

IT-samhället ur ett konsumentperspektiv

Att krogar, nöjeslokaler, restauranger, dagis, skolor och universitet skulle bli onödiga då man betydligt smidigare och säkrare skulle kunna umgås och lära sig saker i cyberrymdens virtuella verkligheter, förefaller vara en mindre trolig utveckling, skriver Dag Björkegren i en debattartikel om övertro på IT-samhället.

I början av 1980-talet talades det mycket om det datoriserade hemmet, där allt skulle styras av de personatorer som precis börjat komma ut på marknaden. En hemdator skulle ta hand om hushållsbudgetering, slå av och på spisen, belysningen, kaffekokaren, TV-apparaten m m. Det skulle inte längre vara nödvändigt att gå till affären eller arbetsplatsen. Såväl inköp som arbete skulle kunna skötas från hemmet.

Debatt

I mitten av 1990-talet talas det återigen om det datoriserade hemmet, där allt skall styras av den nya IT-teknologin, som kommit ut på marknaden i form av CD-ROM-skivor, mobiltelefoner, personsökare och mer kraftfulla personatorer.

Det datoriserade hemmet

Uppenbarligen infann sig aldrig det datoriserade hemmet under 1980-talet. Varför det inte gjordes det, och förmodligen inte kommer att göra det under 1990-talet heller, ger de båda brittiska mediaforskarna Patrick Barwise och Andrew Ehrenberg en förklaring till i boken *Television and its Audience* (SAGE, London, 1992).

Barwise och Ehrenberg går igenom 30 års studier av TV-tittande i USA och England. För IT-fantaster torde deras undersökningsresultat vara ganska nedslående, speciellt som en datorisering av TV-tittande av

många ses som den nya teknikkens väg in i hemmet.

Att titta på TV har alltid varit ett mycket populärt fritidsnöje, som i tid endast överträffas av sömn och arbete. I de flesta länder tittar man 10-30 timmar i veckan, i Sverige 15 timmar, vilket är lågt internationellt sett. TV:s stora konkurrensfördel gentemot andra kultur- och informationsmedier är dess lättillgänglighet samt billighet. Att se en film på TV är i det närmaste gratis jämfört med att se en film på bio.

Hög konsumtion

Dessa konsumtionsförhållanden underlättar en hög TV-konsumtion. Den höga konsumtionen har dock effekten att tittar-engagemanget blir tämligen lågt, och att TV främst används som ett förströelse- och avkopplingsmedium. Utan någon större effekt på tittaren kan TV-program i och för sig öppna nya vyer och skapa debatt och uppmärksamhet kring olika samhällsfenomen.

Emellertid tänker folk vanligen mer på om huruvida ett TV-program är bra än om vad programmet eventuellt säger om det samhälle de lever i. TV, och därmed även multimedia, är inte lika effektivt som informationsmedium som det är som underhållningsmedium.

Det tar betydligt längre tid att lära sig något genom att se någon tala till rörliga bilder än genom att läsa en tidningsartikel om samma sak.

En normal TV-tittare ser 30-40 TV-program i veckan, och företräder en blandning av nyheter, sport, underhållning, debattprogram, dokumentärer, långfilmer, TV-serier, det vill säga det programutbud som större TV-kanaler serverat sedan 1950-talet. Att enbart titta på en programkategori uppfattas som för ansträngande och enformigt. Högutbildade tittar något mindre på TV än övriga, men när de tittar väljer de samma programblandning som alla andra.

Nike

Att en person tittar på ett kulturprogram som Nike innebär

inte att personen i fråga har en preferens för kulturprogram. Nästa program personen tittar på kan hanna i vilken programkategori som helst. Absolut mest tittas det på underhållningsprogram. Det innebär dock inte att vägen till framgång i televisionens värld är att enbart visa underhållningsprogram, då även detta blir enformigt efter ett tag. Mer smala programkategorier behövs för att variera menyn.

Inget nischmedium

Att använda TV som ett nischmedium med målgruppsinriktad reklam är föga effektivt då TV är ett genuint massmedium med ungefär samma tittarsammansättning oavsett programkategori. Underhållningsprogram har nästan samma fördelning mellan olika tittarkategorier som kultur- och debattprogram. Om man exempelvis skulle vilja göra reklam för Rolex-klockor när man därför en betydligt större andel av målgruppen i ett publikdragnade spel- och underhållningsprogram som Bingolotto än i ett ekonomiprogram som Stora Pengar.

Aven produktionsmässigt är TV är ett volymmedium. Hollywood producerar ungefär 400 timmar långfilm per år. En större TV-kanal, som CBS, visar omkring 5 000 timmar TV per år. Ett halvtimmesavsnitt av en amerikansk kvalitetsserie kostar 500 000 dollar.

Eftersom ett TV-program till skillnad från en långfilm ofta inte visas mer än 1-2 gånger krävs att många tittar på ett program för att det ska gå ihop. Aven public service-TV är beroende av rimligt höga tittarsiffror för att en obligatorisk licensavgift skall framstå som politiskt legitim. Och för kommersiell TV sätts reklampriserna i direkt relation till programmets tittarsiffror.

Därför kan inte TV-program göras alltför snäva utan måste kunna tilltala det stora flertalet. Dessa omständigheter försvårar framtagandet av mer smala program eftersom produktionskostnaderna då lätt blir orimligt höga i förhållande till publik- och reklamintäkterna.

Att den nya tekniken med fiberoptik, digitalsänd TV, HD-skärmar, multimedia, interaktivitet, elektronisk post, internet, med mera, skulle leda till någon större förändring av folks tittarvanor är tveksamt. Vad som är en knapp resurs inom TV, liksom inom många andra områden, är inte ny teknik utan talang och marknad.

För att kunna göra ett TV-program som lockar till sig ett stort antal tittare räcker det inte med att man kan använda en videokamera. De förhoppningar som fanns under 80-talet att den nya videotekniken skulle göra var och en till sin egen TV-producent grusades snabbt, då det visade sig att folk föredrog att titta på Dallas framför direktutskickningar från bostadsföreningens årsmöte eller nyårsfest.

Trots att kanalmängden mångdubblats sedan 1980-talet fortsätter de gamla, etablerade TV-kanalerna att dra den absoluta merparten av publiken. I Sverige tittar nästan 90 procent på kanal 1, TV2 och TV4. Av resterande 10 procent går större delen till TV3 medan övriga kanaler knappt kommer upp till mätbara tittarsiffror.

Det tycks således inte finnas något större intresse bland TV-tittare att bli sina egna "TV-redaktörer". Det skulle vara att gå över än efter vattnet eftersom flertalet skulle släta ihop sin TV-kväll som en blandning av nyheter, TV-serier, underhållning, debattprogram och sport, vilken skulle bli samma sak som de större TV-kanalernas redan existerande programutbud.

Betalning per program

Ett annat problem med att vara sin egen TV-redaktör är att detta skulle kräva betalning på programbasis. Eftersom ett TV-program kostnader är beroende av hur många som tittar på det, skulle administrationen av ett sådant betalningssystem bli betydligt mer kostnadskrävande än nuvarande mer allomfattande (licens- och kabelavgifter) eller indirekta (reklam-TV) betalningssystem.

Man kan utifrån detta därför kanske våga spekulera i att den nya IT-teknologin främst kommer att användas i professionella sammanhang, precis på samma sätt som 1980-talets personator-teknologi huvudsakligen ledde till en ökad datorisering av arbetsplatser snarare än av hem. I den nuvarande debatten om IT-teknologins fantastiska möjligheter glöms ju lätt konsumentledet bort.

Med tanke på att flertalet videoinnehavare har problem med att begripa hur man programmerar sin videoapparat och att människan är ett socialt djur, har jag dock svårt att tänka mig att det stora flertalet skulle avstå från att gå till sina arbetsplatser eller gå och handla om IT-teknologin gav dem möjligheter till detta.

Om alla orkade begripa den nya tekniken tillräckligt mycket och gjorde det skulle alla kontor rimligtvis ersättas av gigantiska datacentraler och alla affärer av stora lagerlokaler. De enda som skulle synas ute på gator och torg skulle vara en oändlig mängd springpojkar och springflickor som levererade varor till invånarna i det nya IT-samhället.

Även krogar, nöjeslokaler, restauranger, dagis, skolor och universitet skulle bli onödiga, då man betydligt smidigare och säkrare skulle kunna umgås och lära sig saker i cyberrymdens virtuella verkligheter.

Mindre trolig utveckling

Detta förefaller vara en mindre trolig utveckling. Det datoriserade hemmet kommer därför förmodligen att även inom överskådlig framtid förbli en marginell affär. Att några av en arbetsplats största datorväner installerar datorer i sina hem lär lika lite som under 1980-talet skapa någon massmarknad för hemdatorer. Däremot kommer förmodligen den datoriserade arbetsplatsen att fortsätta att vara en mycket god affär även i framtiden!

DAG BJÖRKEGREN

Utställning med de gamla mästarna

För den som är intresserad av äldre måleri och för den som är stadd vid kassa och vill investera i konst rekommenderas ett besök på Amells den 2-24 februari. Där visas utställningen *Old Master Paintings*. Tonvikten ligger på holländskt och franskt måleri, med inslag från Italien och Sverige. Tidsperioden är 1500-1800.

Utställning

När jag bestämde mig för att visa den här utställningen i Sverige var det inte i första hand för att sälja, säger Werner Amell, även kallad konsthandlaren som överlevde 80-talet.

Jag trodde att marknaden var för liten. Men jag har faktiskt fått några förfrågningar från kunder som är intresserade, så det är möjligt jag hade fel.

25 miljoner kronor

Man förstår tankegången när man tar sig en närmare titt på de verk som visas: ett fruktstilleben av Jean-Baptiste Simenon Chardin för 25 mkr, ett Venedigmotiv av Canaletto för 17,5 mkr för att ta några exempel.

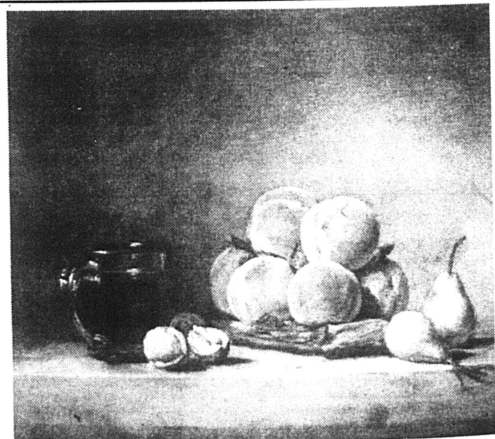
Utställningen är gjord till Mastricht stora konstmässa i mars. Det är Amells konsthandel med verksamhet i Stockholm och London, i samarbete

med New York-galleriet Newhouse, som står bakom. Samliga verk i utställningen ägs av privatpersoner och handlare. Det är därför ett unikt tillfälle att se dem och det är därför Amell passar på att visa dem för konstintresserade svenskar.

Komplement

Och varför inte passa på att ta sig en titt, om inte annat som komplement till Nationalmuseums stillebensutställning som börjar den 16 februari. Allt som allt visar Amell 32 verk och utställningen har värderats till 100 mkr.

CHRISTER NORDLUND



Ett fruktstilleben av Jean-Baptiste Simenon Chardin