



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Examensarbete i medie- och kommunikationsvetenskap

2010-01-11

Institutionen för journalistik, medier och kommunikation

www.jmg.gu.se



Tidningen Sverigekontakt

En tidning med fokus på det svenska språket och
den svenska kulturen

Författare: Claes Johansson

Handledare: Jan Strid

Kursansvarig: Ingela Wadbring

Abstract

Titel: Tidningen Sverigekontakt – En tidning med fokus på det svenska språket och den svenska kulturen

Författare: Claes Johansson

Uppdragsgivare: Riksföreningen Sverigekontakt

Kurs: Examensarbete i Medie- och kommunikationsvetenskap vid institutionen för journalistik medier och kommunikation, JMG, Göteborgs universitet.

Termin: Höstterminen 2010

Handledare: Jan Strid

Sidantal: 42

Syfte: Syftet med studien är att göra en undersökning bland tidningsläsarna om vilka möjligheterna till förändring är som kan bidra till att skapa en attraktivare och mer tilltalande tidning för sin målgrupp.

Metod: Kvalitativa intervjuer av 6 läsare samt en kvantitativ innehållsanalys av de 4 senaste tidningarna. Totalt 57 artiklar.

Material: Djupintervjuer med tidningsläsarna samt innehållsanalys av tidning.

Huvudresultat: Jag kan efter sammanställda resultat konstatera att utformningen har betydelse för hur engagerad publiken blir kring mediet. En förändring av tidningen är nödvändig för dess existens för att på sikt bredda sig även i sitt innehåll så att den tilltalar även den yngre läsaren. En tänkbar målgrupp är unga läsarstudenter med intresse för utbildning inom det svenska språket samt vår kultur. I dagsläget bör tidningen bättre målgruppsanpassas till den primära målgruppen tidningen har idag. Detta

innebär att förändringar bör ske för en mer lättläst tidning. Genom att skapa en mer luftigare layout, med tydligare typsnitt, bättre bildmaterial, använda underrubriker samt sprida ut materialet på fler sidor. Ett önskemål, värt att ta i beaktning är en högre frekvens i utgivningen, från nuvarande 4 nummer per år till 6 nummer. Detta som en i raden av åtgärder för skapa ett större intresse för tidningen och deras Riksföreningen Sverigekontakts arbete.

Keywords: Riksföreningen Sverigekontakt, emigration, språk, kultur

Innehållsförteckning

1. EXECUTIVE SUMMARY	5
2. INLEDNING.....	7
3. BAKGRUND	9
3.1 INNEHÅLLSANALYS.....	12
4. PROBLEMATISERING	13
4.1 PROBLEMATISERING UTIFRÅN FÖRENINGENS PERSPEKTIV.....	13
4.2 PROBLEMATISERING UTIFRÅN ETT VETENSKAPLIGT PERSPEKTIV	13
5. TEORETISKA PERSPEKTIV	15
5.1 VAD ÄR EN REDESIGN?.....	15
5.2 SAMSPELET MELLAN ORD OCH BILD.....	16
5.3 FUNKTIONELL TEXT	16
5.4 TYPOGRAFIN I PRAKTIKEN	19
5.5 BILDENS BETYDELSE	20
5.6 MOTTAGARPERSPEKTIVET.....	21
6. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR.....	24
7. METOD & MATERIAL.....	25
7.1 VAL AV METOD	25
7.2 LÄSARUNDERSÖKNING.....	26
7.3 INNEHÅLLSANALYS.....	27
8. RESULTAT OCH ANALYS.....	29
8.1 ARTIKLARNAS INNEHÅLL	32
8.2 UTFORMNINGENS BETYDELSE.....	35
8.3 HELHETSINTRYCKET AV TIDNINGEN.....	37
9. SLUTSATS OCH DISKUSSION	39
9.1 BEHANDLING AV RESULTAT.....	40
9.2 VIDARE FORSKNING.....	42
REFERENSLISTA	43
BILAGA 1.....	45
BILAGA 2.....	48

1. Executive summary

Jag har genomfört denna läsarundersökning på uppdrag av Riksföreningen Sverigekontakt, som fyra gånger per år ger ut medlemstidningen *Sverigekontakt*. En tidning som ska skildra föreningens verksamhet och spegla medlemmarnas upplevelser i Sverige och i andra länder. Föreningens fokus ligger på det svenska språket samt på tidpunkten för den stora emigrationen som pågick i Sverige under mitten av 1800-talet. Under 2010 kom ett önskemål ifrån utbildningsdepartementet om att förnya den nu lite ålderdomliga tidningen till en lite nyare och fräschare look. Mitt uppdrag och syfte med undersökningen bestod i att ta reda på hur Riksföreningen kan göra tidningen Sverigekontakt till en attraktivare och bättre fungerande medlemstidning. För mitt genomförande av detta har jag intervjuat sex medlemmar bosatta i väst Sverige. Detta för att komma fram till vad just tidningens målgrupp skulle vilja se för förändringar med tidningen.

Min undersökning sätter fokus på hur läsaren tar till sig mediet, hur och varför den väljer ut att koncentrera sig på vissa artiklar då man läser tidningen. Detta är själva essensen av vad medieforskare kallar för *uses and gratification research*. Min studie fokuserar även mycket kring de delar som en tidningsdesign är uppbyggd kring. Hur text och bild samspelar och medverkar till vår skapade uppfattning om tidningen. Vilket i vissa fall kan vara avgörande när läsaren ska välja ut vilka artiklar man vill läsa.

I mitt resultat framkom att läsarna inledningsvis anser tidningen vara bra i sitt nuvarande utförande och fyller sin funktion som det centrala mediet i föreningen. Men att den skulle kunna bli bättre, tydligare och attrahera en bredare målgrupp genom en förnyelse i sitt formspråk. Samtliga tillfrågade i undersökningen var positiva till en förnyring av tidningen som skulle kunna locka en yngre publik, men att den för den delen inte får tappa sina äldre läsare. Av personer jag talat med finns ett önskemål om att tidningen mer ska målgruppsanpassas för den nuvarande målgruppen 60 år och äldre. Då hamnar prioriteringar om fokus på den grafiska utformningen för en

bättre läsning högt upp.

Min slutsats i detta arbete och således de rekommendationer jag kan ge till tidningen blir, efter tolkningar från samtalen med läsarna. Att åtgärder krävs för svårlästa texter genom en mer luftigare layout, ge plats för fler bilder och sprid ut materialet över fler sidor för att ytterligare förbättra läsbarheten. Att på ett konkretare sätt målgruppsanpassa sin tidning för läsarna. Läsarna är kring och över 60 år. Just förbättring av läsbarheten blir därför en viktig och central del i det hela. Önskvärt är fler längre reportage, porträttliknande sådana där den enskilde medlemmen sätts i fokus. För att få bukt på det dalande medlemsantalet finns önskemål om att öka sin nuvarande frekvens om 4 nummer per år till 6 gånger om året. Vilket är ett sätt att engagera fler skribenter och skapa ett större engagemang för tidningens frågor och med en förhoppning om att locka en större publik.

2. Inledning

Under 2010 kom ett önskemål från Utbildningsdepartementet om att förnya utseendet på tidningen Sverigekontakt. Man har från tidningens sida inte mottagit några klagomål från läsarnas att tidningen på något sätt inte skulle fylla sin funktion. Då önskemålet kom från den större finansiären kände man att det är dags för en förnyelse av tidningen. Det finns sedan tidigare inga läsarundersökningar genomförda i fallet Sverigekontakt och därmed vet man i dagsläget inte riktigt hur tidningen mottags och tolkas av publiken. För att skapa mig en bild om läsarnas inställning till tidningen, både gällande det innehållsmässiga i artiklarna samt utformningen av tidningen bestämde jag mig för att genomföra intervjuer med läsarna. Där mitt syfte är att undersöka möjligheterna till förändring av tidningen med utgångspunkt från målgruppens önskemål och värderingar. Jag vill få fram ett så pass gott underlag så att en attraktivare och mer funktionell tidning fortsättningsvis kan levereras.

Jag gjorde tidigt valet att enbart vända mig till läsarkretsen för att höra deras åsikter om hur de tolkar tidningen och vilka förändringar man skulle vilja se för en mer intressant tidning. Detta kan röra sig om så väl designen som det mer innehållsmässiga i artiklarna. Inledningsvis var min avsikt att söka åsikter även hos yrkesverksamma inom tidningsbranschen, bland människor som är vana att utforma medlemstidningar av liknande karaktär som Sverigekontakts. Efter samspråk och överläggning med lärare och handledare beslutade jag mig för att fråna från denna typ av expertutlåtande. Jag ser en risk i denna typ av expertutlåtande, som lätt kan medföra tankar om vad som helt enkelt bara är trendigt just nu gällande tidningsdesign och där mer den egna prestige står på spel. Där fokus lätt kan tappas från den äldre målgruppen som läser tidningen och att utformningen av tidningen faktiskt måste anpassas efter dem.

Målgruppen ser jag som en ganska homogen grupp, åldersmässigt den

samma, enligt Lars Bergman på redaktionen är målgruppen för tidningen ungefär 60 år gammal och med ett intresse för kultur, det svenska språket samt emigrationen. Jag vill gå läsaren på djupet i min undersökning och skapa mig en bild om hur medlemmarna ser på sin tidning. Speglar den verksamheten på ett korrekt sätt? Vad tycker läsaren är bra respektive dåligt med tidningen. Hur ser man på en förnyelse av tidningen? Riksföreningen har ingen egentlig ambition att locka fler eller yngre medlemmar, även om detta är något på sikt man från tidningens håll måste göra. Medlemmarna idag är i åldern 60 år och äldre, medlemsantalet har minskat något de senare åren. I och med den stigande åldern i föreningen minskar även aktiviteter i form av resor till platser med svensk anknytning utomlands. Tidningen jobbar med en ganska tajt budget och lägger egentligen inga externa kostnader på exempelvis fotograf- eller journalist arvoden. Allt bildmaterial fotas internt eller av medlemmarna själva. De enda externa kostnaderna för framställningen är dels tryckkostnaderna samt till den person som layoutar tidningen.

I min uppsats följer här begreppsdefinitioner av den grafiska utformningens fundamentala delar som i symbios arbetar till att för läsaren skapa en sig en meningsfull bild av tidningen. Jag kommer ingående beskriva den process då mottagaren selektivt väljer ut det medieinnehåll man gör och varför man gör detta. Detta har stora kopplingar till det som medieforskare omnämner som *uses and gratification studies*. En teori som utgår från vad publiken gör med mediet. Jag kommer att redovisa mina resultat som framkommit från mina sex intervjuer jag genomfört med läsarna, hur deras inställning till tidningens upplägg och utförande ser ut idag och läsarnas intressanta egna åsikter till en tänkbar förändring.

3. Bakgrund

Många är vi som på ett eller annat vis har en viss anknytning till den stora emigrationstiden under 1800-talet. Folk har som regel någon gång fått höra berättelser om hur ens släktingar levde förr i tiden. Då fattigdomen bredde ut sig över Sverige och enda utvägen fanns i att söka lyckan i ett främmande land. Närmare 1,2 miljoner ¹ svenskar lämnade sina hem till förmån för det stora landet i väst. Just Nordamerika var destinationen för merparten utav emigranterna under denna period. Man tog med sig med sina familjer och ibland även boskap. Iväg på en lång resa, som för de flesta startade i Göteborgs hamn. En väntan på det osäkra. Ett hopp fanns om en lycklig och förmögen framtid. Men människorna gick oftast en tuff tid till mötes och önskan uppfylldes inte hos alla.

Jag har personligen ett eget intresse för emigrationen, då min farfars far i mitten av 1800-talet reste till en stad norr om Chicago, Illinois, i USA för arbete inom skogsindustrin.

1908 bildades en förening i Göteborg med särskilt fokus på just tiden för emigrationen under 1800-talet och 1900-talets början. Riksföreningen gick inledningsvis under namnet, *Riksföreningen för svenskhetens bevarande i utlandet*, och startades som en ideell förening. Initiativtagaren till denna förening var månsysslaren Vilhelm Lundström, som var journalist, politiker och även vetenskapsman. Han studerade språk vid Uppsala Universitet varpå hans intresse kring det svenska språket tog vid. Han blev så småningom redaktör för Göteborgs Aftonblad. Lundbergs största betydelse för föreningen låg i hans starka intresse att främja intresset för det svenska språket, oavsett nationell tillhörighet. Alltså upplysa människor vars kanske enda intresse låg i den svenska kulturen.

1914 började man ge ut tidningen *Allsvensk samling* som var förlagan till den tidning som idag skickas ut kan man konstatera.

¹ Lennart Limberg 2008:429 *Internationell nationalism, Riksföreningen 100år*

Vilhelm Lundström hade sedan länge kartlagt omfattningen kring hur många som talade och förstod det svenska språket ². Han kom fram till en siffra om 16 miljoner människor, vilka omfattade folk boende i såväl Sverige, Finland, Estland, delar av övriga Europa samt Nordamerika. Enbart i Nordamerika räknade man med att det fanns ca 2 miljoner svensktalande. Svenska språket var enligt honom alltså inget litet och obetydligt språk. Här tog föreningen sin start i sitt arbete att skapa ett större intresse för den *svenskhet*, som namnet på föreningen klartgjorde.

Särskilt fokus på just *svenskhet* definierades egentligen inte i början. Efter hand kom det svenska språket att sättas i fokus. Det var inte ovanligt att denna typ av förening bildades, i uppgift att hålla kontakten med utvandrade landsmän. Efter det första världskriget hade föreningen expanderat stort och fler än hundra lokalföreningar hade etablerats i Sverige. Riksföreningen verkar sedan dess under namnet *Sverigekontakt*

Riksföreningen Sverigekontakt är en ideell organisation med sitt ursprungliga ändamål att hjälpa svenskar och svenskättlingar i utlandet med att bevara kontakten med Sverige, det svenska språket och kulturen. Sverigekontakts verksamhet har allt eftersom fokuserats mer på att främja det svenska språket i världen. Bland annat med stöd till svenskundervisningen vid finska högstadieskolor och gymnasier. Medlemsskolorna beställer läroböcker till förmånliga priset genom föreningen. Sverigekontakt skickar barn- och ungdomsböcker till de svenska skolorna i utlandet med antingen heltids- eller kompletterande undervisning. Föreningen arrangerar även föreläsningar, seminarier och kurser utomlands kring det svenska språket och vår kultur.

Sverigekontakts arbete ligger även i att kartlägga svenska *minnesmärken* utomlands. Dessa minnesmärken kan exempelvis vara områden där betydande svensk historia har skapats. Minnesmärke som kan var allt från byggnader till platser där svenskättlingar de senaste århundraden har

² Lennart Limberg 2008:25 *Internationell nationalism, Riksföreningen 100år*

huserat. Det kan handla om platser som Lützen och Narva som bägge har stora svenska kopplingar till sig på grund av dess krigsslag som där ägt rum men även platser runt om i USA får uppmärksamhet. Man arbetar även med att hjälpa svenskättlingar utomlands att bevara kontakten med det gamla landet. Det svenska språket är en betydande fråga för föreningen som jag tidigare nämnt. Detta sker i och med att medlemmarna sinsemellan hjälps åt att rapportera om händelser från hemmaplan och från de platser som har svensk anknytning. Resor görs och reportage skrivs av medlemmarna hos Riksföreningen som fyra gånger per år sammanställs i den medlemstidning som skickas ut till de samtliga 2200³ medlemmarna som bor världen över. Ungefär 800 av dessa är bosatta här hemma i Sverige, medan alltså medparten av tidningarna skickas till medlemmar utomlands. Tidningen finns även att tillgå på konsulat och ambassader runt om i världen och utkommer i ca 2300 exemplar. Tidningens arbete finansieras dels genom det statliga stöd man varje år söker hos Utbildningsdepartementet, eftersom man bedriver svenskundervisning med fokus på det svenska språket, svensk litteratur samt såväl historia och kultur med svensk anknytning.

Dels finansieras tidningen även från avkastningen av den större mängd aktier och fonder som donerats till föreningen genom åren. En medlemsavgift om 150 kronor pers person är den tredje inkomstkällan för föreningen. Tillsammans med de övriga finansiella källorna får det Riksföreningens verksamhet med dess 4 heltidsanställda att gå runt. Över sig har Sverigekontakt en styrelse där Bo Ralph sitter som ordförande. Professor som även sitter med i Svenska akademien. Föreningen är även mycket stolt över konungen, Kung Carl Gustav XVI :s beskydd.

Tidningen idag har ett lite ålderdomligt utseende och det är utav den anledningen som önskemål från Utbildningsdepartementet har uppkommit.. Huruvida tidningens målgrupp är av samma åsikt vet man inte innan detta önskemål kom, eftersom inga tidigare läsarundersökningar har genomförts.

³ Intervju Lars Bergman 2 november

I min studie har jag presenterat det resultat av den läsarundersökning jag genomfört från kvalitativa djupintervjuer med medlemmarna själva. Tidningens medlemmar befinner sig i åldern kring 60 år och uppåt och har ett dalande medlemsantal då ingen direkt föryngring sker i föreningen.

Jag vill säga ett stort tack till samtliga inblandande som ställt upp på intervjuer. Tack även till Lars Bergman och Bo Ralph som stöttat mig och svarat på frågor under resans gång och tillhandahållit mig med litteratur och övrigt material kring emigrationen och föreningens arbete som varit till stor hjälp för mig inför mina intervjuer.

3.1 Innehållsanalys

För att som utomstående läsare få en inblick i vad innehållet i tidningen behandlar och vilka händelser som mest förekommande står i fokus har jag genomfört en innehållsanalys på de fyra utkomna nummer under 2010. Sammanlagt har jag gått igenom 57 artiklar och granskat dem utifrån vilket perspektiv innehållet i artiklarna är fokuserade. Generellt sett kan man se tidningen håller tre olika perspektiv. *Historisk-, kulturell- samt utbildningsinriktning*. Jag har även separerat artiklarna åt beroende på vilket land som innehållet i artikeln kretsar kring. Vidare har jag även studerat och gjort en bedömning vilken ålder huvudpersonerna i artiklarna har. Vilket är särskilt intressant att notera, om ett samband föreligger mellan målgruppen (60år) och åldern på personerna i artiklarna. Jag har vidare granskat hur könsfördelningen ser ut i tidningen, är det fler män än kvinnor som står i fokus i tidning? Jag har i min granskning fränsett från de återkommande inslagen från *ledaren* och *ordförande har ordet* och lagt fokus på de externa skribenternas bidrag i tidningen.

4. Problematisering

4.1 Problematisering utifrån föreningens perspektiv

Riksföreningen Sverigekontakt vill veta vilka möjligheter som finns för att förändra sitt numera lite ålderdomliga utseende på sin medlemstidning. Man vill dock inte tappa sin charm och funktion. Sverigekontakt vill få en klar bild av vad man som tidning skulle kunna förbättra, förnya eller helt lyfta bort ur tidningen. Ska fortsatt fokus ligga på den nuvarande målgruppen, 60år och uppåt, eller behöver man bredda sig och profilera sig som en kulturtidning som ska intressera även yngre läsare. Läsarnas åsikter om vad som bör förändras kommer spela en betydande roll i denna process. För att denna *redesign* ska bli möjlig att genomföras för tidningsredaktionen krävs en kartläggning om läsarnas inställning och deras läsarvanor och det intresse man ser i artiklar. *Redesignen* är fokuserad på att skapa *förbättringar* på såväl den grafiska utformningen som själva textinnehållet och dess perspektiv. Man har från tidningens håll ingen färsk undersökning som visar hur- och i vilken utsträckning medlemmarna tar till sig tidningen. Problemet som föreningen har är att få en bra balans i tidningen i att få den se intressant och attraktivt ut både gällande utformning och innehåll.

4.2 Problematisering utifrån ett vetenskapligt perspektiv

Vad det är som gör att man väljer intressera sig för en viss typ av artiklar eller vad läsaren saknar för innehåll i tidningen är sådant jag vill få svar på. Tidningen måste ju trots allt vara intressant för själva målgruppen. Det finns publik- och användarforskning att tillgå om processen som sker hos människan där man selektivt fokuserar på en viss typ av medie/

tidningsartiklar och varför man gör detta, kallat *uses and gratification*⁴. Liksom vetenskapliga underlag för hur disponering, *layouten* av text och bild bidrar till en sammantagen upplevelse av läsningen och läsbarheten. Min studie skulle kunna bidra till mer kunskaper om den komplexitet som föreligger vid en stor förändring av en tidning och tillämpas på andra liknande medlemstidningar. Utifrån en innehållsanalys av artiklarna vill jag kartlägga tidningens fokusering. Mot de intryck som framkommit ur de läsarintervjuer som jag kommer genomföra. Läsarintervjuerna kommer jag genomföra bland den idag uttryckta målgruppen, *60år och uppåt*. Genom intervjuerna vill jag ta reda på hur man ser på innehållet i tidningen, dess variation och anpassning efter målgrupp samt hur man ser på den grafiska utformningen av tidningen och om den skapar en betydelse och påverkan för läsoplevelsen.

⁴ Jostein Gripsrud: *Mediekultur Mediesamhälle* 2002:76

5. Teoretiska perspektiv

I detta kapitel kommer jag gå igenom de mest fundamentala delarna en tidningslayout bygger på och som bör tas i beaktning vid en redesign. Samt samspelet hur upplevelsen av text och bild mottags av publiken.

5.1 Vad är en redesign?

Ursprunget av *redesign*⁵ är inte helt oväntat hämtat från USA där man under 1930-talets produktdesign började göra nya förändringar på produkter. Detta var något man märkte gav stora förbättringar vad gällande försäljningen. Förändringar kunde utföras inom så väl bilindustrin som vardagliga produkter – utan att egentligen tillföra något nytt, tekniskt sett men skapade ett behov hos konsumenten till förnyelse. Detta fenomen är något som med åren även anammats av tidningsvärlden, där redesign av magasin och dagspress genomförs regelbundet. Anledningarna kan vara många, att man i en del fall vill ändra fokus och bredda eller helt och hållet byta målgrupp. En annan kan vara av ekonomiska skäl. Exempelvis att man inte har råd att fylla tidningen längre med lika många reportage eller att man inte får in annonser i samma utsträckning som tidigare. Men den kanske vanligaste anledningen, vilket så även är fallet med tidningen Sverigekontakt är att man vill vara mer *tidsenlig i sin utformning*⁶. Många magasin har därför de senaste åren gjort mindre förändringar med sina tidningar. Vilket har skett på tidningar som riktar sig till såväl ungdomar som den äldre läsaren. Förändringar av magasinerna har de senaste åren tenderat i att skapa en mer luftigare layout med en djärvare bildbehandling och man har även mer och mer frångått många av de typografiska regler⁷ som finns.

⁵ Eva Jais- Nilsen *Tidskriftsdesign* 2004:332

⁶ Eva Jais- Nilsen *Tidskriftsdesign* 2004:334

⁷ Bo Bergström *Effektiv visuell kommunikation* 2001:119

5.2 Samspelet mellan ord och bild

Det vi oftast syftar till när vi talar om att en tidning eller magasin har en god layout, handlar helt enkelt om hur man disponerat utrymmet i tidningen. Eva- Jais Nilsen skriver om proceduren att skapa en bra layout är ungefär som lägga ett pussel. De olika delarna passas ihop och skapar en helhet ⁸. Vart ska man sätta rubrikerna, i vilken storlek – och i många fall viktigast – vilket typsnitt ska man ha? Det gäller att få teckensnittet allt alltså passa in i sitt sammanhang. Man brukar tala om att den måste uppfylla kraven för *kongenialitet* ⁹, det vill säga lämpad för sitt sammanhang. Valet av just typsnitt har en stor betydelse för hur man uppfattar saker och ting. För att illustrera detta. Se figur 1. Samma ord säger olika saker. Exempelvis ett ord som *Bröllop*, till vänster ger inte ett lika varmt intryck och välkomnande som det skrivet i det mer snirkligare typsnittet till höger.



Figur. 1

Samma ord som ger olika intryck för läsaren. Det kan därför vara viktigt att enbart genom tidningens logotyp på framsidan förstå tidningens fokus.

5.3 Funktionell text

Förutom att skapa den där känslan i texten som man är ute efter får man inte glömma att - text är till för att läsas. Det vill säga man vill som läsare ge sig an

⁸ Jais- Nilsen *Tidskriftsdesign* 2004:288

⁹ Bo Bergström *Effektiv visuell kommunikation* 2001:129

en lättläst text. Christer Hellmark ¹⁰, grafisk formgivare och bokformgivare skriver om ett antal faktorer som är viktiga för en så pass behaglig textläsning som möjligt då man läser en bok eller en tidning på normalt läsavstånd.

Typsnitt

Alla typsnitt är kategoriserade enligt egentligen bara två huvudtyper. Inte slumpartat, utan det finns något som skiljer dem åt. Den första kallas *antikva* ¹¹ eller *serif*. Det som kännetecknar en sådan är att de har de små *klackarna* nedtill och upptill, som just kallas serifer. Denna typ av skrift är egentligen urtypen av typsnitt. Bokstävernas ursprung sägs vara så långt tillbaka som 1500 f kr ¹². Då det första skriftspråket uppstod och var helt och hållet alfabetiskt och byggde på ljud. Därefter utvecklades denna teknik av grekerna och kring tiden för Kristi födelse anammade Romarna detta skriftspråk. Man högg då ut bokstäver i sten och avslutade varje streck med att tvärställa sitt huggjärn. På så vis hade *serifen* uppkommit. Anledningen till det var att förbättra läsbarheten.

Den andra av de två huvudtyperna är *sanserifen*, dess betydelse är helt enkel *utan serif*. Den saknar alltså den här klacken som jag tidigare nämnt fanns på antikvan ¹³. Sanseriferna är mer statiska och likformade i sin konstruktion och lämpar sig därför inte i direkt löpande text där de tenderar att flyta samman. De rekommenderas användas på affischer, reklambudskap. Som ska betraktas på långt håll ¹⁴. Vanligt förekommande är de även i dagstidningar, i kortare textflöden som i ingresser, bildtexter eller som rubriktypsnitt.

¹⁰ Christer Hellmark, *Typografisk handbok* 2000:25

¹¹ Christer Hellmark, *Typografisk handbok* 2000:26

¹² Bo Bergström *Effektiv visuell kommunikation* 2001:121

¹³ Bo Bergström *Effektiv visuell kommunikation* 2001:126

¹⁴ Christer Hellmark, *Typografisk handbok* 2000:27

Teckengrad

Typsnittet storlek, eller grad, har även givetvis stor betydelse för läsligheten. Normalt för text ligger mellan 10-12 punkter, på text som skrivs på normal radlängd¹⁵. Med normal radlängd betraktas texter som är satta med mellan 55 -65 nedslag per rad¹⁶. Radlängden är mycket det som avgör vilken storlek på texten man kan använda sig av. Tidningar och magasin arbetar efter ett sk *gridsystem*¹⁷. Som är ett slag rutsystem där spalter och kolumner skapas, där man passar in texterna. När man använder sig av just ett flerkolumn system bör man ha något färre nedslag per rad än tidigare nämnt. När texter sätts i spalter kan man använda sig av en mindre teckengrad utan att man som läsare egentligen störs av detta. Ca 7 -9 punkter ska vara gångbart¹⁸. Man ska ju dock tänka på att texten ska vara läsbar, och att man som läsare inte tröttnar bara för texten är för liten. Man bör i synnerhet i fallet Sverigekontakt, som har en äldre målgrupp tänka på vilken grad man använder på teckensnittet. Det finns en psykologisk aspekt gällande storleken på texten som Hellmark tar upp, vilket är att en text med större text uppfattas mer lättläst än samma text med mindre storlek.

Det finns en gammal talserie som härstammar från 1100-talet och som skapats av matematikern Fibonacci¹⁹ som kan appliceras på såväl typografiska mått som utformning och komposition av fotografier. Den bygger på talserien 1, 2, 3, 5, 8, 13, 21 osv. Där summan av de två föregående talen bildar det tredje. Denna typ av komposition kallas gyllene snittet²⁰ och

¹⁵ Christer Hellmark, *Typografisk handbok* 2000:27

¹⁶ Christer Hellmark, *Typografisk handbok* 2000:31

¹⁷ Eva Jais- Nilsen *Tidskriftsdesign* 2004:321

¹⁸ Christer Hellmark, *Typografisk handbok* 2000:27

¹⁹ Bo Bergström *Effektiv visuell kommunikation* 2001:177

²⁰ Bo Bergström *Effektiv visuell kommunikation* 2001:133

kan alltså appliceras vid valet av storlek på teckensnitt. Där man exempelvis har en brödtext i 13 punkter och rubrik i 21 punkter.

Radavstånd

Något av det viktigast då man skapar en layout är att jobba med luft. Skapa en luftig text för en bättre läsbarhet. Detta brukar man kalla för *kägel*²¹ eller på mer förstålig svenska – radavstånd. Själva radavståndet måste anpassas till såväl valet av typsnitt, tecken storlek samt den radlängd man har. Ett riktmärke är att använda sig av minst 2 punkter högre radavstånd än den storlek man har på texten²².

5.4 Typografin i praktiken

Som jag tidigare tagit upp så har typografin en stor betydelse för hur vi betraktar vår text och hur vi ser layouten. Vanligt är att man i en text vill förstärka vissa ord, exempelvis att man fetmarkerar vissa ord i en text, eller kursiverar dem. Bo Bergström skriver om vikten av att inte använda sig av alltför många förstärkningar då själva vitsen försvinner²³. För att underlätta läsningen bör man använda sig av rubriker och mellanrubriker. Där i synnerhet mellanrubrikerna har en stor betydelse för arrangemanget. De har till uppgift att på en rad egentligen kort sammanfatta och presentera innehållet i det kommande stycket. Det skapar också en liten paus i läsningen för läsaren. Just mellanrubriker är något som genomgående saknas i tidningen Sverigekontakt. Även användning av *indrag*²⁴ i nytt

²¹ Christer Hellmark, *Typografisk handbok* 2000:32

²² Christer Hellmark, *Typografisk handbok* 2000:32

²³ Bo Bergström *Effektiv visuell kommunikation* 2001:138

²⁴ Christer Hellmark, *Typografisk handbok* 2000:86

stycke är något som ger upphov till en lättare text. Själva uppkomsten av indrag kommer från 1200-talet där indragets storlek är lika stort som teckengraden man valt. Detta är enligt Hellmark ett bra sätt att markera nytt stycke, vilket är något han förespråkar framför enbart blankrad som styckesindelning ²⁵.

5.5 Bildens betydelse

Nu har jag ganska kort beskrivet hur textens utformning skapar betydelse för hur vi tar till oss innehållet. Men så var det ju det här med bilden. Bilder är i tidsskriftssammanhang oerhört viktigt. Stefan F. Lindberg²⁶ skriver om hur han klassificerar foton enligt olika kategorier. Där faktabilden eller den *dokumentära bilden* kan likställas med *reportagebilden*, vilken är den typ av bild som är mest förekommande i Sverigekontaktsfall. En bild som ska uttrycka och vara berättande och inte på något sätt arrangerade²⁷. Oavsett typ av bild man använder måste den passa in i rätt sammanhang, rätt kontext. Bilden ska ju jobba i symbios till texten, och finnas som ett komplement för att förstärka intrycket²⁸. Syftet med bilderna är ofta varierande, allt från att informera om någonting till att mer berätta och finnas till stöd för en text. De kulturella skillnaderna är också stora, hur vi betraktar fotografiet. Vilket är mycket viktigt att tänka på då större delen av målgruppen för tidningen Sverigekontakt är bosatta utomlands sedan en längre tid och på ett eller annat vis färgats av dess kultur ²⁹. Bilderna som förekommer i tidningen är som regel amatörfoton kan man konstatera och känns i många fall ganska arrangerade och skapar inte alltid den här dokumentära känslan som jag tidigare nämnt.

²⁵ Christer Hellmark, *Typografisk handbok* 2000:86

²⁶ Eva Jais- Nilsen *Tidskriftsdesign* 2004:280

²⁷ Bo Bergström *Effektiv visuell kommunikation* 2001:154

²⁸ Bo Bergström *Effektiv visuell kommunikation* 2001:177

²⁹ Eva Jais- Nilsen *Tidskriftsdesign* 2004:283

5.6 Mottagarperspektivet

Hur väl samspelet mellan bild och text utfaller är en bedömning som är upp till mottagaren att göra. Själva processen som mottagaren går igenom brukar man kalla före *perception*, vilket är den fas människan går in i då man organiserar information för att dem tillsammans skapa en meningsfull bild av verkligheten³⁰, det vill säga, hur man som läsare betraktar och tolkar textens och bildens budskap i dess förhållande till varandra och i dess symbios. Dessa tolkningar och upplevelser man gör är det medieforskare kallar för *receptionsperspektiv*. En forskare som ägnat mycket tid åt att studera publiken och deras uppfattningar om medias betydelser är Denis McQuail³¹. En teori på detta område är *uses and gratification research*, där utgångspunkten är vad publiken gör med medierna³². Detta synsätt kan på så vis sägas vara dess motsats till vad som kallats för *Frankfurtskolan*³³ som helt och hållet utgick från att användarna var passiva och mer eller mindre manipulerades av medierna. Detta är intressant för om man ser till Tidningen Sverige kontakt så är det publiken som *skapar* tidningen. Vilket kan ha en inverkan på hur man som läsare tar till sig och väljer ut innehållet. Idag kan man ibland urskilja att vissa sociala- eller kulturella grupper som formerats i mediepubliken³⁴. Tidningens läsare har det gemensamma intresset i det svenska språket samt dess intresse för emigrationen och bildar på så vis en egen mindre grupp i samhället. Vilket även med anledning av deras koppling till Sverige och det svenska språket och dess historia även

³⁰ Phillip Kotler et al *Principles Of Marketing* 2008:258

³¹ Denis McQuail *Mass Communication theory* 2010:423

³² Jostein Gripsrud: *Mediekultur Mediesamhälle* 2002:76

³³ Jesper Falkheimer *Medier och Kommunikation* 2001:179

³⁴ Denis McQuail *Mass Communication theory* 2010:409

kan betraktas om en *kulturell grupp*. Det mest centrala i *uses and gratifications* studien är *varför* man konsumerar mediet i fråga ³⁵.

En större skepsis fanns i samhället då *Uses and gratification* forskningen först uppkom under 1940-talet. Man ansåg nu inte längre medierna vara så mäktiga och inflytelserika som man först ansett ³⁶. Man brukar säga att man genom mediekonsumtionen befinner sig i ett steg i att tillfredställa sina behov. Hela teorin inspireras av Abraham Maslows behovshierki, där de mest grundläggande behoven först måste tillgodoses innan nästa steg kan uppfyllas. Så anledning till *varför* läsaren väljer att skapa ett engagemang för tidningen kan enligt medieforskarna anses vara för att tillgodose mediebehovet. Dennis McQuail likt många andra medieforskare är överens om att det finns ett antal belöningskategorier som en medieanvändare styrs av i sitt val av att välja ut media eller tidningsartiklar på. McQuail benämner den första kategorin som *avkoppling* ³⁷, där han anser att man som mediekonsument gör sitt urval för fly sin verklighet, från ett tyngande problem eller vill känna en viss emotionell tillfredställelse. Weibull definierar detta behov som ett *förströelsebehov*³⁸, där Sverigekontaktläsaren i allra högsta grad kan anses vara en passiv läsare. Något som kan kopplas till att läsaren inte själv *aktivt* har köpt tidningen. Utan att det är något som skickas hem till dem, med anledning av deras medlemskap.

Vidare hävdar McQuail att man gör sitt urval av *personliga relationers* skull. Även Lennart Weibull har gjort sin bedömning av belöningskategorierna. Där han anser att man väljer sitt medie för att uppfylla ett *gemenskapsbehov*³⁹. Alla läsare har ju i grund och botten ett likartat intresse

³⁵ Denis McQuail *Mass Communication theory* 2010:423

³⁶ Jostein Gripsrud: *Mediekultur Mediesamhälle* 2002:76

³⁷ John Fiske *Kommunikationsteorier* 2000:203

³⁸ Lennart Weibull *Tidningsläsning i Sverige* 1983:33

³⁹ Lennart Weibull *Tidningsläsning i Sverige* 1983:33

för tidningen och dess frågor och man kan på så vis säga att en familjär känsla uppkommer mellan läsarna.

McQuial gör även han här en liknande tolkning och hävdar att man läser en viss typ av artiklar eller tar till sig av en viss typ av medie för känna sig delaktiv i ett större sammanhang och för att helt enkelt fortsätta vara en del av den här sociala gruppen. Eller för att placeras i en *social* kontext. Vilket åter igen kan knytas till Weibulls gemenskapsbehov. Det vill säga att man läser en viss typ av artiklar för att bygga sina vardagliga samtalsämnen på. Vidare menar Weibull att medievalet kan göras för *kulturell identifiering*. Något som i hög grad sägas om de utomlandssvenskar som läser tidningen och göra detta just för att vårda och känna sin tillhörighet i den svenska kulturen. Där de kan söka jämförelse med personerna i artikeln, personer som även de är bosatta utomlands men med rötter i Sverige. Denna typ av jämförelse kan fungera som en sporre och inspiration för vissa människor. Upplevelserna som skildras i artiklarna kan spegla personliga händelserna som kan påminna läsaren av sina egna erfarenheter. En annan anledning kan vara av mer personliga anledningar. Man gör sitt selektiva urval av artiklar som kommer *stärka* ens viktigaste värderingar⁴⁰. Gripsrud menar att vi som mediemottagare:

"tvingas vi bilda oss någon slags uppfattning om var vi själva står, vilka vi är, vilka vi vill vara eller bli – och vilka vi under alla omständigheter inte vill vara eller bli " 41.

Det är detta som brukar kallas för *identitet*. Innebörden av ordet är att man vill *bli ett med* exempelvis personen man läser om i artikeln och skapa sig en jämförande bild med denne. Gripsrud skriver om hur man kan se vår konsumtion av massmedier som ett tydligt tecken på att ett behov av ett

⁴⁰ John Fiske *Kommunikationsteorier* 2000:204

⁴¹ Jostein Gripsrud: *Mediekultur Mediesamhälle* 2002:18

socialt liv och söka sin identitet och önskan över att tillhöra ett större sammanhang eller social grupp finns hos många människor ⁴².

6. Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att göra en medlemsundersökning och studera vilka möjligheter till förändring som man kan göra med tidningen Sverigekontakt. Hur man kan skapa en attraktivare och mer tilltalande tidning för sin målgrupp.

Frågeställningar:

1. Vad får man som läsare utav att läsa tidningen Sverigekontakt? Vad är det som gjort att man som läsare fått ett intresse för föreningens frågor?

2. Vad anser läsaren om den grafiska utformningen av tidningen Sverigekontakt?

Bör man genomföra några förändringar av tidningen, eller är den fullt funktionell i sitt nuvarande utförande.

⁴² Jostein Gripsrud: *Mediekultur Mediesamhälle* 2002:40

7. Metod & material

I detta kapitel presenterar jag mitt tillvägagångssätt samt de metodval jag gjort för denna studie.

7.1 Val av metod

Valet av metod styrs helt utifrån en rad förutsättningar. Hur frågeställningar är utformade är det första man tar hänsyn till. Min bedömning var att det allra bästa var att träffa läsarna själv och föra en dialog kring fördelar och nackdelar med olika upplägg av tidningen. En djupintervju där läsaren får berätta sina tankar om hur man ser på tidningen. Metoden uppfyller de krav som ställs inom vetenskapen, nämligen att studien måste kunna vara *upprepbar*⁴³. Det vill säga att min studie vid senare tillfälle ska kunna genomföras av annan forskare. Jag var medveten om att detta var en tidskrävande process att på egen hand utföra en handfull djupintervjuer och påföljande analys utifrån de tematiska frågor jag delat upp min intervju kring.

Nackdelen med att välja den kvalitativa metoden framför den kvantitativa metoden är jag medveten om. Det vill säga att vid ett intervjutillfälle kan informanten få svårare att uttrycka sin ärlighet, när man möts ansikte mot ansikte. Detta jämfört med en anonym enkätundersökning som i viss mån kan ge en mer representativ bild av läsarens verkliga åsikter. Men fördelen som å andra sidan föreligger med en kvalitativ metod är att en djupare och mer ingående diskussion kan föras där intervjuaren har en helt annan möjlighet till naturliga följdfrågor. Min läsarundersökning är grundad på 6 personers åsikter kring deras önskemål och tankar om tidningen. En enkätundersökning skulle på egen hand bli allt för tidskrävande att både utforma, distribuera samt koda av. Med tanke på den knappa tid som föreligger gjorde jag detta avvägande. Det är givetvis svårt att generalisera

⁴³ Bengt Starrin & Per-Gunnar Svensson *Kvalitativ metod och vetenskapsteori* 1994:52

då det kommer till vad människor tycker om att läsa. Även om jag inledningsvis betraktat medlemmarna som en homogen skara bör man inte alltid ta ett sådant antagande för givet, menar Jesper Falkheimer ⁴⁴. Då människor är medvetet eller omedvetet medlemmar i olika sociala grupper och av olika härkomst. Trots sitt gemensamma intresse för emigrationen, kan man inte förutsätta samma uppfattning om tidningen fyller sitt syfte eller inte. Jag kommer presentera en bild från respondenterna som starkt beskriver den *kognitiva dissonans* ⁴⁵ som föreligger hos läsaren i fråga om förnyelse av tidningen kontra det faktum att den idag faktiskt fyller sin funktion som medlemstidning.

7.2 Läsarundersökning

För att få svar på syftet med min undersökning krävdes för mig att genomföra läsarintervjuer. Det fanns på området Sverigekontakt ingen tidigare undersökning genomförd. Denna undersökning skulle kunna grundas på ett större antal intervjuer med representanter från målgruppen för att få en mer tillförlitlig data att grunda mitt resultat på. Men som tidigare hänvisat, så talade den knappa tiden för ett mer begränsat antal respondenter.

Jag har alltså genomfört läsarintervjuer hos målgruppen som läser tidning Sverigekontakt. Samtalsintervjuer av denna typ är i många fall grunden för datainsamlingen och att med undersökning nå fram till valida resultat⁴⁶. Denna form av respondentintervjuer blev den allra bästa metoden att för mig genomföra denna studie på då det är människornas egna uppfattningar ⁴⁷ om hur man ser på tidningen och dess funktion. Min undersökning är grundad på 6 djupintervjuer mellan mig och den enskilda läsaren. Esaiasson

⁴⁴ Jesper Falkheimer, *Medier och Kommunikation* 2001:170

⁴⁵ Bo Angelöv & Thom Jonsson *Introduktion till socialpsykologi* 2007:175

⁴⁶ Peter Esaiasson et al *Metodpraktikan* 2004:280

⁴⁷ Peter Esaiasson et al *Metodpraktikan* 2004:286

mfl. skriver i *Metodpraktikan*⁴⁸ om vikten av att välja ut ett litet antal människor att intervjuas. Underlaget behöver nödvändigtvis inte bli bättre om man väljer att intervjuas 30 personer jämfört med 15. Med utgångspunkt från mina frågeställningar som jag vill få besvarade och tiden färdigställandet av resultatet gjorde jag en avvägning om att grunda min undersökning på 6 djupintervjuer.

Efter att ha gått igenom medlemsmatrikeln över medlemmar boende i västra Sverige valde jag ut fyra bosatta i Göteborg samt två personer boende i Varberg. Mina respondenter valdes ut efter blandat ålder och kön, tre män och tre kvinnor, i åldersspannet 39 år till 80 år. 5 av de 6 personer jag träffar är över 60 år. Jag träffar de fyra i Göteborg bosatta personerna för en personlig intervju, medan jag genomför en bandad telefonintervju med de två bägge från Varberg. Trots att majoriteten av medlemmarna är bosatta utomlands, väljer jag av främst praktiska skäl att ta kontakt med medlemmar boende i Sverige. Till min hjälp under intervjuerna har jag min minidisc, mikrofon samt den intervjuguide jag på förhand sammanställt utifrån tre teman: *artiklarnas innehåll, den grafiska utformningen, samt helhetsintrycket*. För att försäkra mig om en god dialog försökte jag undvika att ställa ja- och nej frågor, utan istället få en utvecklande dialog om läsarnas upplevelser. Detta genom att ställa uppföljande *varför* frågor. (*Se bilaga för tematisk indelning och intervjuguide.*)

7.3 Innehållsanalys

Som komplement till mina intervjuer har jag gjort en innehållsanalys av de 4 utkomna nummer av tidningen under 2010. Detta för att ge tidningsredaktionen en samlad bild av hur årets material fördelats. Men även av anledningen att ge uppsatsläsaren en tydligare bild av innehållet i denna relativt okända tidning. Jag har granskat 57 artiklar och definierat dess perspektiv utifrån ett *historiskt- kulturellt- eller utbildningsperspektiv*.

⁴⁸ Peter Esaiasson et al *Metodpraktikan* 2004:286 (ibid)

Jag har även delat in artiklarna beroende på vilket land som står i fokus i innehållet.

Vidare har jag även studerat och gjort en bedömning vilken ålder huvudpersonerna i artiklarna har. Samt granskat hur könsfördelningen ser ut i tidningen, är det fler män än kvinnor som står i fokus i tidning? Jag har i min granskning fransett från de återkommande inslagen från *ledaren* och *ordförande har ordet* och lagt fokus på de externa skribenternas bidrag i tidningen. Innehållsanalysen har jag gjort för att som utomstående läsare bättre få en bild av hur innehållet i tidningen är fördelat men sedan även som jämförande underlag mot läsarnas åsikter om innehållet.

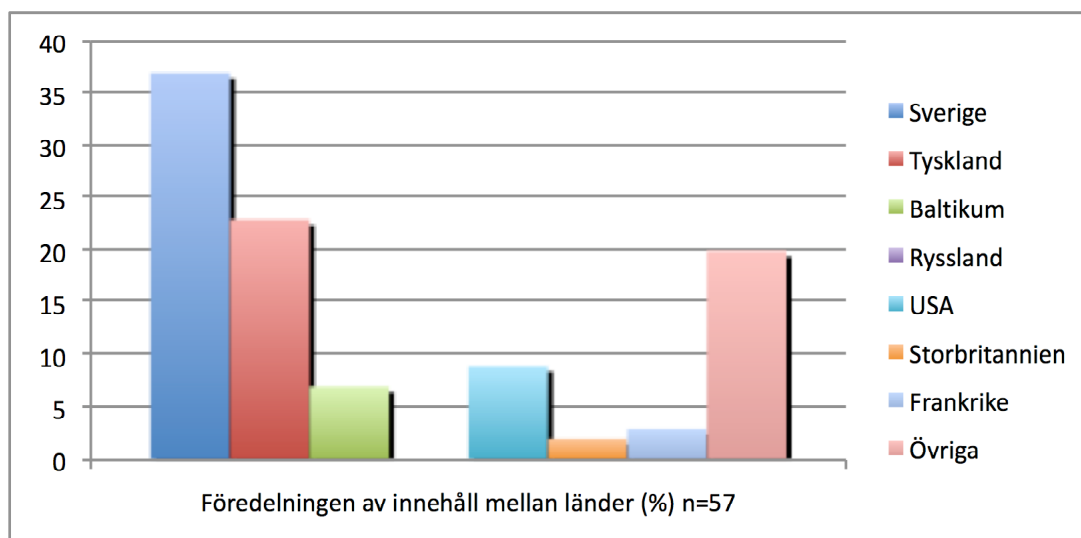
8. Resultat och analys

I följande kapitel kommer jag presentera det resultat som framkommit efter att ha genomfört intervjuerna. Vilka generaliseringar som kan göras på de läsarsåsikter om tidningen redogörs här.

För att få en struktur i mina intervjuer utgick mina samtal med respondenterna från olika teman jag byggt upp min intervjuguide kring. Mina resultat som här kommer redovisas baseras på intervjuer med 6 läsare och medlemmar i föreningen Sverigekontakt. Det första temat behandlar läsarnas inställning till det *inhållsmässiga* i tidningsartiklar i Sverigekontakts tidning. För att få en bild om läsarnas åsikter om den grafiska utformningen anser jag det även vara viktigt att höra hur de uppfattar textinnehållet i tidningarna. Att texterna är intressanta är en viktig del för att helhetsintrycket ska vara positivt. Men för att textinnehållet skall gå att ta till sig krävs därför att utformningen av tidningen är tillfredsställande. Inledningsvis kommer jag presentera resultatet från den innehållsanalys jag genomfört över 2010-års samtliga artiklar.

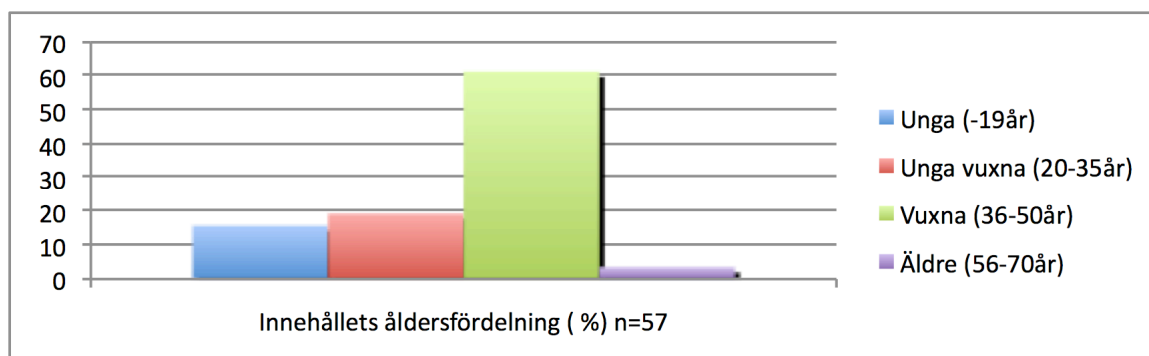
Den innehållsmässiga analysen visar att 37 procent av de totalt 57 granskade artiklarna som jag studerat i innehållsanalysen berör händelser från Sverige följt av Tyskland som representeras med 23 procent av det sammantagna innehållet. En analys som stöds av läsarna som reflekterat över att det rapporteras mycket från Tyskland. Där förklaringen ligger i det stora samarbete som finns med många tyska utbildningsförvaltningar.

Tabell 1



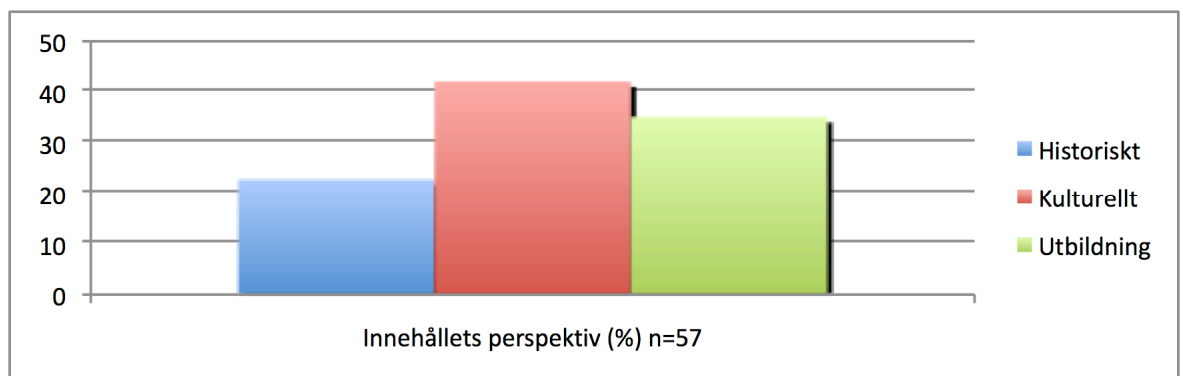
Vad man på förhand skulle kunnat tro var att då tidningen som har en målgrupp i åldern 60 år och uppåt skulle ha sitt material i tidningen fokuserat kring denna åldersgrupp, men min innehållsanalys visar på en relativt god spridning bland åldrarna (tabell 2). 16 respektive 19 procent av materialet berör åldersgruppen *unga upp till 19år* samt *unga vuxna 20-35år*. Resterande är fokuserat kring kategorin *vuxna 36-50år* och *äldre 51-70år* där den senare av dem endast representeras av ett fåtal procent.

Tabell 2



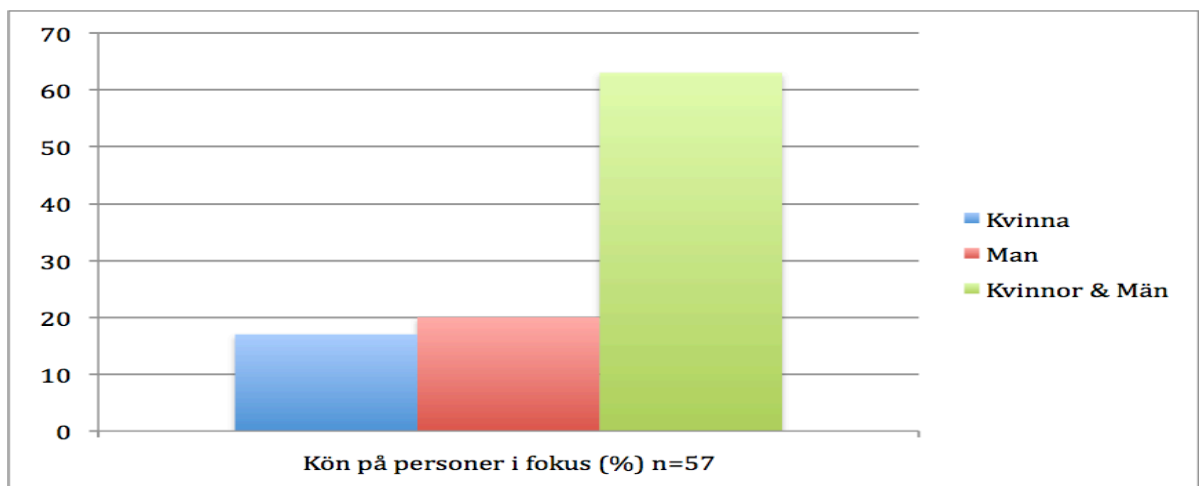
Resultatet (tabell 2) av detta bör betraktas med försiktighet, då det för mig i många fall varit svårt att göra bedömningen om ålder då personen i många fall enbart förkommer på bild och ålder inte uttryckligen står i texten. Vad jag tidigare refererat till från mina läsarintervjuer var att samtliga respondenter ansåg att innehållet i tidningen var lagom varierat. Fördelningen mellan de olika innehållsperspektiven i de granskade artiklarna såg ut enligt följande.

Tabell 3



En jämn fördelning av innehållet i tidningsartiklarna kan konstateras av tabell 3. Men med något övertag för händelser med anknytning till kultur.

Tabell 4



Balansen mellan artiklar som berör kvinnor och män är god (tabell 4), i majoriteten av fallen är det de bägge könen som står i fokus i artiklarna.

8.1 Artiklarnas innehåll

Intrycket hos samtliga tillfrågade gällande artiklarnas innehåll är att det är intressant läsning. Flera utav de tilltalade efterlyser någon form av personporträtt där enskilda medlemmar sätts i fokus och där man kan få en större inblick i deras vardag och deras intresse i föreningen.

Jag tror att det är de riktiga berättelserna i livet som är mest spännande, om man tänker sig "porträtten" som är i Göteborgs-Posten så läser ju alla människor dessa. Något liknande efterlyster jag i Sverigekontakt.

Manlig läsare, 60år

Anm. Ett förtydligande är att personen i fråga efterlyser olika former av reportage där man följer en persons vardag mer ingående.

Vad som däremot är gemensamt för dem är att de någon gång kan gå tillbaka till tidningen en eller två gånger innan den går till återvinning. Tidning utkommer endast 4 gånger per år, vilket kan vara en bidragande anledning till att läsare efter en tid går tillbaka och bläddra igenom tidningen på nytt

Innehållsmässigt tilltalar tidningen samtliga tillfrågade och anser den hålla en ganska hög nivå kvalitetsmässigt då det kommer till det språkmässiga. Även dess stora variation av ämnen som berörs är något som poängteras och uppmuntras till vidare sådan. Flera av mina respondenter har en koppling till emigrationen via släktingar som bosatt sig på olika håll i världen och på så vis skapat ett intresse för föreningen. Men ett intresse för föreningen har även uppstått av anledningar som jobb och resor som gjorts utomlands.

Flertalet av personerna jag talat med har kommit i kontakt med föreningen

av just anledningen att de ville hålla en slags kontakt med andra människor som av liknande anledningar flyttat utomlands. Jag har tidigare i min teori just tagit upp den *kulturella identiteten* som en stor anledning till att folk vill engagera sig i tidningen. Och att dess medlemskap och engagemang för tidningen finns där av anledning för att känna delaktighet och en gemenskap. Där man återigen kan se en klar koppling till Weibulls definition av behovstillfredsställelsen. Där *gemenskapsbehovet* även det är en stor anledning till att man läser tidningen. Den känslan jag får vid analysen av mitt material är att det finns en skara eldsjälur som alltid skriver för tidningen och engagerar sig i föreningens arbete och aktiviteter. Bland de jag talat med förefaller det även finnas dem som varken engagerar sig för tidningen eller föreningens arbete utan främst är medlem av egenskap som vän till andra medlemmar. Som en stödmedlem får man en känsla av. Hur många verkligt aktiva och engagerade medlemmar det finns i föreningen visar inte min undersökning. Främsta anledningen visar sig vara att man läser tidningen för att får en övergripande bild av föreningens och medlemmarnas arbete den senaste tiden. De respondenter som väl läser tidningen säger sig göra det av dels nyfikenhet, vilka skribenterna för numret är men kanske främst för nöjes skull, som ett tidsfördriv. Den kanske främsta anledningen till engagemang ligger förmodligen i just att känna en mättnad av *förströelsebehovet*. Som jag nämner i min teori är just detta något som Lennart Weibull beskriver som ett av huvudbehoven som mediekonsumtion har.

Jag kan inte säga att jag läser den så där noga, men jag bläddrar ju igenom den och ser om det är något jag fastnar för.

Kvinnlig läsare 59år

Och det som man fastnar för är i regel sådant som man har en personlig koppling till eller *personlig relation* till för att dra kopplingar till Dennis McQuails medieteori. Det verkar generellt som man behöver en personlig koppling, antingen till skribenten eller till artikelns innehåll som sådant, för

att man ska stanna upp och läsa.

Jag sätter mig nog inte i ett första skede utan tvekan och läser en lång artikel, det gör jag inte.

Kvinnlig läsare 68år

Innehållet genom åren har enligt en person jag talat med varit skiftande. Tidigare kunde det vara mer resereportage än vad det är idag. En stor anledning enligt läsaren är att medlemmarna blivit äldre och att inte så många har ork eller råd att resa i samma utsträckning som tidigare. Det finns till exempel ingen naturlig tillväxt vad gällande medlemmarna, vilket är en fråga som flera utav de jag talat med reagerar över. Från Sverigekontakts sida har man varit medveten om ett sjunkande medlemsantal men någon konkret handlingsplan för vad man ska göra finns inte. Inte mer än medvetenheten om den finns, vilket finns att läsa om i Riksföreningens policydokument⁴⁹ där medlemsrekryteringen framstår som viktig fråga.

Samtliga tillfråga är positiva till en förnyring av tidningen som ska kunna locka en yngre publik, men för den delen inte tappa sina äldre läsare. Detta är ett dilemma. Av personer jag talat med finns ett önskemål om att tidningen mer ska målgruppsanpassas och borde bli mer lättillgänglig.

Det kan väl vara bra att vara lite mer lättillgänglig, man kan väl få intrycket att tidningen är lite gammaldags i sitt upplägg.

Kvinnlig läsare 59år

När man talar om tillgänglighet för målgruppen kan man inte frånse vikten av den grafiska utformningen som ska vara till gagn för en bättre läsning. Vad jag tidigare refererat till i min teori var vikten av variation av typsnitt beroende på situation. Vid användning av *serifa* typsnitt och *san-serifa*, där

⁴⁹ Sverigekontakt nr 3. 2010:20

rubriker, mellanrubriker och bildtexter fungerar bäst då de används med ett *san-serif* typsnitt. Tidningen använder sig uteslutande utav *serifer* i sina texter, såväl i rubrikform som i brödtext. En variation här vore alltså att föredra för en mer lättläst text. Detta är en teori som även stöds av de medlemmar jag talat med.

(...) det är nästan samma storlek på all text i tidningen, både rubriker och text, vore även kul och nog bättre för läsningen om man varierar stilarna lite.

Manlig läsare 39år

8.2 Utformningens betydelse

Just betydelsen av en *god utformning* är min andra tematiska fråga som knyter an till frågställning ett och två. Samtliga tillfrågade anser att texterna i tidningen emellanåt kan vara jobbiga att läsa då *radavståndet* är för lite och att det är för tajt mellan spalterna. Detta skapar upplevelsen av att texterna flyter samman säger en kvinna jag talat med.

Det är väldigt mycket text, det flyter ihop, tillsammans med små fotografier blir det lite besvärligt ibland.

Kvinnlig läsare 68år

Hon anser vidare att man borde ta hänsyn till den åldersgrupp som läser tidningen lite mer och använda sig av lite större teckengrad samt större bilder. Delade meningar råder dock om bildernas betydelse. Där en annan kvinnlig läsare tycker att små bilder är att föredra framför större.

(...) fördelen med fler mindre bilder är ju att man får en bredare bild av fler artiklar än om man skulle ha få och större bilder.

Kvinnlig läsare 80år

Bekymret med för lite luft i layouten är något som inte enbart de äldre av mina respondenter reagerat över. En manlig läsare, 39 år, ger mig liknande svar, där han ser just läsbarheten som "tidningens svaga punkt". Men att den innehållsmässigt håller hög standard. En förnygring av tidningen är något som 5 av 6 personer ställer sig bakom och tror detta skulle hjälpa föreningen på många sätt.

Tidningen är ju inte modern. Den är lite gammaldags, som ett föreningsblad såg ut förr i tiden.

Manlig läsare 60 år

Samma läsare fortsätter vidare och anser tidningen på sikt måste genomgå en förnygringsprocess för sin fortsatta överlevnad. Den grafiska utformningen tycks således ha en ganska stor betydelse för läsarupplevelsen hos målgruppen. Man upplever att tidningen dock är funktionell som det rapporterade mediet i det format som tidningen idag har men att en förnyelse är välkommen.

Jag skulle väl om jag var ansvarig (för tidningen) fundera lite mer på layouten för att tidningen ska bli riktigt bra.

Manlig läsare 59år

Det förefaller vara ett bekymmer för tidningen att sticka ut i mediebruset. Vilket mycket väl kan bero på dess utformning.

Jag har så himla mycket tidsskrifter hemma på grund av jobb och sådant och andra intressen och så(...)den hamnar väl inte överst i högen precis.

Kvinnlig läsare 59år

Med en förändring skulle tidning skapa ett större engagemang bland medlemmarna och högre upp i prioritering gällande den dagliga mediekonsumtionen.

8.3 Helhetsintrycket av tidningen

Mitt tredje tema för intervjuerna berör själva *helhetsintrycket* av tidningen vilket går hand-i-hand med min andra frågeställning för uppsatsen. Där jag ställer frågan om den grafiska utformningen verkligen har någon inverkan på läsaren för dess upplevelse. Jag frågar mina respondenter efter jämförande tidningar som man tycker är intressanta och att Sverigekontakt i sin struktur skulle kunna ta efter. Detta resulterar inte i några konkreta exempel. Fler tävlingar utlyses dock av en kvinnlig läsare jag talat med.

Jag tycker det är roligt att de har med lite korsord och lite sådant man får klura med ett tag, lite mer sådant hade varit roligt, eftersom tidningen kommer ut så sällan.

Kvinnlig läsare 70 år

I mitt tredje tema summerade jag alltså de intryck jag fått under intervjun, under dess inledande två tematiska frågeställningarna. Mina frågeställningar nu, i det tredje temat formades till en sammanfattande diskussion kring helheten för att knyta ihop säcken. Utifrån deras samlade svar skapar jag här den sammantagna uppfattningen om hur läsaren uppfattade tidningen. Man säger sig vara nöjd med tidningen, men vid närmare eftertanke säger sig flertalet av respondenterna att utseendet på tidningen spelar stor roll för hur lång tid man läser tidningen. 5 av 6 tillfrågande säger sig ägna mellan 20 till 30 minuters läsning av tidningen direkt när tidningen kommer med posten. 1 person säger sig ägna mindre tid än så.

*Jag måste säga jag tycker det är en funktionell tidning på många vis, den är intressant och behandlar relevanta ämnen anser jag då.
Manlig läsare 60år*

Målgruppen är bevisligen en mycket lästrogen skara, enligt uppgifter som *NORDICOM*⁵⁰ tagit fram. Dessa visar att 38 procent av åldersgruppen 45-64 år en genomsnittlig vecka läst en special/ facktidskrift. Inte oväntat då att även läsarna av Sverigekontakt ägnar den relativt mycket tid. Någon exakt jämförande tidsangivelse för hur mycket den normale läsaren lägger på månadstidningar har jag genom *Nordicom* inte kunnat finna.

Styrelseordförande och professor Bo Ralph, som jag talat med hoppas kunna attrahera en större målgrupp med tidningen på sikt och tidningens ambitioner är även att bli mer tillgänglig.

"Tanken är att få ut tidningen på arbetsplatser och myndigheter, och då gäller det att tidningen är snyggt "förpackad" för att kunna sticka ut i mediebruset bland övriga tidningar".

*Ordförande Bo Ralph*⁵¹

Jag kan av läsarnas helhetsintryck konstatera att man finner tidningen fullt funktionell i nuvarande utförande, men att man inte är främmande för en viss förnyelse utav den. En av medlemmarna jag talat med tycker att tidningen utkommer för sällan, men hade god förståelse för att fler nummer per år skulle bli svårt att producera med de nuvarande 4 heltidsanställda som arbetar på Sverigekontakt. Kontentan av intrycken av min tredje frågeställning blir att den grafiska utformningen har betydelse för om läsarna anser tidningen intressant. Frågan kvarstår dock om man efter en

⁵⁰ Nordiskt informationscenter för Medie- och kommunikationsforskning
Statistik: Läsning av olika tidskriftstyper 2009

⁵¹ Intervju med ordförande Bo Ralph 2010-12-09

genomförd *redesign* av tidningen skulle ägna mer tid åt tidningen än vad man gör. För att få svar på detta krävs en uppföljning på denna undersökning. På förhand kan de sammanfattade åsikterna om en förnyelse av tidningen betraktas som positivt av medlemmarna själva.

9. Slutsats och diskussion

Jag kommer i detta kapitel att knyta samman mitt syfte med metoden och resultatet och lägga fram de slutsatser man kan dra efter sammanställningen.

Inledningsvis genom att enbart granska fyra tidigare nummer av tidningen Sverigekontakt fick jag mig själv en ganska tydlig bild om vad jag själv ansåg om den, då det handlade om grafisk utformning av tidningen. Innehållsmässigt i artiklarna fann jag dem också intressanta, men då jag inte var insatt i tidningens verksamhet kunde jag själv inte avgöra huruvida materialet i dem var relevant. Här blev läsarnas intryck nödvändiga för undersökningen. Min första tanke var för att man som läsare ganska uppenbart anse tidningen vara i behov av ett lyft i sitt formspråk. Då jag själv har ett väldigt stor intresse för just grafisk formgivning blir det i regel första jag kikar efter då jag öppnar ett magasin dess utformning. Jag var medveten om att alla människor inte tänker riktigt i de banorna som jag gör utan ger sig an en tidning på ett *normalt* vis där själva textinnehållet förefallet som det primära.

Efter att ha fått igång respektive diskussion med respondenterna visar sig delar som text- och bild storlek liksom typsnitt ha en betydande roll för hur man faktiskt ser på tidningen. Man anser inledningsvis att tidningen är bra som den är och fyller sin funktion som det centrala mediet i föreningen. Men att den skulle kunna bli bättre och attrahera en bredare målgrupp genom att förnya sin form. Förbättringar genom att göra texter mer lättlästa, använda

sig av bättre bildmaterial är två primära åtgärder som krävs.

På sikt måste man försöka attrahera en bredare målgrupp än den man idag primärt har. Jag tror att man finner en intressant och tänkbar målgrupp finns i lärarstudenter samt redan utbildade lärare, tidningen lägger ju stor fokus kring området utbildning. Därmed tror jag tidningen skulle skapa ett stort intresse för unga som framför allt vill arbeta som svensklärare i utlandet.

Det kvarstår dock att analysera läsarnas kommande intryck efter själva genomförandet av tidningens förändring. I detta enskilda fall där önskemålet om en förändring inte kom från målgruppen själva utan genom yttre påtryckningar kan det ses lite som en chansning att genomföra en förändring utan att ha gjort en mer grundligt genomförd undersökning om läsarnas inställning. Jag anser mig belåten med mitt framkomna resultat.

9.1 Behandling av resultat

De önskemål som konstateras och betonas tydligast utifrån mottagarna och deras perspektiv är:

- Åtgärder krävs av svårlästa texter. Detta genom mer luft mellan rader och spalter även genom att sprida ut materialet på fler sidor. Använda mer mellanrubriker för underlätta läsligheten. Ge plats för fler bilder och placera mer luft mellan text och bild.
- Bli kräsnare från redaktionens sida i urvalet av bildmaterial för att uppehålla en viss *kvalitetsstämpel* på tidningen.
- På ett konkretare sätt målgruppsanpassa sin tidning. Där just förbättring av läsbarheten är en viktig del i det hela. Genom fler mellanrubriker och en allmänt luftigare layout. Fler knep & knåp.
- Fler längre reportage, porträttliknande sådana där den enskilde *Sverigekontakten* sätts i fokus.

- Önskemålen om att öka sin nuvarande frekvens om 4 nummer per år till 6 gånger om året - varannan månad. Vilket skulle kunna ses som ett led i en större satsning att engagera fler skribenter samt även att ta tag i det dalande medlemsantalet och engagemanget.

Då hela intrycket av tidningen är en sammantagen upplevelse av dels artiklarnas innehåll så även utformningen av tidningen är upplevelserna från läsarna av stort värde. Jag har tidigare vid min teoretiska ansats refererat till studien *uses and gratifications*. Där essensen nämligen var att publiken själva är aktiv och stark nog att fritt välja bland medier eller vilka artiklar man i tidningens fall väljer att ta till sig av ⁵². Därför är det väldigt viktigt att tidningens tar till sig av den bild av hur läsarnas tar till sig innehållet som jag presenterat i mitt resultat. Alltså vilken betydelse det innehållsmässiga i artiklarna har för läsarna har och *varför* man som väljer att läsa det.

Det är tufft för en liten förening att genomföra radikala förändringar då resurserna är knappa och man har många konkurrerande mediekanaler att armbågas med. En långsikt åtgärdsplan bör därför upprättas menar jag. Där man får satsa mer pengar på exponering och räckvidd. Att i denna plan lägga fram strategier för marknadsföring av föreningen och dess tjänster är viktigt.

”Det finns ett stort intresse och en stor efterfrågan på föreningens tjänster vilket innebär att vi måste satsa på synlighet för att nå ut till fler. Vi vet att det är tuffa tider för hela Sveriges föreningsliv, egentligen är det ju bara idrottsföreningar som överlever i dagsläget.”

Ordförande Bo Ralph. ⁵³

⁵² John Fiske *Kommunikationsteorier* 2000:205

⁵³ Intervju med ordförande Bo Ralph 2010-12-09

9.2 Vidare forskning

Som kritik till mitt eget genomförande av undersökning som trots enligt mig själv goda avvägande gällande mitt urval av målgrupp för undersökningen, har det dock varit svårt att dra generella slutsatser kring läsarna åsikter, om vad som är bra i tidningen respektive dåligt. Min genomförda forskning på den mindre grupp medlemmar får se som ett avstamp på den resa som tidningen måste ge sig iväg på för att fånga inspiration till förändring. En resa för att tillgodose sin publik, men även som ett steg i att försöka attrahera en ny publik, för en långsiktig överlevnad. Mina resultat och slutsatser borde snarast appliceras på tidning, vill man få en vidare blick av medlemmarnas åsikter bör man genomföra en mer omfattande målgruppsanalys och därtill en mer global läsarundersökning som om tid och resurser finns skulle kunna vara en kvantitativ enkätundersökning. Detta för att på ett bredare plan höra medlemmarnas åsikter inför en kommande förändring av tidningen och skapa sig ett större underlag med åsikter om tidningen.

Referenslista

Litteratur:

Angelöv, Bosse, och Jonsson, Thom (2007) *Introduktion till socialpsykologi*, Studentlitteratur, Lund

Bergström, Bo (2001) *Effektiv visuell kommunikation*. Carlson förlag, Stockholm

Esaiasson, Peter; Gilljam, Mikael; Oscarsson, Henrik; Wängnerud, Lena (2004) *Metodpraktikan*, Nordstedts Juridik AB, Stockholm

Falkheimer, Jesper (2001) , *Medier och Kommunikation*, Studentlitteratur Lund

Fiske, John (1997) *Kommunikationsteorier* Wahlström & Widstrand, Stockholm

Grupsrud, Jostein (2002) *Mediekultur Mediesamhälle*, Daidalos, Göteborg

Hellmark, Christer (2004) *Typografisk handbok*, Ordfront, Stockholm

Jais- Nilsen, Eva (2004) *Tidskriftsdesign*, Ordfront, Stockholm

Kotler, Phillip; Armstrong, Gary; Wong, Veronica; Saunders, John (2008) *Principles Of Marketing* Pearson Education, Harlow

Limberg, Lennart (2008) *Internationell nationalism* Riksföreningen Sverigekontakt, Göteborg

McQuail, Denis (2010) *Mass Communication theory*, SAGE publication, London

Starrin, Bengt & Svensson, Per-Gunnar (1994) *Kvalitativ metod och vetenskapsteori* Studentlitteratur, Lund

Weibull, Lennart (1983) *Tidningsläsning i Sverige* Liber, Stockholm

Utgåvor av Sverigekontakt:

nr1 2010

<http://sverigekontakt.se/filearchive/8/846/Svekont01-2010.pdf>

nr2 2010

<http://sverigekontakt.se/filearchive/8/849/svekont02-2010.pdf>

nr3 2010

<http://sverigekontakt.se/filearchive/8/858/svekont03-2010.pdf>

nr4 2010

<http://sverigekontakt.se/filearchive/8/870/svekont04-2010.pdf>

Internet:

Nordicom

Nordiskt informationscenter för Medie- och kommunikationsforskning

Statistik: Läsning av olika tidskriftstyper 2009

http://www.nordicom.gu.se/common/stat_xls/1831_2560_SF-tidskrifter_lasning_typer_gnsn_vecka_2009.xls

Intervjuer:

Lars Bergman, Generalsekreterare, Riksföreningen Sverigekontakt

2010-11-02

Bo Ralph, Professor samt styrelseordförande, Riksföreningen Sverigekontakt

2010-12-09

Läsarintervjuer:

Kvinna, Göteborg 68år

Man, Göteborg 60år

Man, Göteborg, 39år

Man, Göteborg, 59år

Kvinna, Varberg 80år

Kvinna, Varberg, 74år

Bilaga 1.

Intervjuguide

Efter en inledande presentation om vad min avsikt med läsarundersökningen är startar jag med ett par inledande frågor, enligt rekommendationerna i Metodpraktikan för att få en liten mjukstart. Jag har därefter delat in mina intervjuer efter olika teman, där frågorna berör områdena; *artiklarnas innehåll*, den *grafiska utformningen* samt läsarens *helhetsintryck*. Detta för att på ett lättare och strukturerat sätt behandla datan i resultatredovisningen. För att få en uppfattning om huruvida designen är underordnad själva innehållet i tidningen, måste jag gå läsaren på djupet och ta reda på vilken betydelse som texter och bilder har för själva helhetsintrycket.

Kort presentation

Jag genomför på uppdrag av Riksföreningen Sverigekontakt en läsarundersökning och har några frågor som berör era tankar kring vad ni tycker om tidningen Sverigekontakt.

Ingen av uppgifterna som kommer behandlas i min intervju berör frågor av direkt känslig art, men jag utlovar er helt och hållet anonymitet. Där inga av uppgifterna som lämnas kommer att kunna knytas till er som enskild person.

Intervjufrågor

Inledande frågor:

Tidningen knyter ju an mycket till det svenska språket och till tidsepoken för den stora emigrationsperioden under 1800-talet.

Vilka kopplingar till emigrationen har du? och hur har ditt intresse för emigrationen uppkommit?

Hur har ditt intresse för Sverigekontakt som förening uppkommit?

Hur kom det sig att du blev medlem i föreningen?

Hur känner du för den tidning som skickas ut till alla medlemmar?

Vad fyller tidningen för funktion för just dig?

Tema 1 artiklarnas innehåll

Vad tycker du om innehållet i tidningen?

Läser du den? Om inte, hur kommer det sig att du inte gör det.

Vad finner du intressant i den?

Tycker du att det är något land eller några typer av händelser som belyses alldeles för mycket?

Är det tillräckligt varierande?

Vad saknas tycker du?

Skulle du önska fler större reportage?

Eller möjligen att tidningen varierar sig, och från nummer till nummer och har någon form av tema? Exempelvis att numret som kommer ut i december, har ett jultema?

Eller möjligtvis att ligger mer fokus på ett specifikt land och händelserna där den senaste tiden?

Tema 2 Grafisk utformning

Hur känner du när du öppnar tidningen för första gången?

Ser den intressant ut att ge sig an? Eller hur känner du. Ser den inspirerande ut?

Typografi

Hur upplever du texterna, är det lättlästa? Eller har du någon gång haft svårigheter med att ta dig fram i texten.

Känns teckensnittstorleken lagom?

Känner du att tidningen verkar anpassad efter sin målgrupp som den har?

Om inte, vad skulle man konkret kunna göra för att få den mer målgruppsanpassad?

Sverigekontakts tidning läses ju idag av människor i 60-års- åldern. Är det ungefär i denna ålder ni också befinner er?

Foton

Har du reagerat på bilderna som är i tidningen?

Är de för stora, för små, för många, eller för få?

Eller är det så att du tycker bilderna inte riktigt känns relevanta för artiklarna?

Allmänt

Vad tycker du om formatet på tidningen?

Tema 3 Helhetsintryck

Tycker du att tidningen idag fyller sin funktion i att spegla verksamhetens händelser och aktuella företeelser med svenskanknytning utomlands?

Finns det någon annan tidning som du läser som du önskar att Sverigekontakt skulle vilja efterlikna i sitt upplägg?

Hur mycket tid, uppskattningsvis lägger du på tidningen?

Bilaga 2.

Kodschema för innehållsanalys

V1=Perspektiv

- 1=Historiskt
- 2= Kulturellt
- 3= Utbildning
- 4= Annat

v2=Länder

- 1= Sverige
- 2= Tyskland
- 3= Baltikum
- 4= Ryssland
- 5= USA
- 6= Storbritannien
- 7= Frankrike
- 8= Övrigt

V3=Personer i fokus

- 1= Unga (13-19år)
- 2= Unga vuxna (20-35år)
- 3= Vuxna (36-55år)
- 4= Äldre (56-70år)
- 5= Okodbar

V4=Kön på person i fokus

- 1= Kvinna
- 2= Man

3= Både kvinna och man i fokus

4= Okodbar