



Foto: svt.se/andraavenyn

- OCH DEN *ANDRA* GENERATIONENS TV- TITTARE

Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap

Nadja Andersson 860919
Jiwar Roshan 860521
Handledare: Marie Grusell
Vårterminen 2008

Abstract

Titel: Andra Avenyn - och den andra generationens TV- tittare.

Författare: Nadja Andersson, Jiwar Roshan.

Kurs: Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap, Institutionen för journalistik och masskommunikation vid Göteborg universitet.

Termin: Vårterminen 2008.

Handledare: Marie Grusell.

Sidantal: 43 exklusive bilaga.

Syfte: Att undersöka uppfattningarna kring streamandet av Andra Avenyn hos de som följer serien genom SVT Play.

Metod: Kvalitativa fokusgruppsintervjuer, samt en kvalitativ personlig intervju.

Material: Tre fokusgruppsintervjuer med tre personer i varje fokusgrupp. Dessutom en personligintervju. Samtliga genomförda i Göteborg.

Huvudresultat: Vårt resultat visar att Andra Avenyn- streamarna är positivt inställda till såväl seriens innehåll som till verktyget SVT Play. Man uppskattar möjligheten att själv kunna bestämma när, var och hur man ser på serien. Samtidigt ser man vissa brister med tekniken. Vi har inte kunnat se att serien bidrar till någon märkbar kunskap men publiken är ändå medveten om de budskap som serien vill förmedla. Vi har också sett att kontexten kring streamandet varierar, vilket visar på att tittarna har olika sätt att ta till sig serien.

INNEHÅLL

Executive Summary	4
Den andra generationens TV	6
Andra möjligheter för TV:n och dess publik	6
Andra dörrar som kan öppnas... ..	7
Vilken uppfattning har tittarna av programmet?	8
Varför streamar man Andra Avenyn istället för att se programmet direkt på TV?	8
Hur ser kontexten kring streamandet ut?.....	8
Utgångspunkter ur andras idéer.....	9
Den andra TV- generationens behov.....	9
Den andra generationens tolkning av TV-budskapen	11
Andra sätt att tolka budskap på	14
När underhållning får en andra funktion och blir till kunskap.....	14
Att förstå hur andra tittar	16
Vår metod och hur andra har gått tillväga.....	18
Fokusgrupper.....	18
Genomförande	20
Grupp 1.....	21
Grupp 2.....	22
Grupp 3.....	22
Intervjusituationen.....	23
Utformandet av intervjuguiden	23
Andra saker som kunde ha tagits med.....	24
Andra styrkor och svagheter	25
Resultat och analys.....	26
Vilken uppfattning har tittarna av programmet?	26
Varför streamar man Andra Avenyn istället för att se programmet direkt på TV?	32
Hur ser kontexten kring nedladdningen ut?	34
Slutsatser och andra tankar	39
... kring WebbTV och ny teknik.....	39
... kring SVT Play.....	40
... kring syftet med studien	40
... kring förslag till vidare forskning.....	41
Litteratur och andra referenser	43
Tryckta källor	43
Internetkällor	44
Muntliga källor.....	44
Bilaga: Intervjuguide.....	45

Executive Summary

Studien är utförd på uppdrag av forskningsprojektet *TV i centrum*. TV i centrum är ett tvärvetenskapligt samarbete på Göteborgs Universitet som bedriver forskning kring TV-mediet. En del i den forskning som projektet bedriver under våren 2008 är studier av *Andra Avenyn*, och denna studie är en del i detta. Vi vill med undersökningen skapa en bild av hur tittarna använder sig av SVT Play för att följa *Andra Avenyn*. Syftet med studien är således att *undersöka uppfattningarna kring streamandet av Andra Avenyn hos de som följer serien genom SVT Play*.

Grunden till studien är det faktum att TV- vanorna förändras och man idag använder sig av nya plattformar för sitt tittande. TV- publiken är inte längre den samma som förr och därför finns det ett intresse av att undersöka hur det förändrade medielandskapet ser ut och vilken uppfattning publiken har av det.

Vi har i studien använt oss av två olika teoriparadigm, *behovsforskning* och *receptionsteori*. Dessa två synsätt har två olika utgångslägen i synen på mediepubliken och är inte direkt kompatibla med varandra. Dock har det varit relevant att se på *Andra Avenyns* publik utifrån båda teoriramarna då vi anser att det är givande att analysera den nya streamande publiken från två olika håll. Viktiga tankar inom de två paradigmen är exempelvis *Blumler & Katz* definition av U & G, *Stuart Halls* Encoding & Decoding, *David Morleys* och *James Lulls* teorier om reception och tolkning och *Miguel Sabidos* tankar kring Entertainment-Education. Utifrån teorierna har vi kunnat se till publikens behov, meningsskapande, lärande och uppfattningar på olika sätt.

För att finna kunskap om stremarnas uppfattningar genomförde vi tre fokusgruppsintervjuer med tre personer i varje. Dessutom genomförde vi en personligintervju. Dessa har legat till grund för de mönster som vi kartlagt, utifrån vilka vi dragit våra slutsatser.

Vårt resultat har visat att man för att förstå *den andra generationens TV-tittare* måste se på streamandet ur flera olika synvinklar. SVT Play har gett publiken en möjlighet att kunna anpassa sitt tittande efter sitt vardagsliv då de inte längre behöver passa några TV- tider. Tittarna har en positiv inställning till såväl serien som verktyget SVT Play. Denna inställning handlar exempelvis om att man tycker om känslan av att se serien före TV- tittarna. Tittarna uppskattar även *Andra Avenyns* hemsida och besöker denna för att hålla sig uppdaterade. Däremot är man inte aktiv på sidan genom exempelvis chatt eller forumsinlägg.

Bland de slutsatser vi har kommit fram till vill vi särskilt peka på hur serien uppfyller behov som avkoppling, spänning eller identifiering. Man kan som tittare även se på serien av mer mångdimensionella skäl, trots att man egentligen är negativ till innehållet. Då fyller seriens istället funktioner som att den är lätt att ta till sig, och har ett innehåll som är lätt att ironisera över. Ingen av dessa två tittartyper säger sig ha fått ut någon märkbar kunskap av seriens innehåll, men man är medveten om de budskap som skaparna av *Andra Avenyn* försöker förmedla. En annan slutsats är att även om tittarna oftast ser på *Andra Avenyn* ensamma är tittandet en social aktivitet. Detta då man dels samtalar med andra medan man tittar, och dels diskuterar handlingen i hög grad.

Vi råder SVT att ta till vara på den nya publikens behov, och ligga i framkant vad gäller utveckling av den nya tekniken. Samtidigt vill vi varna för risken med att förbise framgångens baksida. Vi vill rekommendera att man håller en kontinuerlig uppsikt över hur de förändrade medievanorna kan komma att påverka såväl SVT som publiken. Denna studie ska ses som ett avstamp inför vidare forskning på området.

Den andra generationens TV

TV:n har alltid varit folkets medium, men trots detta har man som tittare inte haft särskilt mycket att säga till om utan man har snällt tagit till sig det som serverats. Enda chansen att påverka menyn har varit att byta kanal, vilket man först fick möjlighet till 1969 (Hadenius & Weibull 2005). Internets frammarsch har dock rört om ordentligt i grytan och samtliga medier har blivit tvungna att anpassa sig efter det nya tekniska undret. Idag är TV- publiken inte den samma som förr. Tittarna har ett större utbud, fler val att göra och är dessutom aktiva på många andra sätt än genom själva tittandet (Flisen; Harrie red. 2008). Efter, eller t.o.m. medan programmen pågår, är publiken exempelvis delaktig på kanalernas chattforum. Numera har flera av kanalerna även tagit ytterligare ett steg mot den nya televisionsformen genom att introducera egna plattformar för att följa programmen direkt på nätet. Utvecklingen har gått så långt att man i Sverige numera kräver TV- licens för innehav av datorer med Internetuppkoppling. En förändring som denna var nödvändig om John Bairds gamla uppfinning skulle överleva i det nya förändrade medielandskapet.

Ett tydligt exempel på denna utveckling är SVT:s verktyg för att streama, *SVT Play*. Att streama innebär att man kan se program via hemsidan. Detta skiljer sig från nedladdning då man inte kan spara filerna på sin dator utan man har endast tillgång till dem via hemsidan. SVT Play används för att spela upp filer och ta emot direktsändningar på SVT:s hemsida. Tanken är att verktyget på så sätt ska komplettera den vanliga tablån, och att man som tittare ska få en ”*upplevelse som liknar den du får i tv-soffan*”.(www.svt.se)

På uppdrag av forskningsprojektet *TV i centrum* har vi utfört en studie kring hur tittare använder sig av SVT Play för att följa serien *Andra Avenyn*. TV i centrum är ett tvärvetenskapligt samarbete på Göteborgs Universitet som bedriver forskning och undervisning kring TV-mediet. Studier av *Andra Avenyn* är en del i den forskning som projektet bedriver under våren 2008, och vårt examensarbete är en del i detta. Serien *Andra Avenyn* är en av Sveriges största TV- satsningar. Det är även det allra mest streamade programmet på SVT Play, med ca 1 miljon nedladdningar i veckan. SVT uppskattar att så många som 170 000 tittare ser varje avsnitt via hemsidan. (Edström 2008)

Andra möjligheter för TV:n och dess publik

TV genomgår nu en omfattande omvandling i samband med digitalisering, IT- utveckling och globalisering. Utvecklingen av televisionens distributionsformer innebär en enorm förändring av vårt medielandskap. Eftersom TV är ett av våra största medium menar vi att det finns en naturlig relevans i att undersöka dess förändrade villkor för att ta reda på vilka konsekvenser utvecklingen kan tänkas få.

Public Service- TV har sedan televisionens uppkomst gått från att ha monopol på tittarna till att endast utgöra en del av det enorma kanalutbudet. De kommersiella kanalerna har nu mer än 65 procent av tittarna och SVT har sedan 1990- talet gått från att ha mer än 50 procent av publiken till att nu ha mindre än 35 procent (www.gp.se). Radiotjänst och marknadsundersökningsföretaget Synovate Temo genomför varje år en undersökning kring Public Service, tv-avgiften och Radiotjänsts verksamhet. Den senaste undersökningen från 2006 visar bl.a. att Public Service fortfarande har stöd hos befolkningen, men däremot är det många som ifrågasätter SVT:s programutbud.(www.gp.se) Det pågår alltså en diskussion

kring Public Service vara eller inte vara i dagens mediesamhälle. Vi menar att SVT:s uppdrag och ambition att göra program *för alla* nu har kommit att krocka med problemet med att motivera finansieringen genom TV- avgiften. Vi anser att detta problem utgör en samhällsrelevans för vår studie, och vi hoppas att den kan bidra till att ta reda på varför det förhåller sig på detta sätt.

Vi menar också att *Andra Avenyns* framgångar på SVT Play visar på en efterfrågan hos publiken för ett forum där man genom sitt tittande interagerar på ett mer självstyrt plan än vad som har varit möjligt tidigare. SVT:s publikminskning utgörs till stor del av yngre tittare (Jutterström 2008). Om utvecklingen fortsätter i samma riktning kommer det självklart att utgöra ett stort problem i framtiden. Vi menar att nyckeln till att lyckas med att locka till sig yngre tittare ligger i att vara uppmärksam på hur den nya tekniken förändrar ungas tittarbeteenden och i att anpassa sig till de nya plattformarna för TV- tittande.

Satsningen med *Andra Avenyn* upplever vi som en modern tappning av Public Service-arbetet. SVT vill använda sig av den nya tendensen av ökad interaktivitet hos tittarna och kombinera det med dokusåpauttagningar, chatt med skådespelare och diskussionsforum. Man försöker därför hela tiden att ta upp ämnen och frågor som berör flera grupper i samhället genom att skriva in samtidsfrågor i manuset (Edström 2008). Man vill på detta sätt nå ut till befolkningen och bidra till diskussion genom den nya distributionsformen. På så sätt kan man dels arbeta med samhällsrelevanta frågor och samtidigt introducera ny teknik.

Andra dörrar som kan öppnas...

Den stora produktionssatsningen med *Andra Avenyn* leder till att många nya arbetstillfällen skapas. Med *nya* syftar vi på tanken som SVT har om att öppna denna arbetsmarknad även för de som inte har särskilt stor erfarenhet eller kunskap. *Andra Avenyn* har som avsikt att agera "plantskola" för nya skådespelare, författare och produktionsmedarbetare (Bye 080414). Satsningar som denna är viktiga för vårt samhälle då man försöker plocka upp de som annars hade haft svårt att få arbete inom TV- branschen. Vi menar även att det är viktigt för SVT att *Andra Avenyn* blir ett lyckat projekt då man investerat stora resurser samt befinner sig i ett nytt medielandskap fyllt av förändringar och hot. Vi anser att vår studie kan bidra till kunskap om vilken betydelse streamandet kan ha för Public Service i framtiden och slutsatser om hur SVT bör utveckla sitt arbete i den föränderliga medievärld med nya användarmönster som *Andra Avenyn* utgör ett exempel på.

I takt med att Internet som helhet utvecklas mot att bli mer användargenererat har även marknaden för webb-TV ökat explosionsartat. Att se TV-serier på nätet har kommit att bli allt mer vanligt, och många väljer olaglig nedladdning för att göra detta. Vi kan tänka oss att TV-bolagen nu försöker undvika att hamna i samma situation som skivbolagen redan har gjort, och därför själv börjar lägga ut sina program, eller delar av dem, på sina hemsidor. Det finns dock relativt lite forskning om denna utveckling och därför anser vi det vara mycket intressant att undersöka hur användarmönstren ser ut för nedladdning av *Andra Avenyn* från SVT:s hemsida.

En ytterligare intressant infallsvinkel i sammanhanget är hur *Andra Avenyns* hemsida präglas av en mängd inbjudningar till tittarna att vara delaktiga i serien på olika sätt förutom genom själva tittandet. På sidan finns exempelvis forum, chattar, quiz, nyhetsbrev, "smygtittar" och utförliga beskrivningar av handling och karaktärer. Denna typ av hemsidor är karaktäristiska för utvecklingen av *Webb 2.0*. Detta begrepp syftar på den *andra generationens Internet* som

låter människor samverka, dela och producera information och på så sätt vara både producent och användare (www.idg.se). Ur ett vetenskapligt perspektiv är det relevant att undersöka denna utveckling, och försöka kartlägga de nya användarmönstren på Internet.

Genomförandet av denna studie syftar således till att *undersöka uppfattningarna kring streamandet av Andra Avenyn hos de som följer serien genom SVT Play.*

För att kunna uppnå detta vill vi besvara följande frågeställningar:

- Vilken uppfattning har tittarna av programmet?

Med denna frågeställning vill vi ta reda på vad användarna tänker och känner om programmet, och vad de anser sig få ut av användningen. Genom de två teorierarna receptionsforskning och Uses & Gratifications (fortsättningsvis refererat till som U & G) kommer vi att analysera hur publiken uppfattar Andra Avenyn. Receptionsforskningen tar sin utgångspunkt i hur tittarna tar emot och tokar budskap medan U & G fokuserar på tittarnas behov och hur dessa uppfylls.

- Varför streamar man Andra Avenyn istället för att se programmet direkt på TV?

Med denna frågeställning vill skapa oss en bild av varför man väljer webben framför TV:n. Är det av vana, bekvämlighets- eller tillgänglighetsskäl eller för att man vill vara en "aktiv tittare"? Finns det andra anledningar? Vilka fördelar respektive nackdelar ser man med TV-tittande och webb-tittande? Genom att använda tidigare forskning som syftar till att undersöka publikens behovskapande vill vi förstå varför man väljer den nya tekniken framför den gamla.

- Hur ser kontexten kring streamandet ut?

Med denna frågeställning vill vi få svar på när man laddar ned, innan eller efter programmet sänts i TV, hur ofta man gör det, samt var man genomför nedladdningen. På vilket sätt är streamandet integrerat i respondenternas vardag? Tittar man koncentrerat eller sysslar man med andra aktiviteter samtidigt? Tittar man själv eller tillsammans med andra? Är streamandet en social aktivitet? Detta är frågor som vi vill besvara genom att studera tittarna utifrån teorier som receptionsanalys och medieetnografi. Man kan dessutom tala om tittarbeteenden i form av fyra olika idealtyper, vi vill se om dessa stämmer in även på webbtittarna.

Utgångspunkter ur andras idéer

I samband med studier som denna är det viktigt med relevanta och intressanta teorier som man kan stödja undersökningen på. För att bättre kunna förstå hur och varför någonting förhåller sig på ett visst sätt idag är det viktigt att se till hur det var tidigare och vad som har lett utvecklingen dit vi befinner oss idag.

Det är sällan så att man i en undersökning har en klar uppfattning redan från början om vilka tolkningar som man kan komma att göra. Forskning handlar ofta om att hitta och kartlägga tillfredställande uppfattningar. Ambitionen med vår undersökning, liksom forskningen vanligtvis, är att på detta sätt försöka förstå hur de fenomen som vi är intresserade av hänger ihop med varandra (Esiasson, Gilljam, Oscarsson, Wängnerud 2007).

Vi tar därför vår utgångspunkt i två olika teoriparadigm, *behovsforskning* och *receptionsteori*. Dessa två synsätt har olika utgångslägen i synen på mediepubliken och är inte direkt kompatibla med varandra. Vi menar dock att det är relevant att se på *Andra Avenyns* publik utifrån båda teoriramarna då vi anser att det kan vara givande att analysera den nya streamande publiken från två olika håll. De olika ståndpunkterna inom behovs- och receptionsforskningen kan båda hjälpa oss att förstå publikens uppfattningar, men på olika sätt. Alltså utgår vi ifrån följande tidigare medie- och kommunikationsteorier inom dessa båda paradig, för att kunna koppla olika typer av teser till streamandet av *Andra Avenyn*.

Den andra TV- generationens behov

Andra Avenyn är ett tidstypiskt exempel på en serie med en aktiv publik. I tidiga teorier om kommunikation lades fokus ofta på vilka effekter medierna hade på en publik som denna. Forskningsperspektivet *U & G* som började växa fram under 1940- talet tog dock avstånd från begreppet effekt och lade istället fokus på den aktiva publiken och de sociologiska och psykologiska mönster som låg bakom medieanvändningen. I stället för att fråga sig vad *medierna gör med publiken* blev nu forskningsfrågan vad *publiken gör med medierna*. På 1970- talet fick traditionen ett uppsving då Blumler & Katz publicerade *The Uses of Mass Communication* (1974). Katz definierade sin syn på medieanvändning som:

Människor har sociala och psykologiska motiv → som leder till behov → som leder till förväntningar, exempelvis på medierna → som leder till olika mönster av medieval → som leder till dels tillfredställda behov och → ofta oväntade konsekvenser.

Denna definition av *U & G* är väldigt bred. Den inkluderar alla möjliga tänkbara påverkansfaktorer och konsekvenser av medieanvändningen.

En möjlighet till att skapa behov hos tittarna är att anpassa innehållet så att publiken blir intresserade av att se mer. Ett klassiskt sätt att skapa intresse hos publiken är att på detta sätt avsluta avsnitten med *cliffhangers*. Det innebär att man avslutar mitt i någonting väldigt spännande, så att publiken lockas att vilja se hur det hela slutar.

U & G ser på publiken som aktiv och inte som en passiv massa. Teorin är ytterst intressant att koppla till vår studie som baseras på publikens aktiva roll i ett modernare medielandskap. Det faktum att SVT Play är såpass populärt innebär att publiken intresserar sig för nya vägar och

möjligheter som gör att de enklare och mer personligt kan göra sina medieval. Vi menar att detta är ytterligare ett steg i riktningen mot ett mediesamhälle där publiken avgör vad den ska ta del av och därmed vilket utbud som skall finnas och inte. En annan aspekt av U & G är att människor tar del av medieinnehåll på olika sätt (Reimer, 1994). Tittarna är enskilda människor med individuella behov som kan uppfyllas på många olika sätt. Även detta är av relevans för vår studie då vi har undersökt uppfattningar hos användarna. Vår utgångspunkt tas i att alla användare inte får *samma* behov uppfyllda, utan de söker sig till sidan av olika skäl.

U & G är en del i användningsforskningen och lägger stor vikt vid mottagarnas användning, behov och förväntningar. Skolan lägger särskilt fokus på individuella och psykologiska aspekter på medieanvändning (McQuail 2005). Under 1950- talet fokuserades största delen av kommunikationsforskningen kring sändarens roll och hur det påverkade mottagaren, ursprunget var amerikansk masskommunikationsteori. Forskningen var *effektorienterad* och processen mellan sändare och mottagare var viktig och väldigt enkelriktad (Falkheimer 2001). Så småningom kom detta alltså att utvecklas till den syn på mediepubliken som vi har i dag, och som vi utgår från i vår studie.

Vår avsikt med studien har varit att undersöka tittarnas uppfattningar av programmet och sett till U & G innebär detta att vi måste ta hänsyn till att uppfattningarna varierar bland tittarna. En av tankarna inom U & G är att publiken upplever ett och samma innehåll på olika sätt, detta för att man menar att publiken består av meningsskapande individer (Reimer, 1994). Det som är intressant i vår undersökning är att av olika anledningar väljer den nya publiken att se på *Andra Avenyn* via ett forum som SVT Play. Man har det gemensamt att man väljer en ny plattform, men också att man väljer att se på just *Andra Avenyn*. Det finns dock ingenting som säger att hela publiken delar samma uppfattningar eller anledningar till detta val.

Publikens nya roll i medielandskapet innebär att sändarna (skaparna) på många plan blir beroende av kunskap kring sin publik på ett nytt sätt. I samband med digitaliseringen har folk fått tillgång till långt fler kanaler. Dessutom finns det paraboler som gör att människor, t.ex. med olika nationaliteter, kan se på program från hela världen. Vidare har Internet och dess globalisering självklart också påverkat utbudet enormt. I denna nya process är mottagarens roll mer styrande än tidigare. Det finns mycket forskning kring denna aktiva publiksyn. Den engelske medieforskaren James D. Halloran beskriver det så här:

“The early view of mass communication assumed that people could be persuaded by media to adopt almost any point of view desired by the communicator. (...) In this crude sense this extreme view is no longer accepted, although some of the implications of this initial position are still with us.” (Marris, Thornham 1996)

Trots att man idag inte endast ser på publiken som påverkbar finns det de som menar att man inte får bortse från att den *fortfarande* är påverkbar. Även detta tar Halloran upp:

” Instead of having the false picture of the all-power influence of television presented to us we now run risk of getting an equally false picture of no influence whatsoever.” (Marris, Thornham 1996)

Å ena sidan visar det faktum att publiken använder nya forum såsom SVT Play på ett behov av en ny plattform för en publik som nu mer aktivt vill välja *när, var* och *vad* de vill se på. Å andra sidan utesluter detta inte att publiken är påverkbar av *Andra Avenyn*, som trots allt är

det innehåll de söker upp på den nya plattformen. Det är alltid svårt att avgöra om en publik påverkas av ett visst medieinnehåll, och i så fall hur de gör det. Begreppet *påverkan* innehåller en mängd olika aspekter som gör det svårt att dra säkra slutsatser och redogöra för *hur* man påverkas, *vad* det är som påverkar samt vilka *konsekvenser* det kan tänkas få. Publiken är på ett sätt mer aktiv och tar egna beslut och initiativ men på ett annat sätt är den fortfarande mottaglig för sådant som kan tänkas påverka den. *Andra Avenyn* är en nutidsserie som många kan relatera till, den uppfyller förväntningar som mottagaren/publiken har, samtidigt som uppbyggnaden av dramaturgin naturligtvis är medveten från sändaren.

Skillnaden mot tidigare traditionell TV är att publiken nu själv kan nå budskapen på eget initiativ på SVT Play. Serien finns även på TV men just den här publiken finns av någon anledning på annat håll och vill man nå den krävs det att man söker sig till den via den här typen av forum. Om serien endast hade visats på TV menar vi att denna publik antagligen hade sökt sig till andra serier som fanns på webben. Det kan kanske vara så att det som skiljer dessa tittare från de övriga tittarna inte är det faktum att de inte uppskattar budskapet, i *Andra Avenyn*, tillräckligt för att följa det i TV-soffan utan snarare det faktum att de inte följer någonting via TV:n längre.

U & G utgår ifrån att publiken använder medier för att de själva anser sig få ut någonting av dem. Därför fokuserar forskningen på medieanvändarna själva. Detta är precis vad vi vill göra med vår studie. Vi ställer oss frågan vad som ligger bakom användarnas steamande av *Andra Avenyn*. Är det underhållning, informationsbehov, en tjänst eller uppfyller tittandet kanske ett socialt behov? Särskilt intressant i detta sammanhang är förhållandet mellan *Andra Avenyn*-tittarna och deras sociala kontext och hur streamandet kan vara relaterat till deras vardagsliv. Eftersom det är mottagaren och inte sändaren som väljer *vad*, *när*, och *var* man ska ta del av medierna måste innehållet i *Andra Avenyn* erbjuda olika typer av behovsuppfyllning. När man skapar TV- program försöker man inte längre att endast utgå från det enkla behovet av information, utan ser till mer individuella, situationsanpassade behov hos tittarna. Genom att också ta reda på vilka behov som styr webb- tittarna skapar vi genom denna studie en förståelse för användningen av SVT Play.

Den andra generationens tolkning av TV-budskapen

Ett perspektiv av vår undersökning är den sociala och kulturella kontext där streamandet pågår. Vi har redan konstaterat att tittarna är olika individer som får ut olika saker av tittandet. Nu kommer vi att lägga fokus på hur streamandet och innehållet i serien skapar olika betydelser för tittarna. Forskningssynsättet *Cultural Studies* växte fram på 1970- talet och förenar olika akademiska kunskapsområden med fokus på mänskliga kulturer. Det område inom traditionen som vi undersöker tar sin utgångspunkt i *mediekultur* och syftar till att undersöka publikens meningsskapande. (Jansson 2002) Vi vill genom studien försöka förstå hur tittarna tolkar *Andra Avenyn* och hur de integrerar streamandet i sin tillvaro, vilket gör det relevant att använda teorier från denna tradition.

Receptionsanalys och *medieetnografi* är två angreppssätt inom Cultural Studies. Dessa två teorier utgår båda från mediepublikens tolkning och meningsskapande, men skiljer sig åt vad gäller problemområde och metod. Receptionsanalysen lägger fokus på vilka *tolkningar* publiken gör av olika medietexter i olika sammanhang. Publiken ses aldrig som passiv eller homogen, utan man anser alltid att det finns individer som har mer erfarenhet eller som är mer regelbundna tittare än andra. (McQuail 2000) Receptionsstudierna syftar till att beskriva vad människor får ut av medieinnehåll genom att dra paralleller till deras *kulturella tillhörighet*

(Jansson 2002). Genom vår studie vill vi på detta sätt skapa en förståelse för hur man som streamare tolkar serien och vad man får ut av användandet av SVT Play.

Medieetnografi ses av vissa forskare som en del av receptionsforskningen och av andra som en egen forskningstradition. Medan receptionsanalysen inriktar sig på tolkning fokuserar medieetnografi på faktorer kring medieanvändningen och dess kontext. Man försöker beskriva och förklara mediernas roll i vår vardag, och intresserar sig t ex. för hur TV:n används och på vilket sätt tittandet integreras i människors liv. Studier i medieetnografi utgår främst ifrån deltagarobservationer där man iakttar och samtalar med TV- tittare. Utgångspunkten ligger i att TV- tittande inte kan förstås utan att analyseras i sitt sociala sammanhang. (Hagen 1998) Vi anser att det är mycket relevant att koppla forskning kring hur kontexten kring TV- tittande ser ut med den nya formen av tittande på webben.

Forskaren och en av företrädarna för Cultural Studies, Stuart Hall menar att publiken är aktiv, men poängterar samtidigt att medieinnehåll också kan bära med sig "avsedda tolkningar" Hans teorier om *Encoding* och *Decoding* har haft stor betydelse för synen på hur medietexter och publik interagerar. Enligt Hall kan mottagaren antingen göra en dominant tolkning av texten; och ta till sig *hela* budskapet, en förhandlande tolkning; där man endast tar till sig *en del*, eller en oppositionell tolkning; där mottagaren gör en *motsatt* tolkning än vad som var avsett med budskapet. (McQuail 2000) Vi kommer med hjälp av dessa tankar att försöka skapa en bild av hur *Andra Avenyn* tolkas av publiken.

Den brittiska forskaren David Morley har utfört både receptionsanalyser och medieetnografiska studier som har kommit att bli klassiska inom traditionerna. Han testade Halls teorier om olika tolkningar och menade med all säkerhet att olika individer gör olika typer av läsningar av samma innehåll. Morley visade att det finns en mängd olika sätt att "läsa" en medietext och att reception alltid handlar om en slags förhandling mellan dessa.(Jansson 2002) Han ansåg dock att publikens reception och tolkningar inte kunde förklaras utifrån "enkla" faktorer som klass, yrke, utbildning eller social bakgrund. Det som enligt Morley hade störst betydelse var *diskursen*, samtalsgemenskapen, som olika grupper innehar. Denna samtalsdiskurs hos *Andra Avenyn*- tittarna har vi försökt att få en inblick i genom att samtala och diskutera med dem. Fenomenet att "tala samma språk" kan vara beroende av olika faktorer som klasstillhörighet, men det kan även skilja sig åt i olika grupper.

Morleys etnografiska studier konstaterade att TV- tittandet är integrerat i vårt vardagsliv och att mediekonsumtion är en social aktivitet. Hans studie *Inside Family Viewing* (1990) inspirerades av James Lulls etnografiska forskning (som redovisas längre fram) och var på vissa plan en kritik av U & G. Morley tog i studien avstånd från den tidigare statistiska analysen av mediepubliken och menade att mediekonsumtion *inte* är en individuell aktivitet. TV-tittande är heller inte passiv förströelse eller ett medel för informationsinhämtning, utan en *social aktivitet*. (Jansson 2002)

Vår frågeställning om streamandets kontext syftar till att skapa en bild av hur tittarna använder SVT Play tillsammans med andra genom att de interagerar på olika sätt. Vi vill genom att undersöka streamandet skapa en förståelse för om man tittar tillsammans, om man chattar och är aktiv på hemsidan, om man diskuterar serien med sin omgivning och i så fall på vilket sätt detta sker. Morley drog slutsatsen att detta sociala tittande hade syften och konsekvenser som inte var rationella eller uppenbara, utan att det kunde finnas mer komplexa mönster i användningen. Vi anser därför att vi med hjälp av att analysera tittarna genom

gruppdiskussioner kan bidra med en bild av hur dessa mönster kan se ut för den nya sortens webbtittare.

Med utgångspunkt i medieetnografi tar vi fasta på att medieanvändningen speglar den sociala kontext som vi lever i. Vi tror att de nya sätten att se på TV bidrar till att förändra människors vardagsliv, hur de interagerar med andra och hur de tolkar innehållet. Man behöver inte längre anstränga sig på samma sätt för att få se de program man vill, och man behöver inte anpassa sin vardag efter TV-tiderna. Förhållandet till televisionen har förändrats, och med det även förhållandena till andra människor i vår omgivning.

Den amerikanske medieforskaren James Lull undersökte på 1970-talet förhållandet mellan TV-tittande och mottagarnas vardagsliv (McQuail 2000). På den här tiden var det fortfarande U & G som var standardmodellen när det gällde medieforskning. Kritik uppstod dock mot denna metod som handlade om att den inte tog hänsyn till den sociala kontext där medieanvändningen pågick. TV-tittande sker ofta tillsammans med andra och Lull ville därför undersöka dess sociala användning. Han använde sig av en etnografisk metod och observerade mer än 200 familjer i USA i deras hem. Samtidigt genomfördes intervjuer med deltagarna för att komplettera studierna och skapa en mångdimensionell förståelse för familjernas TV-användning. Istället för att starta med en hypotes och falsifiera eller verifiera denna med insamlad data gjorde Lull insamling, analys och tolkning parallellt. (Drotner 2000) Eftersom vi med vår studie vill skapa oss en uppfattning om hur den nya tidens TV-användning ser ut anser vi att Lulls slutsatser är relevanta att använda för att kunna dra paralleller mellan det traditionella tittandet och streamandet.

Lull kom fram till två huvudsakliga typer av social användning av TV, strukturellt och relationellt. Den strukturella användningen kan antingen vara miljöskapande eller reglerande. I den miljöskapande användningen kan TV:n vara ett bakgrundmedium, ett ljudbrus där man som användare då och då kan plocka fram innehållet till sitt medvetande. (Drotner 2000) Här finns en parallell att dra till dagens webb-TV där man kan ha flera fönster öppna på datorskärmen samtidigt. Man kan exempelvis lyssna på musik, titta på *Andra Avenyn*, chatta och skriva ett skolarbete samtidigt och välja att rikta sin uppmärksamhet på olika saker vid olika tillfällen. Vår studie syftar just till att ta reda på hur denna kontext ser ut bland de som tittar på *Andra Avenyn* på webben. Miljöskapande användning går också ut på hur TV:n reglerar vår vardag. Måltider, sovtider, arbete, skolarbete, städning och andra sysslor anpassas till TV-programmens tider. (Drotner 2000) Webb-TV:ns uppkomst borde dock ha förändrat detta. Numera kan man anpassa tittandet efter sin vardag istället för tvärtom. Lulls undersökning påvisade även hur TV-tittandet hade en reglerande effekt på det sociala livet då man väljer bort andra aktiviteter för att se på TV. Även detta kan ha kommit att ändras då man nu kan välja att se programmen när man vill.

Den relationella användningen av TV:n handlar om familjernas relationer. Lull menar att TV:n är en katalysator för samtal. Både barn och vuxna använder programmen för att förmedla tankar och känslor. Barn tar till sig innehållet och hänvisar till det för att kunna bli en del av de vuxnas samtalsvärld. *Andra Avenyn* karaktäriseras av att svåra livsfrågor och problem tas upp och dessa kan ge upphov till diskussioner på det sätt som Lull påvisar. Våra frågeställningar syftar till att ta reda på hur dessa kan se ut bland de som tittar på serien på webben, och hur relationer till andra tittare kan påverka ens uppfattningar om tittandet. Även det faktum att man skriver in samtidsproblematik i manuset kan bidra till att programmet ger uppslag till samtalsämnen på detta sätt.

Lulls studie visade även att TV:n bidrar till att skapa samvaro och hjälper till att bekräfta samhörigheten med olika sociala grupper. Kanske kan webb-TV komma att förändra detta då man inte kommer att se på samma program i lika stor utsträckning längre. På samma sätt menade Lull att TV:n kunde vara en anledning att undvika social samvaro då man var upptagen med programmet. (Drotner 2000) Vi tror att webb-TV:s möjligheter att se programmen när man vill kanske gör att det inte längre finns en ursäkt för att undvika sådan kontakt.

Förutom teorierna om strukturell och relationell TV- användning hade Lull tankar om hur TV används för inläring, både medveten och omedveten. Han menade att programmen gav tittarna kunskap, ideal och social kompetens. (Drotner 2000) Här finns en parallell att dra till de nyare tankarna om lärande genom TV- program, infotainment och edutainment som kommer att tas upp längre fram.

Andra sätt att tolka budskap på

Jostein Gripsrud skriver om att vi har kulturellt skapade koder och symboler som vi har lärt oss att associera till olika saker t.ex. filmer, musik, bilder. En film med en man i cowboyhatt ridandes på en häst associerar de flesta exempelvis till Vilda Western- filmer och USA. Dessa associationer och kulturella koder blir som ett brus i kommunikationsprocessen, då sändarens meddelande påverkas av de förutfattade meningar som mottagaren har. I dagens mediekommunikation är det viktigt att känna till denna egenskap hos publiken, inte minst vad gäller införandet av nya distributionsformer. (Gripsrud 2002) Vi menar naturligtvis inte att detta fenomen behöver vara negativt, då de kulturella koderna även bidrar till identifiering och hjälper tittaren i sin tolkningsprocess.

Andra Avenyn har på många sätt anammat tankarna om kulturella koder genom att man i serien visar tydliga stereotyper som finns i samhället. Det mesta finns representerat; en problemfamilj, en rikemannafamilj, en invandrarfamilj, en alternativ familj osv. Dels är detta viktigt för att publiken ska kunna identifiera sig med serien men även för att många kan känna igen karaktärerna som visas trots att de själva kanske inte direkt faller in på någon av dem. Detta är ett typiskt exempel på hur sändaren (serieskaparna) använder sig av koder och symboler som de vet att mottagarna (publiken) känner till. Det som också är intressant i samband med serier som *Andra Avenyn* är det faktum att den tydligt speglar vår svenska/västerländska kultur. Vi förstår den eftersom den ”talar vårt språk” men utanför Sverige/västvärlden, eller kanske till och med utanför Norden, har serien med stor sannolikhet inte samma genomslagskraft. Självklart finns det även koder som fungerar internationellt, exempelvis motsättningen mellan goda och onda karaktärer, typer av musik eller ljussättning som väcker specifika känslor hos mottagarna.

När underhållning får en andra funktion och blir till kunskap

Begreppet *infotainment* är en sammanslagning av de engelska orden *information* och *entertainment* (underhållning). Det används för att beskriva den hybrid av nöjesinslag, drama och upplysning som har kommit att bli allt vanligare i medierna. Denis McQuail tar upp begreppet *infotainment* i samband med underhållning i medierna. Han menar att det ofta ses som ett problem när olika genrer blandas, som när t.ex. seriösa ämnen som politik och nyheter blandas med nöje. Detta kan få som konsekvens att man för att underhålla exkluderar information eller att man tränger in i den så kallade ”verkliga sfären” och gör den mer underhållande (McQuail2005). *Andra Avenyn* är en omvänd version av detta, då det i serien

istället är information som blandas med underhållning. Denna typ av verklighetsspeglande eller fostrande program har funnits sedan televisionens början, i Sverige är Hylands Hörna ett exempel på detta (www.svt.se).

Eftersom information oftast bidrar till kunskap är gränsen mellan begreppen infotainment och *edutainment* vag. Vi anser dock att det senare begreppet är av särskild relevans för vår studie.

Edutainment är en hopslagning av de engelska orden för *utbildning* och *underhållning*. Fenomenet kallas även för *Entertainment-Education* (EE). EE används i många länder för att nå ut med budskap för exempelvis samhällsinformation och samhällsutveckling. Det mest klassiska nutidsexemplet på detta är Miguel Sabidos *Telenovelas*, mexikanska såpoperor som utifrån kommunikationsteorier kombinerar underhållning med utbildning. Dessa såpor började produceras under 1970-talet för den latinamerikanska publiken och innehöll på ett lättamt sätt undervisning i frågor som hälsa och läskunnighet. (Singhal, Obregon 1999)

I SVT:s Public Service-uppdrag ingår det att spegla samhället och bidra med information och nyhetsbevakning (SVT:s Public Service-redovisning 2007). I *Andra Avenyn* tar man på samma sätt som i *Telenovelas* upp samhällsproblem som droger, tonårsgraviditeter, incest och klassklyftor. Vi menar därför att serien inte är en traditionell såpa, utan har en stor EE-ambition.

Sabidos modell var inspirerad av den kanadensisk-amerikanske psykologiprofessorn Albert Banduras sociala inlärningsteori. I korthet består denna av två typer av inlärning, modellinlärning som handlar om att vi lär oss genom att iaktta andra och imitera dem, och insiktsläring som handlar om att lära sig genom problemlösning (Angelöw, Jonsson 2000). Sabido tog fasta på detta och skapade kommersiella TV-serier med ett socialt ansvarstagande som grund.

I tidskriften *Journal of Development Communication* berättar Sabido om sin syn på televisionen. Han menar att:

“People have an appetite to learn more. And soap opera characters, if carefully designed, can teach” (Singhal, Obregon 1999)

Sabido utförde även studier för att undersöka hur och i vilken utsträckning såporna hade någon effekt på befolkningen. Denna forskning blev revolutionerande och principerna för EE används idag i samhällsutvecklingsprogram världen över. Ett exempel som tydligt beskriver EE är organisationen PCI-Media, som producerar TV- och radioprogram utifrån *Millenniedeklarationen* (www.regeringen.se) för att utbilda människor om mänskliga rättigheter, sexuell hälsa, jämställdhet och miljöarbete (www.population.org).

Sabido menar att TV:n fungerar som en auktoritet för publiken, som söker hjälp med moralfrågor och vardagsproblem i TV-programmens innehåll.

“The main point is that television has become the big moral guide in today’s world, and people tacitly seek its guidance in making everyday decisions.” (Singhal, Obregon 1999)

Sabido tror att den traditionella dramaturgin i såpoperor med goda respektive onda karaktärer hjälper till att skildra bra och dåligt beteende, och samtidigt talar om för publiken hur de

borde handla i olika situationer (Singhal, Obregon 1999). Detta fenomen är mycket utmärkande för *Andra Avenyn*, då man tydligt visar hur vissa karaktärer agerar osympatiskt och olämpligt. Man för en ständig diskussion om rätt och fel, exempelvis vad gäller ämnen som hemhjälp, homosexualitet och kvinnoförtryck.

Det som kanske är allra mest utmärkande för såpagenren är tittarnas starka identifiering och involverande i karaktärerna. Sabido menar att detta engagemang är naturligt, och att såpor på detta sätt kan hjälpa oss att samtala om sociala problem. Han menar att tittarna inte enbart följer såporna för handlingens skull, som oftast är väldigt förutsägbar, utan för att på ett mer komplext sätt interagera med själva serien. Sabido tror att publiken både har kapacitet och vilja att lära sig saker från såpor, så länge budskapen inte är allt för överdrivna eller småaktiga. Han menar också att behovet av att skvallra är en naturlig del av oss människor och att:

“Soap operas allow us to gossip (...). Such talk, especially if it centres around key social issues, creates a climate for social changes.” (Singhal, Obregon 1999)

Sabido tillämpar olika kommunikationsteorier i uppbyggnaden av sina såpoperor. Han menar med bestämdhet att vetenskapliga teorier kan operationaliseras och användas för att skapa socialt viktiga mediebudskap i såpaform. Han poängterar att bra TV- program inte uppkommer av en slump utan att det ofta ligger genomarbetade teorier kring exempelvis medier, publik och effekter bakom. Därför menar han att det är viktigt att bygga broar mellan forskningsvärlden och TV- produktionen, annars kan man inte utveckla framgångsrika TV- serier eller skapa EE som kan hjälpa människor att förstå och hantera samhällsproblem.

Att förstå hur andra tittar

Det har, som vi har påvisat, forskats mycket om mediernas publik genom historien. Man har undersökt både vilket utbud som man tar del av, varför och på vilket sätt man gör det. För vår del ligger det intressanta i att försöka applicera denna forskning på den nya publiken som laddar ned program och tittar på datorn.

Medieforskarna André Jansson och Ingela Wadbring har delat in de traditionella TV- tittarna i fyra olika typer; *fragmentariska-*, *sekundär-*, *planerade-*, och *sociala* tittare (Jansson, Wadbring 1997). Dessa idealtyper anser vi vara relevanta att jämföra med våra egna slutsatser om webb-tittarna. Eftersom publikens roll har förändrats och eftersom webbTV- tittare har andra behov och vanor än de traditionella TV- tittarna vill vi se huruvida de fyra varianterna kan sägas passa in på de nya tittarmönstren.

De fragmentariska tittarna kännetecknas av att de är fokuserade på programutbudet. Dock bestämmer de inte i förväg vad som ska ses utan kan växla mellan olika kanaler. Tittandet är alltså en primäraktivitet men fragmentariskt, eftersom det inte fokuserar på ett enskilt program. Vi vill undersöka om man kan dra en parallell mellan denna typ beteende till streamarnas tittarmönster genom att exempelvis ta reda på om det finns en tendens att byta mellan olika program även på webben.

Sekundärtittare utmärker sig genom att de sysslar med andra saker samtidigt som de ser på TV, som att äta eller läsa. Tittandet är inte koncentrerat utan en andrahandsaktivitet.

De planerade TV- tittarna väljer till skillnad från de fragmentariska ut vad de ska se i förväg. Tittandet sker koncentrerat och man ser hela programmen från början till slut. Vi vill genom vår frågeställning kring SVT Play- användningens kontext undersöka om dessa typer finns representerad hos *Andra Avenyn*- tittarna.

Den fjärde gruppen tittare, de sociala, gör inga självständiga val av program utan ser det som andra vill se på. Detta behöver dock enligt Jansson och Wadbring inte innebära att de sociala tittarna är osjälvständiga, utan typen kan vara ett uttryck för hur TV- tittandet är en social aktivitet där själva innehållet inte är det viktigaste. (Jansson; Wadbring 1997) Med hjälp tankarna kring detta beteende är vår tanke att skapa oss en uppfattning om huruvida streamandet av *Andra Avenyn* kan vara en social företeelse på samma sätt som vanligt TV- tittande kan vara det.

Den åldersgrupp som vi har undersökt ligger mellan 16 och 25 år. Enligt Jansson och Wadbrings studie är de flesta i denna grupp fragmentariska tittare. De är även i högre grad än andra åldersgrupper sekundärtittare (Jansson; Wadbring 1997). Vi kommer genom att jämföra dessa typer med *Andra Avenyn*- tittarnas uppfattningar och ålder att försöka dra paralleller mellan den gamla tidens tittare och den nya.

Genom de teorier vi har valt att stödja vår undersökning på hoppas vi kunna förklara hur de som streamar *Andra Avenyn* tänker och känner kring användningen samt vad som kan ligga bakom deras val av SVT Play. Eftersom det finns en uppsjö av tidigare forskning har vi naturligtvis varit tvungna att välja bort vissa tidigare teorier. Vi har även, som vi tidigare nämnt, sett det som nödvändigt att använda två stora, motsatta forskningsskolor. Vi vill poängtera att våra slutsatser bör ses i ljuset av båda dessa. Samtidigt menar vi att det i en studie som denna efterhand uppkommer nya tankar, slutsatser och kunskap. Det finns alltid olika, alternativa sätt att se på empiriska slutsatser och vi utesluter därför inte att vårt resultat kan komma att behöva tolkas utifrån ytterligare teorier i vidare forskningsprojekt.

Vår metod och hur andra har gått tillväga

Att undersöka en publik kan göras på en mängd olika sätt. Det finns fördelar och nackdelar med både kvalitativa och kvantitativa tillvägagångssätt. Vi kommer här att redogöra för dessa samt motivera vårt val av metod. Vi kommer även genomgående i detta kapitel att redogöra för, och diskutera, studiens styrkor och svagheter.

Vi valde att utföra en kvalitativ studie för att försöka få svar på frågor om vilka det är som använder SVT Play, varför de väljer att göra det, och vad de får ut av användningen. Vi ansåg att detta var det bästa sättet att utföra studien på eftersom vi var ute efter att kartlägga och beskriva respondenternas *uppfattningar*. Dessutom visste vi inte säkert vad det var vi letade efter eller vilka svar vi skulle komma att få, vilket gjorde att det blev lämpligt att utföra en kvalitativ undersökning. (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wängnerud 2007)

En kvantitativ metod är bra att använda då man vill göra ett större material tillgängligt för analys. Ett systematiskt och formaliserat upplägg är en nödvändighet om man på statistiska grunder vill kunna dra generella slutsatser kring resultatet och ökar också möjligheten till välgrundade jämförelser. (Nilsson, Larsson 2000) Dock anser vi inte att denna metod passar för vår studie då vi dels inte kommer få den typen av underlag som kan täcka en så pass omfattande undersökning samt att vi inte vill skapa någon direkt statistik. Vi vill snarare få mångdimensionella resultat än mätbara. Med en kvantitativ studie menas att man får resultat med så pass många analysenheter att de uppgifterna kan uttryckas och analyseras med siffror vilket inte är vår ambition (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wängnerud 2007).

Nackdelen med vårt metodval kan vara att vi inte får samma typ av generaliserbara svar som man skulle ha kunnat få i en kvantitativ studie. Å andra sidan har vi istället fått en djupkunskap som inte den kvantitativa studien hade kunnat ge. Vi är med vår studie ute efter att skapa en djupare typ av förståelse för användandet av SVT Play, vilket inte hade varit genomförbart med en kvantitativ metod.

Det är självklart viktigt att man inom TV- forskning mäter tittarsiffror och publikens val och vanor. Samtidigt kan sådana mätningar aldrig visa vad det är som leder till att publiken gör de val de gör. Med en kvalitativ metod kan man däremot hitta sådant som finns dolt under ytan, uppgifter som man inte direkt kan läsa av via siffror och enkätmätningar (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wängnerud 2007). Vår ambition har varit att finna de tankar och uppfattningar som man inte kan läsa av via statistik. Eftersom vi gör en mindre undersökning på en publik som man ännu inte vet särskilt mycket om anser vi att den kunskap som en kvalitativ undersökning kan ge om dessa ändå blir ett bra avstamp inför kommande studier.

Fokusgrupper

Vid studier om nya fenomen som SVT Play och nya tittarmönster finns det nästintill obegränsat med aspekter att undersöka. Det är därför viktigt att man ordenligt tänker över vilken undersökningsmetod man vill använda för att på bästa sätt uppnå syftet med den specifika studien. Vi var ute efter att få kunskap kring tittarnas uppfattningar, och samtidigt ge SVT feedback på det nya verktyget för TV- tittande på webben. Dock har vår studie utförts under kort tid, och för att så många röster som möjligt skulle få göra sig hörda valde vi att basera vår studie på intervjuer i form av fokusgrupper. Vi anser att detta är en intressant

metod som har gett oss goda insikter i hur de som följer *Andra Avenyn* känner och tänker kring användningen.

Genomförandet av fokusgrupperna har hjälpt oss att få mångdimensionella resultat kring varför man väljer att titta på serien via hemsidan i stället för på TV. Genom att i stor mån låta respondenterna själva styra samtalen har vi kunnat kartlägga deras attityder, uppfattningar och beteende utifrån flera olika perspektiv. Även om genomförandet av fokusgrupperna krävde noggranna förberedelser tycker vi att det är en flexibel metod som samtidigt ger goda möjligheter till fördjupning och nya tolkningar.

Vid användandet av fokusgrupper i studiesyfte finns det dock en rad faktorer som man måste ta hänsyn till. För det första kan det lätt uppstå asymmetri i grupperna, och man måste därför vara noga med att inte blanda personer som redan från början har olika förutsättningar eller grupper där det finns risk för stor oenighet och konkurrens. I vår gruppindelning försökte vi därför att skapa så homogena grupper som möjligt med tanke på ålder och bakgrundsfaktorer som bostadsort och samhällsklass.

När man utför fokusgruppsintervjuer måste man vara uppmärksam på hur deltagarnas förförståelse och engagemang i ämnet ser ut. Eftersom vi framförallt intervjuade yngre personer var vi tvungna att anpassa fokusgruppernas innehåll för dessa respondenter. En ytterligare aspekt av användandet av fokusgrupper är gruppdynamik. I alla grupper finns det mer eller mindre starka individer, och det finns en risk att alla inte kommer till tals. Därför var det viktigt att vi som moderatörer styrde upp samtalen och såg till att fånga upp de som inte tog lika stor plats i diskussionerna. Samtidigt menar vi att det är viktigt att man inte styr allt för hårt då det kan få konsekvenser för resultatet och validiteten. Detta är en svår balansgång, men vi anser att vi lyckades relativt väl med att styra upp diskussionerna utan att bestämma för mycket.

I samband med fokusgrupper finns det även en risk för medlemmarna i grupperna att utveckla s.k. *Groupthink*, dvs. att gruppmedlemmarnas vilja att hålla samman gruppen leder till irrationellt tänkande. Om gruppen blir allt för enig och sammansvetsad kan individernas oberoende tänkande ersättas av rädsla att göra bort sig eller skapa konflikter med de andra gruppmedlemmarna. (Irving 1982) Detta kommer i så fall naturligtvis att påverka resultaten av intervjuerna negativt. Även detta hade vi i åtanke när vi genomförde intervjuerna.

Det kan vara svårt att uppnå säkra och mätbara resultat vid användningen av fokusgrupper (Grusell, föreläsning 080124). Dock är detta inte i första hand vår ambition då vi vill undersöka uppfattningar, tankar, känslor och värderingar som inte går att säkerställa statistiskt. Resultaten från fokusgrupperna kan naturligtvis ändå vara svåra att generalisera eftersom de bygger på ett litet antal deltagare. Detta är dock inte heller vår avsikt med studien, då vår ambition är att djupgående undersöka uppfattningarna hos ett litet antal personer.

Vi hade naturligtvis kunnat välja att endast genomföra personliga intervjuer. Vi menar emellertid att fokusgrupper passade vårt syfte bättre, då vi var ute efter att fånga upp tankar och känslor som vi inte hade några säkra svar på före intervjuernas start. Vi anser även att fokusgrupper är en spännande metod eftersom det är deltagarna som i stor mån styr över vad som ska tas upp och i förlängningen även styr över resultatet.

Vidare upplever vi att man i en fokusgrupp kan uppnå större symmetri mellan deltagare och moderator vilket kan göra att det blir lättare att genomföra en sådan undersökning jämfört med en personlig intervjusituation där det lätt kan uppstå obalans mellan respondenten och

den som genomför intervjun. Att arbetet med studien dessutom har präglats av tidspress och begränsade resurser utgjorde ännu en motivering till varför ansåg det lämpligt att använda fokusgrupper, även om vi i ett sent skede av arbetet med studien blev tvungna att komplettera med personliga intervjuer och skriftliga svar från tittare.

Genomförande

Långt in i arbetsprocessen var vår tanke att få tag på deltagare till fokusgrupperna via en annons på *Andra Avenyns* hemsida. Tanken med annonsen var att vi genom den skulle få ett stickprov av aktiva och intresserade tittare att intervjua. Vi skickade in ett flertal annonser till deras webb-redaktör som relativt omgående skickade ut en förfrågan i det nyhetsbrev som man som tittare kan prenumerera på via hemsidan. Genom detta och ytterligare en annons på hemsidan hoppades vi att vi skulle få in tillräckligt många svar för att kunna genomföra fokusgrupperna. Vi fick in en del intresseanmälningar, dock befann sig ingen av de intresserade i Göteborgsområdet.

Eftersom vi varken hade tid eller resurser till att resa till andra delar av landet var vi till slut tvungna att tänka om i vår urvals metod. Vi besökte två gymnasieskolor i Göteborg samt Göteborgs Universitet och fick där kontakt med ett flertal personer som streamade *Andra Avenyn*.

På gymnasieskolorna vi tog kontakt med alla grupper vi kunde hitta i korridorer och på skolgården. Vi var även inne i klassrummen och frågade efter elever som streamade *Andra Avenyn*. Vi letade på samma sätt upp tre personer på Göteborgs Universitet. På båda platserna försökte vi att hitta personer med olika kön och, i den mån som var möjligt, även ålder.

Vi inledde med att samtala med personerna för att presentera oss och syftet med vår studie. Samtidigt försökte vi att skapa oss en uppfattning av dem som personer. En annan sak som vi försökte ha i åtanke vid detta tillfälle var att skapa oss en bild av hur pass insatta personerna var i serien, för att undvika odynamiska grupsammansättningar.

När vi hade fått tag på tillräckligt många elever diskuterade vi kring sammansättningen av fokusgrupperna. Vi ville inte att grupperna skulle vara allt för stora och för att underlätta diskussionerna och interaktionen mellan deltagarna valde vi därför att skapa grupper bestående av endast tre personer.

Vi försökte att anpassa grupperna efter vårt intryck av de personer som skulle delta. De respondenter som vi genom det inledande samtalet uppfattade som något mer tillbakadragna försökte vi att placera tillsammans. Självklart var detta någonting av en chansning, det kunde lika gärna ha blivit så att samtalen på grund av detta hade blivit mindre aktiva.

Nackdelen med att vi själva sökte upp respondenterna är naturligtvis att vi inte hade en lika stor grupp av tittare att utgå ifrån som vi hade haft om vi använt oss av personer som besöker hemsidan. Vi menar dock att detta inte har någon avgörande betydelse för vår studies validitet då vi inte vet någonting om de som streamar *Andra Avenyn*. Därför finns det ingenting som garanterar att vi hade gjort ett bättre urval av respondenter ur denna grupp även om vi hade använt oss av personer som svarat på vår annons. Eftersom ingen av oss heller kände intervjupersonerna sedan innan såg vi inget problem med att använda personer som vi själva hade tagit kontakt med.

Urvalet kan trots allt sägas ha blivit mer slumpmässigt då det nu var vi som sökte upp intervjupersonerna och inte tvärt om. När man lägger ut förfrågningar av det slag som vi gjorde på Internet finns det dock en risk i att de som svarar oftast är mycket aktiva och kanske inte representerar "den vanliga tittaren". Därför menar vi att vi genom vår metod lyckades bättre med att få en god spridning av aktiva och mindre aktiva, regelbundna och mindre regelbundna streamare, samt en större bredd vad gäller personernas sociala bakgrundsfaktorer. Vi lyckades skapa tre fokusgrupper som inom varje grupp hade stor homogenitet vad gäller ålder, sysselsättning och etnicitet, men med blandade kön.

Som vi nämnde tidigare fick vi ändra vår urvalsstrategi då det visat sig vara svårare än vi anat att få tag i respondenter via Internet. Trots att vi istället själva sökte respondenter försökte vi anpassa vårt sökande efter de "personlighetstyper" som vi stött på i samband med vår ursprungliga urvalsmetod. Med andra ord försökte vi se vilka åldersgrupper som representerades bland våra e-postsvar. Självklart kunde vi inte veta särskilt mycket mer om de som svarat, så vi gick på det vi hade.

Inför genomförandet av fokusgrupperna förberedde vi oss genom att utföra pilotundersökningar, dels med varandra, dels med två bekanta. Detta gjorde att vi kunde anpassa frågornas form utefter hur de hade tagits emot av testrespondenterna. Vi kunde även lägga till en del följdfrågor som kom upp naturligt vid testen. Under genomförandet av fokusgrupperna uppkom det naturligtvis ännu fler följdfrågor, även dessa lades till i intervjuguiden efter hand. Efter att vi hade testat och anpassat intervjuguiden gick vi igenom frågeställningarna en gång till, för att se till så att alla tre skulle kunna uppfyllas av våra intervjuteman. Vi valde även att ge respondenterna påhittade namn för att kunna garantera konfidentialitet och för att vi skulle kunna redovisa resultaten mer överskådligt.

Vi genomförde sammanlagt tre fokusgrupper med följande sammansättning:

Grupp 1

Bestod av tre studenter vid Göteborgs Universitet, två män och en kvinna i åldrarna 20, 22 och 25 år. Två av respondenterna var helsvenska och en var halvfinsk och halvsvensk.

Den 22-åriga mannen har vi valt att kalla "Björn". Han har läst Medie- och kommunikationsvetenskap tidigare och läser nu journalistik. Hans medievanor består av att läsa GP både på morgonen och på eftermiddagen. I övrigt använder han datorn och Internet väldigt mycket. Han tittar på TV endast då det finns program han gärna vill se.

Den 20-åriga kvinnan har vi valt att kalla "Doris". Hon har läst Afrikakunskap och läser nu Internationella relationer (IR). Hennes medievanor består av tidningsläsning på morgonen, då hon läser Göteborgs-Posten (GP). Hon använder Internet mycket under dagen och ser på kvällsnyheterna på TV.

Den 25-åriga mannen har vi valt att kalla "Cesar". Han är utbildad journalist och läser nu Medie- och kommunikationsvetenskap (MKV). Hans medievanor består av att läsa GP, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och Expressen. Han läser även nyheter genom sin RSS-prenumeration, som innebär att man kan välja att prenumererar på nyheter på Internet utan att surfa efter dem på egen hand.

Grupp 2

Bestod av tre gymnasieelever varav alla var kvinnor och 16 år. Alla tre hade ursprung från mellanöstern.

Den första 16 åriga kvinnan har vi valt att kalla "Eva". Hennes medievanor består till stor del av dator- och Internetanvändning. Hon besöker ibland aftenbladet.se och tittar även en del på TV. Radio lyssnar hon på medan hon diskar. Hon läser även gratistidningarna Punkt SE och Metro.

Den andra 16 åriga kvinnan har vi valt att kalla "Frida". Hon läser alltid Punkt SE på bussen på morgonen. Hemma ser hon mest på TV och ibland lyssnar hon på Radio. Hennes datoranvändning är ganska begränsad.

Den tredje 16 åriga kvinnan har vi valt att kalla "Greta". Hennes medievanor består av att läsa gratistidningar på väg till skolan och att se på TV hemma. Hon använder också datorer och Internet en del.

Grupp 3

Bestod av tre gymnasieelever, en man och två kvinnor i åldrarna 17, 18 och 18 år. Två av respondenterna var helsvenska och en hade italienskt ursprung.

Den 17 åriga mannen har vi valt att kalla "Johan". Hans medievanor består mest av dator- och Internetanvändning. TV tittar han på ibland men då mest som ett komplement när han vill vila från datorn. På väg till skolan läser han även gratistidningar.

Den ena 18 åriga kvinnan har vi valt att kalla "Ida". Hennes medievanor består till stor del av SVT Play och hon tittar även en del på TV, framförallt kanal 5. Hon använder dock datorn och Internet mest.

Den andra 18 åringen har vi valt att kalla "Hanna". Hennes medievanor består till stor del av dator- och Internet användning. Hon använder också SVT Play samt kanal 6 webb. Detta för att även denna kanal är kostnadsfri.

Eftersom vi hade problem med att få tag på personer till fokusgrupperna bestämde vi oss även för att komplettera med en personlig intervju för att få ytterligare en persons synpunkter på *Andra Avenyn* och SVT Play. Denna respondent har vi valt att kalla för "Anna". Respondenten är 17 år och går på samma gymnasieskola som deltagarna i grupp 3. "Anna" har ingen TV hemma och använder därför endast datorn för att titta på film och serier. Hon läser även gratistidningar på väg till skolan. Hon är mycket positiv till Internets utveckling och menar att man på grund av denna och att folks tidningsläsning minskar borde skära ned på tidningsproduktionen.

Intervjun med "Anna" genomfördes utefter samma teman som fokusgrupperna och präglades av öppna frågor och diskussion. Detta ledde till att vi fick god insyn i hennes uppfattningar om streamandet. En annan sak som vi upplevde som bra med att komplettera studien med en personlig intervju var att det inte skiljde särskilt mycket mellan resultaten från denna och

gruppintervjuerna. Detta ser vi som ett tecken på att atmosfären i grupperna varit ganska lika. Enligt oss var det också en väldigt avslappnande stämning och respondenterna tyckte bekväma i att diskutera det mesta. Detta var vi också väldigt måna om att skapa.

Vi turades om att vara moderator och observatör. Medan den av oss som agerade samtalsledare koncentrerade sig på att styra diskussionen förde den andra anteckningar och observerade genomförandet. Alla samtal spelades in på band.

Intervjusituationen

Vi utförde våra intervjuer på respondenternas "hemmaplan" dvs. gymnasieeleverna intervjuades på deras skolor och studenterna på universitet. Vi ansåg dessa miljöer lämpliga då det var vi som kom till dem, och det gjorde att respondenterna kunde känna sig tryggare i och med att det var en miljö de var välbekanta med. På så sätt undvek vi den obalans som kan uppstå när intervjupersonerna befinner sig på okänd mark och det är moderatören som har övertaget. Vi menar till och med att vår "okunskap" och "nybörjarroll" endast påverkade respondenterna positivt då även de kunde slappna av när de insåg att vi var lika ovana vid våra roller som de var vid sina.

För att ytterligare skapa en trevlig och trygg atmosfär bjöd vi på fika under intervjuerna, vilket uppskattades. Trots att både vi och respondenterna inte var särskilt vana vid den här typen av intervjuer tog det inte allt för lång tid innan alla parter blev varma i kläderna. Vid vissa tillfällen blev stämningen så god att vi hade svårt att hålla oss helt till frågorna, men det var inte allt för allvarligt då det ibland lede till att respondenterna tog upp saker som vi inte hade uppmärksammat. Dessutom var det en av anledningarna till att vi valde just fokusgruppsintervjuer, för att vi hoppades få djupare kunskap kring vad tittarna tyckte och tänkte genom att låta respondenterna styra samtalen.

Fokusgrupperna inleddes med en kort presentation av oss och bakgrunden till vår undersökning. Vi berättade hur lång tid intervjuerna beräknades ta och frågade alla deltagare om vi fick spela in samtalen på band. Vi försäkrade även att samtalen skulle vara helt konfidentiella och att det endast var vi två som skulle lyssna på det inspelade materialet.

Vidare förklarade vi syftet med fokusgrupper och att meningen var att deltagarna fritt skulle samtala och diskutera med varandra snarare än att slaviskt svara på våra frågor i tur och ordning. Vi förklarade också att det inte fanns svar eller kommentarer som var rätt eller fel, samt att alla åsikter var intressanta och välkomna. Vi var hela tiden noggranna med att låta alla komma till tals och försökte att uppmuntra de som inledningsvis verkade mer tystlåtna än de andra.

Utformandet av intervjuguiden

Vid utformandet av intervjuguiden utgick vi ifrån våra tre frågeställningar. Vi var noga med att varje fråga skulle kunna gå att knyta till dessa, samt att vi genom frågorna skulle kunna få utförliga svar på alla tre frågeställningar. Vi hade även vår övergripande problematisering och syftet med studien i minnet när vi formulerade frågorna. Ibland gick våra frågor in i varandra men detta ser vi snarare som någonting bra då vi ser det som en form av "validitetssäkring". Vi försökte även ibland att ställa en och samma fråga flera gånger, fast omformulerad, för att se om svaren skulle variera.

Frågorna delades in i tre olika teman, som direkt utgick från frågeställningarna. Vissa av frågorna var tydligt kopplade till motsvarande frågeställning, andra var snarare delar av olika djupare aspekter. Vi försökte med frågor kring exempelvis *behov*, *lärande* och *socialt tittande* att även täcka in de teorier som studien tar sin utgångspunkt i.

Förutom de tre teman som tog upp huvudproblemen utformade vi ytterligare två teman. Dels skapade vi enklare inledningsfrågor som fungerade som uppvärmning, dels vidare neutrala startfrågor som handlade om innehållet i serien. Detta gjorde vi för att på ett naturligt sätt få igång samtalen samt för att kunna skapa oss en uppfattning om deltagarna och deras medievänor.

Vi försökte att skapa frågor som var så enkla och tydliga som möjligt för att respondenterna lätt skulle förstå vad det var vi sökte. Vi ville inte använda ett för invecklat språk då det varken hade underlättat diskussionerna eller varit nödvändigt för genomförandet. Eftersom fokusgrupper dock ger utrymme för samtalsledaren att förklara och fördjupa frågorna förenklade vi inte språket onödigt mycket. Vi hade trots allt sett över formuleringarnas svårighetsgrad då vi testat intervjuguiden på våra bekanta, och ville inte heller ha några förutfattade meningar om deltagarnas förmågor på förhand.

Andra saker som kunde ha tagits med

I vår undersökning har vi givetvis varit tvungna att begränsa oss, mest p.g.a. tidsramen men också för att det är för svårt att fördjupa sig i alla möjliga aspekter som kan kopplas till streamning, speciellt på den nivå vi befinner oss på. Dock har vi utifrån våra förutsättningar försökt att se till så många faktorer som möjligt men vår studie är trots allt i sig redan begränsad då vi valt att göra en kvalitativ undersökning.

En kvalitativ studie syftar till att studera någonting på djupet. Väljer man att studera allt för många faktorer på en och samma gång blir det desto svårare att samtidigt nå djupet av alla. Därför är en begränsning näst in till ett måste eller så får man dela upp studien i flera delar. I vår studie har vi valt att se på själva streamandet som det intressanta fenomenet och allt annat som tas upp anknyts till det. Det valet kändes både rimligt och genomförbart.

Vidare krävdes det ytterligare begränsningar även om vi visste vad vi ville undersöka. Streamande kan kopplas till mycket och kan undersökas utifrån flera olika aspekter. Då vi upptäckte att det var ett relativt utforskat område bestämde vi oss för att bara se på fenomenet i sig och därefter se vad som kunde komma att visa sig. Därför har vi inte tagit hänsyn till streamande utifrån faktorer som kön, etnicitet eller samhällsklass. Vi menar att då vi vet så lite om streamande och streamare vore det kanske missvisade om vi gjorde en sådan avgränsning. Skulle det däremot komma att visa sig att vissa faktorer är strakt kopplade till streamande är det självklart väldigt intressant och det kan bli en bra grund att utgå ifrån inför kommande studier.

Vår studie har även begränsats geografiskt då vi verkan haft råd eller möjlighet att utföra studien på annan ort än Göteborg. Däremot var flera av respondenterna från andra orter ursprungligen. Dessutom menar vi att vår studie endast ska uppvisa ett stickprov av varför man streamar, och då det görs via datorer som finns överallt påverkas inte särskilt mycket av vart man befinner sig utan det enda som är väsentligt är att man har tillgång till tekniken.

Andra styrkor och svagheter

Utefter diskussionerna med de personer som deltog i fokusgrupperna har vi kunnat dra slutsatser om deras uppfattningar och tittarmönster. Vad gäller den externa validiteten har vår ambition inte varit att generalisera resultaten till alla som streamar *Andra Avenyn*. Vi vill istället visa på hur några användare tänker och känner kring nedladdningen. Vi har haft som ambition att försöka kartlägga olika *tanke kategorier* bland de som använder SVT Play. Utefter detta har vi undersökt olika sätt att se på nedladdningen av serien, men inte hur många det är som delar en viss åsikt eller tanke. Eftersom deltagarna alla hade det gemensamt att de streamar från SVT Play menar vi att deras uppfattningar rimligtvis borde delas av andra användare, och därför är våra resultat intressanta och användbara även om de inte går att generalisera. Även om vi inte gör anspråk på att ha kartlagt alla tanke kategorier kan vi uttala oss om de vi faktiskt har funnit genom samtal med streamarna. Vår studie kan på detta sätt bidra med empiriskt välgrundade resultat, även om ytterligare studier kommer att behövas för att vidare analysera *Andra Avenyn*- tittarna.

Resultat och analys

Nedan kommer vi att presentera vår analys av resultatet från fokusgrupperna. Analysen har strukturerats utefter frågeställningarna och de teorier som studien tog sin utgångspunkt i.

Vilken uppfattning har tittarna av programmet?

När människor redogör för sina uppfattningar om någonting finns det alltid en mängd omständigheter som påverkar deras svar. Vi kan inte med säkerhet veta vad som ligger bakom det som respondenterna har sagt och om det kan finnas omständigheter i deras tillvaro som påverkar dem att svara som de gjort. Vi kan redovisa för det vi kunnat se och tyda, men om man däremot vill skapa sig en bild av *varför* de svarat som de gjort kräver det att man mer djupgående undersöker sociala och psykologiska bakgrundsfaktorer. Detta har vi inte haft tid och möjlighet till att göra i denna undersökning.

I vår studie har vi upplevt att svaren gällande publikens uppfattningar om streamandet av *Andra Avenyn* har präglats av *två* olika tanke kategorier. Dessa kommer vi att presentera och resonera kring nedan.

Till att börja med har vi sett att det finns de som ser på *Andra Avenyn* för att de tycker om seriens handling och karaktärer. Detta kan i sin tur bero på flera olika orsaker. Vi har exempelvis sett att man har fastnat för serien på grund av dramaturgin, att den är händelserik och spännande. "*Frida*", som är 16 år och gymnasiestuderande, menar exempelvis att:

"Jag tycker om Andra Avenyn för att det är mycket drama, och det är spännande."

Även "*Björn*", 22 år och journaliststuderande, uttrycker sin uppskattning över att dramaturgin är välgjord och menar att den bidrar till att:

" (...) det uppstår en typ av behov att se nästa avsnitt."

En annan uppfattning är att karaktärerna som serien byggs upp på är många, intressanta och välgjorda. 17 åriga "*Johan*" som går sista året på gymnasiet tycker om serien för att:

"Det är så många karaktärer, inte för många men tillräckligt många för att det ska hända saker hela tiden."

Vidare anledningar till att man uppskattar serien är att den är svensk och utspelar sig i Göteborg, vilket skapar en igenkännings- och identifieringsfaktor. Uttalanden av exempelvis "*Anna*", som är 17 år och gymnasieelev, visar på detta:

"Det är väldigt intressant med ungdomar från just Göteborg, och enkelheten i programmet, det är det som gör att jag gillar det."

Här menar vi att det finns en koppling till *Gripsruds sociala koder*. Det är lätt för tittarna att ta till sig serien på grund av att de känner igen sig i de koder som visas. Många av de faktorer som respondenterna beskrev som igenkännande hör till den här typen av kulturella symboler. Exempelvis associeras serien starkt med Göteborg. En anledning till detta är de spårvagnar som ofta skildras i övergångsscenerna som är en tydlig symbol för staden. *Andra Avenyn* tillåter tittarna att associera kring sådana symboler och väcker därmed deras intresse och uppskattning. Detta fenomen kan ses som ett slags "brus" i kommunikationsprocessen. Vi menar dock att tittarna är olika individer med olika sätt att tolka innehållet, vilket gör att det är svårt att dra några slutsatser om vilka konsekvenser detta meningsskapande får. Vi kan trots allt konstatera att de symboler som finns i form av stereotypa karaktärsdrag eller detaljer i miljöerna och rekvisitan kan tilltala tittarna och att detta hjälper dem att tolka serien. Detta påvisas även då det i diskussionerna har uttryckts gillande över hur man aktualiserar handlingen och miljöerna. "Doris" 20 år, som studerar Internationella relationer, menar att:

*"Serien speglar verkligheten väl. Som det med salladsbaren.
Det har hänt på riktigt, så man kan diskutera det."*

Precis som *Sabido* pekar på menar vi att *Andra Avenyns* handling kan guida publiken i moralfrågor. Den traditionellt uppbyggda dramaturgin, med tydligt onda respektive goda karaktärer, skildrar dåligt och gott beteende och talar indirekt om för tittarna hur de bör bete sig. Genom att föra en diskussion om rätt och fel kan tittarna fundera och resonera kring samhällsfrågor, mänskligt beteende och relationer. Ett exempel på en karaktär som upplevs som osympatisk och som man på detta sätt vill undvika att efterlikna är *Lotta*. Både "Frida" och "Björn" resonerar kring denna karaktär. "Frida" säger att:

"Jag tycker inte om Lotta. Hon är ganska elak och bråkar med sin omgivning."

"Björn" menar på samma sätt att:

*"Jag har svårt för Lotta (...) Hon är vedervärdig.
Hon har ingen sympati för andra människor och tänker bara
på sig själv och sitt anseende. Sådana människor har svårt för även privat."*

En ytterligare form av igenkänningskänsla skapas av att serien följer verklighetens årstider och av att eleverna i serien har skollov samtidigt som tittarna har det. Även detta är genomtänkt av serieskaparna, och visar på hur de tar till vara på publikens behov av igenkännande inslag i handlingen. "Björn" berättar om varför han upplever *Andra Avenyn* som en aktuell och angelägen serie:

*"En sak som också är väldigt kul med Andra Avenyn är att serien
följer året som vi upplever det. Det är jul i Andra Avenyn när vi har
jul, och när ungdomarna i Göteborg har sportlov har de i serien också det."*

Även "Doris" tar upp detta:

*"Det var roligt att de deklarerade nu när vi gjorde det.
Sådana små detaljer gör att det är lätt att relatera till innehållet."*

Vi har alltså sett att publiken i hög grad är medveten om denna typ av identifierade inslag, och att man uppskattar dem.

Vi har även sett att man uppskattar att serien är enkel och innehåller humor. Vi menar att det kan bidra till publiken blir mer mångdimensionell då utbudet inte endast är drama utan även lättare humoristiska budskap. "Anna" uppskattar detta och säger:

"Det finns många små roliga scener. Drastiska saker som när Roxanna sågar ut väggen mellan hennes och Davids rum med en motorsåg."

Det har även visat sig att det finns ett starkt behov hos publiken av att se avsnitt efter avsnitt för att se vad som händer med karaktärerna. Att serien till stor del byggs upp av spänning och cliffhangers bidrar också till att respondenterna känner den här typen av behov. Vi menar att det inte är en slump att dessa behov uppstår, utan att det är väl genomtänkt av serieskaparna. Detta tas upp av Sabido som menar att populära TV-program inte uppstår av en slump utan att det ligger genomarbetade teorier kring medier, publik och effekt bakom enkla men lyckade serier. Vi menar att cliffhangers är tydliga exempel på hur man noggrant och genomtänkt tar till vara på publikens förväntningar och behov av dramatik. Trots att *Andra Avenyn* ses som en *B-serie* med enkla konflikter som grund tar man i manusarbetet hänsyn till de mer komplexa förväntningar och behov som mediepubliken kan tänkas ha. Dessutom blandar man olika genrer på ett gynnsamt sätt då man även skriver in humor i manuset.

Vi har kunnat konstatera att det ofta ses som någonting positivt att många av skådespelarna är amatörer. Publiken tycker om att se hur de blir skickligare och mer rutinerade och uppskattar det faktum att de inte är fullkomliga utan vanliga människor. Vi menar att även detta beror på att publiken har ett behov av igenkännande och att de uppskattar att skådespelarna är som vilka människor som helst. "Ida", som är 18 år och går sista året på gymnasiet, värdesätter att:

"(...) många av skådespelarna är nya och utbildade. Andra Avenyn är bra för att de lär upp nya talanger. Jag tycker om att de är amatörer och inte TV-stjärnor och att det krävs mycket av dem. De får utvecklas mycket under seriens gång."

De uttalanden som respondenterna har gjort om sina uppfattningar visar tydligt att de ser på serien olika skäl och att de har olika behov som uppfylls av innehållet. Det finns de som känner gemenskap av att serien följer våra årstider, medan andra kan känna samma typ av gemenskap fast av anledningar som att skådespelarna är vanliga människor precis som de själva. Här ser man tydligt att teorier kring U & G stämmer in då olika individer får olika behov uppfyllda av samma medieinnehåll.

Den andra tendensen som vi har sett är att man ser på serien trots att man egentligen inte tycker särskilt bra om den. Man följer serien men man talar om den som en "B-serie" eller "kalkon-serie." Detta var någonting som till en början förvånade oss. När vi gång på gång fick förklarat för oss att det finns någonting i serien som gör att den är "så dålig så att den blir bra" så förstod vi dock att uppfattningarna av serien ofta var mångdimensionella. Man anser att skådespelarna är dåliga, att handlingen är överklig och att dialogen är hafsigt skriven, samtidigt som man säger sig uppskatta serien. "Björn" pekar tydligt på denna uppfattning då han säger:

"Vi är väldigt negativa men ändå sitter vi och tittar på varje avsnitt. Det är på något sätt komplext (...) det kanske säger mer om oss än om serien."

Vi har kommit fram till att en förklaring även till denna tvetydiga inställning är behovsuppfyllning. De tittare som vi har samtalat med har som sagt var olika behov av sin medieanvändning. Bland dessa har vi särskilt sett behovet av att se på *Andra Avenyn* som förströelse eller avkoppling.

25 åriga "Ceasar", MKV- student och journalist tror att:

*"Det finns något slags behov av att ha någon sådan här underhållning
- som man inte behöver anstränga sig så mycket med."*

Som *Halloran* pekar på kan man inte i publikstudier helt utgå ifrån att tittarna är oberoende och opåverkbara. Även om den nya publiken är mer aktiv och tar egen beslut så kan man inte bortse från att de på ett eller annat sätt påverkas av *Andra Avenyn*. Exempelvis så finns det någonting i innehållet som lockar och fyller olika behov, trots att serien i folkmun klassas som en B- serie. Någonting annat som framkom var att tittarna utan att ens ha sett serien på förhand hade klassat den som en "B-serie". När de sedan började titta på den kunde de trots allt hitta bra saker som gjorde det okej att se den. Vi menar att det här är ett exempel på gruppsyck- man *ska* inte tycka om den här typen av serier allt för mycket, och om man ändå gör det bör man samtidigt poängtera att serien *egentligen* är dålig. Vi anser att det finns vissa typer av medieinnehåll som på detta sätt klassas som "fula", exempelvis såpor. De som uttrycker skam över att de ser på *Andra Avenyn* ironiserar därför över sig själva, för att ändå kunna berättiga sitt val av medieinnehåll.

Vad gäller uppfattningen av serien som *informativ och lärorik* hade vi förväntat oss att respondenterna i större utsträckning skulle mena att de lärde sig någonting av innehållet. Detta då SVT har som ambition att förmedla samtiden och olika problem på ett sådant sätt att det blir både intressant och uppfostrande. Det fanns de bland respondenterna som sa sig ha lärt sig någonting från serien. Vanligare var dock att man motsatte sig att man hade lärt sig saker samtidigt som man trodde att *andra* lärde sig och tog till sig av budskapen i serien. Vi kan konstatera att tittarna trots allt inte är helt ovetande om att den här typen av budskap finns. "Anna" har t ex uppmärksammat detta:

"Serien har små budskap som nästlar sig in överallt i ett stort nät. De finns överallt."

Även "Ida" påpekar att:

"Det tas ju upp många viktiga saker. Eftersom serien riktar sig till yngre så är det de som tänker på de viktiga ämnena, vi som är äldre ser på serien mest för att det är roligt."

Ser man på *Andra Avenyn* som en Edutainment- serie kopplad till *Banduras* sociala inlärningsteori är det svårt att avgöra var våra respondenter bör placeras. *Banduras* talar om modellinlärning som handlar om att vi lär oss genom att iaktta andra och imitera dem. Detta är det inget som våra respondenter talat om. Ser man däremot till *Banduras* andra typ, insiktslärning kan lärandet ske först i efterhand genom problemlösning. Vi menar att de problem som visas i serien trots allt fastnar i huvudet på respondenterna och att det på detta sätt omedvetet kan påverka dem om de hamnar i en liknade situation själva. Detta visas tydligt av uttalanden kring hur problematiska situationer skildras i serien. "Greta" som är 16 år och läser första året på gymnasiet, tar upp en sekvens i serien:

*”När Jossan blev full och de tog bilder på henne, det är viktigt att de visar det så man ser vad som kan hända om man blir för full. Folk tror inte att det kan hända (...)
Nu vet jag att jag inte ska dricka mig full på nån annans fest”*

”Anna” är mer negativ till de budskap som skildras och menar att de rent av är felaktiga:

*”Jag retade mig på att de visade att Roxanna behöll sitt barn,
det ger fel signaler till ungdomar. Det är inte ansvarsfullt, det
uppmuntrar folk som tittar på det att det kan gå. Men egentligen går det inte.”*

Inställningen till SVT:s ambition att skriva in samtidsproblematik i serien kan faktiskt ibland vara negativ. Det finns uppfattningar hos publiken av att serieskaparna framställer viktiga problem allt för hastigt och övergripande, istället för att skildra dem nyanserat och djupgående. Både ”Björn” och ”Cesar” kritiserar SVT:s ambition att spegla samtiden. ”Björn” säger att:

*”De tar inte ställning. Även om det är tittaren som ska ha en åsikt så skapar man en
onyanserad bild när man hastigt går från ämne till ämne utan att behandla det djupare.”*

”Cesar” tror på samma sätt att:

*”Man vill visa att man har fingret på samtiden.
Så skildrar man ett ämne men lämnar det ganska snabbt.”*

Detta hastiga skildrande sannolikt beror på att man under seriens produktion kontinuerligt byter manus- och dialogförfattare. Enligt Andra Avenyns projektchef *Atle Bye* försöker man att speglar ett visst ämne under tre avsnitt för sedan kunna ”belöna” tittaren med ett avslut. Detta gör naturligtvis att det blir svårare att under en längre tid skildra den debatt som uppstår. Vi menar att det kan ligga en nackdel i att arbeta på detta sätt. Vi anser också att man på SVT har dragit förhastade slutsatser om vad det är publiken egentligen vill ha, och att man borde se över hur man skildrar samtidsproblematik.

Vi vill också peka på att tittarna faktiskt tar till sig mycket av innehållet i serien. Även om de själva är ovilliga att medge att de har lärt sig någonting talar de om ämnen i innehållet som viktiga, intressanta och diskussionsskapande. De ämnen som tas upp i serien påverkar åtminstone tillräckligt mycket för att tittarna ska ta upp dem till diskussion. ”Eva” är 16 år och går sitt första år på gymnasiet. Hon berättar att:

*”Jag pratade mycket om serien innan.
Om Kim och hans pappa och när Jossan spelades in.
Det pratade man om.”*

Vi kan utifrån Halls teorier därför dra slutsatsen att tittarna gör en *förhandlande tolkning* av seriens budskap och att de åtminstone tar till sig en del av innebörden i seriens handling. Det är naturligtvis mycket svårt att avgöra huruvida en publik tar till sig hela den avsiktliga meningen med en medietext, och vi kan med vårt underlag inte avgöra om *Andra Avenyn* tittarna gör helt dominant tolkningar eller inte. Det är på samma sätt svårt att avgöra om tittarna är oppositionella i sin tolkning. Vi kan dra slutsatsen att de inte är *helt* oppositionella eftersom det har visat sig att de tar till sig de ämnen som tas upp och diskuterar dem med sin

omgivning. Dock menar respondenterna på motsatt sätt att de inte har *lärt* sig någonting av seriens handling. Vi har även sett en tendens hos tittarna att man tar till sig budskap på *motsatt* sätt än vad som var sändarens avsikt, exempelvis då man tycker att sättet att visa samhällsrelevanta frågor är löjligt.

På frågorna om *identifiering* hade tittarna lättare för att säga att de kände igen sig i vissa av situationerna i handlingen än att de identifierade sig med en viss karaktär. Man kunde medge att man hade favoritkaraktärer och hatobjekt, men man tvekade med att direkt dra paralleller mellan sig själv och en viss karaktär. Detta anser vi har en anknytning till synen på serien som en B- serie och handlingen som överklig. Bland de deltagare som hade invandrabakgrund kom diskussionerna till stor del att handla om hur man identifierar sig med de karaktärer i *Andra Avenyn* som är invandrare. Vi fick exempelvis kommentarer som att man kände igen sig i utvisningssituationer. Man uttryckte även starkt missnöje mot att serien *inte* skildrar invandrare i tillräckligt stor utsträckning. Detta var någonting som vi inte hade tänkt på, då vi hade fått uppfattningen av att SVT medvetet hade ansträngt sig för att skildra människor med invandrabakgrund och problem relaterade till denna grupp. Åsikterna om att man skildrar detta ämne på ett felaktigt sätt får exemplifieras av "Cesars" uppfattning:

"De tar ju visserligen upp flyktningpolitik och sådant, men det blir lite farsartat- göm honom i källaren!"

I våra fokusgrupper framkom det önskemål som att *Andra Avenyn* borde *skildra alla delar* av staden, och att man mer verklighetstroget och djupgående borde berätta om situationer som utvisningshot, segregation och kulturkrockar. Visserligen finns det karaktärer i serien med invandrabakgrund men SVT har, om man ska tro deltagarna i våra fokusgrupper, misslyckats med att få tittarna att känna igen sig i deras situation. "Eva" illustrerar detta då hon säger att:

"Jag tycker att det är halv-verklighetsbaserat. (...) jag bor i Angered och för mig känns de (karaktärerna) som Torslandabarn."

Detta visar på ett tydligt sätt att tittarnas behov inte kan fastställas i förväg och att man som sändare inte kan förutspå hur budskapet kommer att tas emot av publiken. Om man ska kunna skapa ett attraktivt innehåll för TV- publiken måste man enligt U & G se till de sociologiska och psykologiska mönster som ligger bakom individernas behov. De åsikter som framkom om hur man i serien beskriver invandrarproblematik har sin grund i tittarnas egna erfarenheter av liknande situationer. Eftersom alla tittare tar del av medieinnehållet på olika sätt krävs det att man, som vi har gjort, studerar olika förhållanden och bakgrunder som ligger bakom behovens uppkomst. Eftersom det är tittarna och inte SVT som väljer vad de ska ta del av måste innehållet i *Andra Avenyn* erbjuda olika typer av behovsuppfyllning, exempelvis en mer nyanserad och tillfredsställande bild av invandrades situation.

De uppfattningar om *Andra Avenyn* som har framkommit i vår undersökning har naturligtvis skiljt sig åt beroende på deltagarnas olika bakgrund och förförståelse. Svårigheten med att som tittare identifiera sig med innehållet i serien menar vi kan bero på individernas kulturella tillhörighet. Utifrån receptionsteorier och de tankar som uppkom under samtalen kan vi dra vi slutsatsen att publikens tolkande och meningsskapande beror på individens eget utgångsläge. Vår undersökning gör inte anspråk på att dra slutsatser om *vad* i deltagarnas bakgrund som påverkar deras tolkning av seriens innehåll, men vi kan konstatera att det finns sådana faktorer och att publiken definitivt inte är homogen.

Det finns alltså *två* övergripande typer av uppfattningar hos publiken. Den ena typen ser på serien för att de får behov som avkoppling, spänning eller identifiering uppfyllda. Den andra typen har mer mångdimensionella åsikter, och följer serien trots att de egentligen är negativa till innehållet. Denna typ har istället ett behov av en serie som är lätt att ta till sig, med enkelt innehåll som är lätt att ironisera över. Vi har inte kunnat se att någon av dessa två tittartyper har fått ut någon märkbar kunskap av seriens innehåll, men vi har däremot kunnat konstatera att man är medveten om de budskap som skaparna av *Andra Avenyn* försöker förmedla.

Varför streamar man *Andra Avenyn* istället för att se programmet direkt på TV?

Först och främst kan vi vad gäller inställningen till de nya, användargenererade plattformarna konstatera att man som tittare oftast är positiv till utvecklingen. Framför allt för att de nya plattformarna, som Play, kan erbjuda reklamfria program. SVT är i och för sig reklamfritt, men generellt är frånvaron av reklamslag på webb-TV en av de positiva sakerna som nämnts.

Vi har kunnat urskilja *två* olika tendenser i den positiva inställningen. Det finns en typ av tittare som trots att de streamar regelbundet säger sig vara dåligt insatta i den nya tekniken, och som menar att de egentligen är konservativa i sin medieanvändning. En av dessa är "Anna":

"Jag är inte särskilt insatt i högteknologi. Jag vet inte riktigt vad jag tycker om det. Men jag tycker ju om SVT Play."

Det finns även en annan typ som ser fler fördelar med de nya distributionsformerna och som i högre grad kan tänka sig att använda exempelvis webb-TV och mobil-TV i framtiden. "Johan" är ett exempel på denna typ av tittare:

"Det med TV i mobilen och på Internet är en väldigt bra utveckling. Det är en naturlig utveckling."

En av de största anledningarna till att man föredrar att streama *Andra Avenyn* istället för att se serien på TV är att man kan välja att se avsnitten när man vill. Friheten att kunna bestämma själva uppskattas av respondenterna. Vi menar att det beror på att de tillhör den aktiva publik som hittills själv valt vad de vill se på och nu även kan välja när de vill se det. Andra fördelar med SVT Play som nämnts är det faktum att man enkelt kan se programmet i efterhand om man har missat någonting på TV. Även det faktum att man på Play kan pausa i avsnitten för att göra annat uppskattas liksom möjligheten att kunna spola tillbaka.

Respondenterna tyckte även om möjligheten att kunna se på andra program under *Andra Avenyns* visningstid, då det visas många populära program i de flesta kanaler under samma TV-tid. Vidare uppskattades det också att man kunde se alla veckans avsnitt på rad. "Doris" är en av de som menar att:

"Det känns lyxigt att man se alla tre avsnitt på rad. Då kan man se alla och inte tänka mer på det."

Man tycker även om att man som webb- tittare får se avsnitten innan TV- tittarna gör det. Detta ger en känslan av att vara utvald. ”Anna” är en av de med uppfattningen att:

”Det är roligt att se avsnitten som ligger ute på hemsidan innan de kommer på TV.”

Man anser vidare att utvecklingen av webb-TV i hög grad är naturlig och tror att alla kommer att välja det i framtiden. De som medverkade i våra fokusgruppsintervjuer var unga och relativt tekniskt kunniga. Man ser utvecklingen av nya plattformar för TV- tittande som naturlig och man angelägen och intresserad av att hänga med. Även de som anser sig ha mindre kunskap har varit positivt inställda till den nya tekniken och beredda att ta till sig den. ”Johan” fortsätter att resonera kring detta:

”Hela världen går åt det hållet, att man ser TV på datorn. Tekniken utvecklas ju hela tiden, snart har alla tillräckligt bra datorer så att man kan se fullstreamde program. Det är en naturlig utveckling.”

De nackdelar som har framkommit med att se serien på SVT Play handlar främst om tekniska problem. Ibland går det långsamt att streama, ljudet kan vara osynkroniserat och bilden dålig. Dock är dessa problem inte så stora att användarna väljer bort SVT Play till förmån för TV:n. Här menar vi att man tydligt kan se här publiken får sina behov uppfyllda av det nya verktyget, trots dess brister. En åsikt som har framkommit är att det är mindre bekvämt att sitta vid datorn, både på grund av att det är skönare att sitta i soffan framför TV:n och för att bilden på datorn är mindre. Det framkommer inte på SVT:s hemsida att det faktiskt går att se på Play via TV:n genom att enkelt koppla ihop TV:n och datorn. Ingen av de tittare som vi har samtalat med har heller nämnt denna möjlighet. Detta menar vi att man borde se över om man vill möta publikens behov i ännu större utsträckning.

Man kan genom hemsidan vara aktiv i serien på många olika sätt förutom genom själva tittandet. Tittarna har visat sig uppskatta hemsidan och besöker den för att ta del av information om skådespelarna och handlingen i serien. Man uttrycker gillande över att sidan är enkel men samtidigt innehåller mycket information, och menar att det är roligt att besöka sajten för att hålla sig uppdaterad om vad som händer kring inspelningen. ”Bakom filmerna” och hälsningarna från skådespelarna är särskilt populära. Dock har vi inte kunnat se någon tendens av tittarinteraktivitet i form av chattediskussioner eller skrivna inlägg på hemsidan hos de vi talat med. Man menar att det räcker med att läsa informationen, men samtidigt att det är mycket bra att det finns en möjlighet att vara mer aktiv för de som vill. ”Greta” säger att:

”Jag har varit inne på sidan och läst men aldrig skrivit något. Men är man riktigt inne i serien och vill vara delaktig så är det väl bra.”

I vår undersökning ville vi också skapa oss en uppfattning om varför streamandet har blivit så populärt och andledningen till att man såg serien via datorn hellre än på TV. Detta besvarade tittarna genom att först reflektera kring sitt eget streamande, men vi ville vidare också veta varför de tror att SVT Play har blivit så populärt generellt. Här kunde vi alltså se tendenser till att streamarna menade att det var naturligt och att man tog vara på nya möjligheter när de gavs. ”Johan” nämner t.ex. ovan att webb-TV är en naturlig utveckling och att alla i framtiden förmodligen kommer ta del av den. Man tror att det kan vara så att det faktum att de tekniska möjligheterna faktiskt har uppkommit har skapat ett behov som inte fanns tidigare. Detta i likhet med behovet av mobiltelefoner, som ju inte fanns innan tekniken var tillgänglig.

Tittarna ansåg att en anledning till SVT Plays popularitet och framgång är att folk inte hinner se *Andra Avenyn* på TV. Även bekvämlighetsskäl och lättillgängligheten nämndes som troliga orsaker. En annan åsikt som hävdades var att medievanorna generellt sätt förändras och det där igenom kan uppstå ett gruppsytryck att följa med i utvecklingen och börja använda nya distributionsformer. Den yngre generationen tittare skiljer sig från de tidigare genom att de har långt fler valmöjligheter än tidigare. Eftersom det är första gången en TV-serie kostnadsfritt och lagligt läggs ut på Internet skapar det både en nyfikenhet och ett nytt behov hos tittarna.

Sammanfattningsvis har vi kunnat se att tittarna är mycket positivt inställda till SVT Play liksom till andra nya plattformar för TV-tittande. Trots att man ser vissa tekniska nackdelar med Play värdesätter man möjligheten att se avsnitten när man själv vill, liksom att man kan pausa och spola i avsnitten. Streamarna är i mångt och mycket barn av sin tid och är i hög grad angelägna att ta till sin nya Internetbaserade verktyg. Den positiva inställningen handlar även om att man tycker om känslan av att se serien före TV-tittarna. Detta skapar en speciell känsla av lyx och av att man ligger ett steg före i sin mediekonsumtion. Tittarna uppskattar även *Andra Avenyns* hemsida och besöker denna för att hålla sig uppdaterade om vad som händer i serien och på inspelningen. Vi har däremot inte kunnat se någon tendens till aktivt deltagande i form av exempelvis chatt eller inlägg på forum hos de tittare som vi har samtalat med. Man menar dock att möjligheten att kunna bli mer aktiv är bra, samt att man tror att andra tycker om möjligheten att vara delaktig på hemsidan.

Hur ser kontexten kring nedladdningen ut?

Man kan inte skapa sig en djupare förståelse för TV-tittande utan att ta hänsyn till det sammanhang där tittandet pågår. Genom att undersöka tittandets miljö och samband med andra faktorer kan man skapa sig en större förståelse för tittandets syften och konsekvenser än vad som är möjligt om man endast tittar på det innehåll som publiken tar del av. *Andra Avenyn*-streamarna har olika mönster i hur de interagerar med andra tittare och olika sätt att se på serien. Exempelvis streamar man antingen alla veckans avsnitt eller så ser man det första på TV och sedan de övriga två på webben. Man ser, som sagt var, oavsett vilket ett värde i att kunna se avsnitten före TV-publiken.

Man ser nästan alltid serien på kvällen eller på natten hemma hos sig själv, och man tittar efter att man har avklarat dagens övriga sysslor. ”Johan” som streamar serien på kvällen berättar att:

”(...) jag ser på *Andra Avenyn* när jag är färdig med alla läxor och är helt ledig.”

”Hanna” är 18 år och gymnasiestuderande. Hon streamar *Andra Avenyn* sent på natten:

”Jag kollar på natten. När jag känner att jag kan slappna av.”

Dessa uttalanden står i kontrast till *Lulls* teori om att TV-tittande reglerar vardagen. Streamarna anpassar inte sitt dagliga liv efter TV-tiderna utan ser tvärtom på *Andra Avenyn* då de är färdiga med arbete, skolarbete, städning eller andra sysslor. Webb-TV har gjort det möjligt att se program ”on demand”, och vi kan konstatera att tittarna uppskattar och tar till sig denna möjlighet.

Tittarna ser varje avsnitt endast en gång. Vi menar att då man har möjlighet att pausa och spola tillbaka finns det inget behov av att se om avsnitten då man inte behöver missa någonting. ”Johan” tycker att:

”Det är jättebra att man kan pausa om man ska göra någonting annat snabbt.”

”Doris” ger vidare exempel på fördelarna med detta:

”Eftersom SVT inte har några reklampausor, vilket i och för sig är bra, tycker jag att det är skönt att man kan pausa på Play för att t ex gå på toaletten Jag pausar även om jag ska hämta popcorn eller något.”

Det finns två tendenser vad gäller hur koncentrerat man ser på innehållet. En typ av tittare menar att man är mer koncentrerad när man sitter vid datorn då man har tagit ett aktivt val att sitta där och streama. ”Johan” är en av dessa:

”När man sitter vid datorn då har man bestämt sig för att se avsnittet. Och då tittar man mer koncentrerat, vid TV:n blir det alltid massa saker som kommer i vägen.”

Den andra tittartypen menar på motsatt sätt att man är mindre koncentrerad vid datorn. Detta då det finns andra saker som lockar och för att man ofta har flera fönster öppna samtidigt. ”Cesar” ger ett tydligt exempel:

”Jag börjar alltid ambitiöst med helskärm men sedan blir jag stressad av allt annat och chattar samtidigt. Det blir mer som att lyssna på radio.”

”Frida” tycker på samma sätt att:

”Det är bättre att se det på TV:n för då sitter man där koncentrerat och bara kollar. Vid datorn sitter man och gör annat samtidigt.”

Alltså kan vi se att man tittar på *Andra Avenyn* på det sätt som Lull kallar för miljöskapande användning. Ofta sysslar man med andra saker under tiden man tittar och använder Play som ett bakgrundmedium som plockas fram när man själv känner för det.

Eftersom SVT Play ger tittarna en möjlighet att se om avsnitten upptäckte vi att det regelbundna tittandet hos respondenterna i viss mening är lågt. De är regelbundna i sitt tittande så sett att de alltid ser alla avsnitt, men tiden behövde inte vara regelbunden efter SVT:s visningstider. Det händer att de istället ser fler avsnitt på rad då det passar dem. ”Anna” :

”När det kommer upp väldigt mycket i skolan så måste man mest sitta vid datorn och arbeta (...) det var det som var så bra med att ladda ner. (...) Det berodde lite på hur mycket tid man hade, men jag följde ändå serien punkt till pricka.”

”Björn” menar på samma sätt att:

”Jag följer det mer eller mindre regelbundet. Ibland kanske man haft mycket, pluggat eller varit bortrest, då vet jag att de finns där på Play och att jag se 6 avsnitt nästa gång istället. Kanske inte alla på samma dag dock.”

Beträffande det sociala tittandet skiljer det sig relativt mycket åt huruvida publiken ser serien själv eller tillsammans med andra. Oftast ser man på Andra Avenyn själv men det händer även att man ser enstaka avsnitt i sällskap med andra. Något som vi upptäckte var att oavsett om tittandet sker ensamt eller i sällskap med andra så finns det sociala aspekter i det avseendet att man ofta pratar om serien med andra personer. Det som främst diskuteras då är handlingen och de problem som tas upp samt roliga sekvenser och karaktärer. En annan tendens vi sett är att man ironiserar över serien och fäller elaka kommentarer om både karaktärerna och skådespelarna bakom. ”Greta” uttrycker exempelvis ogillande över en av skådespelarna: ta

”Liv tycker jag inte om, jag tycker inte om hennes sätt att spela. Jag tycker det är överkligt, hon spelar över.”

Detta illustrerar Sabidos tankar om att människor har ett naturligt behov av att skvallra och engagera sig i TV- karaktärer. Det hjälper oss att bearbeta mänskliga och sociala problem, och kanske till och med att finna de i oss själva. Vi menar vidare att tendensen att ironisera det som är välbekant finns hos oss alla. Som även nämndes i fokusgrupperna kanske detta blir ännu lättare då det ironiska sker på vårt eget språk, till och med på vår egen dialekt. ”Hanna” berättar att:

”Hästen pratar väldigt roligt, grov göteborgska, så vi brukar citera honom. Det är väldigt kul.”

Tittandet sker som sagt var med olika grad av koncentration beroende på person och vart man sitter och tittar. Det finns tendenser av att syssla med annat samtidigt som man tittar. Exempelvis chattar man ofta samtidigt och det förekommer också telefonsamtal under tittandet. Då man chattar eller pratar i telefon är det dock sällan om Andra Avenyn utan om andra saker. Vi menar att tendensen att göra uppehåll i streamandet beror på *möjligheten* att kunna göra annat samtidigt, då man alltid har vetskapen att man kan pausa eller se om det. Detta får ”*Ida*” exemplifiera genom att berätta:

”Det händer att jag pratar med folk samtidigt som jag tittar, men då handlar det inte om serien utan om annat.”

Detta är ett tydligt tecken på hur tittarna själva bestämmer och har stor frihet i sitt tittande. En annan tendens som vi ser i samband med att streamandet sker ensamt är att man inte vill se på serien socialt för att det ligger någon stor skam i att se den. Detta antagande grundar vi på uttalanden om vilka reaktioner man får då man berättar att man följer serien. ”*Björn*” beskriver hur han ibland blir bemött:

”(...) man kan få konstiga reaktioner från folk som tycker att man är lite märklig för att man spenderar 1,5 h i veckan på att se på en sådan här serie.”

Även här kunde vi se att man visade tecken på att tillskriva andra sådana egenskaper som man ansåg att man själv inte hade, i detta fall skamkänslor. Det visade sig att man ofta såg den här egenskapen hos andra, då man först hade nekat till att man själv kände skam. Även om det är

svårt att visa konkreta belägg för detta menar vi att vi fick en stark känsla av att man överskrev sina egna känslor och tankar på en tredje person.

Vad gäller tittarmönster i Sverige på senare år ser Hadenius och Weibull två tendenser, att tittandet har blivit mer ouppmärksamt och att det är mer individualiserat (Hadenius; Weibull 2005). Vi har upptäckt att detta även gäller för webb-TV, då det som sagt var har visat sig att man ofta sitter ensam vid datorn och att man ibland kan hålla på med andra saker samtidigt som man tittar, även om man då gör pauser i sitt tittande.

Vidare har medieforskarna André Jansson och Ingela Wadbrings tittartyper visat sig passa in väl på *Andra Avenyn*-streamarna, åtminstone inom vissa ramar. Den åldersgrupp som vi har undersökt brukar enligt Jansson och Wadbring vara fragmentariska tittare. Man kan å ena sidan se på *Andra Avenyn*-streamarna som fragmentariska då de är fokuserade på det de ser samtidigt som de ibland väljer bort det pågående programmet för andra saker. Dock har det i stor utsträckning visat sig att man planerar att se *Andra Avenyn* i förväg. Dessutom tar man ett aktivt val när man sätter sig ner och streamar, till skillnad från när man ser serien oplanerat på TV. Detta visar sig t.ex. genom 16 åriga gymnasiestuderande "*Hanna*" som berättar om hur planerar sitt tittande:

"Jag längtar till söndagar för jag vet att jag ska titta på Andra Avenyn."

Deltagarna i fokusgrupperna kan sägas vara mer planerade än traditionella TV-tittare i samma åldersgrupp. Det finns en tendens att se på *Andra Avenyn* planerat och regelbundet. Planeringen är dock som vi tidigare nämnt inte längre reglerad efter TV-tiderna. Då man förr planerade sin dag efter TV-tablå kan man nu skapa och anpassa sig efter sin egen tablå vilket gör att tittarna fortfarande är planerande, men på sina *egna premisser*.

Vi vill även påpeka att streamarnas sidosysslor och extra fönster på skärmen inte går att direkt jämföra med när man zappar mellan TV-kanaler, eftersom de alltid vet att de kan återse det de missat. Därför menar vi att streamarna snarare är sekundärtittare, då de gör annat samtidigt, och då de alltid kan välja att se om programmet eller vissa frekvenser. Detta kunde vi bl.a. se när "*Cesar*" berättade att han alltid "*börjar med helskärm*" men sen blir stressad och avslutar med att mer lyssna på avsnittet som ett radioprogram. Även inom det traditionella TV-tittandet är sekundärtittandet typiskt för den åldersgrupp som vi har undersökt.

Vi kunde ibland se en tendens av att tittarna såg på *Andra Avenyn* för att andra personer ville att de skulle göra det. Det hände även att man såg på programmet för att man hade bekanta som gjorde det och för att man ville ha någonting gemensamt att samtala om. I detta avseende är alltså streamarna sociala tittare, även om kontexten kring tittandet i sig inte är en social aktivitet. "*Johan*" är ett tydligt exempel på hur man ser serien som en social aktivitet:

*"(...) även om jag inte följer det så noga själv,
så ser ju min flickvän på den så jag ser den för hennes skull."*

Följaktligen har vår undersökning av streamandets kontext visat att tittarna har olika sätt att ta till sig serien. SVT Play har gett publiken en möjlighet att kunna anpassa sitt tittande efter sitt vardagsliv då de inte längre behöver passa några TV-tider. Huruvida tittandet är koncentrerat eller inte beror på hur man som tittare använder datorn respektive TV:n till övriga aktiviteter. Vi kan se två motsatta uppfattningar av när man tittar uppmärksamt. Antingen menar man att man tar ett aktivt beslut då man streamar, och ser då på *Andra Avenyn* koncentrerat, eller

så sker tittandet på webben mindre koncentrerat då det finns andra saker på datorn som lockar till avbrott. Eftersom man på webben har möjlighet att se serien när man vill är det regelbundna tittandet lågt, man ser alla seriens avsnitt men inte alltid punkligt när de släpps. Även om tittarna oftast ser på *Andra Avenyn* ensamma är tittandet en social aktivitet. Detta visas genom att man tenderar att samtala med andra, på chatt eller i telefon, under tiden tittandet pågår. Vi har även sett att det finns ett starkt behov av att prata om seriens handling med andra tittare. Samtalen karaktäriseras då av starkt engagemang, skvaller och sarkasm. En annan aspekt av tittandet har att göra med hur man ibland känner skam över att man följer serien, då den av många klassas som en B-serie. Tittarna är slutligen både fragmentariska och planerade i sin karaktär. Man är fokuserad på innehållet men tenderar samtidigt att göra avbrott i tittandet. Man missar inga avsnitt, men ser inte på serien regelbundet vad gäller dag och tidpunkt. Alla dessa omständigheter kring streamandet visar på att det definitivt finns ett behov av SVT Play hos *Andra Avenyns* publik.

Slutsatser och andra tankar...

...kring WebbTV och ny teknik

TV:n har alltid haft både sociala och kulturella funktioner. Vi menar ny teknik aldrig utvecklas i ett "vakuum" utan uppstår ur, och påverkas av, andra redan existerande förhållanden. Det nya sättet att se på TV-serier påverkas därför av både sociala och kulturella kontexter. Att man idag har ett behov av kunskap kring streamandet är en naturlig följd av att fenomenet i sig uppstått. Vi har genom vår studie kunnat se att anledningen till webb-TV:s popularitet till stor del beror på efterfrågan av den typen av ny teknik. Vi hoppas att vi kan bidra till ny kunskap, åtminstone till om hur en del av de nya tittarna uppfattar och använder den nya tekniken.

Vi har sedan vi började funderat kring streamandet som fenomen spekulerat i om SVT Play är ett resultat av press som satts på producenterna då nerladdning blivit allt mer förekommande. Detta pekar i sådana fall på en klassisk utveckling inom teknik och marknad, - för att klara sig måste förändring och anpassning uppstå. Vår tolkning av samtalen med *Andra Avenyn*-tittarna är att de är människor med stort intresse av ny och förändrad teknik. Baserat på våra resultat råder vi därför SVT att fortsätta att försöka ligga i framkant vad gäller de nya plattformarna för gratis webb-TV. Man har nu startat ytterligare en webbTV- kanal som sänder Rapport. Till skillnad från SVT Play behöver man där ingen Plugin (www.idg.se) för att se programmet om man använder sig av en MAC- dator. Detta är ett gott tecken på att man tar till sig användarnas behov och önskemål och uppdaterar tekniken. För att ytterligare ta till vara på behov hos den nya generationens tittare bör man även se över andra tekniska aspekter. Exempelvis har vi kunnat se önskemål om att SVT borde erbjuda sina program i format som inte är beroende av en viss leverantör för mediaspelare, exempelvis Flash, utan istället använda sig av öppna format. För att lyckas med satsningar som SVT Play krävs det att man tänker till om hur de ska fungera i framtiden och se till att verktyget kan fungera brett.

Historien har ofta visat att man bör vara försiktig med att dra slutsatser om hur ny teknologi kommer att användas i människors vardagsliv eller vad det kommer att få för konsekvenser för samhället. Det är alltså svårt att spå vilka följder webb-TV kommer att få för publikens tittarvanor och tolkningar. Dock kan man mot bakgrund av vår och tidigare studier dra vissa slutsatser. Vi menar att nya plattformar för mediekonsumtion är formade av hur man tidigare använde liknande medier och de behov som dessa uppfyllde för användarna. För att nya användarmönster ska skapas och upprätthållas krävs det att den nya tekniken uppfyller vissa behov som den gamla *inte* klarade av. Att *Andra Avenyn* har blivit så populärt att se på SVT Play har antagligen att göra med att det uppfyller publikens olika typer av tekniska behov. För det första behöver man inte anpassa sitt vardagsliv efter TV- tablån och man kan genom SVT Play se alla veckans avsnitt redan innan de visas på TV. För det andra kan man interagera med andra tittare direkt på webben på ett tillfredsställande sätt.

Trots att SVT ligger i framkant vad gäller nya plattformar tycker vi att man bör vara försiktiga med hur man använder sig av SVT Play. Under fokusgruppsintervjuerna tog man exempelvis upp ett skräckscenario, - om SVT skulle försöka sig på någon typ av parallell mellan webben och TV:n. Man syftade då till liknade händelser som när SVT sände "*Nudlar och Nollåttor*" i två olika versioner på både SVT 1 och 2 samtidigt. Att visa en serie ur två olika

kameravinklar skapade förvirring och blev en flopp. Tanken som uppkom under fokusgruppssamtalen var att det skulle vara förödande om man på samma sätt visade vissa delar av handlingen ur *Andra Avenyn* på SVT Play och andra på TV, så att tittarna blir tvungna att följa båda för att kunna hänga med. Då skulle tittarantalet sjunka menar våra respondenter, och vi tror att det ligger något i det.

... kring SVT Play

Mediernas utveckling har gjort det möjligt för alla att när som helst själva förse sig med det innehåll man önskar. TV-tittande idag skiljer sig därmed mycket från tidigare decennier. Den nya tekniken har skapat spännande möjligheter både för mottagarna och för sändarna. Som tittare har man idag en helt annan typ av makt, dels för att det finns ett större kanalutbud som i sig utgör konkurrens mellan TV-kanalerna, dels för att tittarna får ytterligare fler möjligheter när vissa kanaler nu även lägger upp sitt utbud på nätet. Vi tyckte till en början att det var ganska förvånande att SVT valde att lägga upp sina program på Play, eftersom man behöver locka tittare till de vanliga kanalerna för att kunna motivera TV-avgiften. Dock förstår vi nu att man genom att erbjuda ett verktyg som Play kan komma att ligga i framkanten och erbjuda tittarna något som vi har sett att de faktiskt har ett starkt behov av. Då man har börjat undersöka den nya publiken, både antalsmässigt och karaktärs-mässigt, kan man framöver lättare motivera Public Services program på Internet. Det faktum att man numera även måste betala TV-avgift för sitt webb-tittande visar exempelvis på att den nya tekniken är här för att stanna, liksom utvecklingen där Internet som helhet går mot att bli mer användarbaserat och integrerat i vår vardag. Vi menar att det i framtiden förmodligen kommer bli allt mer vanligt med endast en "apparat" för allt. Redan idag använder ju många datorn till det mesta; musik, filmer, telefonkontakt, e-post, videosamtal osv. Vi anser dock inte att man bör lägga upp *alla* SVT:s program på Play då det skulle innebära att man tappade allt för många tittare och vitsen med speciella programtider som "alla" rättar sig efter skulle försvinna. Vi menar samtidigt att *om* denna utveckling sker så kommer det fortfarande att finnas program och evenemang som inte faller under den nya typen av tittande. *Melodifestivalen* och *Fotbolls-VM* är tydliga exempel på sådana program som ingen skulle vilja se efter *alla* andra, dessutom är de tydliga sociala program i den meningen att man nästan alltid samlas och ser de ihop med andra. Detta är program som det blir stor nationell och internationell uppståndelse kring, på ett sätt som aldrig kan ske med *Andra Avenyn*. Däremot är SVT Play ett stort och viktigt komplement till den traditionella TV:n.

... kring syftet med studien

Syftet med vår studie var att undersöka vilka uppfattningar som fanns kring streamandet av *Andra Avenyn*. Vi såg många tendenser hos tittarna som bl.a. visade hur SVT Play uppfyllde behov och förväntningar som uppskattades av olika individer. Samtidigt såg vi tendenser att de olika individerna skiljde sig i vad de ansåg vara positivt respektive negativt med innehållet på SVT Play. Vidare skiljer det sig t.ex. i huruvida man anser sig se programmen mer koncentrerat eller inte. Vi har också kunnat se att olika tittare ser på programmet av olika anledningar och att serien fyller olika funktioner för dem. Verktöget SVT Play uppskattades däremot i högre grad av mer gemensamma anledningar. Man uppskattade möjligheten och flexibiliteten som det nya verktyget erbjuder. Detta menar vi är ett tecken som man kan se även i andra sammanhang då ny teknik introduceras. E-posten är t.ex. uppskattat av många då det är ett enkelt och snabbt sätt att skicka meddelanden på. Däremot varierar den exakta

funktion eller det syfte som den uppfyller för varje enskild individ. Det samma gäller SVT Play.

Vi har kunnat se att man ser på serien av flera olika orsaker; socialt tittande, behov av enkel förströelse, igenkännande faktorer osv. Vi menar trots detta att den största anledningen till att just *Andra Avenyn* blivit så populär via hemsidan beror på att den är en av första serierna som från start visats gratis på webben, och dessutom samtidigt som den sänds på TV. Vi har även sett tecken som tyder på att det främst är den nya tekniken som skapat de stora framgångarna. Detta mot bakgrund av att vi har fått ta del av uppfattningar som tyder på att tittarna är ganska kritiska till seriens innehåll och skeptiska till dess överlevnad, men däremot tror man tekniken snarare kommer att fortsätta utvecklas.

I början av studien tog vi upp hur man inom U & G började fokusera på *vad publiken gör med medierna* istället för att som tidigare lägga fokus på motsatsen, *vad medierna gör med publiken*. Vi menar att man idag kan se en ny publik med de unga i spetsen som använder medierna utefter sina egna personliga behov och önskemål. Där det erbjuds flexibilitet, där hittar man den nya publiken. Samtidigt som man uppskattar den nya distributionsformen har man uppgett att en anledning till att man inte ser serien på TV är för att den visas på visningstider då det finns andra, *bättre* program. Vi menar att det kan finnas en risk i att övriga kanaler utvecklar likadana plattformar som också är kostnadsfria. Tittarna väljer redan andra program på TV när möjligheten finns, om samma möjlighet uppstår på de andra kanalernas hemsidor kan SVT Play tappa många tittare. De uppfattningar som vi har tagit del av visar nämligen att tittarna i första hand har visat uppskattning för den nya tekniken och i andra hand för *Andra Avenyn* som serie.

... kring förslag till vidare forskning

I de diskussioner som vi har haft med tittare har det ofta förekommit att man tillskriver andra personer egenskaper som man inte anser sig ha själv. De har då visat tecken på *tredjepersonseffekter*. Teorin om tredjepersonseffekter utgår ifrån att människor inte tror sig vara påverkbara av exempelvis medieinnehåll. Däremot tror man att det kan ha effekter på andra, dvs. en tredje person. (Johansson 2000) Det har visat sig att *Andra Avenyn*- tittarna gärna påpekar att *andra* antagligen påverkas av serien, exempelvis genom att lära sig saker av innehållet. Det kan vara så att de vid denna typ av uttalanden i själva verket tillskriver andra personer uppfattningar och egenskaper som de själva har. Vi kan inte fastslå att så är fallet, men vi vill påpeka att förekomsten av tredjepersonseffekter kan vara en aspekt att titta vidare på i samband med vidare forskning kring *Andra Avenyns* publik.

Vi har som sagt varit tvungna att begränsa oss till en kvalitativ metod. Vi tror att det kan vara mycket fruktbart att även genomföra kvantitativa studier om de som streamar för att få en mer generaliserbar bild av hur publiken ser ut och vad de har för uppfattningar av användningen. För att kunna förklara hur användningen påverkas av exempelvis kön eller boendeort kan det vara intressant att studera olika kausala modeller och försöka skaffa sig en bild av om och hur sådana aspekter kan påverka. Under arbetet med denna studie utförde SVT en webb- enkät med frågor som i mångt och mycket liknade de vi ställde i fokusgrupperna. Detta statistiska material skulle vara mycket intressant att jämföra med våra slutsatser. Genom att dra paralleller mellan den kvantitativa datan och våra respondenters uppfattningar kan man få ytterligare en dimension på hur streamandet ser ut.

Vi rekommenderar även ytterligare kvalitativa studier av liknande slag som vår studie, men med större fokus på de sociala bakgrundsfaktorer som vi har spekulerat kring i vår analys. För att få en klarare bild av publiken krävs det att man undersöker aspekter som kön, etnicitet och samhällsklass och vilka konsekvenser det kan få för hur man tar del av *Andra Avenyn*. Vi anser det också vara lämpligt om dessa skulle göras under en längre tidsperiod och på ett större antal tittare.

Vi tror också att *etnografiska* studier i form av deltagarobservationer kan berika kunskapen kring *Andra Avenyns* kontext och bidra till förståelse som kan utveckla SVT Play. Vi har samtalat med tittarna om deras användning av SVT Play, men vi inte har sett hur verktyget används utan endast fått ta del av deras uppfattningar. Genom att utföra etnografiska undersökningar och se streamandet genom användarnas "egna ögon" tror vi att man kan skapa en ännu bättre bild av hur streamandet går till och snappa upp andra behov av SVT Play hos publiken. Vi kan med vår studie som bas egentligen endast spekulera i hur streamandet direkt hänger samman med tittarnas vardagsliv, och kanske är det så att Play har funktioner för tittarna som vi inte har kunnat upptäcka genom fokusgruppsintervjuer.

Vi menar vidare att man borde fortsätta med tvärvetenskaplig forskning kring webb-TV på samma sätt som *TV i Centrum* gör. Genom att se på fenomenet utifrån olika synvinklar kan man driva forskningen vidare. Studier om *Andra Avenyn* eller SVT Play som vi skulle tycka vara intressanta att ta del skulle exempelvis kunna göras med utgångspunkt i humaniora, kultur-, handels- eller konsumtionsvetenskap.

Vi hoppas att vår undersökning blir en bra början till vidare studier kring streamande. Vi inser att undersökningen agerar som en pekpinne mot olika intressant aspekter vad gäller streamarna och deras intresse för serien. Vi har redan nämnt att det är viktigt att framöver studera fler faktorer kring webb-TV och då inte endast i förhållande till *Andra Avenyn*. Bland de tittare vi intervjuade fanns det röster som menade att *Andra Avenyn* som serie inte skulle bli långlivad. Därför vill vi råda SVT att framför allt ta till sig av det vi kommit fram till rörande SVT Play som verktyg. Vi menar att oavsett hur det går för *Andra Avenyn* så är det viktigt att ta till vara på det stora intresset för Play. Naturligtvis kan det även vara av intresse att studera andra aspekter av *Andra Avenyn* separat. Ett område som vi skulle tycka var intressant att se närmare på är det faktum att respondenterna med invandrarbakgrund ansåg att det inte fanns tillräckligt med fokus på deras del av Göteborg. Om man vill skildra samtiden och ge en så fullständig bild av samhället som möjligt räcker det kanske inte med den version man har idag.

Avslutningsvis är en av de största insikterna som vi fått i samband med studien att streamandet och *Andra Avenyn* är populärt på två olika sätt- användarmässigt och innehållsmässigt. I längden menar vi, precis som publiken, att tekniken är det som kommer att överleva. Vi anser dock inte att man kan analysera medieanvändning utan att samtidigt fokusera på innehållet. Genom att ha tittat på fenomenet från två olika håll har vi därför lyckats skapa en god bild av uppfattningarna kring streamandet av *Andra Avenyn*.

Litteratur och andra referenser

Tryckta källor

Drotner, Kirsten (2000) *Medier och kultur. En grundbok i medieanalys och medieteori*. Studentlitteratur, Lund

Edström, Maria (2008) *Andra Avenyn: TV- produktion som kreativt centrum*. Göteborgs Universitet, Institutionen för Journalistik och Masskommunikation

Esaiasson, Peter; Gilljam, Mikael; Oscarsson, Henrik; Wängnerud, Lena (2007) *Metodpraktikan- konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Norstedts juridik, Stockholm

Gripsrud, Jostein (2002) *Understanding Media Culture*. Arnold Publishers, London. Co-published by Oxford University Press Inc.; New York.

Falkheimer Jesper (2001) *Medier och Kommunikation - en introduktion*. Studentlitteratur, Lund

Hadenius, Stig; Weibull, Lennart (2005) *Massmedier- en bok om press, radio & TV*. Bonnier, Stockholm

Hagen, Ingunn (1998) *Medias Publikum – Fra mottakar til brukar?* Ad Notam Gyldendal AS, AiT Norbok, Oslo

Halloran, James (1996) 'On the Social Effects of Television' kapitel ur *Media Studies- A Reader*. Marris, Paul; Thornham, Sue Media Edinburgh University Press, Edinburgh

Janis, Irving J. (1982) *Groupthink*. Houghton Mifflin, Boston

Jansson, André (2002) *Mediekultur och samhälle- en introduktion till kulturteoretiska perspektiv inom medie- och kommunikationsvetenskapen*. Studentlitteratur, Lund

Johansson, Bengt (2000) 'Tron kan förflytta berg. Tredjepersons-effekter och politisk kommunikation.' I *Nordicom Information* Nr. 3-4/2000. Sid. 77-86.

Jutterström, Christina (2008) *Fri television? Om Public Service i en ny medievärld*. Natur & Kultur, Stockholm

Nilsson, Åsa (2000) 'Kvantitativ innehållsanalys' kapitel ur *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Larsson, Larsåke; Ekström, Mats Studentlitteratur, Lund

McQuail, Denis (2000) *McQuail's Mass Communication*. Theory 5th edition Sage Publications, London

Reimer, Bo (1994) *Analysing mass media use*. Stockholm

Reimer, Bo (1994) *The Most Common of Practices on mass media use in late modernity*.
Almquist & Wiksell International

Singhal, Arvind; Obregon, Rafael (1999) *Journal of Development Communication*. Vol. 10,
No. 1. Sid. 68-77. Ohio University

Internetkällor

Flisen, Terje; Harrie, Eva (red.)(2008) *Medietrender i Norden 2008*. NORDICOM,
Göteborgs Universitet:

http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/Medietrender_i_norden_2008.pdf

Inhämtat 080430

svt.se

Inhämtat 080408

gp.se

Inhämtat 080408

idg.se

Inhämtat 080222

Sveriges Televisions Public Service- redovisning 2007:

<http://svt.se/content/1/c6/69/84/42/psr2007.pdf>

Inhämtat 080502

Muntliga källor

Föreläsningar:

Marie Grusell 080124

Metodkurs i Medie- och kommunikationsvetenskap VT- 08. Göteborgs Universitet,
Institutionen för Journalistik och Masskommunikation

Samtal:

Atle Bye Projektchef för *Andra Avenyn*, SVT Väst. På *Andra Avenyns* inspelningsstudio
080414.

Bilaga: Intervjuguide

Uppstart

Berätta kort om er medievardag. Vilka medier använder ni och till vad? Vilka medier är bra till vilka saker?

Vad tycker ni om fenomenet med att se på TV med nya plattformar som webb, mobiler..?

Hur började ni följa Andra Avenyn?

Vad är bra med Andra Avenyn? Vad är mindre bra?

Innehåll

Vad är bra med Andra Avenyn? Vad är mindre bra?

Brukar ni prata om serien med vänner? Vad diskuterar ni då?

Favoritkaraktärer? Karaktärer man tycker minst om? Karaktärer man identifierar sig med?

Tycker ni att serien speglar verkligheten?

Finns det ämnen som har tagits upp i serien som ni tycker är viktiga/intressanta/roliga/onödiga/löjliga..?

Hur tycker ni att serien har utvecklats?

Finns det något ni skulle vilja se mer av? Eller något som ni tycker borde tas upp?

Tema 1

Varför laddar ni ner Andra Avenyn? Laddar ni ner varje avsnitt eller ser ni serien på TV också?

Vad tycker ni att det finns för fördelar med att se Andra Avenyn på hemsidan istället för på TV?

Vad tycker ni att det finns för nackdelar med att se Andra Avenyn på hemsidan istället för på TV?

Är ni aktiva på andra sätt på hemsidan? Hur, chatten/nyhetsbrev/..?

Vad tycker ni om hemsidan? Vad tycker ni om möjligheterna att vara delaktig i serien på sidan?

Har ni träffat skådespelare? Besökt inspelningen?

Tema 2

Har ni följt serien från början? Om inte, hur länge? Har ni sett alla avsnitt på webben eller en del på TV?

Brukar ni titta på avsnitten före eller efter de har sänts i TV? Ser ni alla avsnitt i rad på webben på söndag kväll, eller väntar ni tills de har sänts i TV?

Tycker ni att det är bra att SVT släpper alla tre avsnitt på webben på söndagar, eller borde man vänta tills de sänds i TV?

När på dygnet brukar ni titta på serien?

Hur ofta laddar ni ner Andra Avenyn? Ser ni avsnitten mer än en gång?

Var laddar ni ner serien? Gör ni det ensamma eller tillsammans med andra?

Tittar ni koncentrerat?

Gör ni andra saker samtidigt som ni ser på serien? (T ex. msn, telefon, skolarbete..) Avbryter ni ert tittande för att göra andra saker?

Tittar ni på AA för att någon annan vill göra det?

Planerar ni att se serien innan eller sker det spontant?

Tittar ni oregelbundet/ regelbundet?

Tema 3

Varför tittar ni på serien? Varför tror ni att den har blivit så populär att se på just Internet?

Vad är bra med serien? Vad är mindre bra? Vad är dåligt?

Har ni lärt er någonting genom att titta?

Hur tycker ni att man skulle kunna utveckla serien? Hur tycker ni att man skulle kunna utveckla hemsidan?