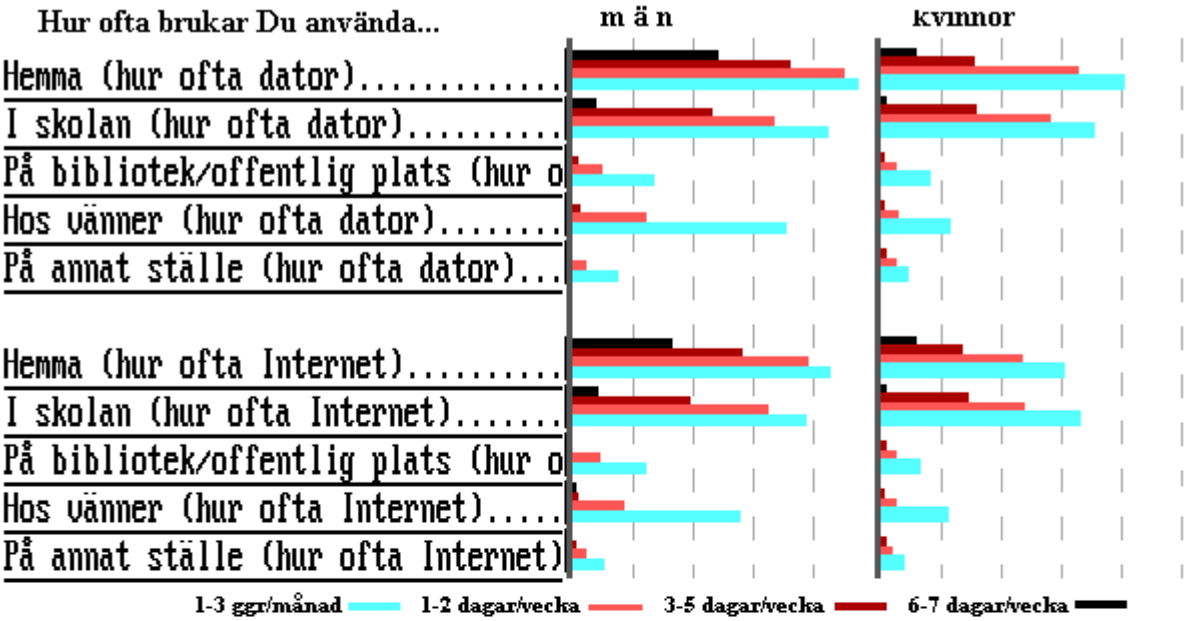
Pojkarna anser sig mycket oftare än flickorna välinsatta i datorfrågor i allmänhet liksom i Internets olika användningsområden. Nästan två tredjedelar (mot knappt en tredjedel av flickorna) anser att de behärskar datortekniken bäst i sina respektive familjer. Dataanalyserna visar också att de i allmänhet har börjat att använda Internet betydligt tidigare än flickorna. Pojkarna har också mycket oftare (plattform för) tv-spel, vilket kanske förklarar den lägre andelen flickor med tillgång till tv-apparat i det egna rummet. Det faktum att flickor mer sällan sagt att de har fax i hushållet kan bero på att en större andel av dem inte vet att dator utrustad med modem lätt kan användas som telefax.

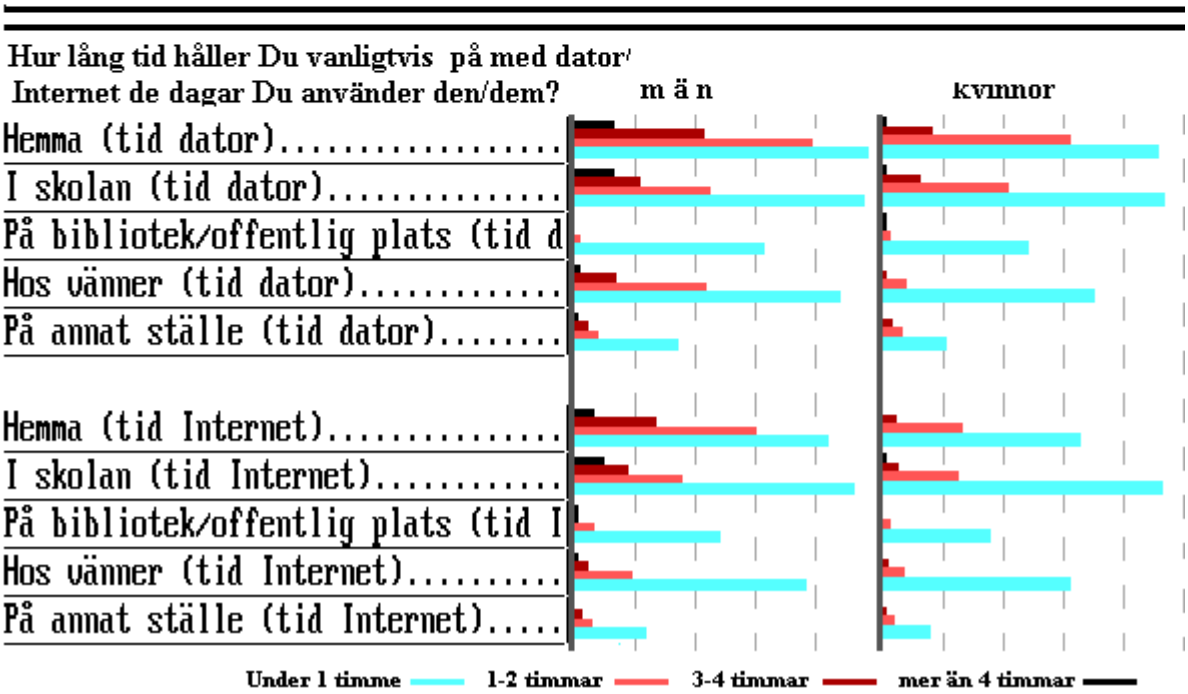


OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

De betydande skillnader som föregående bild uppvisar finns kvar efter kontrollanalyser med hänsyn tagen till det ojämna urvalet, t ex ifall man utesluter från körningen elever från IT-programmet - samtliga män - vilka förväntas vara frekventare användare av IT, liksom när man håller kontroll på studieprogram (teoretiskt/praktiskt), på föräldrarnas utbildning, yrke och/eller nationalitet. Alla dessa sistnämnda bakgrundsvariabler uppvisar samband med vissa av de studerade frågorna, dock i mycket lägre grad än kön – åtminstone när det gäller innehav av och användning av IT och Internet (för våra gymnasieungdomar).

Det faktum att pojkarna i större utsträckning äger IT-utrustning och har tillgång till (egen) Internetanslutning, liksom deras större självförtroende när det gäller dator- och Internetkunskaper tyder på ett uttalat större intresse för IT i allmänhet och Internet i synnerhet, vilket avspeglar sig i deras användning av dessa medier – både när det gäller frekvens och användningstid. Skillnaderna är påfallande särskilt när det gäller IT-användning i hemmet och hos vänner – nästan hälften av killarna säger sig använda dator dagligen i hemmet mot drygt 10% av flickorna. Och då använder de i snitt datorerna resp. Internet under mycket längre tid än flickorna. Förhållandet mellan de båda könen blir mer jämlikt när det gäller användning av IT i skolan (både avseende frekvens och tidslängd).



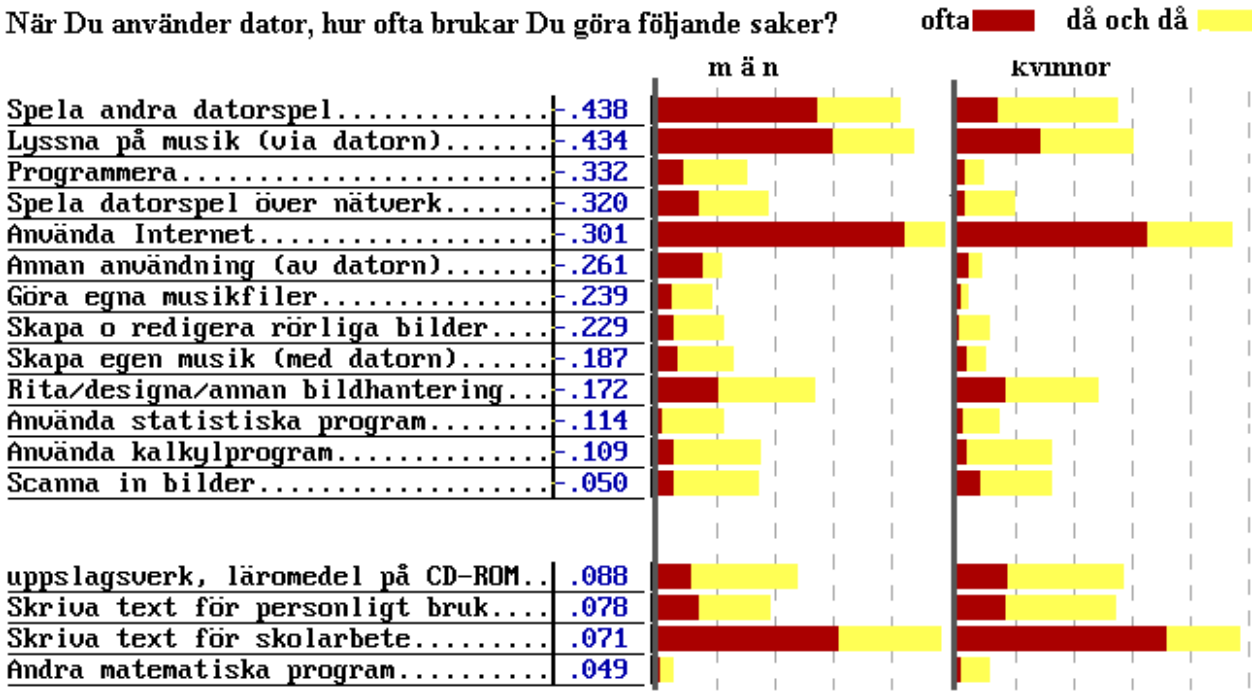


OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

I denna rapport använder jag svaren på frågorna om användningstid endast som analytiska variabler för att jämföra olika grupper av urvalspersonerna och för att studera sambanden mellan användningen av olika medier och avstår från att presentera genomsnittlig tid för användning av IT eller för övriga medier, eftersom dessa mått är starkt relaterade till frågans formulering och typen av datainsamling (se Petrov 1996).

I undersökningen ställde vi en rad frågor om inriktningen på ungdomarnas IT- och Internetanvändning. Av bilden nedan framgår att datorerna används oftast och av de flesta ungdomar för (att skriva text för) skolarbete, för Internet, för datorspel samt som ersättning för CD-spelaren. Inom de tre senare användningsområdena dominerar pojkarna men det finns inte några starka samband mellan de båda könens svar när det gäller att skriva text för skolarbete, även om staplarna visar något högre användning bland flickor. Det är inte heller några stora skillnader mellan de båda grupperna när det gäller en rad andra, "smalare", områden - att skriva text för personligt bruk, användning av uppslagsverk eller läromedel på CD-ROM, av kalkyl-, statistiska och andra matematiska program (Excel och datorns kalkylator är de program som respondenterna främst använder och till viss del även bildhantering – scanna in bilder, rita och/eller designa. I övrigt bör påpekas att det är betydligt flera pojkar som programmerar eller gör egna musikfiler med hjälp av datorn, även om det handlar om låga andelar.

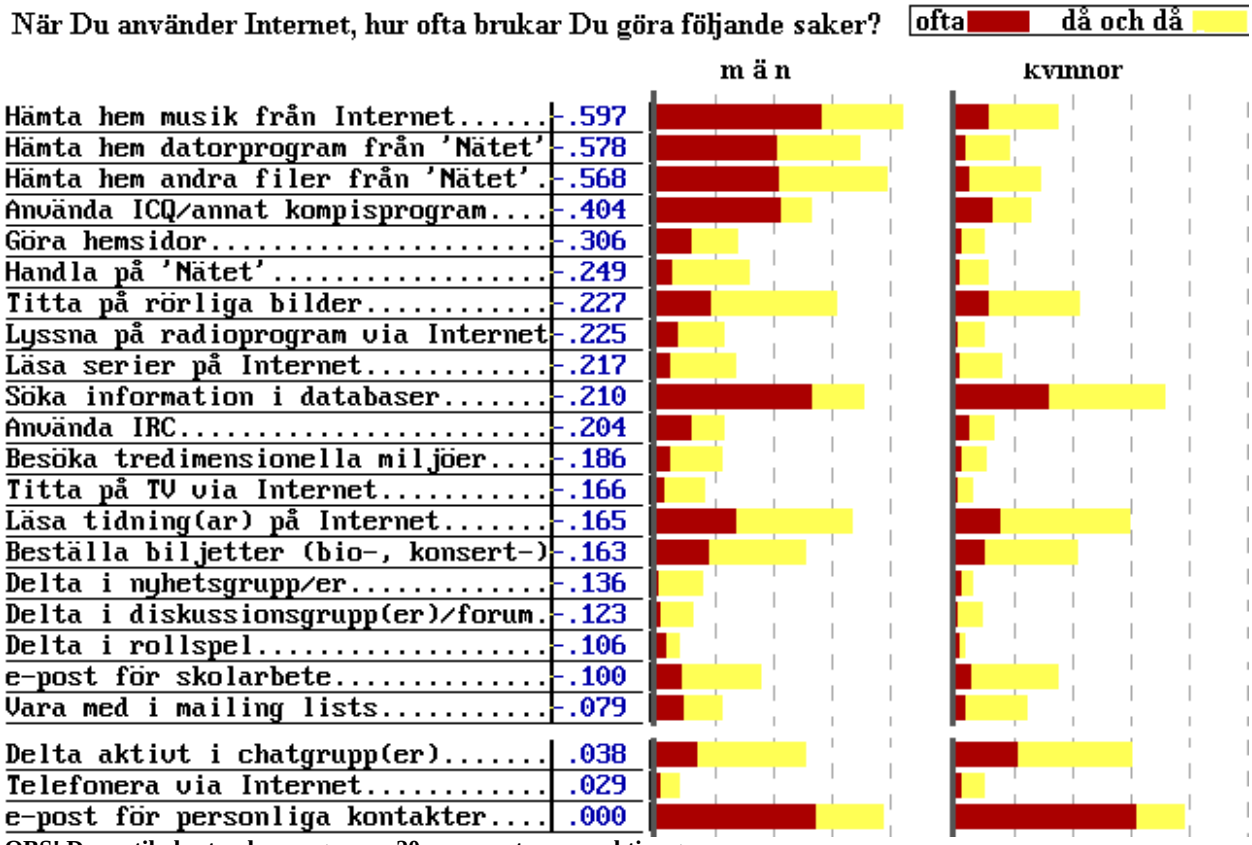
OBS ! Siffran till vänster om staplarna på varje rad anger Pearsons korrelationskoefficient som i detta och följande exempel anger styrkan på sambandet mellan kön och variabeln som presenteras på respektive rad.



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Som framgår av följande bild domineras flera av Internets breda användningsområden stort av männen – att hämta musikfiler, datorprogram eller andra filer från nätet, liksom att använda ICQ eller IRC. Det är dock flera flickor än pojkar, särskilt ifall analysen begränsas till ungdomar med svenska föräldrar, som uppgett att de deltar aktivt i chatgrupper.

E-post som medium för personliga kontakter är Internets bredaste användningsområde bland ungdomarna av båda könen. En stor andel av ungdomarna säger alltså att de ofta söker information i databaser. Det bör dock påpekas att denna aktivitet förekommer mer sällan bland flickor med invandrarföräldrar. Det finns ingen signifikant skillnad mellan de båda könen när det gäller innehav av e-postadress.



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

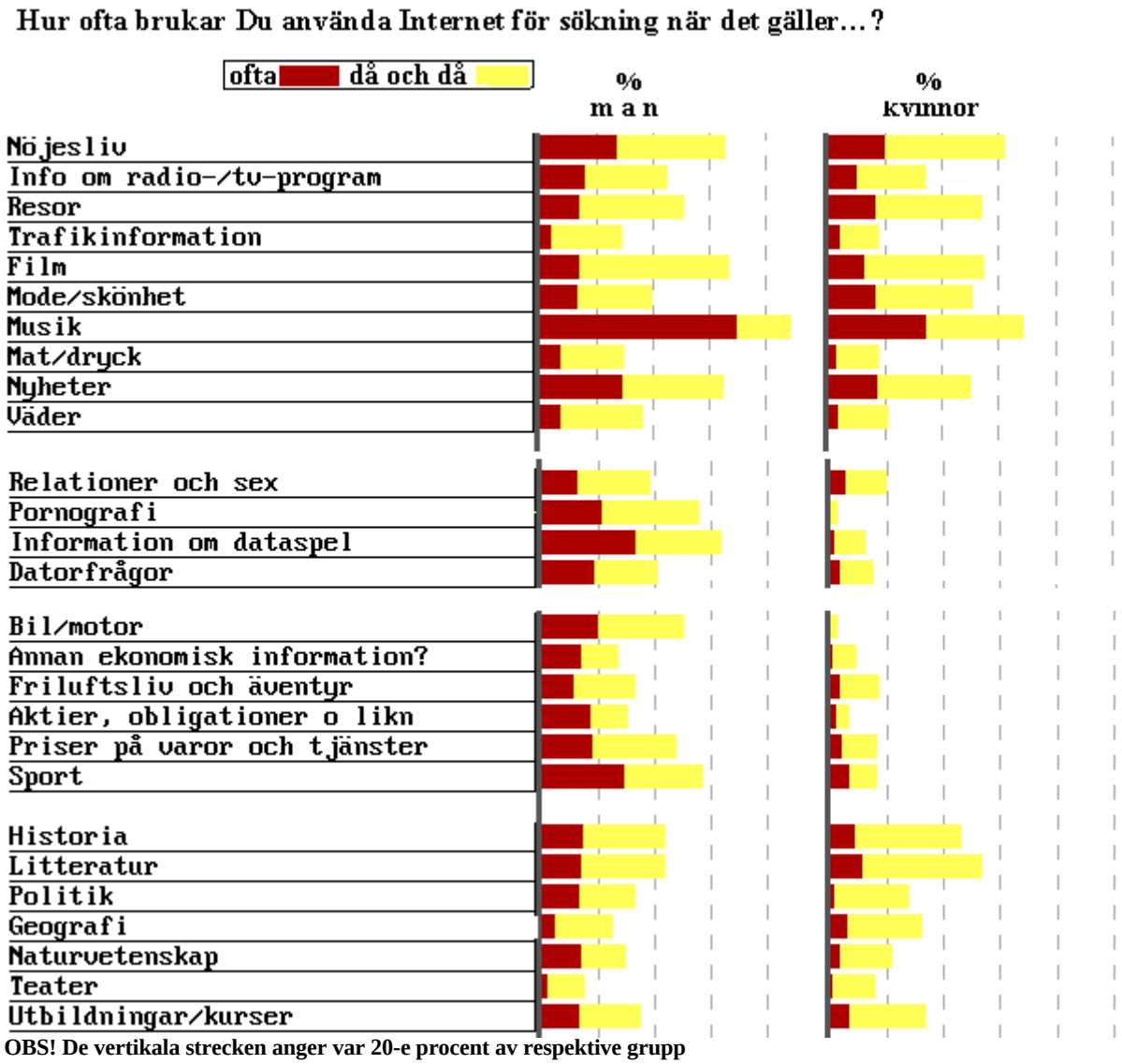
Det har skrivits mycket om Internet som källa för kunskap och information. Av nästa bild framgår hur stor andel av deltagarna i vår undersökning som har använt Internet för sökning inom ett trettiotal områden. Förebilden till denna fråga – med i stort sett samma svarsalternativ - ställdes i Mediebarometerns datainsamlingar för 1996-97, där respondenterna emellertid tillfrågades huruvida de överhuvudtaget sökt denna typ av information på Internet, troligen p g a att en relativt låg andel av den svenska befolkningen (ca 40 procent) överhuvudtaget hade prövat Internet för tre-fyra år sedan.

Eftersom pojkar är mycket flitigare användare av Internet generellt blir man inte förvånad över att de också oftare söker information inom de flesta områdena – vare sig det handlar om nöje, kunskap eller praktisk nytta. Könsskillnaderna är särskilt stora när det gäller information om datorspel, annan data- och teknisk information (bil, motor), sport och inte minst pornografi. Det finns knappast någon flicka som säger sig ha sökt porr på Nätet medan nästan 60 procent av killarna erkänner att de brukar göra det åtminstone då och då – ca en femtedel gör det ofta eller alltid när de använder Internet. Detta är värt att påpeka, trots att resultaten även här är "precis som man förväntar sig", eftersom männen är huvudsakliga producenter och användare av pornografiskt innehåll också i de traditionella medierna.

Betydligt flera pojkar än flickor har också uppgivit att de söker ekonomisk information på Internet, inte minst i fråga om aktier, obligationer o likn. (Intresset för ekonomiska frågor korrelerar också starkt med en rad områden som här benämnts *samhällsinformation* – se längre fram i rapporten.)

Det är å andra sidan värt att påpeka att det inte finns signifikanta skillnader mellan pojkar och flickor beträffande sökning inom vissa områden som förknippas med underhållning och nöje, liksom inom en del områden med samhällsrelevans som t ex historia, geografi, utbildningsfrågor o likn. Det är t ex betydligt flera flickor än pojkar med svenskfödda föräldrar som uppgivit att de söker den typen av information, även om det är flera pojkar som gör det ofta.

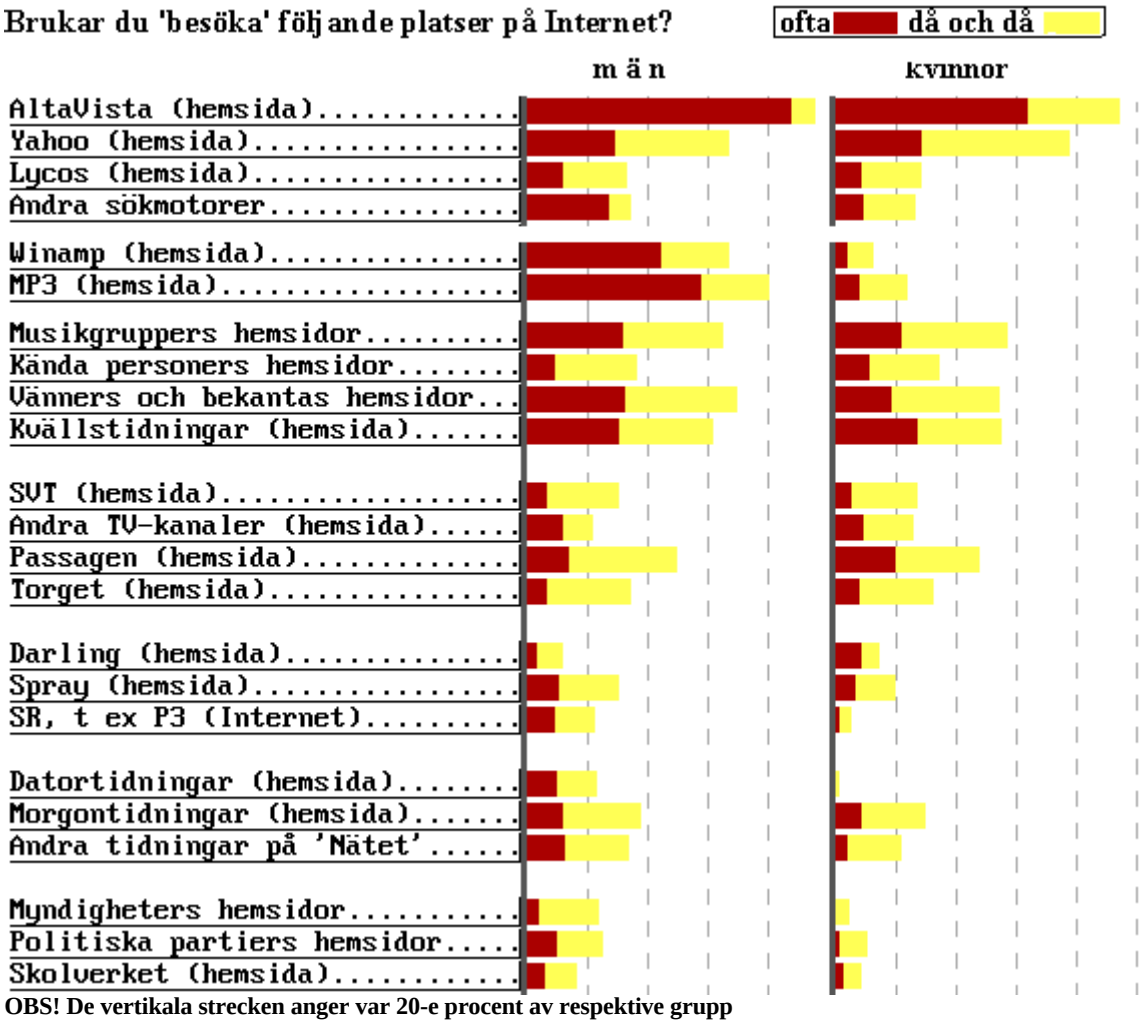
Det kan vidare nämnas att nyheter – och främst information om resor, nöjesliv och film - är andra ämnen där relativt många ungdomar av båda könen söker information.



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

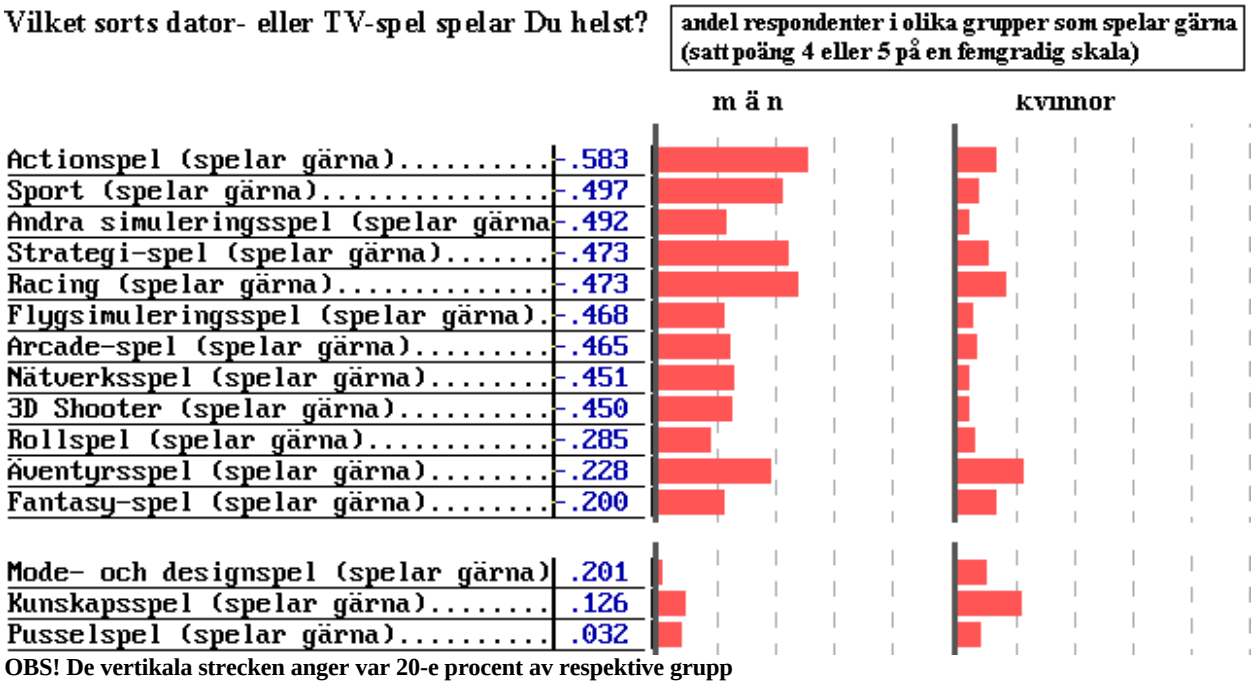
Föregående bild antyder att musik kanske är det viktigaste ämne som attraherar ungdomarna till Internet. Av nästa bild framgår mer konkret att pojkar och flickor surfar ungefär lika ofta till musikgruppers hemsidor o likn. Men pojkarna besöker och använder i mycket större utsträckning MP3s och Winamps hemsidor.

Av den här mer konkreta frågan framgår vidare att pojkar oftare besöker myndigheters, politiska partiers, SRs, morgontidningars och andra hemsidor där man kan ta del av aktuell samhällsinformation. (OBS! Sambandet gäller bara ungdomar med svenskfödda föräldrar!) medan flickor (minst) lika ofta besöker hemsidor som i större utsträckning innehåller nöjesinformation som kvällstidningars, Darlings (Sprays ungdomstidning) och kända personers hemsidor.

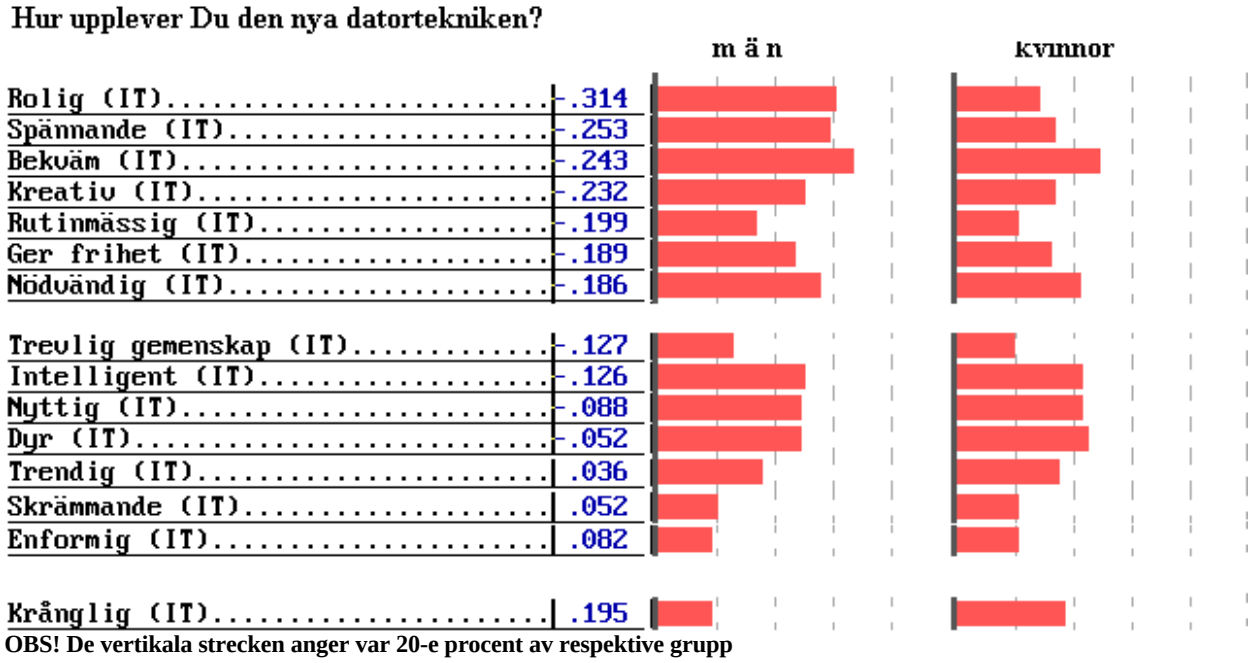


OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Av tidigare redovisade resultat från vår undersökning liksom av flera andra studier har framgått att pojkar generellt i mycket större utsträckning än flickor använder dator- och tv-spel. För att nyansera bilden ställde vi i vår undersökning en särkskild fråga om hur gärna ungdomarna spelade olika typer av sådana spel. Av bilden nedan framgår att det är fler flickor än pojkar i vårt urval som gillar mode- och designspel och (delvis även) kunskapsspel. Det finns inga signifikanta skillnader mellan könen när det gäller pusselspel. (I alla tre fallen handlar det emellertid om få personer som är positiva till sådana spel). I övrigt framstår dator- och tv-spel genomgående som ”pojkarnas grej”.

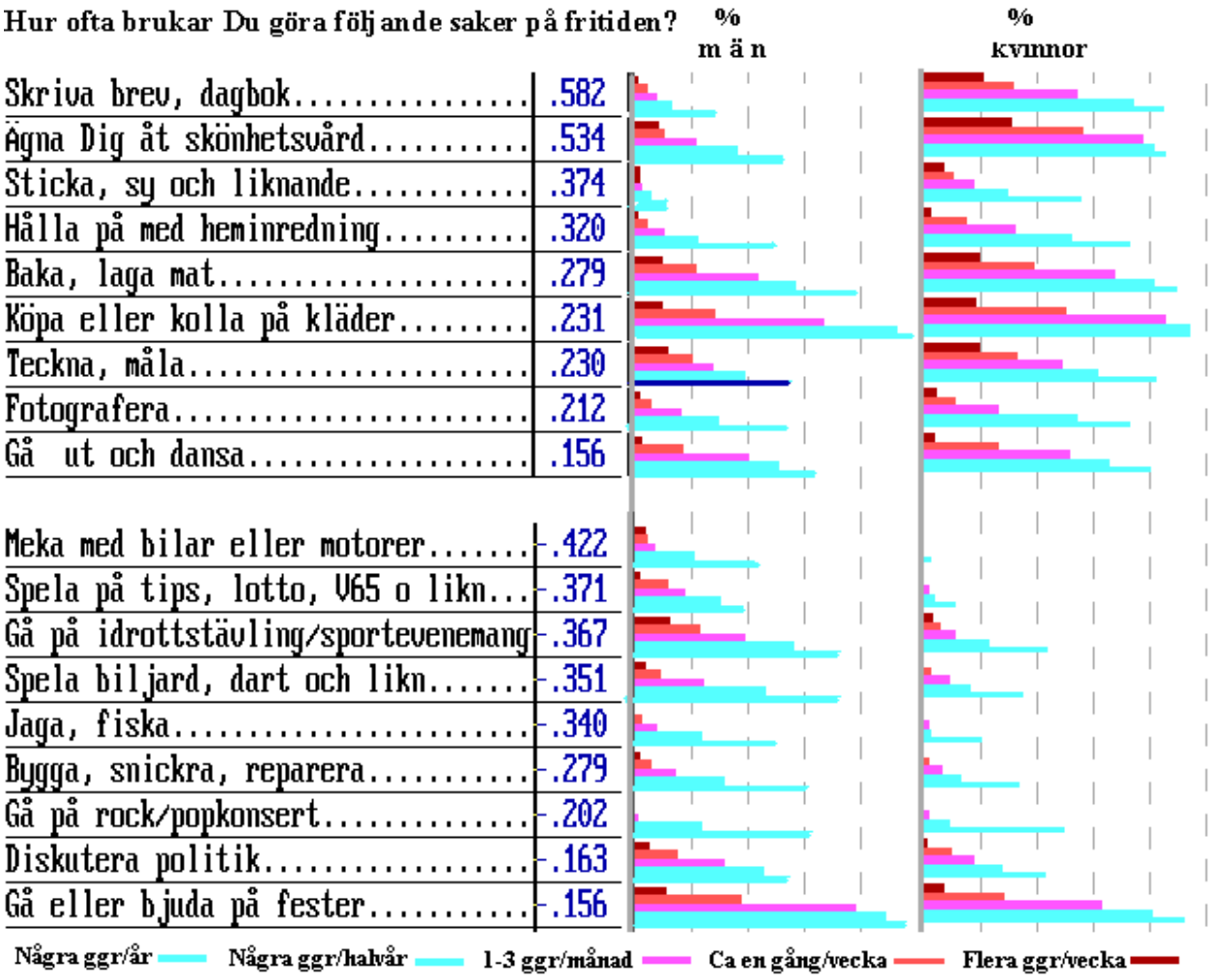


Att pojkar och flickor använder datorer och Internet i olika utsträckning och i många avseenden på olika sätt torde inte vara förvånande. Nya såväl som tidigare undersökningar visar att det finns många aktivitetsområden som skulle kunna benämnas som 'manliga' respektive 'kvinnliga'. Och teknikens fält har traditionellt varit förbehållet männen, d.v.s. skapats och använts i första hand av män. Eftersom IT och Internet är manliga skapelser, kan man förmoda att deras utformning och innehåll präglas av männens aktiviteter, värderingar och intressen. Ett indirekt bevis på detta påstående är de båda könens svar på en särskild fråga där respondenterna fått värdera ITs olika egenskaper med hjälp av en rad adjektiv. Av bilden nedan framgår att pojkarna i vår studie i mycket högre grad uppfattar IT-teknologin som rolig, spännande och bekväm. Och även om datortekniken har fått stor spridning så kan man fortfarande tvista om ifall det har blivit ett för alla tillgängligt massmedium, eftersom många, särskilt flickor, upplever det som krångligt - knappt 40 procent av flickorna och knappt 20 procent av pojkarna.



Människornas aktiviteter och värderingar kan betraktas som ett mångdimensionellt fält av statistiska variabler som kan relateras till varandra, och som mer eller mindre förklarar varandra. De observerade skillnaderna i de båda könens olika användning av Internet i allmänhet och av olika typer av information som de söker i synnerhet bör då relateras till deras övriga aktiviteter, medieanvändning, allmänna värderingar (och även deras bakgrund i övrigt). I det följande presenteras resultat från ett urval sådana frågor.

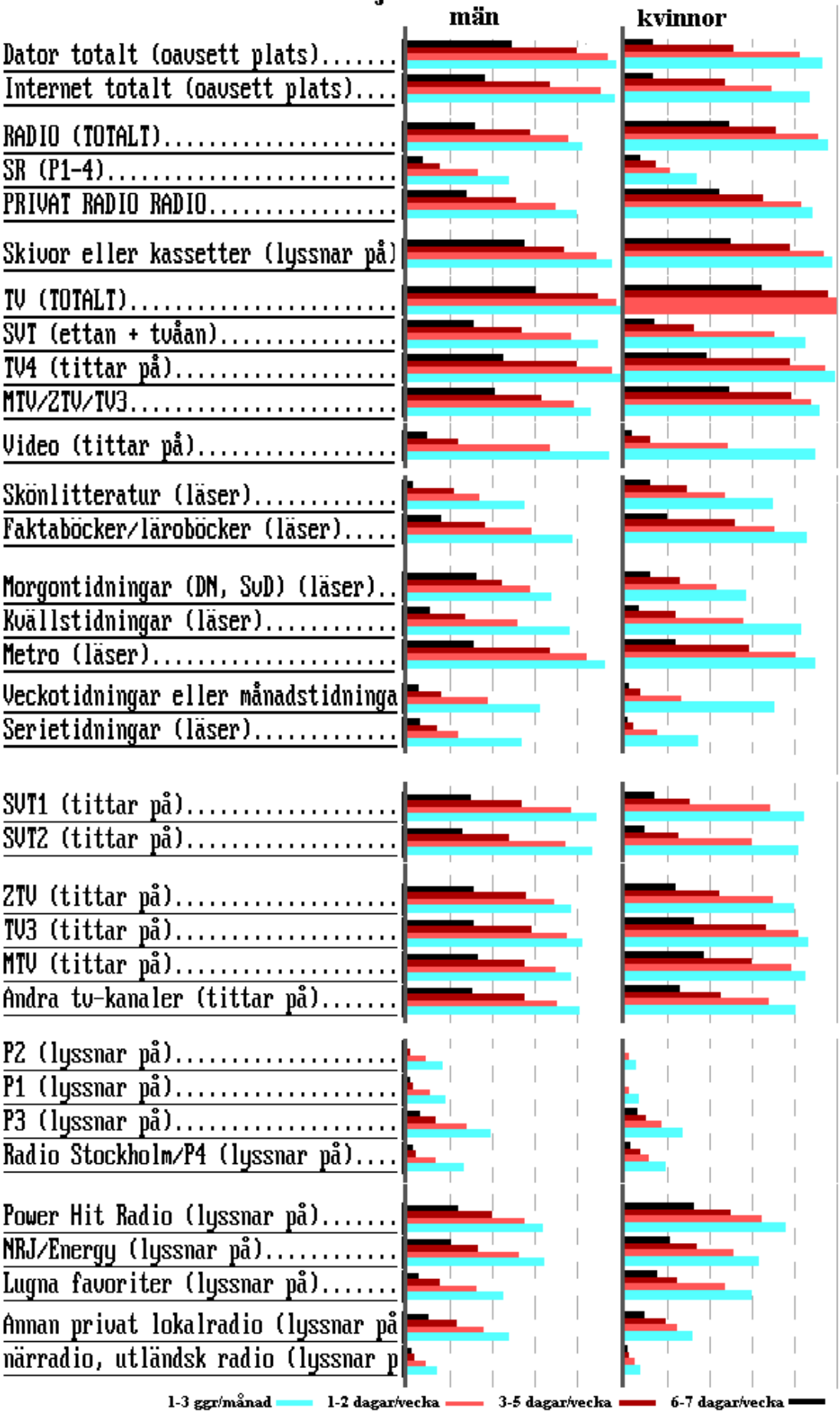
På nästa bild redovisas en rad fritidsaktiviteter som enligt vår undersökning, liksom enligt tidigare studier utövas i olika utsträckning av pojkar och flickor. (Det finns å andra sidan små eller inga signifikanta skillnader mellan de båda könen för de övriga aktiviteterna vi tog upp i vår undersökning, nämligen delta i kurs eller studiecirkel, videofilma, besöka gudstjänst eller religiöst möte, sjunga eller spela något musikinstrument, gå på pub eller bar, spela kort, sällskapsspel, sköta trädgården, ströva i skog och mark, sporta eller motionera, gå på bio, på teater, på konsert med klassisk musik, resa.)



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Att kvinnor läser böcker, särskilt skönlitteratur, i högre utsträckning än män – något som framgår av nästa bild - är ett återkommande resultat i undersökningar som studerar mediernas användning. Denna tendens gäller även för våra ungdomar. Flickorna i vår studie väljer oftare även privatradiostationer som *Lugna favoriter* och *Power Hit Radio* medan pojkarna i högre utsträckning läser serietidningar, tittar på video samt något oftare väljer public service-tv och -radio. Och om tv fortfarande är i särklass det största mediet så har Internet för pojkarnas del blivit större än radio totalt, vars publik bland ungdomar i stort sett sammanfaller med reklamradions dito. Av bilden framgår att de licensfinansierade public service-etermedierna är betydligt mindre populära bland ungdomarna än de privata reklamfinansierade radio- och tv-kanalerna. Detta gäller särskilt SR som t ex även under en månad når färre än hälften av ungdomarna i vår studie, särskilt flickorna. (Se Feilitzen & Petrov 1998 för en mer detaljerad analys och beskrivning av ungdomarnas användning av de traditionella medierna.)

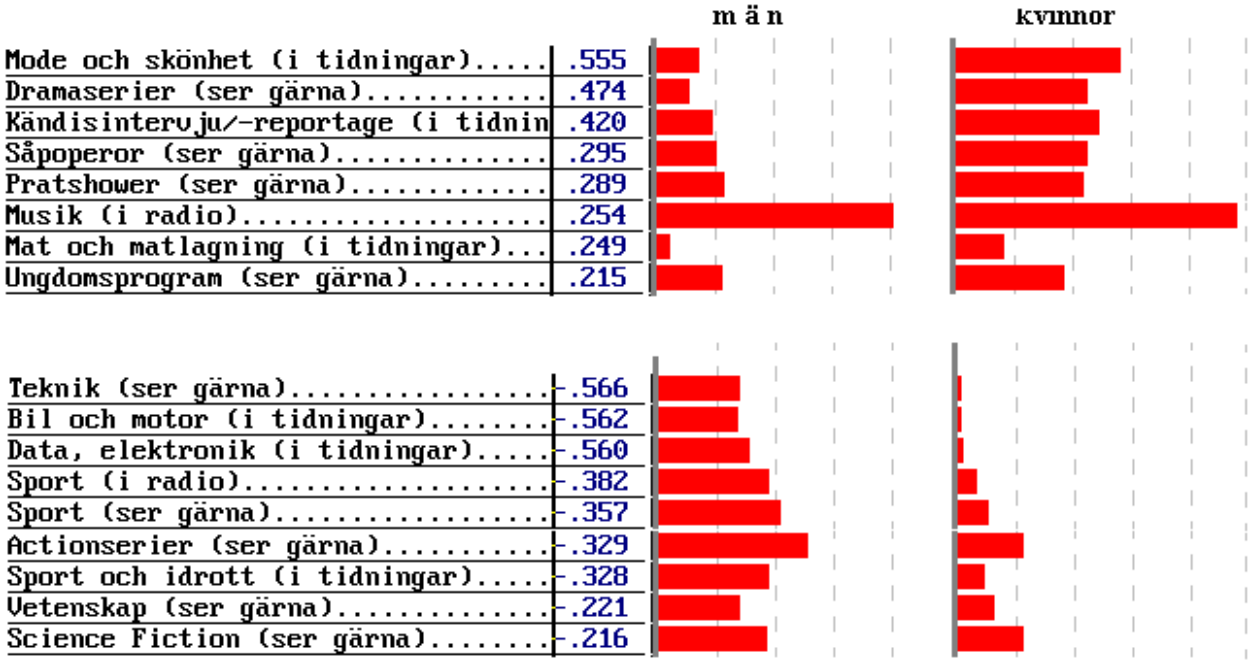
Hur ofta brukar Du använda följande medier?



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Mediernas räckvidd (och även användartid) är övergripande mått som inte säger mycket om sättet på vilket de används och inte heller om sättet på vilket de skulle kunna påverka människornas världsbild och handlingsmönster. För att gå längre i detta avseende ställde vi en rad differentierade frågor där vi i detalj försökte fånga den typ av innehåll som ungdomarna uppskattade (och till vilka de kan förmodas söka sig när de använder radio, tv eller tidningar). På följande bild presenteras några typer av medieinnehåll som med stöd i (bl a) vår undersökning skulle kunna benämnas som "manliga", resp. "kvinnliga". Kvinnor läser, lyssnar och/eller ser mycket oftare innehåll om mode och skönhet, pratshower, kändisintervjuer, dramaserier och såpoperor samt om matlagning, medan killar i större utsträckning attraheras just av tekniskt innehåll (data/elektronik, bil och motor mm) samt av sport, actionserier och vetenskap.

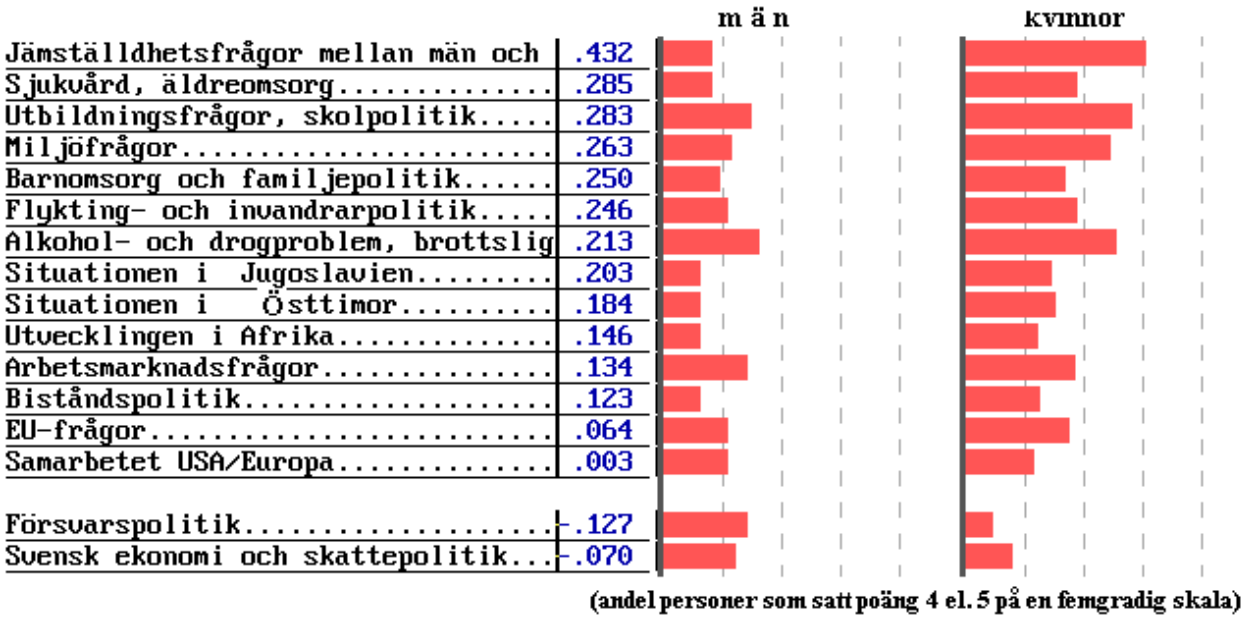
Andel personer i varje grupp som gärna väljer följande program/innehåll i radio, tv eller tidningar



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Mot bakgrund av resultaten som tidigare redovisats är det intressant att framhålla att flickorna generellt sade sig vara mer intresserade av en rad samhällsfrågor, i första hand med anknytning till välfärd, som sjukvård och äldreomsorg, utbildningsfrågor, miljöfrågor, flykting/invandrarpolitik, barnomsorg och inte minst jämställdhetsfrågor, men delvis även av utrikespolitik avseende tredje världen, medan sambandet försvinner (eller vänder svagt till männens fördel) när det gäller svensk ekonomi och skattepolitik, EU-frågor, relationerna med USA och försvarspolitik.

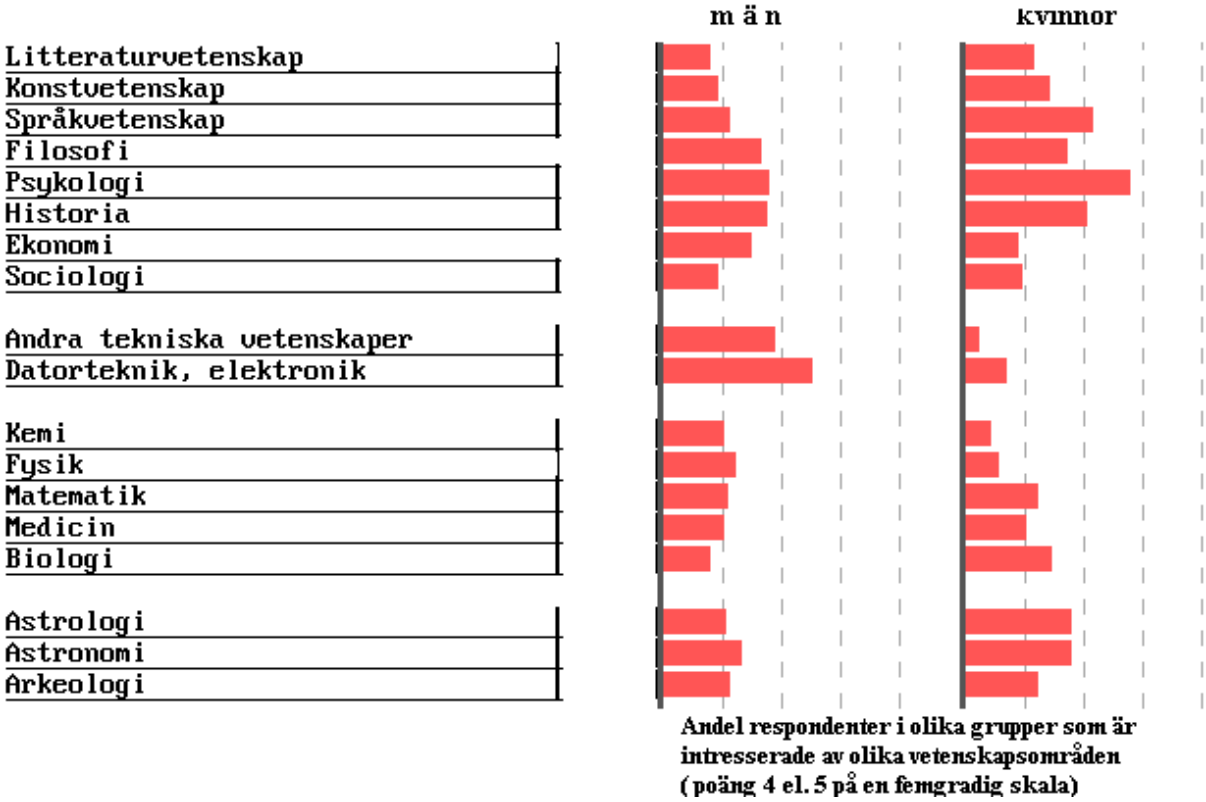
Hur viktigt är det för Dig personligen att medierna tar upp följande samhällsfrågor?



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Mot bakgrund av de stora skillnaderna mellan könens IT-användning är det intressant att framhålla att pojkarna i vår undersökning i mycket större utsträckning än flickorna är intresserade av teknik och tekniska vetenskaper allmänt, en tendens som bekräftas av många tidigare undersökningar och som stämmer överens med flera andra frågor om IT och teknik som redovisats tidigare i denna rapport. Det är även flera pojkar som säger sig vara intresserade av kemi och fysik samt av ekonomi, medan sambandet vänder till flickornas fördel när det gäller litteratur-, konst- och språkvetenskap. Korrelationskoefficienten i dessa senare fall pekar dock på betydligt lägre samband än vad fallet är med de tekniska ämnena.

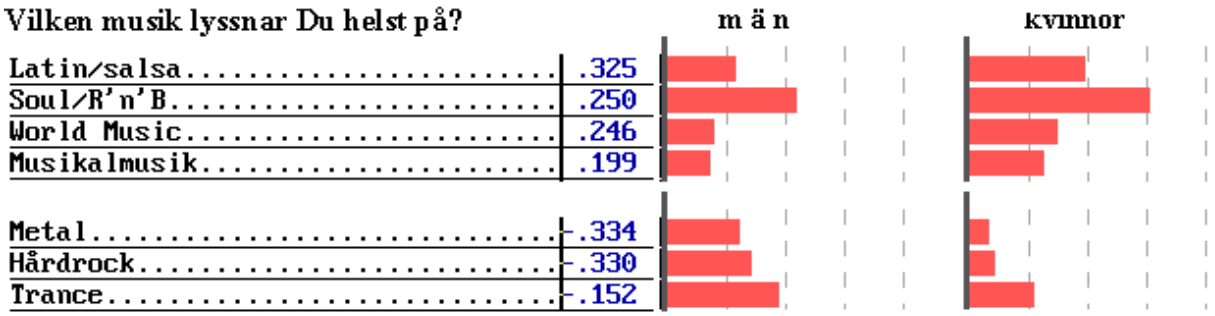
Hur intresserad är Du av följande vetenskapsämnen?

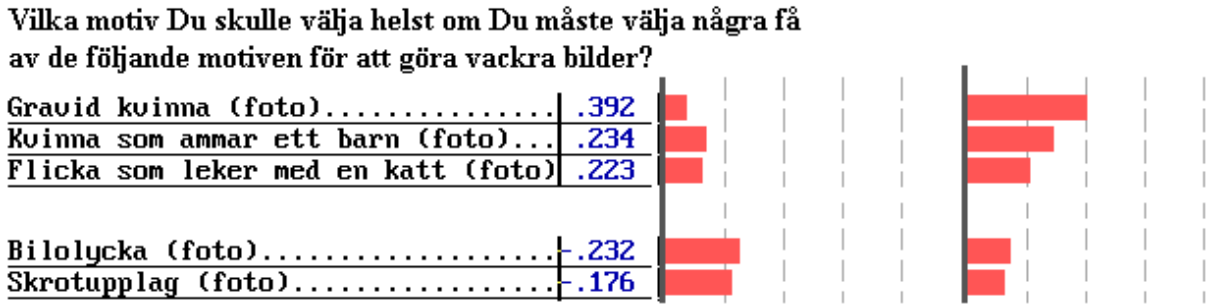


OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Det har visat sig att estetisk smak i hög grad betingas av människans sociala härkomst och andra bakgrundsvariabler som utbildning, yrke och kön, variabler som till stor del beskriver hennes bana i samhällsfältet. I vår undersökning ställde vi två frågor vars syfte var att fånga respondenternas smak för musik och bildkonst. På den följande bilden redovisas utvalda resultat där det visat sig finnas skillnader mellan de båda könens svar. Det starkaste signifikanta sambandet av alla musikstilar som ungdomarna fick bedöma uppvisar *metal* och *hårdrock* som framstår som 'manliga'. Betydligt flera tjejer än killar säger sig å andra sidan uppskatta *latin och salsa* samt *soul* och *världsmusik*. De betydande skillnaderna mellan könen finns kvar när man håller kontroll på barnens och föräldrarnas nationalitet och utbildning.

Det är vidare knappast någon överraskning att flickorna i mycket större utsträckning valt motiv som *gravid kvinna* och *kvinna som ammar ett barn* när de uppmanats att bland ett tjugotal motiv välja de som skulle passa bäst för att göra vackra bilder för en fototävling. Dessa resultat kan dock tolkas på olika sätt beroende av det teoretiska perspektivet. (Pojkarna väljer oftare än flickorna motiv som bilolycka och skrotupplag.)





OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Samhällsinformation på Internet

I föregående avsnitt framkom att det inte finns något (starkt) signifikant samband mellan kön och att söka på Internet inom många områden som har att göra med underhållning eller med samhällsinformation.

Uppdelningen av de olika områdena som visas på bilden på sid 12 är inte godtycklig utan har gjorts med hjälp av s. k. faktoranalys på basis av sambanden mellan respondenternas svar på de olika delfrågor som redovisas på bilden. Att ett antal variabler (informationsområden) sorterats i samma grupp antyder att det finns en *faktor* som binder dem samman och som till stor del förklarar variationen i respondenternas svar på de frågor som sorterats under denna faktor. De framtagna *faktorerna* är också statistiska variabler som har samband – starkare eller svagare, positiva eller negativa – med de övriga variablerna.

I tabellen nedan redovisas en utskrift av denna konkreta faktoranalys där delfrågornas samband med de olika faktorerna motsvarar Pearsons korrelationskoefficient, vars kvadrat uttrycker i vilken utsträckning de framtagna faktorerna förklarar variansen av de enskilda variablerna. Samtidigt hjälper korrelationskoefficienten, i kombination med uppdelningen av ursprungsvariablerna (som sorterats under den faktor med vilken de har starkast samband, d v s som förklarar största andel av variationen i respondenternas svar på resp. delfråga), till att identifiera de framtagna faktorernas natur. På grundval av detta har de tre centrala faktorerna identifierats som *Nöjesinformation* (faktor 1), *Praktisk information* (faktor 3) och *Samhällsinformation på Internet (**SII**)* (faktor 4). Den fjärde faktorn (2) som uppkommit i den här konkreta analysen sorterar samman fyra områden inom sex och data inom vilka främst män gör sökningar på Internet. Även faktorn *Praktisk information* skulle kunna benämnas som ’manlig’ medan *Nöjesinformation* och *Samhällsinformation på Internet (**SII**)* i betydligt högre grad är oberoende av kön (se bilden på sid 12). (I undersökningen frågade vi om sökning inom ytterligare ett område - *information om djur* som visade sig vara en variabel à part, som inte redovisas här.) Att ett antal variabler sorterats i samma grupp (eller i övrigt har starkt positivt samband med en viss faktor innebär att personer med högt värde på denna faktor med stor sannolikhet har högt värde på många av ursprungsvariablerna – i det här fallet frekvenser i sökning på Internet inom samma grupp av områden.

Tabell 1

OBLIMIN EXTRACTION

Structure Matrix:

Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4	
.81258	.24780	.34456	.29976	Nöjesliv
.69814	.12352	.30685	.46371	Resor
.68057	.12873	.30869	.14390	Info om radio-/tv-program
.64001	.15560	.40284	.08563	Trafikinformation
.62723	.24056	.04284	.46243	Mode/skönhet
.62312	.35509	.07503	.21239	Film
.55521	.07194	.46255	.54133	Nyheter
.55112	.43808	.17979	.21271	Musik
.53956	.08265	.50799	.11138	Mat/dryck
.52613	.00084	.50812	.31019	Väder
.24848	.73863	.06931	.19411	Relationer och sex
.10009	.71315	.32951	-.07316	Pornografi
.33698	.68684	.42113	.04725	Information om datorspel
.23811	.58538	.46857	.37320	Datorfrågor
.22718	.39345	.69977	.10328	Bil/motor
.22124	.42321	.68120	.47711	Annan ekonomisk information?
.27138	.47934	.65600	.47699	Aktier. obligationer o likn
.30614	.13797	.63738	.27139	Friluftsliv och äventyr
.48276	.31052	.62138	.22469	Priser på varor och tjänster
.28595	.31172	.49094	.18530	Sport
.14814	.10769	.14841	.75931	Historia
.29208	.14697	.07419	.71166	Litteratur
.20889	-.00883	.36360	.70186	Politik
.29770	.16280	.24623	.59582	Geografi
.10002	.27690	.33535	.51479	Naturvetenskap
.39831	.18789	.36046	.48557	Utbildningar/kurser
.32031	.18679	.09814	.47825	Teater

Ju högre upp en variabel sorterats under ’sin faktor’, desto starkare korrelerar den med denna faktor, vilket också (omvänt) innebär att denna variabel har starkt förklarande värde för resp. faktor. Variabeln *sökning inom nöjesliv* hänger således mycket starkare samman med den första faktorn (r=0.82) och är alltså viktigare för förståelsen av denna faktors natur än variabeln *söka nyheter* (r=0.55) som dessutom är splittrad – den korrelerar nästan lika högt med faktor 4 (*Samhällsinformation)* som med faktor 1 (*nöje)* under vilken den sorterats och har dessutom relativt starkt samband även med faktor 2. På motsvarande sätt har variablerna *söka annan ekonomisk information* och *söka om aktier, obligationer o likn* sorterats under faktor 3 (*Praktisk nytta)* men korrelerar starkt även med faktor 4 (*Samhällsinformation)* och även i faktor 2. I den mån som dessa tre faktorer fått tydlig innebörd av faktoranalysen kan de användas med framgång för vidare teoretiska förklaringar av respondenternas beteende när det gäller sökning av ekonomisk information på Internet eftersom variationen i svaren till stor del förklaras av dessa tre faktorer.

Eftersom de framtagna faktorerna själva är statistiska variabler är det legitimt att ställa frågan huruvida de korrelerar med varandra. Av den följande tabellen framgår att det i detta konkreta fall finns ett visst samband mellan dem, som främst gäller ’nöjesfaktorns’ förhållande till de två andra huvudfaktorerna – *Praktisk nytta* och *Samhällsinformation på Internet (**SII**).* Det är viktigt att understryka att man kan, beroende på ursprungsvariablernas natur och analysens mål, genomföra faktoranlysen på flera alternativa sätt; bl a går det att ställa krav på att de framtagna faktorerna blir ortogonala, d.v.s. oberoende av varandra, alltså att det inte föreligger statistiskt samband dem emellan (korrelationskoefficienten ska vara noll). I den här konkreta analysen har faktorerna bildats så att de ska förklara största möjliga andel av variationen av respondenternas svar på de frågor som sorterats under resp. faktor.

Factor Correlation Matrix:

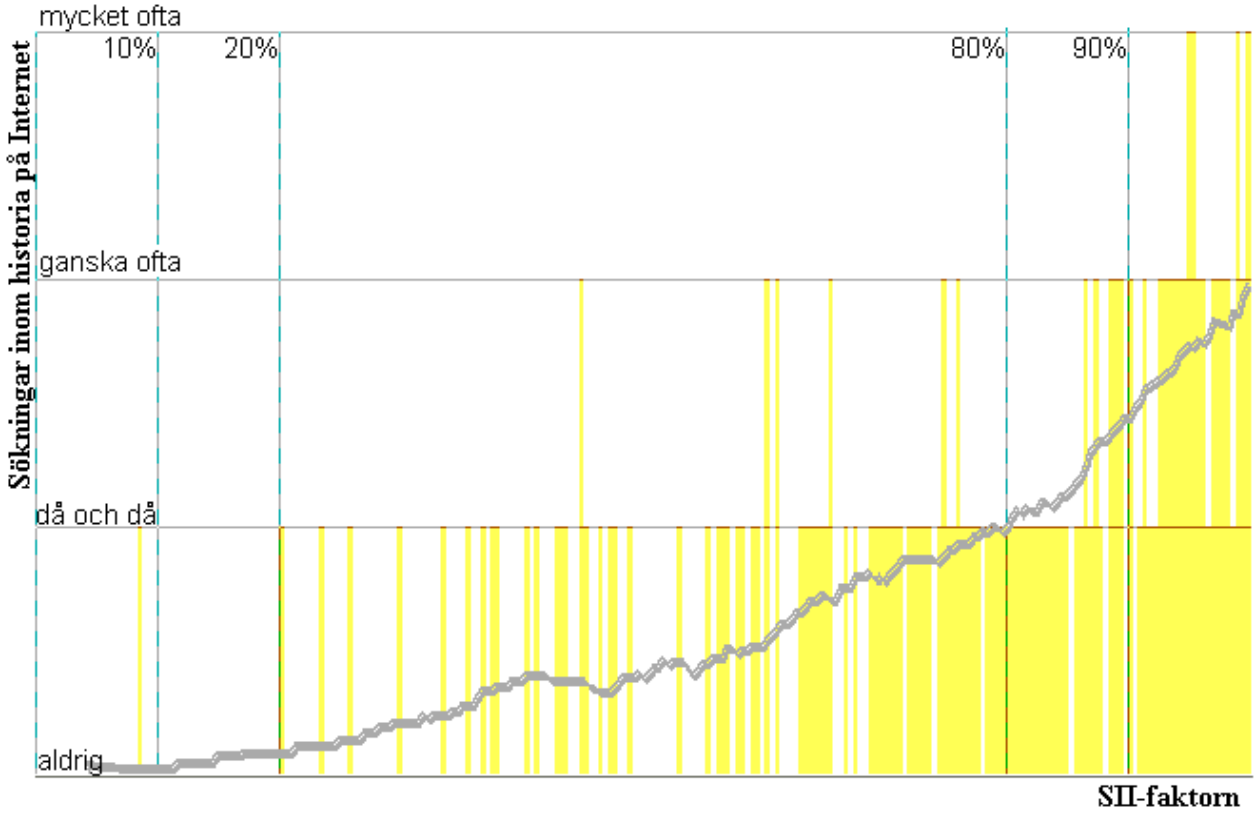
	Factor 1	Factor 2	Factor 3
Factor 2	.21406		
Factor 3	.30209	.23311	
Factor 4	.27665	.15513	.22359

Som redan påpekats är de framtagna faktorerna statistiska variabler vars värde för enskilda respondenter eller för grupper av respondenter är en produktsumma av motsvarande värden för ursprungsvariablerna som ingår i faktoranalysen. Till skillnad från de diskreta ursprungsfrågorna (respondenternas vanor och värderingar som har uppmätts och registrerats med hjälp av ett par svarsalternativ) kan faktorerna (i hög grad) betraktas som kontinuerliga variabler – de enskilda respondenternas värden på en viss faktor sammanfaller sällan - vilket (bl. a.) tillåter att respondenterna sorteras efter värden som de fått på en konkret faktor.

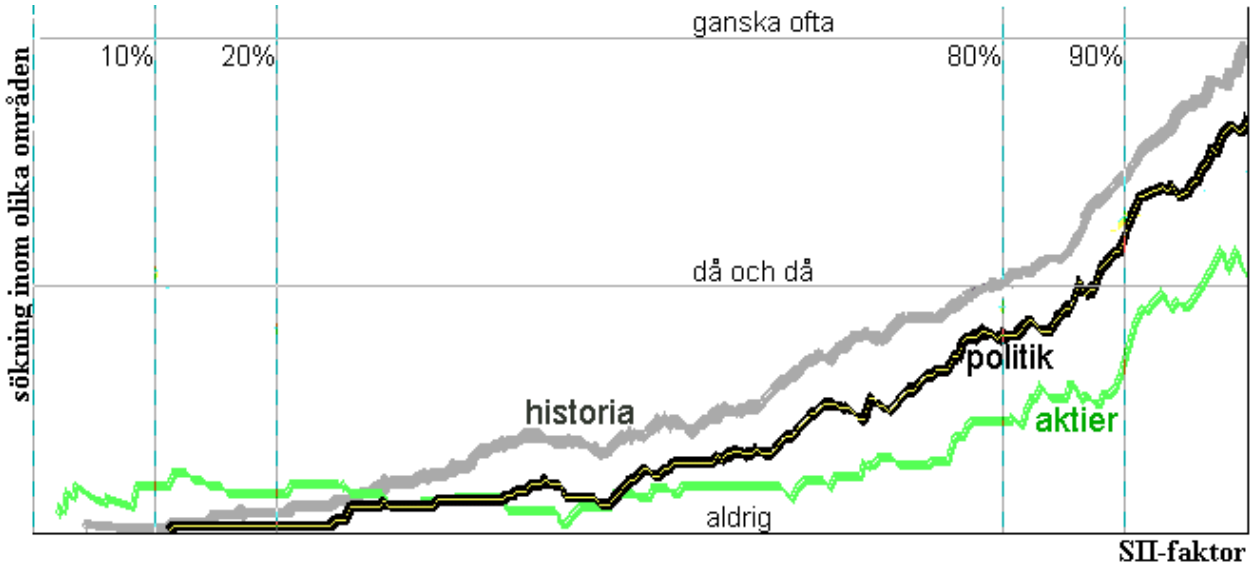
Kurvorna i de följande fyra bilderna är ett försök att åskådliggöra detta förhållande. Där har respondenterna sorterats utmed den horisontella axeln efter det beräknade värdet som de fått på faktorn *Samhällsinformation på Internet (SII).* Ju högre värde en person har på denna faktor (vilket i praktiken innebär att han/hon oftare söker information inom flera av de områden som sorterat under eller korrelerar starkt med *faktor 4*) desto längre till höger placeras han/hon på den horisontella axeln och omvänt.

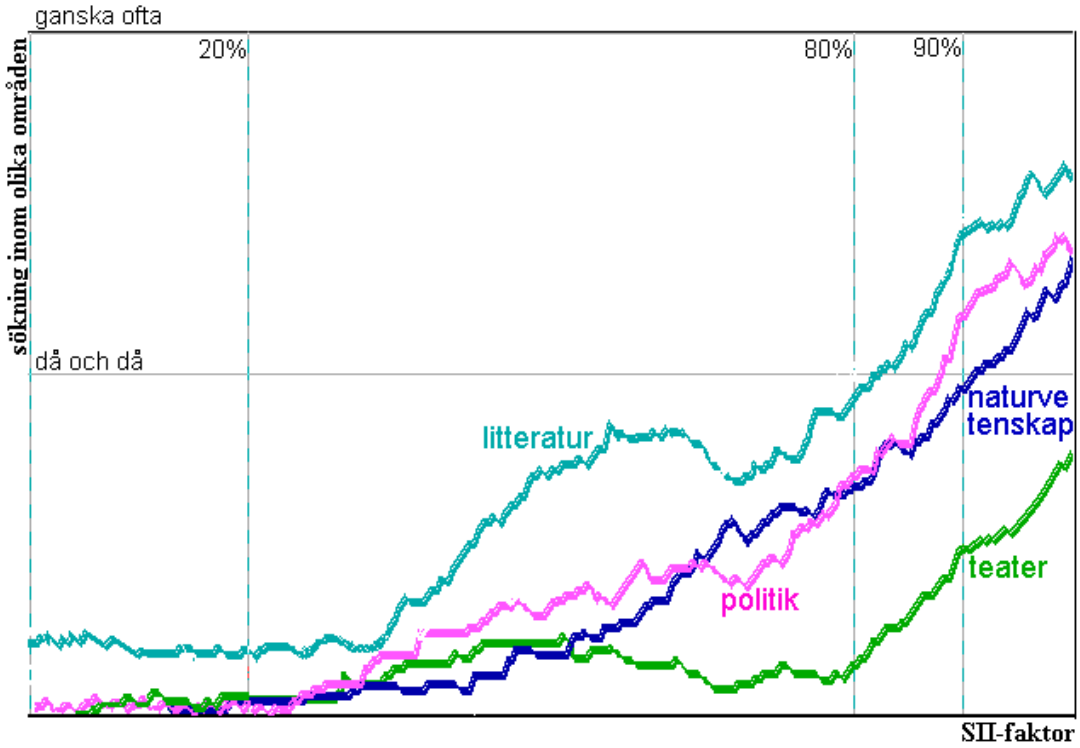
Den första av de fyra bilderna åskådliggör sambandet mellan SII-faktorn och den variabel som har starkast samband med den. De ljusa staplarna på bilden anger de enskilda respondenternas svar på frågan *Hur ofta brukar Du göra sökningar på Internet inom historia?* Man kan konstatera att personer sorterade till vänster - som har lågt värde på SII-faktorn - knappast angivit att de brukar göra sökningar på Internet inom historia. Och ju mer till höger en person hamnat - d v s ju högre värde på SII-faktorn - desto större är sannolikheten att han/hon oftare söker information inom historia. Och de personer som oftast gör sådana sökningar på Internet har koncentrerats längst till höger - sådana svar återfinns nästan uteslutande bland de ca 13% av ungdomarna som har högsta värde på SII-faktorn.

Den mörka kurvan som erhållits genom kontinuerlig utjämning av staplarnas toppar (med hjälp av s k glidande medelvärde) åskådliggör det kontinuerliga sambandet mellan de två variablerna - SII-faktorn och de genomsnittliga frekvenserna i sökandet av historisk information på Internet.

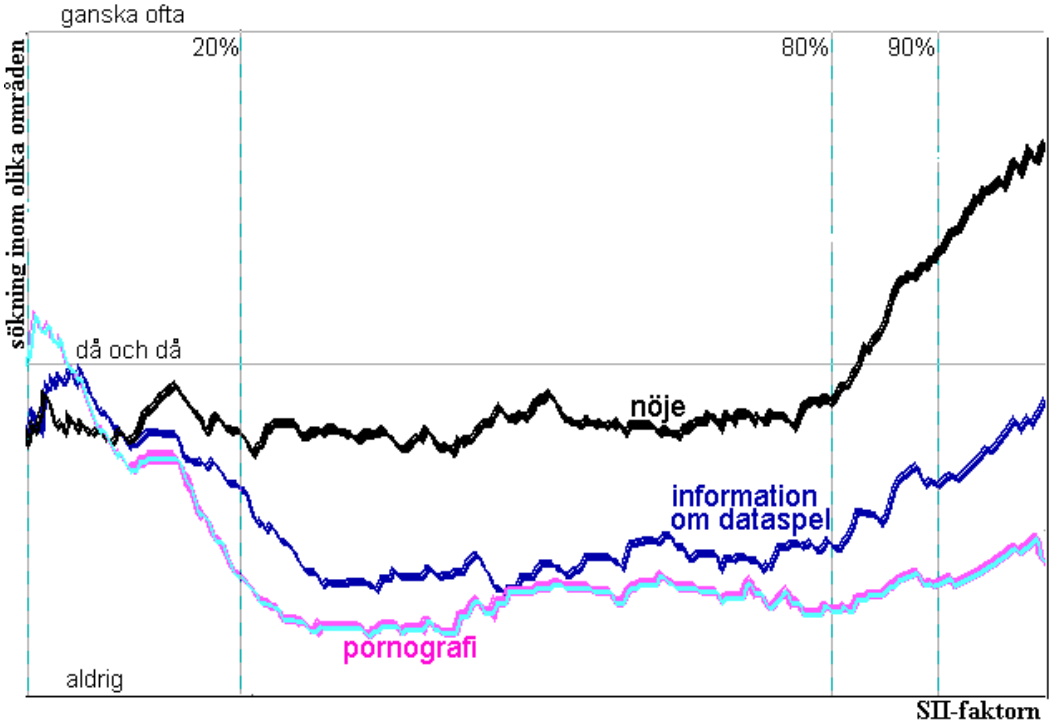


På de följande två bilderna har liknande kurvor dragits även för andra informationsområden på Internet som har starkt samband med SII-faktorn. (Som sagt har även variabeln *sökningar på Internet inom aktier, obligationer och liknande* som sorterar under faktorn *Praktisk information på Internet* starkt samband med SII-faktorn.) Av bilden på nästa sida framgår att personer med högsta SII-värde oftast söker information även inom de övriga områdena som sorterats under och/eller har starkt samband med denna faktor. Kurvorna avslöjar att sambandet inte alltid är linjärt – detta gäller särskilt för variablerna *söka om teater* och *litteratur.*



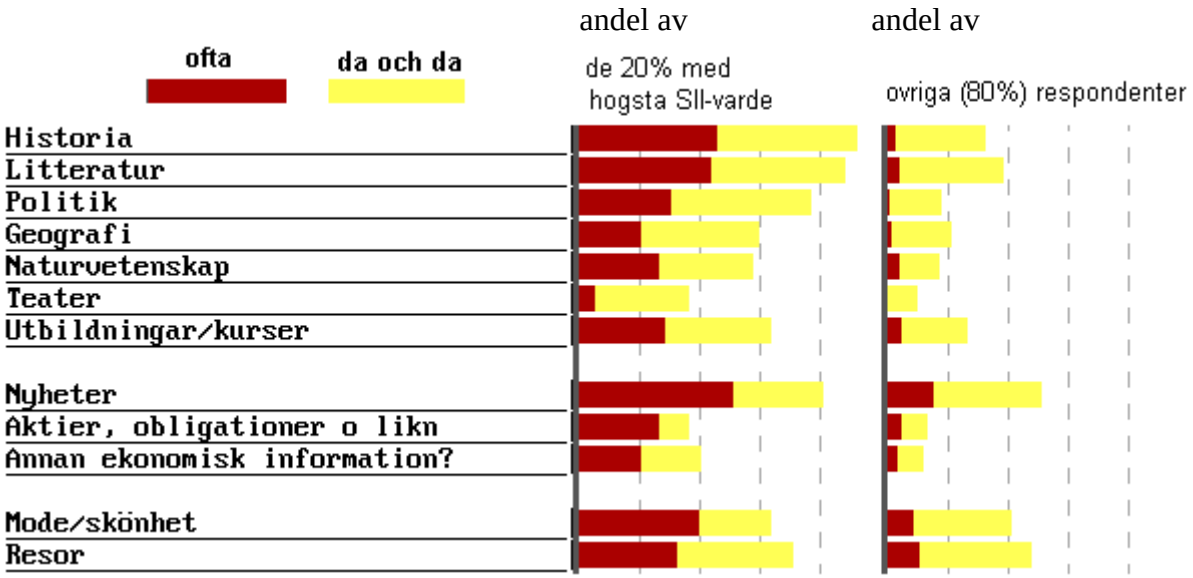


På nästa bild har tagits upp variabler som har svagare eller inget samband med SII-faktorn enligt sambandsmönstret i tabell 1 ovan. Bilden avslöjar dock ett mer nyanserat förhållande än korrelationskoefficienten, vilken blott är ett uttryck för det linjära sambandet mellan variablerna. Kurvan som beskriver *Sökningar inom nöjesliv* ligger tämligen horisontellt inom fältets vänstra del och pekar mot nollsamband för de ca 80% av respondenterna som sorterats till vänster men kurvan börjar snabbt att växa med SII-faktorn till höger i bilden; det finns alltså starkt positivt samband mellan de båda variablerna ifall man begränsar sig till de 20% ungdomar som har högsta värde på SII-faktorn. För *sökning inom pornografi* föreligger det motsatta förhållandet. Personer som gör sådana sökningar är överrepresenterade bland de ungdomar som hamnat längst till vänster varefter kurvan faller snabbt; SII-faktorn och *pornografi på Internet* uppvisar alltså starkt negativt samband för de ca 30% av ungdomarna som aldrig/sällan söker samhällsinformation på Internet. Slutligen kan man konstatera att personer som är sorterade på den horisontella axelns ytterligheter, d.v.s. de som har högsta respektive lägsta värden på SII-faktorn, oftare söker *information om dataspel* än de som hamnat i mitten.



På nästa bild har tagits upp de *sökningsområden på Internet* som uppvisar starkast samband med SII-faktorn. Respondenterna är uppdelade i två grupper - de 20% som har högsta SII-värden jämförs med de övriga ungdomarna. Skillnaderna är påfallande.

Hur ofta brukar Du använda Internet för sökning när det gäller…?

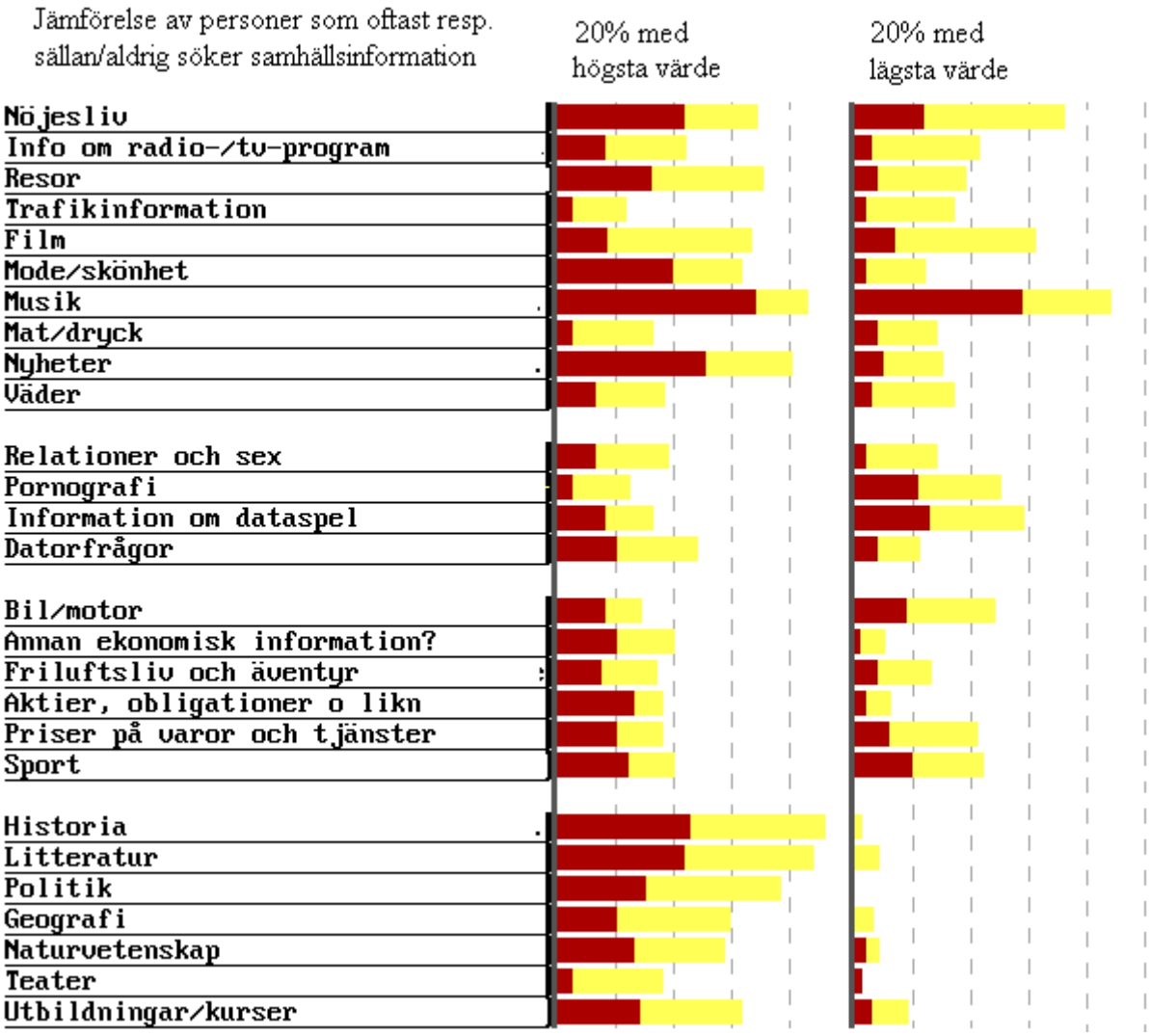


OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Bilderna hittills antyder att det är en liten andel av ungdomarna i vår undersökning som använder Internet för sökningar när det gäller information inom politik, natur- och samhällsvetenskap liksom inom de i samhället erkända kulturområdena (teater, litteratur o likn.). Det handlar om kunskaper som på olika sätt har samhällsrelevans och är en förutsättning för att den välinformerade medborgaren skall delta i samhälldebatten. Det bör påpekas att personer från den första gruppen (de 20% som generellt oftast söker samhällsinformation på Internet) har något högre värde även på flera andra *informations*-variabler, vilket delvis beror på att de något oftare än genomsnittet använder Internet generellt. Analyser av det slag som presenteras på de föregående bilderna, liksom korrelationskoefficienten, visar å andra sidan att SII-faktorn är ganska oberoende av ungdomarnas dator- och Internetvanor allmänt sett och att frekventa Internetanvändare är något överrepresenterade även bland personer med lägsta SII-värde. Det finns inte heller några nämnvärda skillnader mellan de båda grupperna när det gäller tillgång till IT-utrustning i hemmet. Det bör dock påpekas att personer som oftare söker samhällsinformation på Internet i större utsträckning anser sig vara kunniga när det gäller vad Internet kan användas till.

På de följande sammanfattande bilderna har jämförts svaren på undersökningens övriga frågor hos två grupper elever – de 20 procent som har högst resp. de 20 procent som har lägst värde på SII-faktorn. Inledningsvis presenteras de båda ungdomsgruppernas svar på frågan om sökningar på Internet, som varit grund för faktoranalysen och för uppdelningen av dessa Internetområden i fyra delvis autonoma grupper av frågor som definierar ett sammanfattande förklaringsmönster, samtidigt som en av de erhållna faktorerna (SII) ligger till grund för sorteringen av respondenterna. Av bilden framgår att ungdomar med lågt SII-värde i mindre utsträckning söker information även inom en del nöjesområden från den första gruppen av frågor, men sambandet försvinner för flera andra områden – musik, datorfrågor, information om datorspel, bil/motor, sport m fl. Sambandet vänder för sökningar inom pornografi. (OBS! Kontrollkörningar för inverkan av kön har gjorts då pojkar är överrepresenterade i gruppen med lågt SII-värde (ca 2/3) medan könsfördelningen är mer jämn bland den femtedel av ungdomarna som oftast söker samhällsinformation på Internet – ca 60% är pojkar).

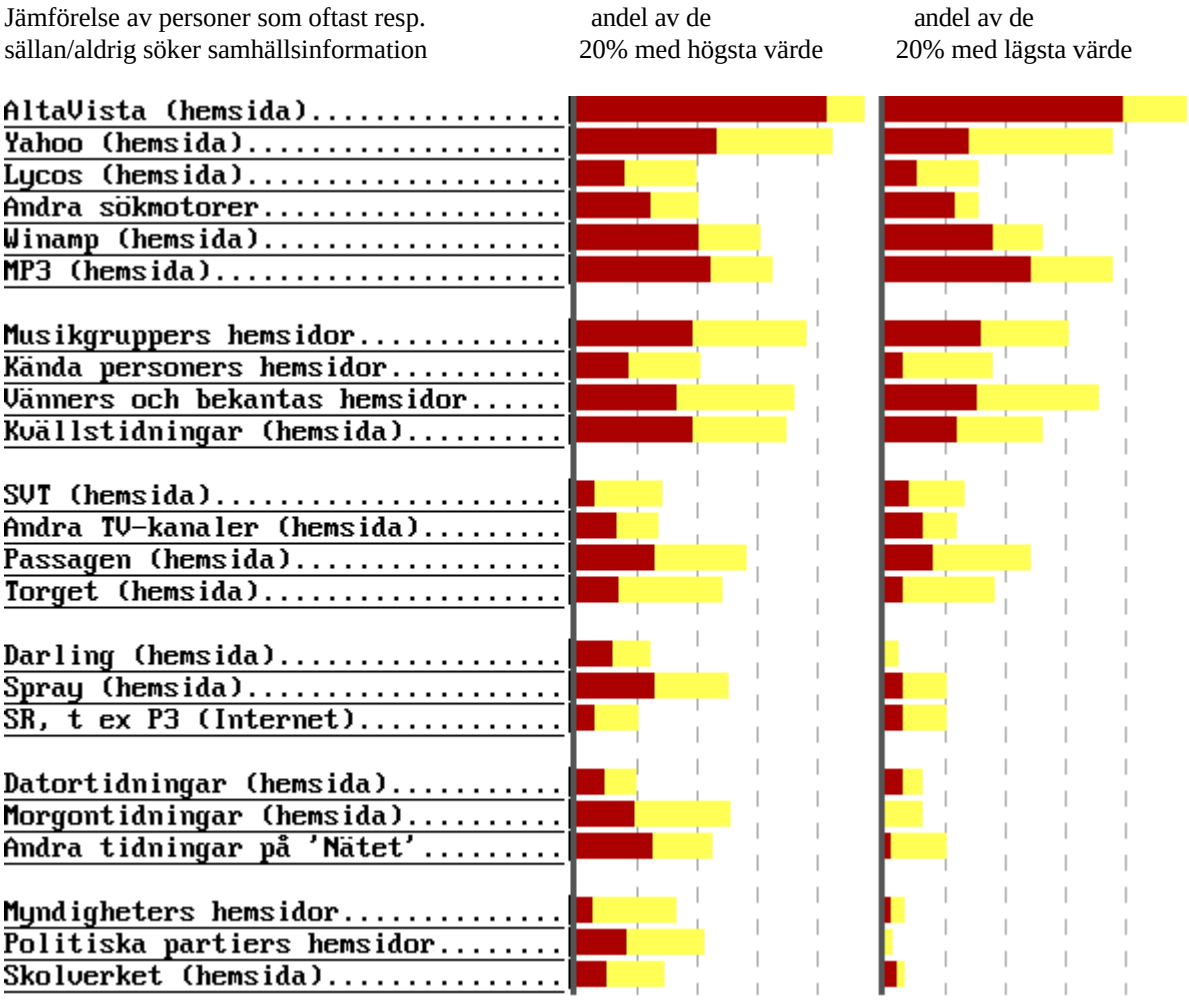
Hur ofta brukar Du använda Internet för sökning när det gäller…?



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Av nästa bild framgår hur ofta de båda extremgrupperna besöker en rad givna platser på Internet (och använder motsvarande tjänster). Det är knappast någon överraskning att personer som angett att de ofta söker samhällsinformation på Internet i mycket högre grad besöker sajter som erbjuder liknande innehåll, såsom morgontidningars, myndigheters och inte minst politiska partiers hemsidor där praktiskt taget ingen person från den motsatta gruppen brukar surfa. Det är även intressant att framhålla SII-faktorns starka samband med respondenternas benägenhet att besöka Sprays hemsida. Skillnaderna mellan de båda grupperna är å andra sidan små när det gäller sökmotorer och andra portaler liksom när det gäller besök på vänners, musikgruppers och kända personers hemsidor.

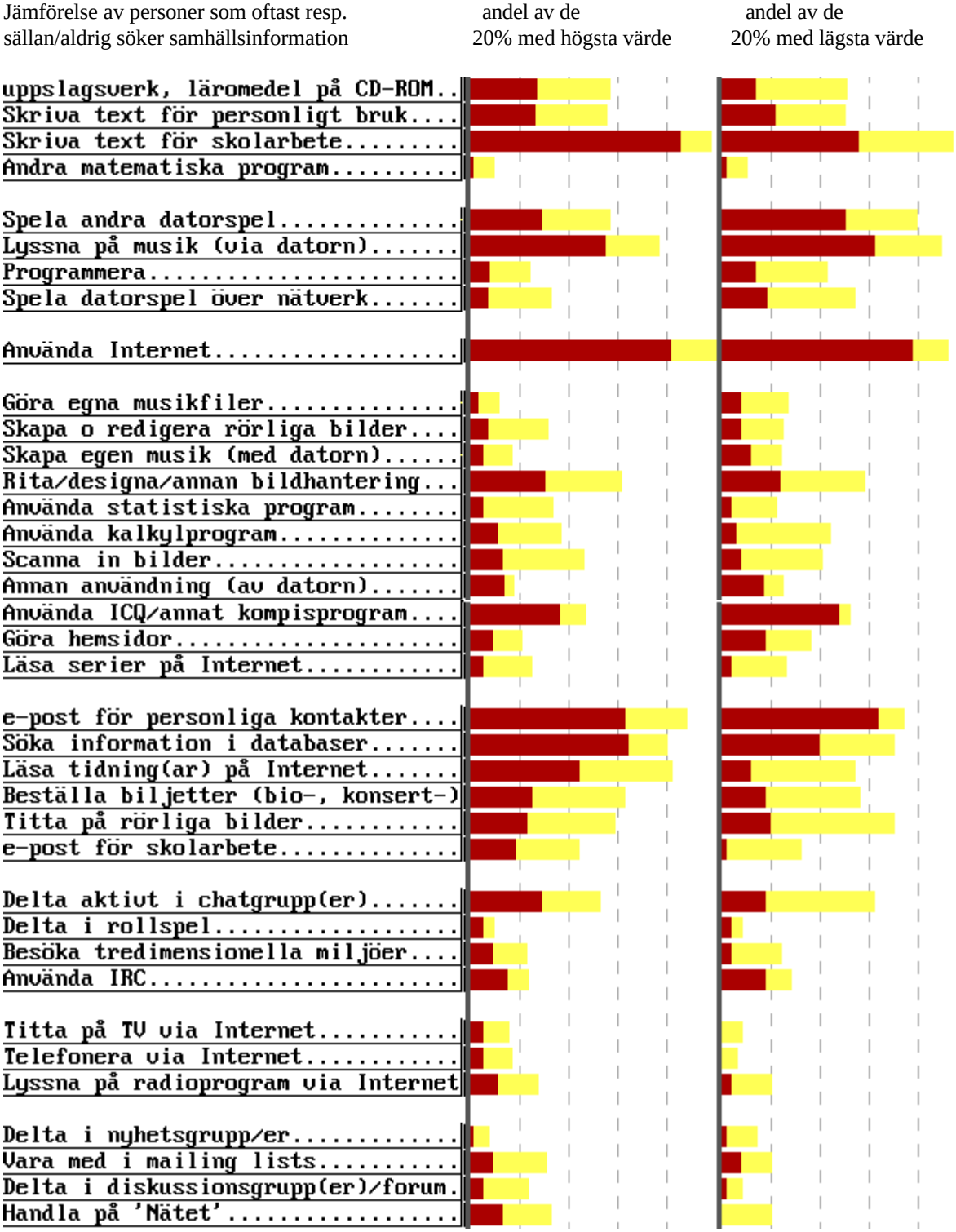
Brukar du 'besöka' följande platser på Internet?



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

De två extremgrupperna framstår, som nämnts, som ganska lika när det gäller användning av Internet och datorer allmänt (utan hänsyn till innehåll). Av de följande två bilderna framgår emellertid att personer som oftast söker samhällsinformation på Internet i betydligt högre utsträckning använder datorer och e-post för skolarbete, söker information i databaser, läser tidningar på Nätet och deltar i diskussionsgrupper. (Liknande om än svagare förhållande finns för andra användningsområden som att titta på tv, lyssna på radioprogram eller telefonera via Internet, använda matematiska program liksom att handla på Nätet. Dessa möjligheter utnyttjas emellertid av förhållandevis få ungdomar.)

När Du använder dator/Internet, hur ofta brukar Du göra följande saker?



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Men ungdomar som sällan/aldrig söker samhällsinformation på Internet använder i minst lika hög grad datorer inom de flesta andra användningsområden – för personlig kommunikation via e-mail, IRC och ICQ, för programmering och för olika sorters spel, inte minst när det gäller action-, racing-, nätverks- och strategispel som visar sig vara bland de mest omtyckta av ungdomarna i allmänhet. Det är dock en större andel av SII-personerna som uppgivit att de gärna spelar simuleringsspel, liksom kunskapsspel, pusselspel och även äventyrsspel. (Flickor med högt SII-

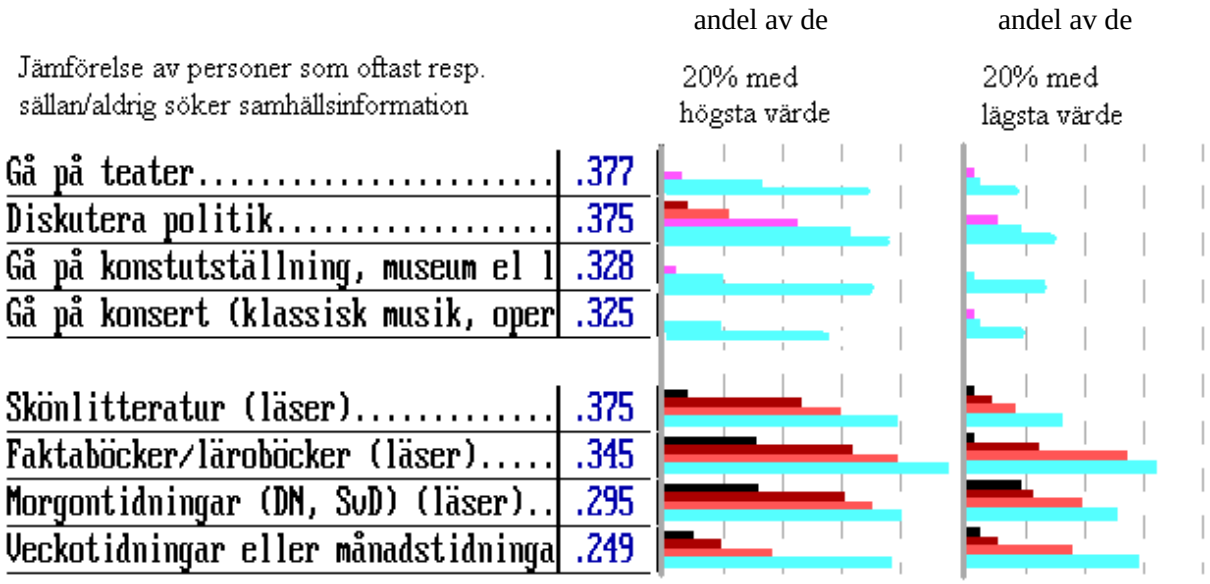
värde har också oftare än flickor med lågt SII-värde uppgivit att de gillar actionspel, sportspel och simuleringsspel vilka uppvisar starkast samband med kön och skulle kunna kallas ’manliga’.)

Personer med högt SII-värde har också en mer positiv inställning till datorteknik och beskriver den i stor utsträckning med positiva adjektiv som t ex nyttig, bekväm, spännande, ’ger frihet’ samt rutinmässig.

Slutligen kan man lyfta fram resultat från ytterligare två frågor som visat sig ha signifikant samband med SII-faktorn och för vilka det alltså finns betydande skillnader mellan de båda gruppernas svar. Mot bakgrund av det redovisade utfallet framstår det som ett banalt faktum att påpeka att nästan dubbelt så många ungdomar med högt SII-värde (nästan 40%) uppgivit att Internet har mycket stor betydelse för dem när det gäller kunskap och information än ungdomar från den motsatta gruppen. I den förstnämnda gruppen är det också betydligt fler (ca 80% mot drygt 50%) som uppgivit att tillgång till kunskap och information är för dem de viktigaste egenskaperna för nya IT-tjänster och varor. (Bedömning av de två andra egenskaperna av IT till vilka ungdomarna fick ta ställning - *göra vardagslivet lättare och mer bekvämt* samt *vara underhållande* – uppvisar inte samband med SII-faktorn.)

Vad gäller fritidsaktiviteter utmärker sig SII-ungdomarna – se nästa bild - med mycket större affinitet till den legitima kulturen vilket tar sig uttryck i besök av *teater, konstutställningar, museer* och *konserter med klassisk musik* samt att de mycket oftare *diskuterar politik*. Avseende användning av traditionella medier finns det signifikanta skillnader främst vad gäller vissa tryckta medier, nämligen *skönlitteratur, faktaböcker* och *morgontidningar* vilka SII-ungdomarna använder i mycket högre grad. Tidigare har framhållits att det finns samband med vissa av de på bilden redovisade aktiviteterna och kön – pojkar säger sig något oftare *diskutera politik* medan flickor *läser skönlitteratur* i betydligt större utsträckning. Men de stora skillnaderna mellan de två extrema SII-grupperna finns även kvar när man studerar pojkar och flickor från resp. SII-grupp separat. (Detta framgår av korrelationskoefficienten som här, liksom i den fortsatta redovisningen, anger styrkan på sambandet mellan SII-faktorn och de redovisade aktiviteterna med kontroll av könsvariabelns inverkan)

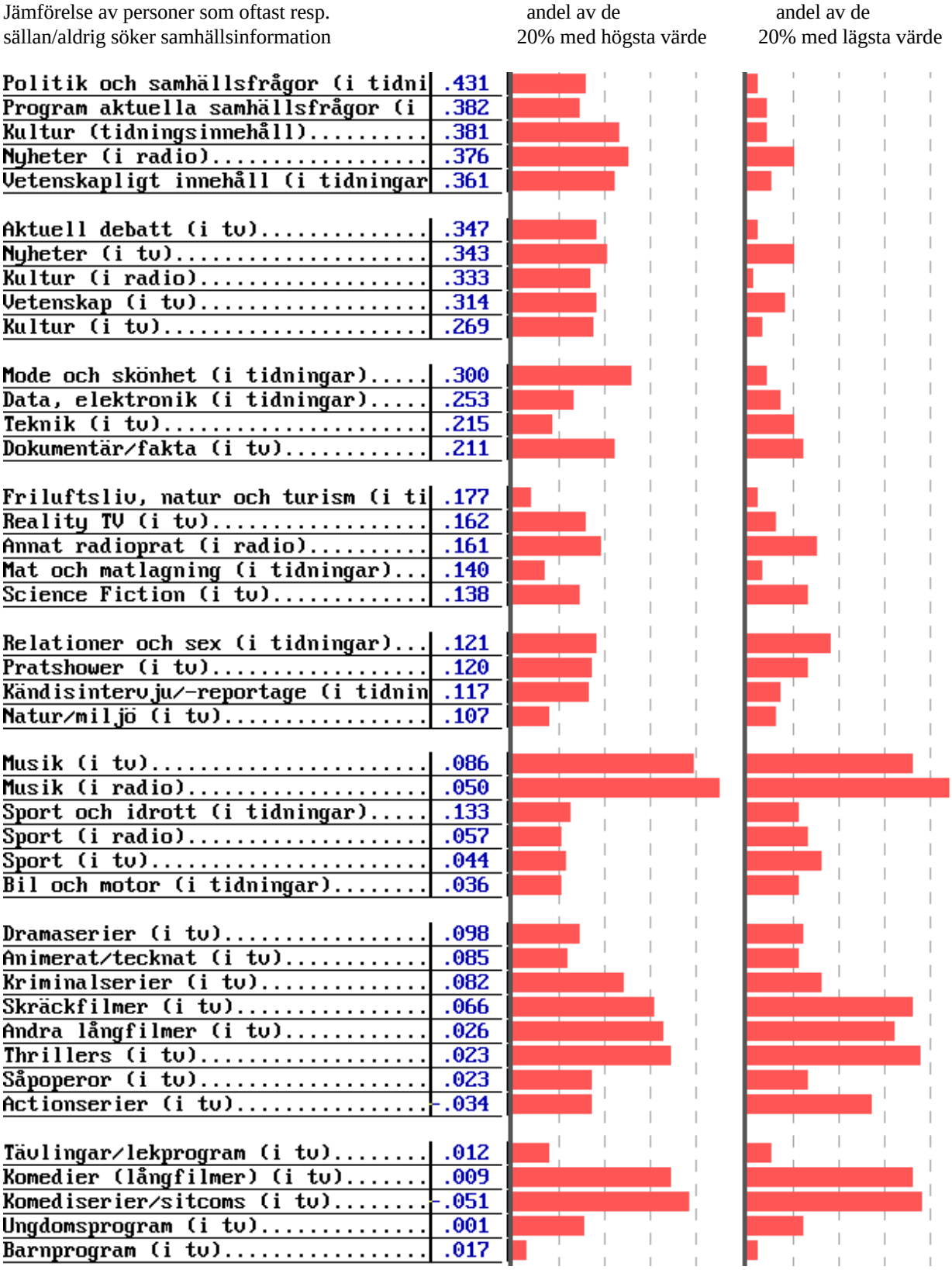
Hur ofta brukar Du…?



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp. För innebörden av staplarna se sid 15-16

Som följande bild visar, finns små (eller inga) skillnader i de båda extremgruppernas generella användning av de övriga medierna. Det visar sig emellertid att ungdomarnas användning av samhällsinformation på Internet har starkt samband med deras preferenser för olika sorters tv- och radioprogram liksom för olika tidningsinnehåll. Av bilden framgår att personer som oftast söker olika sorters samhällsinformation på Internet har mycket större affinitet till motsvarande innehåll även i de traditionella medierna. Av bilden framgår också att SII-faktorn inte påverkar ungdomarnas val av underhållningsprogram – staplarna, liksom korrelationskoefficienten (där kontroll hållits för eventuella effekter beroende på könsskillnader) visar att det finns små eller inga skillnader mellan de båda extremgruppernas intresse för underhållande innehåll i radio, tv och tryckta medier.

Andel personer i varje grupp som gärna väljer följande program/innehåll i radio, tv eller tidningar



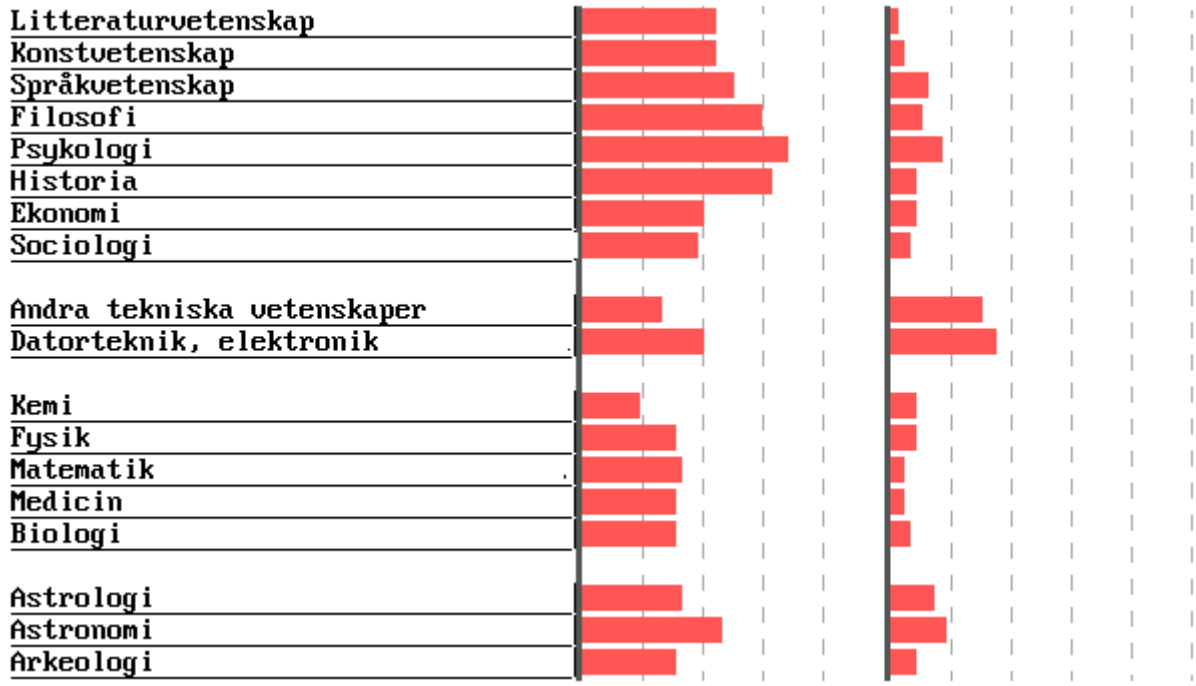
OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Hur viktigt är det för Dig personligen att medierna tar upp följande samhällsfrågor?

OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Av bilden ovan ser man att de stora skillnaderna i de båda extremgruppernas val av samhällsinformation på Internet liksom i de traditionella medierna motsvaras av mycket större intresse för samhällsfrågor – sambandet är särskilt starkt för frågor som har att göra med global politik och ekonomi. Stora skillnader finns, naturligt nog, också när det gäller intresse för olika vetenskapsämnen (se nästa bild). Skillnaderna reduceras eller försvinner bara när det gäller datateknik och övriga tekniska vetenskaper, av vilka ungdomar som sällan eller aldrig söker samhällsinformation på Internet uppgivit att de är intresserade i samma grad som den motsatta SII-gruppen.

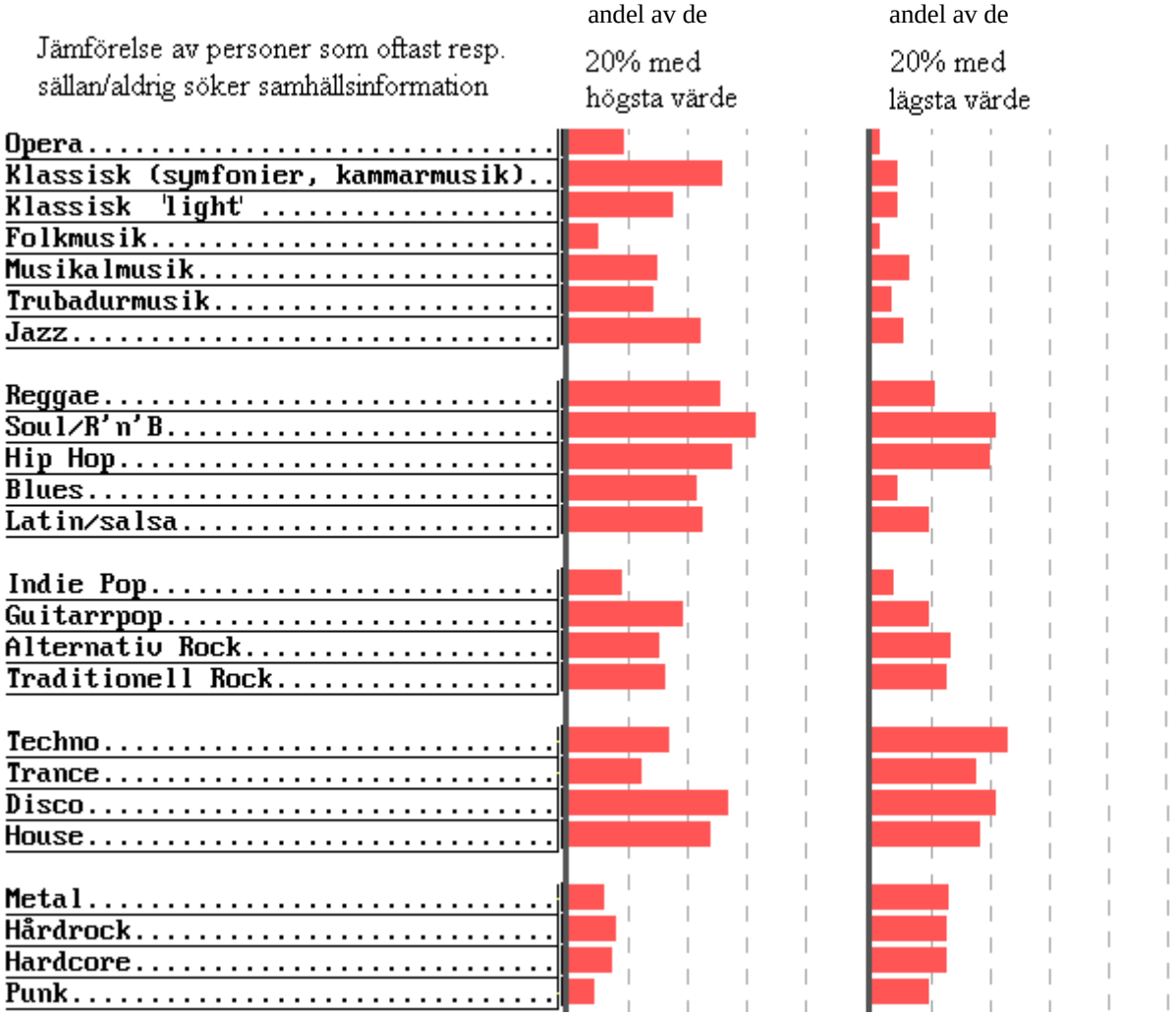
Hur intresserad är Du av följande vetenskapsämnen?



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

Dessutom kan man konstatera att intresse för samhällsinformation och motsvarande aktiviteter inom den virtuella såväl som inom den ’verkliga’ världen har samband också med estetisk smak. När det gäller musik är det i första hand de i samhället erkända ”seriösa” musikstilarna som klassisk musik, jazz, trubadurmusik o likn som i mycket stor utsträckning är omtyckta av ungdomar med intresse för samhällsfrågor, medan bara enstaka personer i den motsatta gruppen uppgett att de tycker om liknande musik.

Vilken musik lyssnar Du helst på?



OBS! De vertikala strecken anger var 20-e procent av respektive grupp

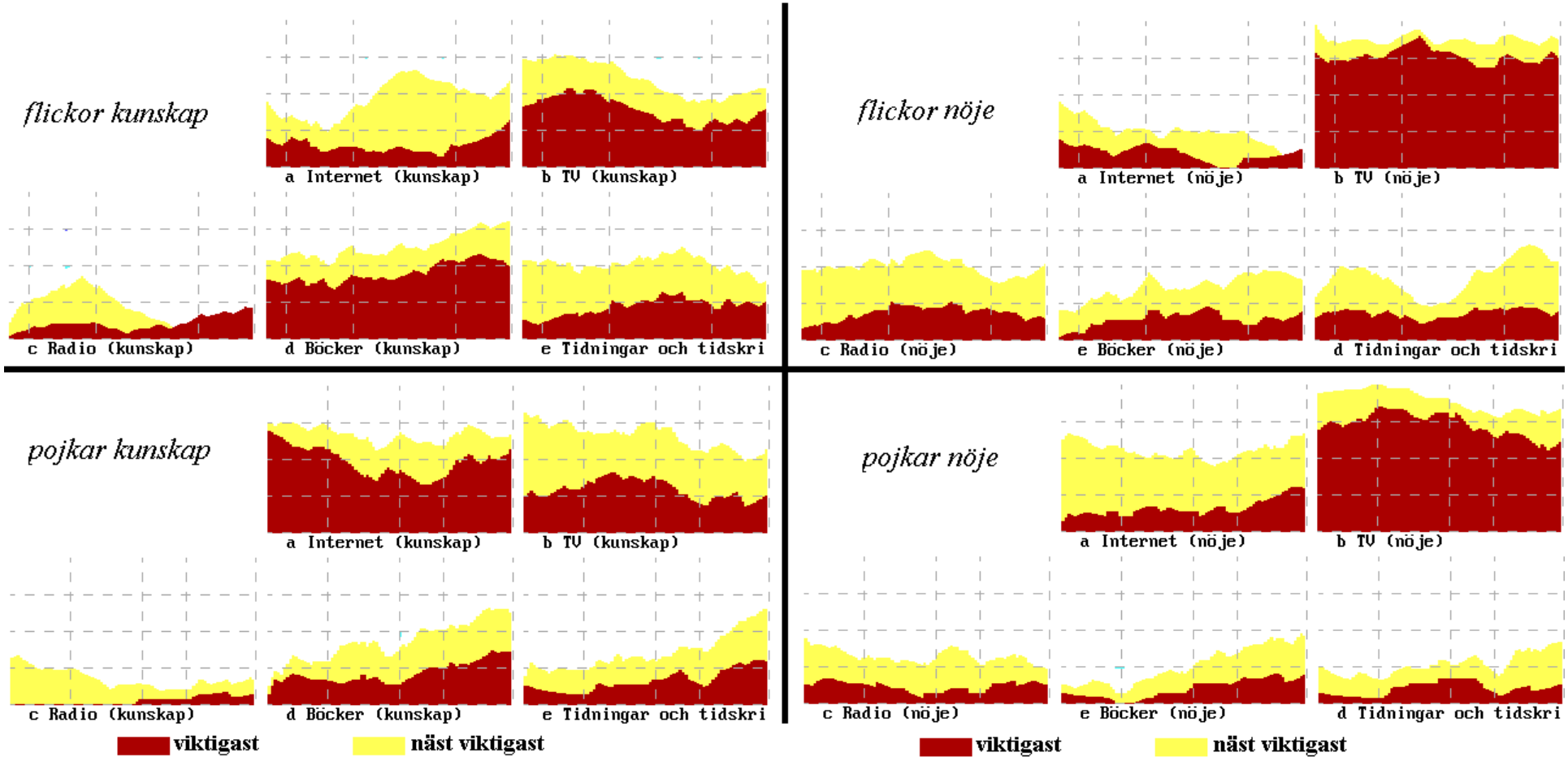
Avslutningsvis kan framhållas de två extremgrupperna skiljer sig kraftigt från varandra med avseende på sin sociala sammansättning. Elever från elitgymnasierna, med föräldrar som är högre tjänstemän eller har högre utbildning, är kraftigt överrepresenterade bland de ungdomar som oftast använder Nätet för att hämta samhällsinformation och – som framgått av de redovisade resultaten – söker sig alltså dessa ungdomar även i fråga om de traditionella medierna mycket oftare till radio- och tv-program liksom till tidningsartiklar med sådant innehåll (samhällsdebatt, politik, kultur, vetenskap o likn), ett beteende som också motsvaras av ett mycket större intresse för de flesta vetenskaper och samhällsfrågor (särskilt när det gäller globala frågor om politik och ekonomi).

Till sist: Det har framgått att det finns samband mellan ungdomars användning av vissa medier och de båda huvudvariabler som jag fokuserat i denna rapport, nämligen kön och sökning av samhällsinformation på Internet (SII). Vi ställde i undersökningen en grupp frågor där ungdomarna fick rangordna fem (enligt oss) stora medier efter den betydelse dessa medier har för dem som källa till kunskap och information resp. till underhållning och nöje. På följande bild presenteras resultaten separat för pojkar och flickor. Personerna har återigen sorterats utmed den horisontella axeln efter deras värde på SII-faktorn – längst till vänster hamnar de personer som aldrig söker samhällsinformation på Internet. Och ju längre till höger en person sorterats desto oftare söker han/hon samhällsinformation på Internet. De färgade ytorna anger andelen personer som valt resp. medium i första hand - mörk kurva - resp. i andra hand – ljus kurva.

Den viktigaste skillnaden gäller de båda könens preferenser för Internet respektive böcker som källa till kunskap. Pojkarna har i mycket större utsträckning angivit Internet som främsta kunskapskälla. Detta gäller inte minst personer som sällan använder mediet för att söka samhällsinformation, vilka också i högre grad angivit tv som viktig kunskapskälla på bekostnad av de tryckta medierna. Böcker är viktigast för flickorna som kunskapskälla. Och tv framstår som i särklass viktigast för båda könen som underhållningsmedium. Det är också värt att framhålla den relativt stora andelen flickor för vilka radion har stor betydelse när det gäller underhållning och nöje.

Vilket av medierna på listan är viktigast för Dig…

när det gäller kunskap och information? **när det gäller underhållning/nöje?**



De horisontella strecken anger var 25-e procent av respondenterna vars svar redovisas i respektive bild

De vertikala strecken markerar andelen av pojkarna/flickorna (i respektive redovisning/bild) som ingår i de kumulativa grupperna bestående av 20, 50 resp. 80 procent av samtliga ungdomar som oftast söker samhällsinformation på Internet

II. Internets framväxt i ett bredare samhällsperspektiv

Om pressens rapportering av Internets framväxt

I en tidigare rapport[1] presenterade jag en utredning av (främst kvantitativa) studier om Internetanvändare som gjorts i Sverige. Utredningen gav vid handen att endast ett fåtal studier - och då oftast av begränsad omfattning - hade gjorts inom den akademiska världen medan ett stort antal undersökningar genomförts av privata undersökningsföretag, vars metoder liksom (de flesta av) resultaten inte var tillgängliga för offentlig insyn. I nämnda rapport gick jag bl a igenom det befintliga materialet från två tidsserier som genomförs årligen vid Göteborgs universitet (SOM-institutets resp Nordicoms Mediebarometer), samt en rapport publicerad inom Teldok-serien som bygger på FSIs kontinuerliga datainsamlingar 1995-97. En analys av affärspressens artiklar under ett halvår, där enstaka undersökningsresultat citerats, visade vidare att de selektivt publicerade resultaten, sammanhanget i vilket de tagits upp och den tolkning som de fått har tydligt samband med konkreta mål hos mäktiga samhällsaktörer som ofta strävar efter att driva utvecklingen av Internet (eller med Nätet relaterade samhällsfält) i enlighet med sina egna intressen.

Under de följande två åren har IT i allmänhet och Internet i synnerhet fått en allt större roll inom olika samhällsområden och blivit en allt viktigare del av mediernas bevakning. I motsvarande mån har undersökningarna som söker belysa mediets olika aspekter mångfaldigats. Numera finner man betydligt flera studier om Internets spridning, användning och betydelse inom den akademiska världen än vad fallet var våren 1997. Oftast rör det sig emellertid om kvalitativa studier av mindre omfattning där slutsatser dras på basis av ett fåtal - ofta ensiffriga - användare. Som förr kan man inom universitetsvärlden främst räkna SOM-institutets årliga postenkät och Nordicoms Mediebarometer till de få undantag som bevakar Internets spridning och användning med kvantitativa insamlingar.

De tendenser i den privata branschens undersökningar vad gäller bristfällig metodologi och fragmentarisk rapportering av resultat har inte förändrats under de senaste två åren. Mångfalden spridda resultat som citeras i medierna som "sakligt" underlag för diverse slutsatser - vilka inte sällan pekar åt olika håll - bidrar inte till förståelsen av Internets utveckling, av dess samspel med övriga medier, liksom dess samspel med människors aktiviteter och livsvillkor.

Det förefaller som om alla samhällsaktörer från det ekonomiska såväl som det politiska fältet menar att de nya IT-medierna håller på att *omdefiniera samhället* (för att citera företrädaren för en av de nya framgångsrika Internetföretagen) och söker att påverka utvecklingen i enlighet med detta - att påskynda eller att anpassa sig till de nya villkoren. I detta sammanhang har man gjort olika datainsamlingar, byggt upp teorier och sökt att sprida sina ”kunskaper” inom samhället i stort eller inom bestämda målgrupper. Det finns exempelvis väsentliga skillnader mellan de aspekter av den virtuella världen som lyfts fram av å ena sidan det politiska etablissemanget och fackföreningarna och å den andra sidan av de olika kommersiella aktörerna från finanssektorn, reklambranschen, de traditionella medierna, data- och telekommunikationsföretagen, detaljhandeln m. fl. vilka ofta uppträder i nya roller genom att gå in i varandras revir och försöka vinna fördelar på den verksamhet som varit förbehållen aktörer från andra branscher.

Det finns således väsentliga skillnader mellan olika typer av "användare av IT-medierna om man tar hänsyn till deras konkreta insatser, möjligheter till vinst (i termer av ekonomiska, politiska och andra fördelar) samt deras förmåga att påverka utvecklingen av Nätet i synnerhet och av samhället i allmänhet. Ungdomar, vars användning av och inställning till IT fokuseras i denna studie, hör knappast, betraktade som grupp eller som individer, till de grupper som är i stånd att

påverka utvecklingen med några strategiska ingripanden. Men de är bland ITs flitigaste användare och att söka förstå den nya teknikens roll för denna grupp kan i många avseenden ge vägledning för förståelse av övriga resultat som presenteras i forskningsrapporter och tidningsartiklar. Och, som Bergström och Weibull framhåller, det är ”ytterst viktigt att följa utvecklingen i denna grupp, inte minst med tanke på att det är utvecklingen bland de yngre som kommer att påverka den roll Internet på sikt kommer att spela i samhället”.[2]

* * *

Liksom vid min genomgång 1997 resulterade en granskning hösten 1999 av tidningarnas rapportering av och de få akademiska undersökningarna om fältets utveckling i en bild som i flera stycken framstår som svåröverblickbar, närmast obegriplig - och även motsägelsefull - i fall man inte tar hänsyn till de ovannämnda metodologiska problemen och till olika samhällsaktörer vars intressen präglat den dominerande diskursen genom en rad mekanismer. Att påstå att andelen IT- och Internetanvändare växer är i och för sig ett tämligen okontroversiellt påstående men det får olika dimensioner och leder till skiftande slutsatser beroende på vilka aspekter av Nätet man avser, vilket mått man tillämpar, vilken grupp av befolkningen man avser, vilken tidsperiod användningen gäller osv. De följande exemplen belyser något problemet:

I början av oktober 1999 rapporterade Sifo Interactive Media att "nästan 3,5 miljoner människor eller 48,8 procent av alla svenskar mellan 12 och 72 år surfade på Internet någon gång under september", lägre än i maj men en relativ ökning efter en tillfällig nedgång under sommaren. Man finner fragmentariska uppgifter om mediets spridning i olika grupper av befolkningen. Enligt *Förenade LandsortsTidningars* rapportering den 6 oktober har t ex "ökningen varit störst bland kvinnor mellan 25 och 49 år" främst i storstadsregionerna.[3]

Trenden mot "en fortsatt kraftig ökning av nätsurfandet bland det svenska folket" stöds även av Sifos följande undersökningar. Av Sifos hemsida framgår att surfande svenskar 12-72 år under november var 51,7 procent, att de allra flesta av dessa (92%) surfat minst en gång i veckan (och drygt 37% har gjort det minst 4 ggr/v), att 45,9 procent av dessa var kvinnor och att "47 procent av den surfande befolkningen besökte under november en shoppingsajt".[4]

TT rapporterar (99-12-02) vidare med stöd i Sifos mätningar att "i slutet av 1999 beräknas 50 procent av den svenska befolkningen vara anslutna till Internet i bostaden" medan motsvarande siffra för ett år sedan varit 30 procent. På MMS (Mediamätning i Skandinavien) hemsida[5] går att följa utvecklingen av IT-innehav under det senaste året. MMS resultat ligger nära de av TT citerade Sifo-resultaten - andelen av befolkningen 9-99 år som har tillgång till datorer och Internet i hemmet visar sig vara 62 resp 49 procent enligt MMS novembermätning. Det framgår dessutom att ca 30% av de intervjuade har tillgång till Internet på arbetet och ca 20% i skolan; dessa resultat är dock något missvisande då de utgör andelar av hela populationen, alltså inkluderade inte bara förvärvsarbetande utan även studerande, arbetslösa, pensionärer m fl.

I en analys av Sifos resultat menar tidningen *Vision* att det är sannolikt att mediets framväxt under den kommande perioden avtar drastiskt, något som "ställer nya krav på Internets annonssäljare" i den ökande konkurrensen mellan sajterna om 'surfarna', vilken betingas av bl a annonsörernas växande intresse för nya medier - enligt en prognos blir Internet 2002 ett större medium än radio när det gäller finansiella reklamsatsningar. (Av Dagens Industris rapportering framgår vidare att drygt 50 procent av de som handlat på Internet under de senaste tre månaderna har köpt en CD-skiva eller en bok enligt Sifo Interactive Media.)[6]

RUABs pressmeddelande från den första september 1999 redovisar en annan aspekt av

utvecklingen. Man får veta att "svenskarna läser websidor över Europagenomsnittet". På företagets hemsida redovisas siffror för samtliga A-regioner i Sverige och för åldersgruppen 15-79 år. Det framgår att andelen *som använt Internet för att besöka webplatser* under vardagar är störst i Stockholm/Södertälje - 17,9 procent - och så låg som 5-7 procent för vissa glesbygdsregioner. "Tillgången till Internet i Europa ligger på 12% 1998, enligt Eurobarometer Report No 49 1998", står det på RUABs hemsida, en missvisande jämförelse med tanke på att måtten inte är kompatibla. På tabellsidan, där det står att pressmeddelandet skickats ut den första september 1999 framgår inte att RUABs resultat bygger på kontinuerliga insamlingar som genomförts sedan maj 1997 (och alltså inte avser den närmast föregående undersökningsperioden).[7]

Internet och kvinnor

Under oktober uppmärksammade flera tidningar en undersökning som IBM låtit Norska Gallup göra med 400 ungdomar 16-24 år vardera i fyra nordiska länder vilken visar att andelen av de svenska pojkarna som använder datorer dagligen (53,0%) är betydligt större än motsvarande andel flickor (31,6%). "Av dem använder 36,4 procent av killarna Internet dagligen jämfört med endast 12,8 procent av flickorna", skriver *Computer Sweden* 99-10-01.[8]

Av undersökningen, vars syfte enligt IBMs VD varit "att få kunskap om skillnaderna mellan flickors och pojkars syn på den nya tekniken och om datorvana är klassrelaterat", framgår att 90 procent av de tillfrågade ungdomarna i Norden har tillgång till en PC och att 86 procent av dem också har tillgång till Internet samt att föräldrarnas ekonomi spelar betydligt mindre roll än kön när det gäller datoranvändning. (Denna förmodas bero på att "61 procent av den lägre inkomstklassen och 67 procent av den högre inkomstklassen har tillgång till dator" något som i sin tur skulle kunna förklaras med hem-pc-affärerna.) Men det finns ändå ett samband mellan dem som inte har tillgång till dator hemma och relativt låg familjeinkomst och låg utbildning, sägs det.

”I samtliga nordiska länder uppgav ungdomarna att de trodde att datorvana hade stor betydelse för att få jobb i framtiden”, skriver *Computer Sweden* och citerar vidare IBMs VD:

- Med den här utvecklingen kan kvinnorna bli de stora förlorarna och det har betydelse för kvinnors karriärmöjligheter ur ett chefsperspektiv. Det räcker att titta på vår egen bransch för att se att vi misslyckats med att fånga upp kvinnor till ledande positioner i företagen.[9]

Några veckor senare publicerade *Computer Sweden* en annan tolkning av de stora skillnaderna mellan könens användning av IT som redovisas i IBMs undersökning. "Det vet vi alla som har ungdomar i vår närhet att pojkarna kan sitta framför pc:n precis hur länge som helst och spela idiotiska våldsspel och ladda ner MP3-musik och annat olagligt från Internet, medan flickorna använder datorn smartare och mer praktiskt, de skriver ett skolarbete, fixar inbjudningskort och chattar på ICQ", menar artikelförfattaren som är förvånad över IBMs slutsats och ger i stället uttryck åt sin rädsla över att pojkarna kan bli förlorarna, "som lägger så ohyggligt mycket tid vid datorn på bekostnad av andra färdigheter" eftersom "användning av datorer till normala uppgifter inte är svårt att lära sig". IBMs slutsats förklaras därmed vara felaktig då det inte är ”förmågan att spela *Quake* fem timmar om dagen som är avgörande" för ungdomarnas framtida lämplighet i ledarpositioner utan "det handlar om att man utvecklat en rad olika områden där social kompetens, allmänbildning, förmåga att övertyga och se helheter är några exempel".[10]

I en kommentar till IBMs ovannämnda undersökning tror biträdande näringsminister Mona Sahlin och tv-producenten Maria Borelius från det nystartade Kunskaps-TV att "kvinnor skräms

av den mediabild som finns av IT-branschen", närmare bestämt av webbyråerna där de anställda framställs "bo på jobbet, äta müsli och chips och ägna all sin tid åt jobbet". "Den typen av arbetsliv passar inte tjejerna och därför söker de sig inte dit", förklarar Borelius.[11]

Borelius hävdar att "kvinnor är intresserade av teknik om de ser nyttan med den". Hon påpekar att "IT-revolutionen har letts av manliga muppar och hackare" men "nu när tekniken börjar mogna är det dags att fylla kanalerna med något" där "kvinnornas stora chans" kommer. Hon drar således slutsatsen att IT inte är någon kvinnofälla och understryker samtidigt vikten av kvinnliga förebilder:

- Det skulle behövas en tv-såpa med en kvinnlig civilingenjör i huvudrollen, säger Maria Borelius.[12]

DN skriver (30 september) att datorjätten IBM med sin undersökning har "prickat in det politiskt korrekta ämnet" efter *DNs* avslöjande att "samtliga nya IT-bolag på börsen bryter mot jämställdhetslagen och att de till 95 procent leds av män" samt att "många kvinnor avancerar till nivån under den direkta ledningen. Sen kommer de inte längre". IBMs VD kommer till tals även här och med stöd i sin ovannämnda undersökning menar han att detta bara är "toppen av ett isberg".

Enligt *DN* har dessa missförhållanden tagits upp i en paneldebatt där "man till slut frågade sig om det rent av är marknadskrafterna som är manliga. Men så är inte fallet, ansåg panelen".

"Trots att svenska moderna IT-och Internetföretag nästan uteslutande leds av män, tror [biträdande näringsminister Mona] Sahlin bergsäkert att kvinnorna tar sig in i företagsledningarna och styrelserna på egen hand", att marknaden kommer att rätta till snedfördelningen utan särskild lagstiftning eller politiska beslut, "en inte helt ovanlig lösning på problemet", skriver *DN*.[13]

IBMs undersökning liksom de uppföljande debatterna är knappast något nytt. Männens dominans inom IT-branschen (liksom inom teknik och näringsliv i stort) är ett återkommande tema i tidningarnas rapportering när det gäller IT-branschen. I början av juni publicerade exempelvis *Computer Sweden* en undersökning bland de sju största webbyråerna av vilken framgår att bara en av de 43 styrelseledamöterna var kvinna, dvs 2,33 procent. "Webbolagen är gubbigare än de svenska börsbolagen i genomsnitt" där 3,23 procent av ledamöterna är kvinnor vilket, enligt *Computer Sweden*, är ett märkvärdigt faktum mot bakgrund av att de ledande Internetbolagen expanderar snabbt och utgör en växande maktfaktor i det svenska näringslivet. De "framställer sig gärna som Sveriges framtidshopp och den kommande tioårsperiodens viktigaste tillväxtbolag" och "drar sig heller inte för att förkasta vad de kallar föråldrade strukturer i samhälle och näringsliv samtidigt som de talar om en ny syn på kompetens och mångfald i den egna verksamheten.• Det gäller speciellt fördelningen mellan kvinnor och män".[14]

En rad kommentarer citeras i *Computer Swedens* artikel. Den enda kvinna som fått tillträde till Internetkonsulternas styrelserum är, liksom Mona Sahlin i *DN*, övertygad om att situationen kommer att förändras: "den här grabbigheten upplevs som jobbig, man vill inte få stämpeln på sig att man är ett grabbigt företag".

En av de 42 manliga styrelseledamöterna beskriver förhållandet som ett *pinsamt problem*, att den

---

• "Vi är med och definierar det nya samhället, vilket kanske inte är en känsla man får i de stora industriföretagen", kommenterar Framfabs grundare en undersökning som visat att allt flera nyexaminerade akademiker söker sig till de nya Internetföretagen. (Dagens Industri, 991119. Karieristernas favoriter. Susanne Bark)

ojämna könsfördelningen innebär att man inte utnyttjar kvinnornas kompetens, att det "kan bli en konkurrensnackdel för Sverige att vi har så få kvinnor eftersom företag i andra länder har högre kvinnorepresentation" men att "han saknar inflytande över valet av representanter som främst styrs av de stora investerarna".

En annan koncernchef och styrelseledamot erkänner att det inte finns några direkta ursäkter men tillägger att frågan är svårhanterlig eftersom "det är meriterna och inte könet som styr i första hand" - personer med börserfarenhet är ju oftast män.

Denna åsikt strider något mot VDn för *Unga aktiesparares* påstående att motsvarande kompetens finns bland kvinnorna. Han är dock inte förvånad över den sneda representationen "även om han tycker att det är beklagligt att de traditionella strukturerna inte har brutits ned av den framväxande Internetbranschen" och påpekar: ”Det är bra att frågan uppmärksammas.”[15]

En dag senare kommenterades *Computer Swedens* undersökning av *SvD* där ytterligare en kvinna - marknadsansvarig på en av de ledande webbyråerna - säger att situationen är sorglig men att hon "är inte förvånad över gubbväldet".[16]

- Jag tror att det är samma gamla regler som gäller inom alla branscher. Det blir *more of the same* i stället för att man försöker hitta någon som inte är så lik sig själv, säger den enda kvinnliga styrelseledamoten till *Computer Sweden* och tillägger att hon är ändå glad över att den nya chefen på New York-kontoret är en kvinna.

"Hon tycker ändå att det finns många kvinnor i branschen även om de inte sitter på ledningsnivå" för alla vill inte bli chef, "det finns inflytelserika kvinnor som formellt inte har chefstitel", skriver *Computer Sweden*.[17]

Vid samma tidpunkt (en vecka senare) rapporterade *Computer Sweden* om en undersökning som Jusek gjort, av vilken framgår att "IT-branschen är den bransch som är värst på att lönediskriminera nyanställda kvinnor", trots att - till skillnad från andra branscher - ingångslönerna är förhållandevis lika för könen, något som förklaras med efterfrågan på arbetskraft inom branschen.[18]

* * *

Som jag tidigare antytt har affärspressens uppmärksamhet i stor grad fokuserat Internets utveckling som plattform för handel och reklam och även här är könsaspekten framträdande. I detta sammanhang är det intressant att lyfta fram *Dagens Industris* rapportering av en flerårsstudie som Ericsson genomfört i Danmark: Informationsteknologin måste göras mer användarvänlig, annars kommer den aldrig att nå en massmarknad, skriver *Dagens Industri*, datorer och Internet används nästan enbart i jobbet. Ericsson affärsutvecklingschef i Danmark avslöjar att "varken män eller kvinnor förknippar användande av datorer hemma med ökad livskvalitet - tvärtom är den allmäna inställningen att shopping hemifrån och hemarbete via datorn gör människorna till slavar i sina hem", ett resultat som sägs vara av stor vikt för produktutvecklingen inom IT-branschen.

”Penetrationen för mobiltelefoni och Internet har snart nått 40 procent i Skandinavien och USA, men den resterande massmarknaden blir svår att nå, så länge tekniken inte blir mer användarvänlig”. Man borde särskilt ta hänsyn till kvinnor, sägs det, vilka, enligt studien, beslutar om alla tekniska inköp över 2000 kronor i danska hushåll. "Om inte hon vill använda ny teknologi, så blir det svårt att dyrka upp massmarknaden", menar Ericssons produktutvecklingsschef.

Datorer beskrivs som "männens leksaker" som danska kvinnor inte använder hemma jämfört med telefonen. "Telefonen upplevs av kvinnor som kvalitet och nödvändig medan datorn upplevs som klumpig och besvärlig", heter det.

I artikeln antyds också att det finns stora könsskillnader när det gäller inställningen och användandet av Internet; bl a upplever de flesta kvinnorna Internet som "stort och lite hotande". 80 procent av danska Internetanvändare är män, som surfar av nyfikenhet, skriver man med stöd i Ericssons studie.

- Innehållet på Internet måste redigeras så att det blir relevant. Informationen måste packas och designas så att den kan nås enkelt och direkt, menar *Dagens Industri*.[19]

Andra undersökningsresultat som citeras i affärspressen antyder, i motsats till Erikssons danska undersökning, att könsfördelningen bland dem som surfar eller handlar på Internet är ganska jämn. Karakteristisk för sådan rapportering är, liksom när det gäller Internetbevakningen i stort, att man särskilt understryker den stigande andelen användare.

I sammanhanget kan nämnas en kartläggning i Sverige gjort av Doubleclick tillsammans med Netresearch som "bygger på svar från hela 17 000 nätbesökare" enligt vilken 59 procent av männen och 43,8 procent av kvinnorna har handlat på Nätet, att ännu flera - 75 resp 63 procent - avser att handla samt att 96 procent av dem som handlat kommer att handla igen. Man meddelar "att den genomsnittliga Internetsurfaren är man, 25-34 år, högskoleutbildad och bor i en storstad", något som sägs vara sedan tidigare kända fakta men understryker det man inte känner till, nämligen "hur den typiska Internetkunden ser ut och enligt undersökningen finns ingen självklar beskrivning".

Det framgår att Internetkunderna, förutom att de kännetecknas av hög trohet, är spridda bland olika ålders- och utbildningsgrupper och inte koncentrerade bland unga som man tidigare trott, även om andelen som handlat är störst bland 25-34-åringar. En rad resultat om respondenternas Internetköpvanor och avsikter redovisas.[20]

Det kan i förbigående nämnas att sådana undersökningar av "nätbesökare" bygger på svaren från en speciell grupp som inte är representativ för Internetanvändare eller ens för nätshoppare, varför de redovisade resultaten kan vara högst godtyckliga.

Ett annat exempel om kön och handlande på Nätet utgörs av en amerikansk undersökning som gjorts av CommerceNet/Nielsen Media Research citerad av *SvD* (den 6 juni 99) enligt vilken 46 procent av de amerikanska Internetanvändarna är kvinnor (3 procent mer än i juni 1998) medan antalet kvinnor som shoppar på Internet nästan fördubblats under samma period och således står för tillväxten av handeln på Nätet. Undersökningen visar vidare att 60 procent av nätanvändarna shoppar på Nätet, "även om det ofta betyder att man bara tittar på varorna och sedan köper i vanliga butiker", tillägger *SvD*.

Det sägs också att 92 miljoner människor i USA och Kanada, nästan hälften av befolkningen, är uppkopplade varav 28 miljoner shoppar - 9 miljoner en gång i månaden och en miljon en gång i veckan (detta enligt nyhetstjänsten ZDNet).

Enligt Nielsens resultat är bilar och datorer vad män oftast handlar på Nätet medan kvinnor köper böcker, CD, datorer och kläder. Flera siffror om tillväxt och förtroende för Internethandeln redovisas också, t ex att köparna har större förtroende för sajter som sponsras av etablerade märken.[21]

Enligt undersökningen Näthandel 1999 som kartlagt svenskarnas vanor och attityder till handel via Internet och som presenterades i *SvD* i början av augusti, har 35 procent av Internetanvändarna någon gång handlat via Nätet, främst CD, böcker, biobiljetter, programvaror och kläder, men en stor ökning väntas på bilar och resor enligt VDn på analysföretaget Interactive Research & Consulting, beställare av undersökningen som genomförts av RUAB med hjälp av 502 enkäter.

Det finns en enorm potential för handel på Nätet, nya Internetanvändare börjar handla direkt och kapitalvarorna kommer att öka, förutspår VDn med stöd i en rad undersökningsresultat som citeras med decimaler. Läsaren får således veta att 73,2 procent av de som handlat på Internet har positiva erfarenheter medan 4 procent är negativa, att 22,1 procent har handlat för över 10 000 kronor under det senaste året medan majoriteten lagt ut 1 000-5 000 kronor samt att en avgörande faktor för att handla är ett lågt pris.

Av artikeln framgår vidare att 64 procent av männen och 54 procent av kvinnorna använder Nätet varvid de flesta tillbringar merparten av tiden på svenska webplatser, att 85 procent av Internetanvändarna använder Nätet någon gång i veckan eller oftare och att 79,6 procent surfar i hemmet medan 47,1 procent gör det på arbetet.

- Kvinnorna har inte kommit ikapp. Fortfarande är män i storstäder med höga inkomster överrepresenterade, säger VDn. Utifrån undersökningsresultaten definierar artikelförfattaren den ”typiska nät-konsumenten som en ung, manlig och högutbildad storstadsbo som ofta använder Internet”.[22]

Internet och de traditionella medierna

Med samma noggrannhet slår man fast utifrån RUABs ovannämnda undersökning att 20,8 procent uppgivit att de minskat sin konsumtion av andra medier och i stället kastat sig ut på Nätet, att 9,1 procent har dragit ner på kvällstidningarna och 7,5 procent har minskat läsandet av dagstidningar och att hela 17,1 procent tittar mindre på tv som anses vara den stora förloraren när surfandet på Internet ökar. Att dagstidningarna klarat sig relativt bra beror, enligt analysföretagets VD, på deras format och läsvänlighet som inte går att göra om på Internet.[23]

"Är det dags för rejäl skrämselhicka på TV-kanalernas försäljningsavdelningar?", undrar författaren i en artikel i *Computer Sweden* (den 14 september 1999) där den ovan citerade RUAB-undersökningen tas upp i argumentationen. Han citerar även resultat från tv-branschens egna undersökningar utförda av MMS som "tyder på att TV-tittande bland män 20-34 år sakta har dalat sedan 1998", en tendens som enligt författaren bekräftas även av Sifos Orvesto Konsument vars rapport 99:1 och 98:1 redovisat att tv-tittandet gått ner med 40% bland män 20-34 år, med högskoleutbildning och inkomst över 200 000 kronor, bland killarna som surfar mest och dessutom tittar på tv minst 60 minuter i snitt per dag. Författaren åberopar vidare Nordicoms Mediebarometer som enligt honom visar motsvarande resultat för män även om samma undersökning visar den motsatta tendensen för yngre kvinnor.[24]

Att ökat surfande resulterar i sämre tittarsiffror för TV-bolagen i USA, särskilt för de stora, är ett återkommande tema i tidningarnas rapportering i de artiklar där IT-utvecklingens snabba framsteg hamnar i fokus. (Den påstådda trenden lyftes fram också i *Veckans Affärer* i en artikel (11.10.99) där det - något ologiskt - samtidigt påpekas att "70 procent av amerikanerna ännu inte har gett sig ut på Nätet".)

Det är möjligt att nya medier i ett längre perspektiv kommer att rubba de traditionella mediernas publikstrukturer och att vissa personer minskar sin övriga medieanvändning på grund av Internet. Det är dock viktigt att understryka att Mediebarometern, som författaren i *Computer Sweden* åberopar, inte stöder sådana påståenden. Att publiksiffrorna hoppar upp och ner från ett år till ett annat, hänger oftare samman med de metodologiska felkällor som utmärker urvalsundersökningar än med verkliga trender. Man har anledning att ta sådana metodaspekter med i beräkningarna särskilt när det gäller mindre segment av den undersökta populationen som i Mediebarometerns datainsamlingar är representerade av få personer, vilket gör att de observerade förändringarna i den aktuella gruppens tv-tittande snarare beror på den statistiska felmarginalen än på Internets frammarsch. Det finns ännu större anledning att vara försiktig vid tolkningen av MMS tv-tittarmätningar som bygger på en panel uppbyggd av kvoturval. En (av många) faktorer som kan inverka på resultaten kan då vara det faktum att MMS nyligen kraftigt utökat panelens storlek.

De tendenser som de båda ovannämnda artiklarna slår fast - att tv-tittandet drabbats hårdast av ökad användning av Internet medan tidningarna klarat sig relativt bra tack vare sitt format - liksom flera andra undersökningsresultat och trender som lyfts fram i pressen, skiljer sig i flera avseenden från de förhållanden i de nya mediernas användning som görs gällande i SOM-institutets rapport 1999[25], där man bl a säger att enligt respondenternas subjektiva bedömning (jfr RUABs ovan citerade undersökning) är det i första hand tidningarna som minskat sin läsekrets. Det rör sig dock om en liten minskning som bl a kan bero på att Internet används mest på jobbet, till skillnad från tv m m. Härav drar SOM-institutet slutsatsen att Internet snarast kompletterar andra medier. (Av alla Internetanvändare har, enligt SOM-undersökningen, 11% uppgivit att de minskat sin användning av dagstidningar, 7% av tv, 2% av radio.)

Nätet har haft en begränsad spridning i förhållande till traditionella medier, konstaterar Bergström & Weibull, trots att Internetanvändningen har fördubblats varje år efter 1995.[26] Det sägs vidare att ökningen mellan 1997 och 1998 är likartad i olika grupper med undantag av pensionärer som fortfarande står utanför Nätet. Författarna menar att de skevheter i mediets spridning och användning som funnits sedan flera år, fortfarande finns kvar.

Med stöd i bl a Mediebarometern menar de att skillnaderna mellan olika samhällsgruppers användning följer tidigare redovisade mönster. Det förefaller som om detta snarare beror på andra faktorer än Internets beskaffenhet: Unga människor i hög social position, med hög utbildning och hög inkomst har genom historien gått före då det gäller innovationer, medan särskilt de äldre kommit sent i spridningsförloppet, hävdar författarna.[27]

Tvärtemot pressens ständigt återkommande rapportering om Näthandelns explosion menar Bergström & Weibull att Internets användning för praktisk nytta, t ex inköp eller beställningar, inte har ökat mellan 1997 och 1998.[28]

I SOM-undersökningen har man även ställt några övergripande frågor om Nätets olika funktioner och kunnat konstatera att nöjesanvändningen är mest utbredd bland ungdomar och bland personer i arbetarfamiljer samt att lågresursgrupperna använder Nätet mera till underhållning än till informationssökning. Därav slutsatsen att "klyftan i fråga om informationsinhämtandets villkor är därmed i praktiken större än vad det allmänna spridningsmönstret och den allmäna användningen låter påskina".[29]

Det sägs också att i alla grupper överväger användning av privat karaktär. Eventuella skillnader mellan mäns och kvinnors Internetanvändning diskuteras inte av Bergström och Weibull.

Internet och den demokratiska debatten

Ett viktigt perspektiv av den övergripande diskursen kring ITs utbredning har varit de digitala mediernas betydelse som källa till kunskap och information varvid de ofta tilldelats en särskild roll i den demokratiska processen. I sådana sammanhang har även andra gruppers än kvinnors och ungdomars Internetvanor kommit i förgrunden.

Vikten av innehav och användning av datorer och IT har framhållits t ex inom LO, som följt upp datoriseringen av sina medlemmar med hjälp av urvalsundersökningar. I slutet av juni 99 konstaterades att "det har skett en språngartad utveckling av antalet datorer i hemmet" (*DN*) då tre hundra tusen anskaffat hemdatorer bara under 1998, varmed antalet LO-medlemmar med datorer blivit 51 procent. LO betonar att tillgång till kunskap har samhällsrelevans. LOs utredare glädjs åt att många även använder Internet: "Det är ju också viktigt för skolarbetet där allt mer handlar om datorer och Internet", säger han till *DN*.

- Det är väldigt glädjande. Det är oerhört viktigt att ha tillgång till information och kommunikation om man vill delta i den demokratiska debatten, säger LO:s andre ordförande.

En jämförelse med andra fackförbund ger emellertid vid handen att ca var femte LO-medlem saknar tillgång till dator i hemmet såväl som på jobbet medan motsvarande siffra för SACO-medlemmar bara är 3 procent, och skillnaderna är ännu större för kvinnor. ”Klass och kön är fortfarande avgörande för om människor har tillgång till dator och Internet i hemmet eller inte", sammanfattar *Förenade Landsortstidningar* undersökningens resultat.

Arbetsfördelningen i hemmet är fortfarande ojämn, påpekar LOs andre ordförande, som är en kvinna: Kvinnorna gör ofta mer av hushållssysslorna och har på så sätt inte tid att sitta framför Internet i samma utsträckning som männen, säger hon.[30]

Också inom andra fackförbund har man i olika sammanhang diskuterat ITs betydelse inom den framtida arbetsmarknaden och för den demokratiska processen. I en stor tvåsidig artikel i SIFs medlemstidning *SUSningen*[31] intervjuas forskaren Anders R Olsson, som studerat offentlighetsprincipen och som tror på att IT kan underlätta att mer makt överlåts åt medborgaren. Det påpekas att allt flera debattörer menar att "demokratin befinner sig i kris", eftersom folk inte längre tror på politiken och folkrörelserna och inte längre vill engagera sig, vilket bl a lett till att regeringen tillsatt en demokratiutredning "som nu funderar på vad som bör göras åt saken".

Olsson berättar om sina studier av tre uppmärksammade IT-projekt som erbjudit möjligheter till diskussion av politik men som enligt honom inte lyckats särskilt bra eftersom endast få personer deltagit i de nätburna diskussionerna, främst sådana som skulle engagera sig även utanför Internet. Mer uppmuntrande, enligt honom, är vissa varianter av representativ demokrati som går ut på att man väljer ett tvärsnitt av befolkningen, en grupp mellan 18 och flera hundra personer som "sedan avskärmas från omvärlden och får tillgång till all information de behöver genom t ex samtal med olika experter" och därefter diskuterar olika lösningar. IT kommer in i bilden med sin förmåga att bearbeta information, bl a genom att simulera olika processer (t ex "låta människor prova på att vara finansminister för en dag, trafikplanera eller något annat"), och därför göra det lättare att delta i liknande diskussioner. Det blir också billigare att föra diskussionerna på Internet än att bekosta mat, logi, expertmedverkan osv, skriver *SUSningen*.

Man påpekar också begränsningar med de digitala demokratimodellerna, t ex bristen på personlig kontakt, även om framtidens teknikutveckling kan möjliggöra virtuella möten med fullvärdig ljud och bild. Och att bara ta del av expertinformation räcker inte för att folk ska

engagera sig, säger Olsson, folk måste också känna att de kan påverka den politiska processen, annars vill de inte vara med. "Likaså är det ytterst viktigt att kunskapsprocessen fungerar så att deltagarna verkligen kan diskutera och fatta kloka beslut", menar han och räknar upp flera problem med digitala demokratin för att avslutningsvis ändå uttrycka sin tro på att överlåta mer makt till medborgarna - vilket kan underlättas av IT, eftersom "det är mycket som visar att demokratin befinner sig i kris".[32]

Med Internets framväxt har pressen i högre grad uppmärksammat olika försök till politiskt deltagande och annan bredare samhällsdiskussion. Ett exempel är *Computer Swedens* rapportering om den förestående 'framtidschatt' i Norrbotten, där "vem som helst [kan] chatta om Norrbottens framtid med kommunalråd, landstingsråd och med landshövdingen".

- Det här är ett bra exempel på hur Internet kan användas i demokratins tjänst. Jag är övertygad om att Internet kommer att bli ett viktigt verktyg för bland annat politiker när det gäller att pejla opinionen samtidigt som Internet ger allmänheten ett ökat inflytande, säger landshövding Kari Marklund.[33]

I ett pressmeddelande november 1999 rapporterade Telia om en ny tjänst som företaget introducerat genom att lägga fullmäktigemöten med ljud och bild på Internet, varmed medborgarna i Bollnäs också kunnat rösta i olika frågor via Internet. Det framgår att denna typ av sändning är först i världen samt att kommunfullmäktigeordförandes mål är "att medborgarna engagerar sig och deltar i vad som händer i Bollnäs".[34]

Av en annan undersökning som IBM genomfört i 14 europeiska länder och som *Computer Sweden* citerade i början av september framgår att "74 procent av Europas uppkopplade politiker tror på att IT kan förbättra den demokratiska processen" och att "ju mer uppkopplad en politiker är desto mer benägen är han eller hon att använda sig av IT i den demokratiska processen" samt att "hela 50 procent uppger att de skulle stödja röstning via Internet som ett komplement till traditionella röstningsmetoder".

Man anger hur många procent av politikerna som deltagit i undersökningen och som har hemsidor, och av de citerade siffrorna i kombination med medföljande adjektiv framgår att en stor andel av dem ”använder eller har för avsikt att använda sina hemsidor i valkampanjer" samt att de allra flesta politiska partier har hemsidor. Det sägs att 99 procent av de politiker som har tillgång till Internet på jobbet "anser sig har stor nytta av Nätet i sitt arbete" och att "svenska politiker är flitiga nätanvändare".

Det framgår emellertid att undersökningens svarsfrekvens är alldeles för låg: Exempelvis deltog enbart 0,9 procent av de tillfrågade politikerna i Storbritannien, skriver *Computer Sweden*.[35]

I början av december överlämnade den svenska IT-kommissionen till regeringen sin rapport om bredband, Framtidssäker IT-infrastruktur, där enligt *Computer Sweden* gjorts beräkningar att samtliga hushåll och företag i Sverige kommer att ha tillgång till bredband år 2005.

I samma nummer citeras demokrati- och förvaltningsminister Britta Leijons kommentar att regeringen har beslutat att ge Statskontoret i uppdrag att skapa kriterier för ett nytt begrepp, 24-timmarsmyndighet.

- Den moderna informationstekniken ger oss möjligheter att skapa ett samhälle vars myndigheter alltid är öppna för medborgarna.[36]

Olika experter har ibland värderat olika samma statistiska resultat om andelen av befolkningen i stort eller av olika grupper som har tillgång till och använder IT, vilket t ex var fallet med könsskillnaderna i IBMs tidigare nämnda undersökning i fyra nordiska länder. Ett annat exempel är en undersökning som genomförst av FSI, där det framgått att "få invandrare kan använda Nätet", enligt *DN* 99-11-09[37], något som beskrivs som ett 'informationsgap' av projektledaren. "Tillgång till Internet är en demokratifråga", skriver *DN* och påpekar att "mer än hälften av invandrarna i Stockholms län aldrig surfar på Internet" och att 63 procent inte använder e-post medan motsvarande siffror för infödda svenskar är 35 resp 44 procent.

-Den nya tekniken sprider sig inte harmoniskt i samhället utan har blivit en klass- och resursfråga. Alla som är intresserade av demokrati borde intressera sig för dessa siffror, uttalar sig historieforskaren Lars Ilshammar som är också ledamot i regeringens IT-kommission och beskriver detta förhållande som ett "jättelikt problem".

- Informationstillgång är avgörande för demokratin i informationssamhället, fortsätter han, det är svårt att tala om digital demokrati när alla inte har tillgång till ny teknik. Risken är att de som kan använda förändringen styr debatten och påverkar opinionen.

Ytterligare en forskare - statsvetare och tidigare regeringens maktutredare, Olof Petersson - uttrycker sin oro över utvecklingen av det medium som, enligt honom, är viktigast för framtiden något som innebär fara för segregation, varvid "en permanent informationsunderklass växer fram"; information ger medborgarna möjlighet att ställa krav på sin omgivning, säger han.

En projektledare från undersökningsföretaget FSI kommer också till tals och bedömer att informationstillgången är ännu lägre i stora invandrarföreningar. Även han understryker vikten av att 'informationsgapet' försvinner eftersom "interaktiviteten i surfande och e-post är viktig för dialog".

Det framgår emellertid att 63 procent av invandrarna som deltagit i undersökningen använder dator.

DNs ovannämnda artikel fick gensvar ett par veckor senare i *Dagens Industri*, där författaren beskriver undersökningsresultatet som "positivt och framför allt mycket löftesrikt inför framtiden" och ger uttryck åt sin förvåning över IT-kommissionens analys av samma undersökning mot bakgrund av att "nästan varannan invandrare surfar på Internet" och att "63 procent av invandrarna regelbundet använder dator". Han kallar Ilshammars inställning i *DN* för ”negativ och i grunden framtidspessimistisk”, en inställning som enligt artikelförfattaren är ”mycket farligare för Sverige än alla massmediala hotbilder om IT-bubblan som kommer att spricka tillsammans”. De i *DN* redovisade resultaten av FSIs undersökning framstår som mycket lovande i hans analys.

- Det är i högsta grad relevant hur Sveriges nyaste och ofta mest utsatta medborgare hanterar den nya teknologi som i ett slag revolutionerat tillvaron för många miljoner människor och gett dem ett fönster ut mot hela världen, påpekar han och frågar:

- Är det inte ett positivt tecken att så många som nästan hälften av invandrarna, trots alla de hinder som finns i det svenska samhället och ofta bristande kunskaper i det stora världsspråket svenska, har insett värdet av att satsa på IT?

- Jag vet att en orsak att så många invandrarfamiljer har satsat på datorisering och uppkoppling till Internet är att de insett hur informationsteknologin både kan hjälpa dem att snabbare få fotfäste i deras nya svenska vardag och dessutom behålla kontakten med nära och kära i hemlandet.[38]

Debatten kring FSIs undersökning kan verka något underlig då det förefaller som om alla debattörer är ense om Internets enorma vikt för den svenska befolkningen i allmänhet och för invandrarna i synnerhet. Det är intressant att påpeka att *DN* i ovan nämnda artikel inte tar upp användningen av Internet i andra grupper av befolkningen. Den citerade studien ingår i en serie där man tidigare kunnat konstatera att även andra variabler som kön, ålder, yrke och inkomst också är diskriminerande när det gäller användning av Internet. En del av de nyare undersökningsresultat som citerats tidigare pekar mot att liknande förhållanden fortfarande existerar.[39]

Internet och den globala ekonomin

Det tidigare påståendet att presentation och tolkning av undersökningsresultat om Internet (och andra medier) sammanfaller med de olika aktörernas igenkännbara samhällsmål, verkar plausibelt med tanke på det mönster som avtecknat sig i tidningsartiklarna - men är inte bevisat. Man kan hävda att det sätt på vilket tidningsartiklarna har sammanfattats här är godtyckligt. I IBMs fall där många grupper Internetanvändare undersökts, kan man dock påstå att resultaten passar företagets intressen: en slutsats av vinklingen som givits rapporteringen skulle t ex vara att politikerkåren uppmanas att satsa på IT - för egen del liksom å samhällets vägnar - med hänvisning till datorers betydelse för välfärd och demokrati. *Computer Swedens* rapportering ger emellertid inte entydiga belägg för att så är fallet. Man borde i stället finna vidare bevis än vad en analys av de citerade artiklarna eller av vår undersöknings databas erbjuder. Man måste ta reda på IBMs förmåga att dra vinst av eventuella politiska beslut om storskalig IT-satsning, vilket inbegriper en studie av IBM som en del i ett fält av relationer mellan olika politiska, ekonomiska och andra maktcentra inom samhället, dess ställning inom IT-branschen, inom mediebranschen etc. Det är möjligt att man får ytterligare vägledning genom att närmare utreda den av IDG ägda tidningen *Computer Swedens* position i rummet av relationer där Internets spridning förefaller vara en betydande insats.

Sensationella och slagkraftiga fraser är vanliga i tidningarnas beskrivning av den pågående 'IT-revolutionen'. Det är inte ovanligt att man, liksom för två år sedan, rapporterar om den omedelbart förestående explosionen i e-handeln, som också framstår som (en av) de viktigaste drivkrafterna bakom den nya teknikens framskridande:

- Handel och möjligheten att tjäna pengar är det som driver utvecklingen och ligger till grund för investeringarna. Allt fler kommer att investera allt mer för att ta del av dessa möjligheter, menar t ex en analytiker på det internationella undersökningsföretaget IDC (ägt av IDG), som betecknar de föregående åren som en uppstartsfas, trots mediets stora tillväxt; nästa fas kommer att kännetecknas av fortsatt stark tillväxt och betydligt hårdare konkurrens.[40]

Av IDCs prognoser som presenteras i fortsättningen av artikeln framgår att antalet Internetanvändare i världen blir över 500 miljoner år 2003 och en miljard år 2005 varmed omsättningen för nätrelaterad handel ökar från ca 400 miljarder år 1999 till 10.000 miljarder kronor år 2003.

Utvecklingen kommer också att innebära förändringar för och ställa krav på de företag som i ett eller annat avseende har insatser eller bedriver verksamhet inom den virtuella världen: ”För det första gäller det att förstå hur användarbasen och dess beteende förändras. En majoritet av användarna befinner sig utanför USA, en stor del, kanske mer än hälften, är kvinnor, och e-handel kommer att vara en vardagsföreteelse...”

Hög servicegrad, möjligheter till personalisering och varumärkesbyggande med Internet i fokus

är de viktigaste kraven som ställs på nätaktörerna i framtiden, framgår av analysen. Att bara finnas ute på Nätet räcker inte. Man måste tänka multinationellt med globala produkter och global support, säger IDCs analytiker som även menar att marknadens höga börsvärdering av företag som odlar en tydlig Internetinriktning i sin kommunikation och marknadsföring, kommer att bedömas som mer seriösa av kunderna och därmed vara mer attraktiva än företag med lägre Internetprofilering.[41]

* * *

Att ha en bred närvaro på nätet verkar ha blivit en strategisk överlevnadsfråga också för de stora transnationella medieföretagen, att döma av *Veckans Affärer*[42] som den 11 oktober rapporterade om en rad stora sammanslagningar mellan gamla och nya mediegiganter samt om deras omfattande planer i den virtuella världen.

"Efter en inledande tvekan springer USA:s gamla medierävar allt vad de orkar för att hinna ifatt de unga pojkarna på America Online, Yahoo och Microsoft. För jättarna har det blivit en överlevnadsfråga att ha en bred närvaro på Internet." Det rapporteras att:
- Time Warner och Sony har gått samman för att ta över CDnow och därmed får den största musiksäljaren på nätet.
- USA Networks (med Seagram som största ägare) har köpt Sidewalk.com från Microsoft och lägger ihop den med sin egen Ticketmaster Online-CitySearch.
- Disney har förvärvat återstående 57 procent av Infoseek och tänker slå ihop det med sin portal Go Network.

De stora satsningarna relateras till nätverksamhetens hittillsvarande olönsamhet; det sägs att av de stora Internetspelarna är det bara Yahoo och America Online som inte gått med förlust och i bästa fall har mycket blygsamma vinster. Med hänvisning till undersökningsföretaget Jupiter Communications påpekas i artikeln att Internetannonseringen svarat för bara 1,2 procent av reklamkakan "förra året" och förväntas bli 4 procent år 2002 "i takt med att fler amerikaner ger sig ut på nätet".

"Att nätet ändå har en sådan attraktionskraft beror på det förestående genombrottet för bredbandsteknik, där PC:n så småningom väntas ersätta den traditionella TV-apparaten", skriver tidningen, en utveckling som gör att man snabbt kan ladda ner "tusentals filmer och underhållningsprogram direkt i sina hemdatorer". Detta har skrämt de etablerade medierna som "tvingas positionera sig i en framtid som man inte vet så mycket om". Artikelförfattaren menar bl a att Viacoms övertagande i september 1999 av en rad dominerande tv-kanaler - ungdomskanalerna Nickelodeon och MTV samt CBS med störst marknadsandel bland äldre tv-tittare, vilka genom att dessutom äga "allt från nöjesparker till filmstudios täcker … tillsammans in det mesta i dagens medieutbud" - snarare är inriktad på "morgondagens business" än på att säkra sin ställning hos tv-publiken. Man citerar Viacoms ordförande ("76 år och fortfarande i högform") som garanterar att "inom fem år ska vi ha åstadkommit samma sak på Internet som vi redan har gjort inom kabel-TV". Detta uttalande beskrivs som "betecknande för den stenhårda fokusering på Internet som nu gäller inom USA:s etablerade mediehus". "Plötsligt är alla i färd med att knyta nya allianser... Alla större mediebolag kommer att vilja tjäna pengar på nätet", citerar man en analytiker.

Av artikeln framgår vidare att "Disney-chefen Michael Eisner har långt gångna planer på att skapa ett eget universum, där kunderna ska kunna hämta allt från nyheter och sport till långfilmer och annan underhållning". Och Rupert Murdoch (som har vikt 300 miljoner dollar för olika webinvesteringar) talar om en Fox World med ett liknande sortiment. Tanken är att konsumenterna ska uppfostras att återvända till bekanta miljöer med ett mycket brett utbud av olika tjänster.[43] Den senaste tiden har bekräftat den accelererande tendensen av transnationella företagsfusioner, inte minst med den ’historiska’ sammanslagningen mellan Time Warner och Internetföretaget AOL (America Online) som dessutom blivit majoritetsägare i den nya

korporationen.

De stora satsningarna på näthandel, som hittills visat sig olönsam, har varit ett annat viktigt skäl till att allianser mellan nya och gamla medier etablerats. Enligt tidningen *Resumé*[44] har en ny trend i Internethandeln gjort sig gällande inför millennieskiftet, nämligen att många shoppingsajter börjat lägga 70 till 80 procent av sin reklambudget på press och tv, medan förhållandet varit omvänt tidigare. Shoppingsajten End.com har t ex inför julen spenderat 20 miljoner dollar för 15-minuters tv-reklam, en summa som enligt *Resumé* är dubbelt så stor som företagets riskkapital. Resumé ger flera andra exempel på Internetföretag som satsat hela sitt kapital på tv-reklam inför julen "i en kamp där traditionella medier är vinnare och som för många Internetföretag handlar om att vinna eller försvinna". Vissa tv-bolag utnyttjar Internetbolagets desperation genom att sälja tv-tid för Internetaktier, skriver *Resumé*.

De få framtagna exemplen är intressanta för även om de inte räcker till att dra vidare slutsatser om mediefältets utveckling, kan de tjäna som utgångspunkt för kommande fördjupande undersökningar i strävan att få en uppfattning om ITs och mediernas framtida skepnad och deras betydelse för olika användargrupper. I det följande tas upp några kända forskares perspektiv på IT och de elektroniska mediernas samspel med samhällsstrukturerna. Det är viktigt att framhålla att författarnas åsikter i flera avseenden strider mot varandra.

* * *

Sådana sammanslagningar, övertaganden och allianser av företag inom samma eller inom olika branscher är en vardagsföreteelse i den pågående ’globaliseringen '. Men som ekonomiskt fenomen är liknande storskaliga affärer knappast något nytt. Motsvarande fenomen har präglat också mediefältets utveckling - man har påpekat att de ligger i de privatägda mediernas natur eftersom dessa är inneslutna i samhällets ekonomiska struktur. Bl a har sådana åtgärder utgjort en sorts skydd mot recession och möjliggjort för inblandade företag att kapitalisera i bekvämligheter genom gemensamma investeringar, ömsesidiga aktieinnehav och ihopflätad styrelserepresentation.

Golding & Murdock delar upp sådana processer i horisontell integration (där företagen konsolideras för att få kontroll inom en enskild sektor av medieproduktionen och få maximal vinst) och vertikal integration (där företag med intresse i en produktionsmoment, t ex leverans av råmaterial, av kapital eller utrustning, organisering av distributionen etc, slåss samman för att få ökad kontroll över marknaden). [45]

Golding & Murdock menar att information är ideologi i den meningen att genom en rad mekanismer - ägande, beroende av reklam som viktig inkomstkälla, banden med den politiska makten - artikulerar de ekonomiska intressena som äger och styr produktionen med nödvändighet utbudets ramar. Inom de ekonomiska parametrarna cementerar medierna konsensus i samhället, något som bara ibland karakteriseras av uttryckligt förbud eller avsiktlig snedvridning, hävdar Golding & Murdock men påpekar att sambandet mellan de materiella intressen som kontrollerar medierna och de kulturella produkter de erhåller är komplex.

Flera andra forskare har - särskilt under 1970- och 80-talet analyserat konsekvenserna av de traditionella mediernas ekonomiska strukturer för utbudets form och innehåll samt dess påverkan på samhället. **Schiller**, vars syn på mediernas struktur, innehåll och påverkan liknar Goldings och Murdocks, sökte 1996 att sammanfatta förändringar av det amerikanska samhället som gjort sig gällande under det senaste decenniet mot bakgrund av att globaliseringstendenserna som funnits i världsekonomin under en lång period och som präglat särskilt medieområdet, har accelererat under 1990-talet.[46]

Schiller påpekar att få globala företag har varit ledande i att främja avreglering och privatisering särskilt inom telekommunikationsindustrin. Med hänvisning till Clinton understryker han att den globala informationen har blivit kungen i den globala ekonomin, ett mått på välstånd, beroende på dess kvalitet, kvantitet och snabbheten med vilken vi får den och reagerar på den. Han erkänner att relevant information ger ökad och oomstridd makt åt dem som har den - i första hand de redan mäktiga globala bolagen. Detta innebär att Internet kommer med stor sannolikhet att gynna de sektorer som är mest privilegierade, menar han.

Man säger att Internet är ett mäktigt medel att utjämna olikheter mellan människor i världen, skriver Schiller vidare med hänvisning till Gore och Clinton, ett medel att reducera klyftorna mellan de som har och de som inte har - men

grundvillkoret - privat konstruerat och ägt - motsäger det löftet. Företag som Time Warner bryr sig inte om social ojämlikhet utan strävar efter vinst, menar han.

Schiller ifrågasätter många bedömares tro på teknologins möjligheter att övervinna sociala problem, något som ligger till grund för den amerikanska doktrinen om det fria informationsflödet. De framväxande globala nätverkens funktioner kommer inte att tjäna ett globalt civilt samhälle utan de mäktiga transnationella företagens intressen, dels genom att styra och rationalisera ekonomiska aktiviteter och vidga räckvidden för korporativ marknadsföring till alla världens hörn, dels genom att erhålla ett kretslopp för det redan enorma flödet av produkter från den amerikanska kulturindustrin.

Den privatkoncentrerade kontrollen av medierna innebär en ny form av censur som är strukturellt genomträngande, menar Schiller. Undersökningsresultat har blivit en källa till intensiva ansträngningar att vinna konkurrensfördelar: De ökande reklamsatsningarna följs upp av transnationella undersökningsföretag som gör användarmätningar för att fastställa hur många som har utsatts för transnationell reklam eller kommersiella program. Globala begrepp om vad som utgör frihet, individuellt val, gott liv och önskvärd framtid, kommer för det mesta från sådana medie-kulturella företag, vars standardekonomiska beteende, enligt Schiller, oftast får betydande sociokulturell påverkan.

Kommersialiseringen av informationen och välfärden korrelerar alltså med en allt starkare censur i medierna - nya såväl som gamla, menar han. I likhet med många andra forskare som studerat mediernas politiska och ekonomiska struktur lyfter Schiller fram en rad mekanismer - ägande, beroende av reklam, relationer med staten och andra maktcentra, val av experter, procedurer för urval och utbildning av anställda - journalister och företagsledare - samt urval och granskning av utbudet - som lett till institutionaliserad brist på kritiska röster i etermediernas nyhets- och aktualitetsprogram och tung representation av konservativa kommentatorer i tvs samhällsmagasin.

Själva det kulturella uttrycket har blivit den högkoncentrerade transnationella korporativa privata maktens domän, skriver Schiller med hänvisning till populära program i etermedierna (som talk shows, call in-program, personal witness-program etc), något som inneburit att distinktionen mellan 'finkultur' och 'populärkultur' har upplösts. Detta gäller inte minst på musikens område, vars spridning är beroende av kampanjer i radio och tv som lanserar grupper så att de får nationell eller internationell uppmärksamhet, något som bara de stora företagen som producerar musik kan genomföra. De stora sponsorerna stödjer bara musik och konst som baseras på okontroversiella ämnen. Skivindustrin, Disney och reklam utgör således en stor del av världens kulturella omgivning och har gjort engelskan till världens andra språk.

Schiller diskuterar även de specialeffekter som utvecklats för att fånga publikens intresse, vilka enligt honom medför att innehållet träder tillbaka och reflexionen försvinner i takt med att tekniken blomstrar. Sammanblandningen av stil och substans fostras av varje medium som tillåter integrering av reklam i dess format - och public service-kanaler påtvingas de kommersiella mediernas uttryckssätt i kampen om publiksiffror. Reklam har integrerats successivt i alla medier och innehåll, inklusive i nyheterna. I vissa medier, t ex MTV, har gränsen mellan underhållning och reklam försvunnit helt och hållet.

Liknande tendenser leder, enligt Schiller, till att samhällsordningen splittras i en tvåfaldig struktur där omfattningen av sociala och ekonomiska bekvämligheter expanderar parallellt med en växande mängd skräpmat, skräpunderhållning och skräpinformation. Den kommersiellt stödda konsten, sporten och underhållningen innebär å andra sidan fattigdomsexistensnivåer för majoriteten av den kreativa arbetskraften vid sidan av skyhöga löner för relativt få stjärnor.

Balansen mellan för- och nackdelar i användningen av de nya nätverken är ojämlik, menar han. Ansträngningarna hos de icke-kommersiella användarna blir ynkliga och relativt marginella.

Schiller tar upp flera andra tendenser i det amerikanska samhällets utveckling som utmärker den accelererande globaliseringsprocessen. Han menar att under de nya förhållandena tas ekonomiska aktiviteter, politik och social välfärd antingen över av eller värderas till stor del med kommersiella kriterier.

Informationen i USA (t o m den statliga) är inte längre en social nyttighet utan har, särskilt med datoriseringen, blivit till kommersiella produkter, bl.a. genom att man lägger ut informationsuppdragen på entreprenad, något som kan skada offentlighetsprincipen. Han menar att vissa statliga data har försvunnit, eftersom de varit av litet intresse för de kommersiella stora bolagen i USA… Många av statens sociala funktioner, däribland skolor, säljs också på entreprenad samtidigt som kommersiell tv blivit den viktigaste utbildningsinstansen. Många utbildningsanstalter, bibliotek och andra icke vinstgivande företag har drabbats av nedskärningar och tvingas att själva söka samarbete med de kommersiella företagen. Schiller understryker emellertid att teknofobi inte är någon lösning på de negativa tendenserna i 90-talets amerikanska samhälle.

Även om flera forskare har liknande pessimistisk syn på mediefältets och samhällets utveckling är det långt ifrån alla som delar Schillers åsikter. Många andra har framhållit en rad positiva drag i den pågående globaliseringsprocessen där IT och övriga elektroniska medier spelar en central roll. Ett exempel är **Meyrowitz** analys från 1985[47] där han fokuserade i första hand på tv och antydde IT-revolutionens konsekvenser, en analys som i många avseenden kan tillämpas på dagens digitala medier.

I grunden för Meyrowitz resonemang ligger antagandet att sociala hierarkier som stöds av specifika beteendemönster skapas på grund av att människorna har tillgång till olika sorters information, varvid grupper som finns lägre ner på den sociala skalan saknar tillgång till eliternas information. En viktig slutsats av Meyrowitz analys är att de nya elektroniska medierna är demokratiska till sitt väsen till skillnad från böckerna som tenderar att upprätta gränser mellan olika grupper av människor.

Han framhåller att elektroniska medier har förändrat många sociala roller och traditionella beteendemönster i djupet genom att förändra de informationsmönster som etablerats av läsvanorna, vilket innebär att många gruppidentiteter har påverkats samtidigt som traditionella hierarkiska ordningar rubbats.

Tvärtemot den traditionella distinktionen mellan olika informationssystem för olika kön och åldrar som en gång lett till flera skilda beteendemönster är t ex tvs gemensamma forum en arena för uttalanden och befästande av de "verkliga" händelserna - människor från alla klasser, åldersgrupper och från båda könen har tillgång till samma information samtidigt. Meyrowitz hävdar att grupper av människor som varit uteslutna från det offentliga forumet eftersom de saknat de nödvändiga läs- och skrivfärdigheterna nu kan delta i den offentliga arenan som skapats av de elektroniska medierna vilka alltså påverkar traditionella hierarkier genom att förändra inriktningen av och mönstret på informationsflödet. På så sätt underminerar de nya mönstren av informationstillgången samhällspyramiderna som förr stöddes av de tryckta medierna. De sociala positionernas minskade betydelse har gjort vårt samhälle mer tolerant när det gäller vissa dunkla sociala kategorier (t ex äldre ogift, leva i synd, utomäktenskapliga barn osv). Meyrowitz menar att med de elektroniska mediernas frammarsch har nya samhällsprocesser utvecklas i riktning mot integration av alla grupper in i en gemensam sfär där individernas speciella behov och egenheter erkänns.

Mediernas evolution har förändrat logiken i den sociala ordningen genom att omstrukturera sambandet mellan fysisk och social plats, genom att förändra sättet att sända och ta emot information, menar Meyrowitz.

De elektroniska medierna avmystifierar också många platser och bidrar till en homogenisering av "här" och "där" - det uppstår en ny "platslös" situation utan traditionellt beteendemönster. När samma information är gemensam kan män och kvinnor börja prata samma språk och förvänta sig samma rättigheter, skriver Meyrowitz i det han följer kvinnorörelsen i spåren av tvs frammarsch. Ökad tillgång till information leder till mer makt för allmänheten (i förhållande till makthavarna), vilket leder till tillgång till ännu mer information osv.

Med tvs spridning har olika grupper krävt lika rättigheter, minoriteternas medvetenhet ökar, menar Meyrowitz bl a med hänvisning till 60-talets ungdomsrörelse som, enligt honom, varit ett resultat av plötsligt delad information som lett till ändrat beteende utan hänsyn till religion, ras, till jämlikhet mellan könen och olika åldersgrupper, mellan ledare och följare. I vår gemensamma handlingssfär blir det svårt att urskilja hierarkisk status, köns- och åldersroller, hävdar han. Om de nya teknologierna har skevheter så är dessa i opposition mot det hierarkiska systemet eftersom tv (och inte minst Internet) tillåter ledarna att kommunicera med folket och gör det möjligt för medborgarna att spionera på ledarna.

Meyrowitz antyder att elektroniska medier, inte minst IT, kan medföra utveckling av nya former av "intelligens": förmågan att samla och strukturera information. (Att vara "expert" är inte att "lära sig allt" utan att reducera kunskapssituationens storlek tills man behärskar den, något som blir lättare med snabb tillgång till all information i vår tid, skriver han.)

Meyrowitz påpekar att med utvecklingen av grafiska gränssnitt och talande datorer kan läskunnighet snart bli helt irrelevant för hantering av datorer, en evolution som ytterligare kommer att integrera folk i olika åldrar och med olika utbildningsnivåer.

Flera sidor av medie- och kulturfältets utveckling som i Schillers analys framstår som reducerad mångfald och en sorts censur i samhället framstår som positiva i **Hannertz** analys av globaliseringsprocessen[48]. Han ifrågasätter scenariot om global kulturell homogenisering och påpekar samtidigt att de kulturella skillnaderna under historiens lopp har upprättats och manipulerats av lokala eliter för egna ändamål.

Till skillnad från Schiller påstår Hannerz att populärkultur är ett tydligt och tilltalande exempel på kreativ och innovativ 'kreolisering', dvs korsning av olika kulturer, som alltmer präglar även 'finkulturen'. För honom har den framväxande 'kreolkulturen' - som utvecklats av innovativa marknadskrafter och innebär att kulturella former sätts in i ett nytt originellt sammanhang genom att konstruera konsumenter med olika smak - en konnotation av

kreativitet, uttrycksrikedom och innovation som innebär spridning av nya mångfalder och också kan vara till nytta för förståelsen av de nationella kulturerna.

Enligt honom utmärks alltså marknaden av kreativitet, till skillnad från staten som i hans analys visar sig spela en konservativ roll i kreoliseringsprocessen och ofta bidrar till "akut intellektuell och organisatorisk förvirring" när den konfronteras med multikulturella koncept.

Hannerz drar sig inte heller för att angripa modernismens kultur som, enligt honom, tenderar att fungera uppifrån-och-ner och egentligen bidrar till homogenisering till skillnad från "kulturernas kultur" som vi nu bevittnar och som utmärks av kulturellt självmedvetande och variation.

Han hävdar också att på den kulturella sidan skulle globalisering i första hand betyda läskunnighet och räkneförmåga, inte tycke för Coca-Cola eller Michael Jackson.

III. Diskussion av undersökningsresultaten

Internet och genus

Av den föregående redovisningen av undersökningsresultat från bl a pressartiklar framgår att kvinnornas tillgång till och användning av Internet är betydelsefull för olika marknadsintressenter, även om de olika författarnas inställning är skiftande, något som speglas i de ofta inkompatibla måtten och ibland motstridiga undersökningsresultaten som tas upp: I vissa fall framhåller man att antalet kvinnliga användare av Internet är nästan lika stort som antalet manliga, inte minst i de artiklar som understryker vikten av och fördelarna med näthandeln, varvid man också noga redovisar den höga andelen Internetanvändare som har handlat via Nätet eller kan tänka sig att göra det. I sådana fall tillämpar man oftast en generös definition av Internetanvändare, t ex månadsräckvidd där de som surfar dagligen och under lång tid räknas samman med dem som använder nätet enstaka gånger under en månad. Också när det gäller köpvanorna räknas entusiastiska e-handlare samman med de som gör enstaka köp av skivor eller böcker och ibland även med surfare som kollat produkter på Nätet för att sedan köpa dem i de vanliga affärerna.

I andra fall framstår skillnaderna i könens användning av Nätet som mycket stora, t ex i undersökningen med ungdomar som beställts av IBM, vars VD är angelägen att uttrycka sin bekymrade uppfattning om att flickornas framtida yrkesmöjligheter äventyras, eller som i fallet med Ericssons danska undersökning, där det framgår att kvinnor (vilka enligt undersökningen har avgörande inflytande när det gäller inköp av hemelektronik) förknippar användning av telefon med högre livskvalitet men inte använder Internet som de upplever som ’stort och lite hotande’.

Och i rapporteringen av FSI/IT-kommissionens och SOM-institutets resultat utelämnas könsskillnaderna medan man fokuserar ITs ojämna spridning och användning efter andra, socioekonomiska och etniska variabler, trots att FSI tidigare redovisat mycket större skillnader med avseende på kön. (Liknande könsskillnader har registrerats också i Mediebarometerns tidigare insamlingar. I en nyare analys av IT-användningen i Sverige påpekar Bergström & Weibull[49] att Mediebarometern, vars datainsamlingar tidigare också registrerat betydande skillnader i könens IT-användning, i princip visar oförändrad användarstruktur, men författarna diskuterar alltså inte mäns och kvinnors Internetvanor.) I sådana artiklar där man fokuserar Internets stora roll för demokratin som plattform för samhällsinformation och debatt räknar man i stället skillnader i andelen av olika etniska eller yrkesgrupper som *'står utanför nätet'* och - bortseende från att de allra flesta blivit uppkopplade i hemmet eller på arbetsplatsen - bekymrar sig över att exempelvis *hela* 20 procent av LO-medlemmarna inte har tillgång till datorer.

Även om man knappast kan ifrågasätta ITs snabba spridning och växande betydelse både bland män och kvinnor, liksom dess stora fördelar för många grupper av människor inom skilda aktivitetsområden, tillåter pressens bevakning - där de redovisade, förment exakta siffrorna om mediets spridning och användning dessutom är mer eller mindre meningslösa mot bakgrund av den snabba utvecklingen - knappast att man bildar sig en klar uppfattning om mediets framväxt och dess betydelse för användarna samt dess potential att förändra sociala tendenser åt ett eller annat håll. Jag har tidigare i flera skrifter kritiserat researchbranschens etablerade praxis där det finns inbyggda stora möjligheter att, genom en rad mekanismer som ofta hänför sig till metodologin, styra resultaten eller slutsatserna av sådana studier och därmed driva fram - medvetet eller omedvetet - konkreta åsikter som kan härledas från identifierbara samhällsintressen.

Informationsteknikens roll i samhället kan inte förstås utan att man studerar dess förhållande till andra övergripande samhällsfenomen liksom till användarnas övriga aktiviteter och värderingar. Detta har varit en av de viktigaste ansatserna i vår undersökning där vi försökt att i möjligaste mån ställa detaljerade frågor om respondenternas innehav av, inställning till och konkreta användning av Internet och av datorer allmänt liksom av traditionella medier, samt frågor om deras fritidsintressen, intresse för skilda samhällsfrågor, för vetenskap, musik m m. Därefter kan man med hjälp av statistiska analyser studera sambanden mellan mångfalden av de statistiska variabler som respondenternas svar på alla konkreta frågor innebär och försöka hitta bredare förklaringsmönster för människornas beteende i allmänhet och för deras Internetanvändning i synnerhet.

I den första delen av resultatredovisningen (i rapportens del I) sammanfattas de 17-åriga pojkarnas jämfört med flickornas svar på flertalet frågor i undersökningen; tyngdpunkten läggs alltså här på genusskillnader. Huvudavsikten med presentationen är inte att argumentera emot eller att bekräfta de fakta och tendenser från pressen som citerats utan att erhålla underlag som skulle kunna bidra till bredare (teoretiska) tolkningar av de nya mediernas utveckling.

Min dataanalys visar, i likhet med vad som framkommit i t ex IBMs undersökning, att så gott som alla ungdomarna har tillgång till datorer i sina hem, de flesta anskaffade under de senaste tre åren och med motsvarande kringutrustning (CD-ROM, högtalare, skrivare), dvs datorer har blivit lika vanliga i stockholmsungdomarnas hushåll som radio, tv och video. Nästan 3/4 av ungdomarna har dessutom Internetanslutning i sina hem, en (något) högre andel än som har tillgång till kabel/satellit-tv. Internetanslutningen bland flickor med utländsk bakgrund är lägre.

En stor andel av ungdomarna har också dator och annan elektronisk utrustning hemma för eget bruk. I detta avseende finns dock betydande skillnader mellan flickor och pojkar och de senare verkar ofta ha varit den avgörande faktorn för familjens anskaffande av sådan utrustning. Pojkarna har också börjat använda Internet tidigare än flickorna och en större andel av dem anser sig i högre grad vara kunniga/välinsatta när det gäller användning av datorer och Internet.

Resultaten av vår undersökning pekar åt samma håll som IBMs studie även med avseende på könens användning av IT - i genomsnitt använder pojkar datorer och Internet mycket oftare än flickor och under längre tid per tillfälle. Skillnaderna är störst när det gäller användning i hemmet och minst när det gäller användning i skolan.

Textredigering för skolarbete är en av datorns vanligaste användningsområden bland respondenterna - så gott som alla ungdomar i studien gör detta åtminstone då och då och nästan 2/3 av båda könen i studien har uppgett att de använder datorn för sådant skolarbete ofta. Andra vanliga användningsområden bland ungdomarna är sökning på Internet och underhållningsaktiviteter som att lyssna på musik och spela datorspel, aktiviteter som skulle kunna benämnas som 'manliga' i den bemärkelsen att pojkarna utför dem i mycket större utsträckning. Ungdomarnas användning av Internet är i första hand nöjesinriktad. Flickorna använder emellertid Internet i (minst) samma grad som pojkarna för att chatta samt för personliga kontakter via e-mail (i princip samtliga ungdomar har egen e-mail-adress), vilket är nätets bredaste användningsområde bland våra ungdomar (nästan 4/5 gör det åtminstone då och då, nästan 60% ofta). E-mail har emellertid begränsad betydelse inom ungdomarnas skolarbete - det är bara ca 1/3 som överhuvudtaget använder e-mail i sådana sammanhang, de flesta bara då och då. Det är vidare ytterst få ungdomar som överhuvudtaget deltar i nyhetsgrupper, diskussionsgrupper etc.

De flesta av Internets populära tjänster utnyttjas, som sagt, i betydligt högre grad av pojkar - när

det gäller att hämta musik, datorprogram och andra filer från nätet, använda ICQ och söka information i databaser (även läsa olika sorters tidningar). Sambandsanalyserna ger vid handen att för ungdomarnas del omfattar begreppet information (liksom nyheter) i första hand inte vetenskaplig, politisk eller annan samhällsinformation utan främst information om datorfrågor, om nöjesliv, om radio- och tv-program, om musik och om andra områden tydligt inriktade på nöje. MP3s och Winamps hemsidor, till vilka få flickor söker sig regelbundet, förefaller vara pojkarnas favoriter. Båda könen besöker dock i stor utsträckning musikgruppers, kvällstidningars och sina vänners hemsidor medan det är få - särskilt flickor - som surfar till myndigheters och politiska partiers hemsidor. Överhuvudtaget är det en förhållandevis liten andel ungdomar som regelbundet söker samhällsinformation på Nätet, jämfört med dem som söker musik, nöjesliv och - för pojkarnas del - datorspel, övriga datorfrågor, sport, bil och motor samt pornografi. Det bör framhållas att pojkar i mycket högre utsträckning även söker ekonomisk information, inte minst om aktier o likn samt information om priser på varor och tjänster, något som motsvaras av en betydligt större andel pojkar som handlar på Nätet, åtminstone då och då.

* * *

Att många beteenden och värderingar fortfarande tydligt förknippas med ett specifikt kön är inte någon överraskning. En liknande differentiering motsvaras av och förklaras till stor del med en historisk arbetsfördelning mellan könen där teknikens fält behärskats av männen, ett förhållande som tydligt avspeglar sig i våra ungdomars aktiviteter och intressen. Man kanske ska ta fasta på Ericssons chefs påpekande att dagens IT fortfarande inte är tillräckligt användaranpassad, att den är för teknisk och som sådan är männens leksak, medan kvinnorna i större utsträckning upplever den som krånglig. Vår undersökning visar att det finns visst fog för ett sådant påstående.

Man bör inte heller glömma att IT och Internet från början utvecklades för att tillgodose behov inom det militära komplexet, ett fält som än idag nästan uteslutande domineras av män. Och en stor del av de populära tv- och datorspelen har utvecklats efter samma principer som styrt sådana militära strategiska projekt. Många av de forskare som deltagit i högteknologiska militära projekt inom t ex Arpanet eller NASA har flyttat över till nöjesindustrin och bl a utvecklat datorspel efter projektets slut[50]. De stora likheterna mellan tv-/datorspel å ena sidan och å den andra de simuleringsstrategier som används för att träna militärer har också understrukits av Lt. Col. Dave Grossman[51]. I sammanhanget kan även nämnas Schiller som hävdar att informationssamhället har uppstått utifrån mångfalden av vetenskapliga och tekniska projekt som de militära och stora kommersiella intressena har finansierat[52].

Att det fortfarande existerar skillnader i mäns och kvinnors värderingar i många avseenden är för de flesta ett givet faktum, varför frågan ständigt blir föremål för samhällsdebatt, politiska diskussioner och lagstiftning samt för olika forskningsprojekt inom de flesta samhällsvetenskaper, inte minst inom kvantitativa frågeundersökningar där kön är en av de centrala variablerna.

De tydliga fysiologiska skillnaderna mellan könen gör att många människor under historiens lopp har tagit för givna även de övriga könsdifferentieringarna som gäller arbetsfördelning och makt i samhället, skillnader som vid närmare granskning visar sig inte alls vara självklara.

Dessa differentieringar, som under olika epoker antagit delvis skiftande former har också förklarats av skiftande vetenskapliga teorier, vilka i praktiken ofta haft funktionen att legitimera männens dominanta ställning.

En sådan arbetsfördelning och dominansförhållandet mellan könen har uppstått, enligt Laborit[53],

eftersom kvinnans muskelsystem varit mindre utvecklat än männens i en tid då fysisk styrka varit avgörande i de viktigaste livsdomänerna - jakt, jordbruk, byggnadsarbete m m - varför kvinnorna hänvisats till sin reproduktiva roll, uppfostran av de små barnen och till hushållssysslor. Men med tiden har männens fysiska styrka fått allt mindre betydelse eftersom maskinerna tar hand om motsvarande arbetsuppgifter. Arbetet intellektualiseras i allt större utsträckning, vilket gör att de grundläggande skillnader som 'socialt' skilt män och kvinnor håller på att försvinna.

- Är det då förvånande att se kvinnan ersätta honom allt mera i hans intellektuella funktioner, eftersom det inte alls är bevisat att hennes hjärna fungerar annorlunda än mannens, utropar Laborit.[54] Därefter förekommer han den möjliga invändningen att kvinnornas uppfinnings- och kreativitetsförmåga är mindre utvecklad än männens med påpekandet att denna underlägsenhet, om den överhuvudtaget existerar, kan betraktas som en följd av tusenåriga förhållanden och förmodligen kommer att försvinna med förändringen av den sociala miljön. Som ett bevis på att det är så framhåller Laborit det faktum att allt flera kvinnor studerar vid högskolor och inte visar sig underlägsna, samtidigt som kvinnans sociala status ökar. Med andra ord, kvinnorna befrias mer och mer.

Ett viktigt moment i Laborits (och vissa andras) förklaring är att kvinnornas befrielse sker som en följd av samhällets teknologiska utveckling. Laborit (som från början är neurokirurg och psykopatolog) framhåller särskilt att kvinnans jämlika ställning på arbetsmarknaden har blivit möjlig tack vare p-pillren, en uppfinning som hon, enligt honom, har mannen att tacka för (liksom alla tekniska uppfinningar, inklusive IT). Alltså, männen har befriat kvinnorna, bl a genom att uppfinna p-pillren, även om det är mer övergripande socio-ekonomiska faktorer som möjliggjort denna uppfinning. (Eftersom kvinnan är fri att föda barn när hon vill, blir hon *fri att vara jämlik mannen* i sin intellektuella evolution, åtminstone i väst, menar Laborit)

Man kan resa flera invändningar mot Laborits förklaring, t ex att den är förenklad och inte kan tala om varför könen fortfarande har olika betydelse och roller, oftast till männens fördel, inom många samhällssektorer där egenskaper som t ex fysisk styrka saknar betydelse tack vare teknikens utveckling: I denna rapport har givits en hel del exempel på sådana skillnader som har att göra med kvinnornas låga representation inom det moderna samhällets ekonomiska elit, inte minst inom den allt viktigare IT-branschen, med skillnader i löner för IT-specialister etc. Sådana skillnader kan lätt upplevas som ’naturliga’ mot bakgrund av resultaten i vår såväl som i andra undersökningar, som visar att män använder IT i betydligt större utsträckning än kvinnor, både som leksak (när det gäller datorspel, hämta musik mm) och för mer kreativa uppgifter - programmering o likn - samt när det gäller sökning av olika sorters ekonomisk information, trots att båda könen har samma förutsättningar i termer av tillgång till motsvarande datorutrustning. Vår studie antyder dessutom att en sådan praxis beror på ett 'genuint' större intresse som män uppvisar för (dator)teknik och även för därmed sammanhängande (natur)vetenskaper, liksom på deras mer positiva inställning till IT. Liknande handlingar och dispositioner förefaller vara en del av människornas generella beteende- och värderingsmönster, som också framstår som ’naturliga’: att män är intresserade av sport, jakt och fiske, hasardspel, pornografi, våldsam och actionfiktion, hårdrock etc, medan kvinnor verkar ha läggning för heminredning och övriga hushållssysslor, ägnar sig åt mode och design, kläder och skönhetsvård, skriver dagbok, har större intresse för litteratur-, konst- och språkvetenskap, läser skönlitteratur, gillar såpoperor, dramafiktion, kändisreportage, 'mjukare' musikstilar etc. I sammanhanget är det intressant att framhålla det faktum att flickorna i mycket större utsträckning utpekat *gravid kvinna, kvinna som ammar ett barn och flicka som leker med en katt* som lämpliga motiv för vackra bilder. Alla dessa förhållanden är svåra att förstå med hjälp av Laborits förklaring, mot bakgrund av att könens lika rättigheter blivit befästa med lag sedan relativt lång tid och att nästan lika många kvinnor som män haft möjligheter till och skaffat sig högre utbildning - ifall man inte antar att

kvinnor av naturen är mindre lämpliga för vissa uppgifter. (Laborit antyder att det kan vara så, även om denna underlägsenhet skulle bero på en historisk arbetsfördelning och således vara av övergående natur.)

Man skulle å andra sidan kunna ifrågasätta ifall drivkraften bakom uppfinningen och tillämpningen av p-pillren (liksom av teknologin) varit att ge kvinnorna ökade möjligheter att med männen dela de positioner i samhället som ger makt och prestige. Man skulle lika väl kunna hävda att könens förändrade roller i själva verket är resultat av en akut brist på (oftast) lågstatusarbetskraft, som uppstått till följd av den industriella utvecklingen, en brist som kvinnorna måste fylla. De nya arbetsvillkoren har då ställt krav på förändring av livsstilsmönstret och den därmed sammanhängande synen på kvinnan.

Under 1900-talet har många tänkare sökt förklara arbetsfördelningen och dominansförhållandena mellan könen bortom den biologiska determinismen, genom att lyfta fram olika psykologiska och samhälleliga mekanismer, och framhålla att genusskillnaderna är en social konstruktion. Det finns numera en hel uppsjö av teorier som fokuserar dessa frågor och som ofta benämns feministisk teori. Men männens och kvinnornas olika beteende, roller och ställning i samhället tas upp - mer eller mindre ingående - även i många teorier som söker belysa mera generella aspekter av människans och samhällets karakteristika. I det följande ges två exempel.

Det ena exemplet är psykologen och pedagogen **Adler** som på 1920-talet uttalade[55] sin uppfattning om de olika roller som än i dag i stor utsträckning präglar männens och kvinnornas sociala tillvaro. Adler hänför människans handlingar till den grundläggande driften till makt och överlägsenhet samt till önskan om mänsklig gemenskap, vilka i kombination med en del andra historiskt och biologiskt betingade komplikationer har resulterat i en arbetsfördelning sådan att höga positioner tillfaller vissa sociala grupper medan andra utesluts.

Skillnaden mellan de båda könen inbegriper en liknande arbetsfördelning - den utesluter kvinnan från vissa verksamheter, p g a av hennes kroppsliga konstitution, medan andra som ger större fördelar bara tilldelas det manliga könet. Eftersom civilisationen har utvecklats efter den bana som utstakas av maktsträvandet, i synnerhet av vissa individers och gruppers ansträngningar att säkra vissa privilegier, har arbetsfördelningen styrts på särskilda vägar så att civilisationen karakteriseras av den större vikt som tillskrivits det manliga könet, som tillförsäkrats den privilegierade gruppens företrädesrätt och därigenom fått inflytande över kvinnans position i arbetsfördelningen. Därmed får männen privilegiet att avgöra vilka beteendeformer som passar dem medan kvinnorna blir tvungna att underkasta sig det manliga synsättet.

I likhet med andra moderna tänkare understryker Adler alltså att männens överlägsna ställning inte är ett naturfaktum utan blivit följden av en rad historiska omständigheter och har befästs i alla institutioner, traditionella regler, lagar, seder och vanor som vittnar om männens privilegierade position. Historiskt har privategendomen och arvsrätten varit en princip för den manliga överheten, såtillvida att mannen varit den tagande och ärvande parten. Detta märks också i sättet att behandla barnen, menar Adler.

Av de etablerade maktförhållandena framträder en sorts 'manlig' dygd. Vissa karaktärsdrag sägs vara 'manliga', andra 'kvinnliga' utan att några grundläggande fakta styrker dessa värderingar. För även om vi jämför pojkar och flickor och finner dem klart berättigade för denna klassifikation, kan vi inte prata om naturfakta, säger Adler. Vårt konstaterande gäller förhållanden som redan strukturerats inom vissa bestämda ramar och som följer ett beteendemönster.[56]

Barnet märker snabbt den viktiga roll som tilldelats männen eftersom allt det som barnet kan uppfatta som önskvärda mål i sin strävan efter makt utgörs, nästan utan undantag, av egenskaper och positioner som förknippas med det manliga könet. I och med att pojken närmar sig vuxenåldern blir hans manlighet nästan en plikt för honom. Hans ambition, hans törst efter makt och överlägsenhet associeras helt, t o m identifieras, med plikten att vara manlig.

Eftersom varje individ värderas efter den privilegierade manlighetens idealnorm, blir det inte förvånande att den unge pojken tar den som mått, ständigt frågar sig och undrar om hans beteende framstår som manligt, om han själv är det i tillräcklig grad etc, skriver Adler. Det handlar utan tvekan om något simpelt egoistiskt, något som tillfredsställer självkärleken, strävan efter överlägsenhet, med hjälp av vissa, till synes aktiva karaktärsdrag, som mod, styrka, stolthet, att vinna i alla avseenden, i synnerhet när det gäller kvinnor, att uppnå ärbarhet, utnämningar samt genom ansträngningen att visa sig hård mot alla 'kvinnliga' impulser och tendenser etc.[57]

Adler framhåller att männens dominanta ställning genom historien har legitimerats av olika kulturella och inte minst vetenskapliga föreställningar - gamla debatter, lärda avhandlingar etc. som diskuterat ifall kvinnan har själ, om hon kan tänka, om hon är en mänsklig varelse osv., samtidigt som legender och sagor från alla tider understryker kvinnans underlägsenhet. Hit räknas också en del tänkare från modernare tid som mångfaldigas av ett icke försumbart antal kvinnor som, till följd av uppgivenhet, delar åsikterna som tillskriver deras kön en grundläggande underlägsenhet. Samma undervärdering avspeglas i de lägre löner som tillfaller det kvinnliga arbetet, oavsett om det har samma värde och ger samma avkastning som det manliga, skriver Adler.[58]

Han diskuterar vidare det faktum att pojkar visar sig mer begåvade för vissa ämnen - t ex matematik - medan unga flickor lyser mer i språkstudier, vilket antyder att pojkar har bättre läggning att tillägna sig kunskaper som förbereder för manliga yrken vilka innebär större makt och inflytande. Men Adler menar alltså att detta bara är skenbart, att kvinnornas påstådda underlägsenhet bara är en fabel. Sådana *dispositioner* beror, enligt honom, på att den unga flickan som överallt ser bevis på manlig överlägsenhet, inte kan undersöka dessa 'faktas' riktighet vilket leder till att hon tar för givet att hon är mindre duglig. Nedslagen, lägger hon inte ner det nödvändiga intresset, ifall hon måste ägna sig åt studier (som anses vara 'manliga'), eller också förlorar hon intresset. Under sådana förhållanden ter sig ’beviset’ för kvinnornas oförmåga som iögonenfallande.[59]

Föreställningen om könens olika dispositioner är alltså ett missförstånd som har två orsaker: 1) man dömer efter det människan åstadkommit från den aktuella situationens synpunkt utan att fråga i vilken utsträckning framgång och produktivitet är en följd av psykisk och samhällelig utveckling, 2) alltsedan barndomen ser flickan världen med förutfattade åsikter, med vilka man har bedövat hennes öron, och som med nödvändighet rubbar hennes självförtroende och begraver hennes hopp om att skapa något bra. Om allt i hennes omgivning talar med den innebörden, om hon ser kvinnorna hänvisade till underordnade sysslor, förstår man att hon tappar modet, slutar vilja kämpa och slutligen ger upp, skrämd av livets tyngd. (Adler ger vidare exempel på vissa flickor - 14-18 år gamla - i vars familjer fördomen mot kvinnans lägre förmåga inte märks, eller har minskat. Sådana flickor har visat sig överlägsna sina manliga kamrater särskilt om barnet ser med sina egna ögon hur hennes mor med nit genomför en viss aktivitet.[60]

Adler diskuterar vidare den lyx och de galanterier och utgifter som utmärker en del kvinnor, något som åtminstone ser ut som en sorts företräde i det de låter anta en hög uppskattning av kvinnan, och slutligen vissa idealiseringar, ett kvinnligt ideal som skapats av männen och till männens förmån.[61]

Adler påpekar att även om kvinnans underlägsenhet inte finns i verkligheten, om alla kloka människor förnekar den, finns den i alla fall kvar inrotad i lagar och i traditionen.

Adler söker alltså att förklara könens dominansförhållanden med kulturella mekanismer men framför allt med tävlan, den allmänna konkurrensen, som tränger ner ända till de unga barnen och sätter spår för deras framtid. (128)

Även **Bourdieu**[62] understryker den stora rollen som strävan efter dominans spelar i människans sociala tillvaro där männens privilegierade ställning nästan uteslutande vilar på symboliskt våld.

Han understryker att sexismen är den form av essentialism som är svårast att utrota eftersom den grundar sig på ett tusenårigt verk av biologisk socialisation och social biologisering som, genom att vända upp och ner på förhållandet mellan orsak och verkan, gör att de etablerade maktförhållandena framstår som en naturaliserad social konstruktion.

I likhet med Adler påpekar Bourdieu att den dominanta synen på könsuppdelningen uttrycks i diskurserna, som ordstäv, ordspråk, gåtor, sånger, dikter, grafiska framställningar m m. Men den uttrycks lika väl i de tekniska eller de praktiska föremålen och vidare i all praxis och alldeles särskilt i kroppens teknik, ställningar, manér, uppförande etc. Könsuppdelningen verkar vara naturlig, "i tingens ordning", eftersom den är närvarande i den sociala världen och i förkroppsligad form i *habitus* där den fungerar som ett system av perceptions-, tanke- och handlingskategorier. Det är överensstämmelsen mellan de inre förväntningarna och det externa världsskeendet som grundar åsiktserfarenheterna.

Det handlar alltså om tankescheman som har allmän tillämpning och förefaller vara oberoende av maktförhållandena. Genom de handlingar till vilka kvinnorna blivit hänvisade av de rådande maktförhållandena, fullbordar de den bild av sig själva som den manliga synen tilldelat dem, något som ger sken av en naturligt grundad identitet som egentligen blivit dem socialt påtvingad.

All makt inbegriper en symbolisk dimension, understryker Bourdieu: de dominerade måste medverka till makten, en medverkan som inte vilar på rationella beslut av ett upplyst medvetande utan på det omedelbara och prereflexiva underordnandet av de socialiserade kropparna. Den förkroppsligade kunskapen är således det som får de dominerade

att medverka i dominansen av dem själva, genom att de tyst accepterar gränserna som påtvingats dem eller t o m producerar eller reproducerar i sin praktik de i rätten upphävda gränserna. Man märker t.o.m. att de förkroppsligade gränserna manifesteras än mer när de externa tvången är upphävda och när de formella friheterna - rösträtt, rätt till utbildning, tillgång till alla yrken, inklusive de politiska - är uppnådda: självuteslutandet och "anlaget" kommer då att ersätta det uttryckliga uteslutandet.

De historiskt etablerade förhållandena mellan könen inbegriper alltså mentalt institutionaliserade perceptionskategorier som kan tillämpas på allting, till att börja med på kropparna i deras rent sexuella aspekt och i form av socio-sexuella dispositioner. Bourdieu menar att den socialt formade biologiska kroppen är en politiserad kropp, som påtvingats en officiell definition av dess legitima bruk. De grundläggande androcentriska världsåskådningsprinciperna är naturaliserade i form av kropparnas elementära positioner och dispositioner som uppfattas som naturliga uttryck och tendenser. Den kroppsliga *hexis*, fördubblad och förstärkt av kläderna (vilka också är sexuellt differentierade) är en permanent *pense-bête* i vilken alla potentiella tankar och handlingar, alla praktiska möjligheter och omöjligheter skrivits in.

Bourdieu menar att könsuppdelningens grundläggande motsatspar har bevarats av den industriella revolutionen, genom att de transformeras. Med kvinnornas intåg på arbetsmarknaden har gränsen förskjutits utan att raderas, eftersom de skyddade (manliga) sektorerna har konstituerats på nytt inom arbetsfältet. Och framför allt genom att de traditionella principerna för värderingar av och uppdelning mellan könen har blivit utsatta för ett permanent ifrågasättande och partiella revisioner av fördelningen av egenskaper och privilegier.

Den grundläggande principen som skiljer män från kvinnor tillskriver de förstnämnda de spel som är värda att spelas, genom att inspirera männen att erhålla dispositionen att ta på allvar de spel som den sociala världen konstituerat som seriösa. Denna ursprungliga *illusio*, som gör *en riktig man* av mannen - uttryckt som hederskänsla och virilitet - gör att männen låter sig fångas, liksom barn (som spelar män), av alla lekar som socialt tillskrivits dem, menar Bourdieu.

Kvinnorna har (den alltigenom negativa) förmånen att inte vara lurade in i spelen där det tävlas om förmånerna, att inte fångas av dessa spel, åtminstone inte direkt, i första person. De kan anta betraktarens avståndsperspektiv, vilket kan leda till att de uppfattas som ’oförmögna att intressera sig för seriösa ting’. Men denna distans är en följd av dominansen - de är oftast tvungna att delta genom en känslomässig solidaritet med spelaren som inte inbegriper ett verkligt intellektuellt och känslomässigt deltagande i spelet och som ofta gör kvinnorna till ovillkorliga supportrar som dock är dåligt informerade om spelets och dess insatsers verklighet.

Bourdieu säger att denna uppfattning om kvinnans roll motsvarar en arbetsfördelning mellan könen som är föråldrad i många avseenden genom avskaffandet av segregationen i skolan och på de flesta andra offentliga platser, genom högre utbildning som många kvinnor får och genom yrkeslivet, där de ofta besitter positioner som traditionellt betraktas som manliga. Men det arkaiska tillståndet överlever i stor utsträckning i praktiken och i de omedvetna dispositionerna, menar han.

Bourdieu understryker att dominansförhållandet mellan könen motsvaras av en grundläggande assymetri som etablerats mellan män och kvinnor på det symboliska utbytets terräng - den av subjekt och objekt, av agent och instrument - där den industriella revolutionen har påverkat den traditionella strukturen i arbetsfördelningen mellan könen förhållandevis litet.

Än idag innefattas kvinnorna i de symboliska tillgångarnas ekonomi, först och främst som symboliska objekt med läggning och uppgift att få i gång det symboliska omloppet. Som symboler i vilka släktens symboliska kapital bekräftas och visas upp, måste de manifestera detta symboliska kapital i allt som har att göra med deras utseende, kosmetik, kläder, uppförande etc. Därför måste de, utan tvekan i ännu högre grad än i de arkaiska samhällena, framträda med glans, bli uppmärksammade, behaga genom ett kosmetiskt arbete som, i vissa fall, utgör en mycket viktig del av deras hushållsarbete.

På så sätt har kvinnorna benägenheten att själva behandla sig som estetiska föremål, avsedda att framkalla beundran och begär, och följaktligen att lägga särskild vikt vid allt som har att göra med skönhet, med elegans, med kroppens estetik, med kläderna, med uppförandet; de tar i hushållsarbetets fördelning över allt det som gäller det estetiska och i vidare mening allt det som gäller förvaltningen av familjens offentliga image och sociala sken, av barnen, av makarna...

Som privilegierade agenter, åtminstone i hushållet, i omvandlingen av det ekonomiska kapitalet till symboliskt, spelar kvinnorna en avgörande roll i pretentionernas och distinktionens dialektik, som är varje kulturlivs drivkraft, skriver Bourdieu.

I de moderna samhällen där könen tillförsäkrats samma rättigheter enligt lag har kvinnorna utan tvekan fått stor betydelse inom många samhällsfält som traditionellt varit förbehållna männen, inte minst inom det politiska fältet. Å andra sidan bekräftar vetenskapliga studier, statliga utredningar och andra undersökningar kontinuerligt att kvinnornas andel av (och inflytande inom) den ekonomiska och högteknologiska eliten är mer eller mindre försumbar, samtidigt som flera forskare menar att statens betydelse marginaliseras i det framväxande globala samhället.

Det är kanske i ett vidare, globalt perspektiv som man borde betrakta de undersökningsresultat som tagits upp i denna rapport, för att bättre förstå de erhållna sambanden och för att försöka dra vidare slutsatser om de svenska ungdomarnas framtida IT-användning liksom om Nätets roll för det nya samhällets sociala och kulturella villkor.

Om man erkänner att ITs spridning, betydelse och användningsområden hänger samman med samhällets socio-ekonomiska struktur, borde könsskillnaderna i ungdomarnas IT-användning också sättas i samband med dynamiken i samhället i stort liksom i själva utbildningssystemet. Ett faktum som är viktigt att framhålla är att en stor del av studieprogrammen i den svenska gymnasieskolan har tydlig könsinriktning.

Flera av klasserna som deltog i vår studie hade tydlig könsprofil. Pojkar var nästan helt dominerande i de tre klasserna med inriktning på VVS, elteknik resp telekommunikation medan flickor dominerade stort i klassen från hantverksprogrammet. Den ojämna fördelningen med avseende på kön, liksom på andra bakgrundsvariabler, som finns i vårt relativt lilla urval förefaller vara ett uttryck för ett mer generellt förhållande som karakteriserar dagens gymnasieskola.

En liknande slutsats drar t ex Börjesson & Palme[63] i sin analys av de förändringar i den svenska gymnasieskolan med avseende på organisation och läroplanens inriktning som skett i början av 1990-talet, en reform som enligt författarna i flera avseenden varit motsatsen till homogeniserande - inte minst när det gäller kön. Det framgår att i nio av de sexton nationella programmen, utgör det ena könet mer än 70 procent av eleverna.[64] På basis av sina analyser drar författarna slutsatsen att elevernas kön, deras mått av betygsframgång i högstadiet och deras sociala ursprung är tre faktorer som i första hand definierar 'gymnasieskolans sociala struktur'. Denna inbegriper en tydlig motsatsställning mellan utbildningar dominerade av flickor och utbildningar dominerade av pojkar, en polaritet som är mest synlig inom de praktiska linjerna men återfinns inom de teoretiska programmen; de humanistiska programmen domineras av kvinnor medan de tekniska domineras av män.

Börjesson & Palme menar att betyg är det viktigaste differentierings- och selektionsinstrumentet och att variationen i elevernas betyg tydligt korrelerar med sociala variabler - ju högre socialt ursprung i termer av föräldrarnas ekonomiska och kulturella kapital desto högre betyg. Och den ojämna fördelningen av skolkapitalet får större betydelse i och med att elever med olika social bakgrund tillmäter betygen olika vikt när de avgör vilka gymnasieutbildningar de passar för, menar Börjeson och Palme.[65]

Liknande differentieringar återspeglar, enligt författarna, skillnader i utbildningschanser mellan elever med olika kön och olika socialt ursprung och innebär att "gymnasieskolans olika utbildningar och program utgör ett rum med så stora avstånd att den bara med stora reservationer kan kallas för sammanhållen".[66]

"Skolan sägs ofta vara ett instrument för social mobilitet och ett viktigt fundament för ett jämlikt samhälle... Statistiken visar att denna bild av skolan är generellt felaktig. Skolan tenderar att

urskilja och konsekrera de redan på förhand privilegierade."[67] I det författarna erkänner att det är svårt att säga ifall 1990-års skolreform har lett till större differentieringar än tidigare konstaterar de att "utvecklingen efter gymnasiereformen gått i riktning mot en ännu tydligare hierarkisering av gymnasieskolans studieprogram".[68]

Internet och samhällsinformation

I likhet med IBMs ovan citerade undersökning visade analyserna av våra data att könsskillnaderna i ungdomarnas dator- och IT-användning generellt var betydligt större än vad som var fallet med skillnaderna i deras bakgrund - studieprogram, föräldrarnas utbildning, yrke och nationalitet tagna var för sig. Även om dessa variabler uppvisar relativt starka samband med flera av frågorna som undersökningen tagit upp avstår jag från att närmare redovisa respondenternas svar uppdelade efter dessa variabler.

I den andra delen av rapportens del I redovisas i stället detaljerat jämförande resultat för två extremgrupper ungdomar - de som oftast söker respektive (nästan) aldrig söker samhällsinformation på Internet. Grupperna har erhållits med hjälp av faktoranalys av svaren på frågor om ungdomarnas informationssökning på Internet inom ett 30-tal områden. Analysen ger vid handen att det finns starka samband mellan sökningar inom vissa områden som benämnts *samhällsinformation på Internet* - hit räknas ungdomarnas sökningar inom historia, politik, litteratur, naturvetenskap, geografi, utbildning, teater samt i viss grad ekonomisk information och nyheter. (Det finns alltid en godtycklighet i valet av ett sammanfattande namn. Det gemensamma för de uppräknade områdena är att de tillhör den typen av kunskap som förknippas med samhällets legitima kapital - vetenskapligt, ekonomiskt, symboliskt etc.)

Av resultatredovisningen framgår att det är en liten grupp ungdomar som har benägenhet att ofta söka information på Nätet inom de ovan uppräknade områdena. Det förefaller som om tillgång till Internet - i hemmet liksom i skolan - eller hur ofta/länge man brukar använda Internet, inte är några avgörande faktorer för detta förhållande; de personer som (nästan) aldrig söker samhällsinformation på Internet brukar använda IT i (nästan) samma utsträckning som den motsatta gruppen. (De båda grupperna liknar varandra också när det gäller intresse för datorteknik, elektronik och andra tekniska frågor.) Som tidigare påpekats är nöje (dvs datorspel, information om nöjesliv och musik och för pojkarnas del också datorspel, sport och pornografi) samt privat kommunikation de bredaste IT-användningsområdena bland ungdomar.

De två extremgrupperna (de 20% som oftast resp de 20% som i princip aldrig brukar söka samhällsinformation på Internet) skiljer sig kraftigt från varandra med avseende på sin sociala sammansättning. Elever från elitgymnasierna, med föräldrar som är högre tjänstemän eller har högre utbildning, är kraftigt överrepresenterade bland de ungdomar som oftast använder Nätet för att hämta samhällsinformation, och dessa ungdomar söker sig även i fråga om de traditionella medierna mycket oftare till radio- och tv-program liksom till tidningsartiklar med sådant innehåll (samhällsdebatt, politik, kultur, vetenskap o likn), ett beteende som också motsvaras av ett mycket större intresse för de flesta vetenskaper och samhällsfrågor (särskilt när det gäller globala frågor om politik och ekonomi).

Vidare framgår av resultatredovisningen att de båda extremgrupperna också skiljer sig åt i en rad avseenden när det gäller kulturell smak och dito aktiviteter. Benägenheten att söka samhällsinformation på Internet har starkt samband med intresse för klassisk musik och jazz samt med en rad fritidsaktiviteter av typen vana att diskutera politik, gå på teater, besöka konstutställningar etc. som ju är mycket vanligare även bland samhällets vuxna kulturella elit. Dessutom använder dessa ungdomar i mycket större utsträckning de tryckta medierna -

skönlitteratur, faktaböcker och morgontidningar.

Bilden som presenterats sist i rapportens empiriska del I ger ett intressant underlag för diskussion av Internets informativa funktion. Det visar sig att Internet upplevs som den klart viktigaste informationskällan bland pojkar, medan flickor oftast väljer böcker för information. Med tanke på att Internet utpekats som viktigaste informationskälla i ännu högre grad bland de pojkar som är minst intresserade av och (nästan) aldrig söker samhällsinformation - varken inom nya eller traditionella medier - är det legitimt att ställa sig frågan om entydigheten av begreppen ’kunskap’ och 'information'; det förefaller som om ordet har skiftande betydelse för olika personer. Eftersom frågan om sökning av nyheter på Internet uppvisar starkare samband med en rad nöjesområden än med samhällsområdena kan man på motsvarande sätt fundera på vad som är ’nyheter’ för de olika ungdomarna. Fördjupande analyser och uppföljande undersökningar kan ge närmare insyn i dessa frågor även om det blir svårt att på kort sikt bedöma ifall de skilda tolkningarna av informationsbegreppet är ett 'normalt' förhållande som t ex skulle kunna förklaras med ålder eller andra socio-ekonomiska eller livsstilsvariabler, eller ifall det är den förändrade mediesituationen i Sverige under 1990-talet som har bidragit därtill.

Internets framväxt som ett för ungdomarna viktigt massmedium har föregåtts av en mångfald privata radio- och tv-kanaler där reklam är det centrala informationsområdet samtidigt som public service-radio och -tv, till vilka svenska befolkningen var hänvisad för ett decennium sedan, verkar ha marginell betydelse för dagens unga - både som källa till information och till nöje.

De resultat av undersökningen som presenteras i denna rapport visar att Internet har vunnit mycket stor spridning bland stockholmsungdomarna som deltagit i vår undersökning. Men det är bara en liten andel av respondenterna som använder mediet som källa till samhällsinformation (definierat som historia, politik, litteratur, naturvetenskap, geografi, utbildning, teater och delvis ekonomi och nyheter). Detta resultat behöver dock inte i sig betyda att Nätet inte passar som plattform för upplysning och debatt i den demokratiska mening som många politiker och andra samhällsdebattörer hoppas.

Man kanske skulle kunna invända att personerna i vår undersökning är för unga för att ägna sig åt kunskaper och aktiviteter som har med samhällsinformation att göra. Man ska inte heller glömma att Internet självt är ett ungt medium och, enligt de flesta bedömare, under de närmaste åren kommer att genomgå väsentliga förändringar, som kan röra inte bara mediets tekniska aspekter utan även dess innehåll och funktioner. Eller, för att låna Bergströms & Weibulls uttryck:

”Internets roll som massmedium är ännu lös i formen. Framtiden handlar i stor utsträckning om människors föreställningar om Internet, hur utbredd tron på Internet är och vad det är man tror Internet om.”[69]

Sammanfattningsvis kan vi konstatera att Internet har vunnit bred spridning bland Stockholms gymnasieungdomar. De stora skillnaderna i ungdomarnas användning av datorer och Internet - inte minst när det gäller ITs konkreta funktioner och typ av medieinnehåll - beror i första hand på andra faktorer än tillgång till IT-utrustning (som är relativt jämnt spridd i olika grupper) och ger inte belägg för att Internet som medium bidrar till ökad demokrati. Motsvarande skillnader existerar i ungdomarnas övriga medieanvändning, fritidsaktiviteter samt kulturella och andra värderingar, vilka i sin tur kan härledas ur sociokulturella variabler, inklusive det socialt konstruerade könet. Sådana variabler är av mer avgörande betydelse för människornas dispositioner och förklarar till stor del deras intressen och aktiviteter, inklusive IT-användningens omfattning och inriktning samt deras engagemang i politiska frågor.

Referenser:

Adler, A (1966). *Connaissance de l'homme*, Paris: Payot, 1966

Bergström, A & Weibull, L (1999). "Internet som massmedium" i Holmberg, S & Weibull, L, (red), *Ljusnande framtid*. SOM Institutet, Göteborgs universitet.

Bourdieu, P (1990). "La Domination Masculine" i *Acte de la Recherche en Sciences Sociales*, 1990, Vol. No. 84

Börjesson, M & Palme, M. ”II. Skillnader, profilering och elevers utbildningsstrategier i gymnasieskolan under 1990-talet”, pp. 22-62 i Broady, D (red.), *Skolan under 1990-talet. Sociala förutsättningar och utbildningsstrategier*, Rapporter från Forskningsgruppen för utbildnings- och kultursociologi 27, prel. version, 18 sept. 1999 i http://www.skeptron.ilu.uu.se/broady/sec/sec-rep.htm

von Feilitzen, C & Petrov, P (1998). "Barns och ungdomars medieanvändning 1996", i *Medienotiser, Nr. 2, 1998*. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet

Grossman, D, Lt. Col. & DeGaetano, G (1999). *Stop Teaching Our Kids to Kill. A call to action against TV, movie & video game violence*. New York: Crown Publishers

Hannerz, U (1996). *Transnational Connections. Culture, People, Places.* London: Routledge

Laborit, H (1968). *Biologie et structure*. Paris: Gallimard

Meyrowitz, J (1985). *No Sense of Place. The impact of electronic media on social behavior.* New York: Oxford University Press

Murdock, G & Golding, P (1997). "For a Political Economy of Mass Communications”, i Golding, P. & Murdock, G, (red), *The Political Economy of the Media.* Elgar: Cheltenham

Petrov, P (1997). *En kritisk granskning av undersökningar om Internetanvändare*. CID, 24/1997. Stockholm: KTH.

Petrov, P (1996) "Kvalitet och kostnad. Några metodologiska problem förknippade med urvalsdragning och genomförande av frågeundersökningar", in Carlsson, U (red) Mediebarometerseminarium. Medienotiser. Nordicom-Sverige, Göteborgs universitet.

Schiller, H (1996). *Information Iequality. The deepening social crisis in America*. London-New York: Routledge

Österman, T & Timmander, J (1997). *Internetanvändningen i Sveriges befolkning.* Teldok, nr 115

Noter

[1] Petrov 1997
[2] Bergström & Weibull 1999
[3] Förenade Landsorts Tidningar, 991006. Fler surfar på nätet. Stockholm (FLT)
[4] Dagens Industri, 99-12-29. Internet tvingar fram nya affärsmodeller samt <http://www.sifointeractive.com/index2.html>
[5] MMS Mediamätning i Skandinavien. <http://www.mms.se/nyhetsarkiv.htm>
[6] Dagens Industri, 99-12-29, Internet tvingar fram nya affärsmodeller
[7] RUAB RadioUndersökningar AB, <http://www.ruab.se/Frameset.htm>
[8] Computer Sweden, 991001. Svenska flickor mindre datorvana än pojkarna. Maria Ottoson
[9] ibid
[10] Computer Sweden, 19991027. Killarna är förlorarna! Monica Stålborg
[11] Göteborgsposten ekonomi, 991028. Kvinnor sena ut på Internet
[12] Dagens Nyheter, 990930. IT: Nu kommer kvinnorna. Mats Andreson
[13] ibid
[14] Computer Sweden, 990609. Pinsamt få kvinnor i webbranschen. Per Agerman.
[15] Computer Sweden, 990609. Pinsamt få kvinnor i webbranschen. Per Agerman
[16] Svenska Dagbladet, 990610. Kvinnor lyser med sin frånvaro i IT-styrelser. Harry Amster
[17] ibid
[18] Computer Sweden, 990616. Män får högre lön än kvinnor i IT-branschen. Karl-Johan Byttner
[19] Dagens Industri, 991029. Kvinnorna styr över inköp av hemteknik. Ola Hellblom
[20] Computer Sweden, 990922. Hög trohet bland internetshoppare. Martin Wallström
[21] Svenska Dagbladet, 990620. Kvinnorna tar över nätet. Harry Amster
[22] Svenska Dagbladet, 990828. Traditionella medier förlorar när surfandet på Internet ökar. Harry Amster
[23] ibid
[24] Dagens Media Sverige, 990914. Internet lockar bort killarna från TV. Rolf van den Brink
[25] Bergström & Weibull 1999
[26] ibid, sid 201 & 207
[27] ibid, sid 205
[28] ibid, sid 212
[29] Ibid
[30] Förenade Landsorts Tidningar. 990621. Klass och kön avgör tillgång till Internet. Anna Höglund
[31] SUSningen, nr 8:99. IT är bra för demokratin. Ann-Helen Meyer von Bremen
[32] ibid
[33] Computer Sweden, 990913. Norrbotten ordnar framtidschat
[34] Computer Sweden, 991112. Bollnäs kommun satsar på e- demokrati
[35] Computer Sweden, 990903. Uppkopplad politiker tror på digital demokrati. Maria Ottoson
[36] Computer Sweden, 991213. Fiberoptiskt nät för alla svenskar senast 2005
[37] Dagens Nyheter, 991109. Få invandrare kan använda nätet. Tomas Bengtsson
[38] Dagens Industri, 991125. Glaset är halvfullt, inte halvtomt! Kristian Kaijser
[39] von Feilitzen & Petrov 1998 samt Österman & Timmander 1997
[40] Computer Sweden, 990423. Matchen om Internet går in i andra halvlek. Per Agerman
[41] Ibid
[42] Veckans Affärer, 991011. Internet: De gamla rävarna tar upp jakten. Bengt Ericson
[43] ibid
[44] Resumé, 991111, End.com hoppas på ett liv efter jul
[45] Murdock & Golding 1997
[46] Schiller 1996
[47] Meyrowitz 1985
[48] Hannerz 1993
[49] Bergström & Weibull
[50] t ex Hughes 1999, Föreläsningar vid KTH
[51] Grossman & De Gaetano
[52] Schiller 1996
[53] Laborit 1968
[54] ibid, sid 176
[55] Adler 1966
[56] ibid sid 112
[57] ibid sid 113
[58] ibid sid 113

[59] **ibid sid 115-116**
[60] **ibid sid 116-117**
[61] **ibid sid 118**
[62] **Bourdieu 1990**
[63] **Börjesson & Palme 1999**
[64] **ibid sid 60**
[65] **ibid sid 36**
[66] **ibid sid 43**
[67] **ibid sid 51**
[68] **ibid sid xx**
[69] **ibid sid 217**