

## Uppgift 2 Mediernas publik

### *Mediediagnos för Stina, 50*



Kurs: Medie- och kommunikationsvetenskap A, 30 p

Kursledare: Piotr Urniaz

Institutionen för kultur- och medievetenskaper

Umeå Universitet

September 2011

Av Margareta Ivarsson

[www.margaretaivarsson.se](http://www.margaretaivarsson.se)

## Bakgrund och syfte

Detta PM är en uppgift i Medie- och kommunikationsvetenskap. Jag har intervjuat en person, som vi här kallar Stina, om hennes medievanor och relaterar dem till "medelsvenssons". Uppgiften är skriven i form av en "mediediagnos" för Stina, 50 år. Syftet är att med utgångspunkt i kurslitteraturen beskriva hur Stina ligger till i förhållande till andra svenskar med avseende på medieexponering och medieanvändning och hur hennes livsmönster och medieanvändning stödjer/kontraderar kursböckernas teoretiska föreställningar om medieeffekter och medieanvändning. Stinas medieanvändning relateras också till teorier om medieeffekter: potentiella konsekvenser/risker/ fördelar/sociala mönster, etc. Intervjufrågorna finns som bilaga i slutet på denna uppgift.

## En vanlig dag

När jag intervjuade Stina, bad jag henne beskriva hur hennes mediekonsumtion ser ut en vanlig dag. Så här svarade hon:

-Jag vaknar, går ut och hämtar Hallands Nyheter i brevlådan och läser den till frukosten. Jag skummar igenom lokala nyheter för att se om där står något viktigt eller intressant. Olyckor och brott intresserar mig inte särskilt mycket. Det gör inte heller Falkenbergs Tidning, en reklamfinansierad "nyhetstidning" som utkommer 1 gång per vecka. Den åker direkt och oläst i pappersåtervinningen. Jag läser utrikessidorna och sporten men blir lika besviken varje gång. En vanlig måndag är det stort fokus på män och manlig lagsport och mycket sällan något om orientering, friidrott eller ridsport om det inte är mästerskap. Jag blir så trött. (Jag har faktiskt kontaktat sportredaktören på HN flera gånger men det blir aldrig någon förbättring.) Och så kollar jag TV-tablån om det är något sevärt på kvällen vid 20-21-tiden. Sen sätter jag på TV:n och låter den gå när jag gör mig i ordning för att åka till jobbet. Jag sätter mig i bilen och slår på RIX FM. Jag lyssnar på den kanalen så länge det är musik och så länge den har täckning, men så fort det blir reklam eller täckningen försvinner byter jag kanal till P1. Är det något bra program som intresserar mig där så fortsätter jag att lyssna. Är det inget som direkt intresserar mig, byter jag tillbaka till RIX FM när reklamen är slut. Intressanta program på P1 är t ex. samhällsprogram, djupintervjuer av någon som för en gångs skull får tala till punkt, kultur, forskningsnyheter och fördjupade utrikesnyheter och reportage från andra länder. När jag kommer fram till järnvägsstationen parkerar jag bilen och slutar lyssna på radio. Jag tar en Metro, som står vid

stationshuset i Falkenberg och den blåddrar jag i på vägen till Halmstad. Men oftast står där inte så mycket jag tycker är intressant i den. Ofta har HN redan haft samma fördjupningsartiklar från TT som Metro har inne. Trist. Jag brukar sitta i tyst kupé på tåget för att slippa höra alla som pratar i sina mobiltelefoner. Ibland har jag med mig hörlurar som jag kan koppla in på Öresundståget. Då brukar jag lyssna på P4. Särskilt om det är något stort sportevenemang på gång i världen som t ex OS. När jag kommer till jobbet sätter jag på datorn och eftersom alla blodanalyser är datoriserade idag, blir jag sittande ganska mycket framför datorn. Då går jag till [www.sr.se](http://www.sr.se) och lyssnar på P3 Star, SR Klassiskt eller SR Världen, när jag jobbar. Olle på jobbet gillar inte musik, så när han är där använder jag hörlurar, annars har jag på ljudet väldigt lågt så i princip bara jag hör. På lunchen brukar jag kolla facebook och se om det hänt något kul. Sedan blir det samma procedur igen när jag åker hem från jobbet: jag lyssnar på radio i bilen. När jag kommer hem beror det på vad jag har att göra och vem som är hemma mer än jag. Min man brukar alltid sätta på TV:n och se Rapport kl 18 på SVT1. Om jag är inne då, kollar jag också. Han brukar därefter fördjupa sig i text-TV men det är inte jag så intresserad av. Bara ekonomisk fördjupning. Jag läser gärna det som står på SVT-Text, 200-sidorna. Jag har en iPad som jag använder hemma, så det brukar bli en stund med den också. Antingen bara den, eller framför TV:n. Men det kan lika gärna bli webb-TV, gärna något sportreportage som jag missat. Eller en sändning på Eurosport eftersom vi inte har Eurosport tillgängligt i den vanliga TV:n eller så kollar jag kanske in senaste dressyrinslaget som någon av mina vänner lagt upp på You Tube. Är det något sevärt vid 20-21-tiden på kvällen kollar jag på det. Jag börjar alltid titta fokuserat, men om programmet inte är så bra, övergår jag till att läsa en bok eller kolla facebook på min Ipad samtidigt som jag tittar på resten av programmet. Kvällstidningar läser jag ytterst sällan.

Det som kan få mig att ändra mina medievänor är om det hänt något särskilt i samhället, t ex något som berör järnvägen på västkustbanan. Då kollar jag på SVT:s regionala och/eller nationella nyhetssändningar på TV eller webb-TV. Eller om något ovanligt – positivt eller negativt - hänt i världen, då kollar jag SVT. Tyvärr är det alldeles för mycket negativa "nyheter" tycker jag. Andra tillfällen kan vara då det är något som berör ett land jag nyss varit i eller funderar på att resa till, eller berör någon geografisk plats där jag vet att mina bekanta eller släktingar är. Särskilt intressant är det om något har koppling till mina fritidsintressen. Så när t ex Carolina Klüft tillkännagav att hon skulle sluta med mångkamp, lyssnade jag extra på radion och kollade särskilt mycket på TV, samtidigt som jag läste sportsidorna extra noga.

## Analyserande mediediagnos för Stina, 50

För det första kan vi konstatera att Stina verkar ha väl inarbetade tider och vanor när det gäller sitt sätt att använda olika medier. Detta stämmer väl överens med vad Hadenius, Wadbring och Weibull (2009 sid. 345) skriver, nämligen att medieexponeringen till stor del bestäms av våra dagliga rutiner och vanor. Och Stinas medievanor stämmer även överens med vad författarna fortsätter beskriva längre ner på samma sida, nämligen att "Nya tekniker som blir tillgängliga, till exempel internet, kan nå en hög exponering förhållandevis snabbt. Den vanligaste förklaringen är att vi tar del av mediet samtidigt som vi gör något annat." Detta kallas parallelexponering. Härom kvällen sändes på Kunskapskanalen ett TV-program som behandlade frågan om parallelexponering utifrån perspektivet att vi kanske kommer att få se en ny generation växa upp, som inte kommer att kunna koncentrera sig länge nog på att göra en sak, eftersom man är van vid att ha på flera medier samtidigt och van vid att hoppa från en hypertextlänk på internet till en annan. Man har på flera universitet märkt att det blivit allt svårare att få unga studenter att läsa en hel bok. Här verkar finnas en risk när det gäller medieanvändandet. Men samtidigt belystes hur "homus interneticus" samtidigt lärt sig att utveckla ett mer associativt och kreativt tänkande.

Madeleine Kleberg beskriver hur nyhetsjournalistik under 1970-talet kom att kritiseras för bristande jämställdhet i utbudet. Hon hänvisar till Sveriges Radio och Sveriges Television som då startade ett omfattande jämställdhetsarbete. "Bakom ambitionen att uppnå jämställdhet mellan könen inom programarbetet fanns en förväntan om att det skulle komma att påverka programutbudet i en riktning som gynnade kvinnors intressen och att antalet kvinnor som medverkade i programmen skulle öka" (Kleeberg, 2006 sid. 15). Hallands Nyheter:s sportredaktion verkar i alla fall inte ha hängt med här och konsekvensen för Stina blir att hon inte känner att hennes intresseområden tas på allvar i sportrapporteringen. Hon känner sig marginaliserad. Stina är inte heller någon medelvennson när det gäller konsumtion av sportnyheter. Enligt Hadenius, Wadbring och Weibull (2009 sid. 353) dominerar yngre män kraftigt bland läsarna av sport. Nord och Strömbäck (2004 sid. 379) skriver att "journalistiken kan också i sig själv bli föremål för allmänhetens kritik" och det blir tydligt när det gäller Stina. Hon har blivit så irriterad att hon kontaktat sportredaktören på HN. Nord och Strömbäck talar om expression (2004 sid. 382) då en läsare "aktivt uttrycker sig" och protesterar mot mediernas sätt att uttrycka sig.

När det gäller regelbunden läsning av morgontidning på papper, ligger däremot Stina helt i linje med statistiken. Den nationella SOM-undersökningen 2007 ger vid handen att 81 % av kvinnor i åldern 50-75 år läser en sådan 5 dagar/vecka. Prenumeration på en morgontidning är särskilt vanligt bland folk som har stabila vanor och är gifta, medelålders och bor utanför storstäderna enligt Hadenius,

Wadbring och Weibull (2009 sid. 349) Här passar Stina perfekt. Stina passar även in på det samma författare beskriver lite längre ner på samma sida: "Högutbildade läser prenumererade morgontidningar i stor utsträckning och kvällstidningar i låg utsträckning." Däremot stämmer inte Stinas preferenser riktigt överens med medelsvenssons när det gäller vilket innehåll hon läser enligt samma författare (sid. 351). Stina läser visserligen gärna lokala nyheter men inte om olyckor och brott och hon läser gärna utrikesnyheterna, vilket delvis kontradikterar mot forskningen eftersom olyckor och brott läses av fler än de som läser utrikesnyheterna.

Tidigare nämnda författare beskriver (sid.353) hur människor som är intresserade av att läsa om samhällsfrågor och politik i dagspressen även är intresserad av att söka samma typ av innehåll i andra medier. De menar att en persons allmänna medieorientering speglas i personens dagstidningsläsning. Detta stämmer väl överens med Stina, t ex då hon söker upp samhällsprogram på P1 när hon kör bil. En annan del av Stinas medieanvändning är den hon beskriver vid särskilda händelser. Då är det i första hand SVT som gäller för Stinas informationsinhämtande, även på webben. Detta stämmer också mycket väl överens med medelsvensson och vad Hadenius, Wadbring och Weibull (2009 sid. 354) beskriver, nämligen att "de flesta vänder sig till sajter som tillhör traditionella medier" i anslutning till viktiga händelser.

Om vi ska fördjupa oss i Stinas radiolyssnarvanor och jämföra med kursböckernas teoretiska föreställningar, i detta fall Hadenius, Wadbring och Weibull (2009) och den nationella SOM-undersökningen 2007, stämmer en hel del av hennes medievanor in på medelsvenssons. Stinas livsmönster påverkar radiolyssnandet och tidpunkten för Stinas lyssnande stämmer överens med medelsvenssons. Men sedan skiljer det sig och det gäller Stinas val av kanaler och var hon är när hon lyssnar. Att Stina lyssnar på radion i bilen är mer amerikanskt än svenskt och det är huvudsakligen personer under 35 år som lyssnar på den kommersiella radion, dit RIX FM räknas. Men Stina är ju 50 och därför inte medelsvensson när det gäller kanalval. Under arbetstiden lyssnar Stina gärna på SR:s kanaler, vilket stämmer överens med medelsvensson, även om Stina gör det via nätet. Sveriges Radio P4 borde enligt statistiken intressera Stina, men den kanalen lyssnar hon nästan aldrig på. Hennes lyssnartid borde enligt medelsvenssonsjämförelsen vara mellan två och tre timmar. Det stämmer inte heller för Stina.

När det gäller TV-tittande överensstämmer Stinas vanor när det gäller hur dags hon tittar överens med medelsvenssons. Svensson tittar nämligen mest kl 18-22 (MMS 2007) och särskilt tiden runt kl 20-21 brukar kallas *prime time* – bästa sändningstid (Hadenius, Wadbring och Weibull, 2009). Däremot stämmer inte Stinas TV-vanor om man jämför med MMS årsrapport från 2010 ([www.mms.se](http://www.mms.se)). Där ligger program som Det kungliga bröllopet, Melodifestivalen och Kalle Anka och hans vänner i topp. Det är inte några program Stina har sagt under intervjun att hon tittar på. Stinas användande av You Tube stämmer inte heller riktigt överens med den tidigare nämnda bokens

teorier. Enligt den (sid. 367) är det "som brukar vara fallet med nya tekniska plattformar" att en större andel män än kvinnor som tittar regelbundet och en större andel yngre än äldre. Detta stämmer ju inte alls in på Stina. Det känns nog bra för Stina, att inte hela den nya tekniken används av en liten del av befolkningen, utan att man som äldre kvinna har mycket att vinna på att finnas där den nya tekniken finns och själv använda den. Risker är ju annars att användandet av den nya tekniken blir snedvriden i samhället. Men å andra sidan kan man ju ställa sig frågan vad som menas med "den nya tekniken". Den kursbok som beskriver detta är ju inte helt uppdaterad med den senaste statistiken. Enligt den nationella SOM-undersökningen 2010 ([www.som.gu.se](http://www.som.gu.se)) hade 88 % av 50-64-åringarna tillgång till internet i hushållet år 2009 och ungefär hälften av den svenska befolkningen har haft det under hela 2000-talet. Här följer en sammanfattande mediediagnos för Stina, 50.

Område	Medelsvensson	Stinas medieanvändning kontra m-svenssons
Övergripande medievanor	bestäms av rutiner o vanor	stämmer
Allmän medieorientering	dagstidningsläsningen speglar den	stämmer
Ny teknik som t ex. internet	parallelexponering	stämmer
Sport	yngre män	stämmer inte
Morgontidning	gift, medelålders boende på landet	stämmer
Morgontidningens innehåll	lokala nyheter	stämmer
Dito	olyckor och brott	stämmer inte
Dito	utrikesnyheter	stämmer delvis
Radiolyssnande	livsmönstret påverkar	stämmer
Radiolyssnartid	2-3 timmar/dag	stämmer inte
Kommersiell radio	yngre än 35 år	stämmer inte
Radio P4	dominerande	stämmer inte
TV-tittande	prime-time	stämmer
Viktiga händelser	traditionella sajter	stämmer
Nya tekniska plattformar	yngre män	stämmer inte

Tabell 1. Stinas medieanvändning kontra medelsvenssons

Avslutningsvis kan alltså konstateras att Stina inte är någon medelsvensson när det gäller medieanvändning. Fast hon är å andra sidan inte totalt olik medelsvensson heller. En reflektion man kan göra är om det är lättare för medelsvensson att känna sig hemma i medielandskapet och känna sig nöjdare med medierna än Stina, eftersom medierna ger medelsvensson vad medelsvensson vill ha? Riskerar man som icke-medelsvensson-medieanvändare att hamna i ett slags ingenmansland, där t ex tidningar, TV och radio fokuserar så mycket på att kategorisera och generalisera sina användare att de tappar bort Stina och alla andra som inte passar in i mallen? Stina kan ju inte vara ensam, det måste ju finnas massor med människor som inte är medelsvenssons. Eller?

## Källor

Hadenius, Stig, Wadbring, Ingela, Weibull, Lennart; *Massmedier: press, radio och TV i den digitala tidsåldern*. Ekerlids 2009.

Kleberg, Madeleine; *Genusperspektiv på medie- och kommunikationsvetenskap*. Höskoleverket 2006

Nord, Lars, Strömbäck, Jesper; *Medierna och demokratin*. Studentlitteratur 2004.

<http://www.nordicom.gu.se> Nordicom, Nordiskt informationscenter för Medie- och Kommunikationsforskning [2011-09-17]

<http://www.mms.se> Mediamätning i Skandinavien[2011-09-17]

<http://www.som.gu.se> SOM-institutet, Göteborgs Universitet [2011-09-17]

SVT Kunskapskanalen, söndagen den 12 september kl 20

## Bilaga 1

Frågor till intervjupersonen i svart text med tillhörande svar i blått.

1. Vad heter du? **Stina Andersson**
2. Hur gammal är du? **50 år**
3. Var bor du? **På landsbygden i Falkenbergs kommun**
4. Vilken utbildning har du? **Gymnasieskolans naturvetenskapliga program och därefter en högskoleutbildning till biomedicinsk analytiker**
5. Vad jobbar du med? **Jag jobbar på laboratoriet på Halmstad Sjukhus**
6. Vad har du för intressen/hobbies? **Sport, främst ridsport, orientering och friidrott.**
7. Hur ser din mediekonsumtion ut en vanlig dag? (Vilka slags medier använder du? TV, radio, internet, mobil, tidningar, mp 3, podradio, böcker, video etc. och mer preciserat: vilka TV-kanaler tittar du mest på, vilka radiokanaler, vilka tidningar etc. **Se svaret under rubriken "En vanlig dag"**
8. Händer det att du använder medier samtidigt som du gör något annat? **Se ovan**
9. Händer det att du använder fler medier samtidigt? **Se ovan**
10. Vad kan få dig att ändra medievanor? **Se svaret under rubriken "En vanlig dag"**