



GLAPPET

SVT VS UNGDOMARNA



Ett projektarbete av
Emilie Aune, Josefin Brosché & Carolina Nilsson
Journalistprogrammet, JMG, Göteborgs universitet
Vt 2009



INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Ledare 4

Uppslaget 5

Det här erbjuder Sveriges Television 6

TV-historia i årtal 9

Den andra sidan 10

Ungdomar tittar allt mindre på TV 12

Serier lär unga det sociala spelet 14

Vad säger dokumenten 17

Mina koder är dina koder 18

SVT och Ungdomarna – förlorade i medielabyrinten 19

"Man vill inte se verklighet, man vill se fiktion" 20

Så här gjorde vi 23

"Glöm dina bekymmer, i morgon kommer nya" 24

Streaming – fortfarande den nya tidens teknik? 27

SVT:s nya kläder ska locka unga tittare 29

SVT:s förnygringsstrategi – ett vagt begrepp utan täckning 32

Ungdomarna SVT:s stora dilemma 33

Lära för livet – eller leva för att lära? 38

LEDARE

TONÅRSTIDEN - gränslandet mellan barndomen och vuxenlivet. En tid då kroppen förändras som aldrig förr och hormonerna svallar som mest. Då identitetssökandet utgör en stor del av vardagen och då nya gränser testas. En tid som inte alltid är så lätt.

VI TILLHÖR alla tre den generation som har växt upp med ungdomsprogrammet *Bullen* som sändes i SVT. Där fick man lära sig hur man frågar chans på någon, där insåg man att man inte var den enda som gick runt och var olyckligt kär och där fick man svar på de där pinsamma frågorna som man inte själv vågade ställa. Vem minns inte inledningsfrasen till det återkommande inslaget "brevfilmen", som löd "och som vanligt är det inte personen i filmen som har skrivit brevet". Kanske romantiserar vi *Bullens* inflytande på ungdomar såhär nästan tio år efter programmets nedläggning men nog känns det som om vi lärde oss många bra saker om livet från programmet.

NÄR VI BÖRJADE fundera över vilka motsvarigheter till *Bullen* som finns idag dök det ena efter det andra frågetecknet upp; finns det några ungdomsprogram på SVT idag och om nu ungdomar inte tittar på SVT, vad tittar de egentligen på och varför? Och framför allt, vad är egentligen en ungdom?

TILL GRUND för den här granskningen ligger statistik från MMS som visar att SVT har det största tittarraset bland ungdomar, och det kanske inte är så konstigt. Dagens generation tonåringar har massvis med kanaler att välja mellan. Syftet med vår granskning är att undersöka hur utbudet för ungdomar ser ut på SVT idag och vad ungdomar helst väljer att titta på. Vi har utgått ifrån två huvudsakliga frågeställningar:

1. Hur ser SVT:s utbud för ungdomar ut idag och varför ser det ut som det gör?
2. Varför sviker ungdomar SVT och vad tittar de på istället?

Med dessa frågor som vägledning har vi gjort ett försök att kartlägga GLAPPET – ungdomsgenerationen som utgör morgondagens vuxna och som SVT kämpar med näbbar och klor för att nå. Eller gör de verkligen det?

Trevlig läsning!



Josefin Brosché



Carolina Nilsson



Emilie Aune

UPPSLAGET

Vad är egentligen en ungdom?
För att sälla i begreppen, tog vi
hjälp av tre populära uppslags-
verk. De var till stor hjälp.

Ungdom, ålder i livet, mellan barndom
och vuxendom. Placeras ofta i åldrarna mel-
lan 13 och 21 år, jfr tonåring.

Källa: susning.nu

Ungdom, ofta förknippat med tonåring,
är den period då man fortfarande är ung,
men inte längre barn (förutom inom juridik
om man fortfarande är under den myndig-
hetsålder som är satt i den stat man bor). Ib-
land räknas människor i åldern 13-25 som
ungdomar

Källa: Wikipedia

ung`dom subst. ~en ~ar
ORDLED: ung-dom-en

1 (knappast plur.) det att vara ung vanl.
mellan ca 15 och 30 år; i fråga om människa

2 (gruppen av) unga personer i (de övre)
tonåren el. tidig 20-årsålder:

Källa: Nationalencyklopedin



Det här erbjuder

På traditionell TV finns inga kategorier, utan tittaren väljer själv det som verkar intressant. Inom webb-TV är det däremot vanligt att använda kategorier för att skilja programmen åt. Så gör även SVT som delar upp programmen på SVT Play i följande kategorier.

Barn

Film och Drama

Kultur och Nöje

Sport

Samhälle och Fakta

Nyheter

Dessa kategorier ger en tydlig ledtråd om vad som är lämpligt för barn, enligt SVT, men ingen som helst guidning för ungdomar. De får istället klicka

TEXT: Josefin Brosché

sig runt och leta, eller se på sådant de redan grundlagt ett intresse för, på traditionell TV.

Vi misstänker att detta bidrar till ungdomarnas förvirring angående SVTs utbud. Här har vi listat programmen som SVT – och vi själva, tror intresserar ungdomar.

Program som det är oklart om SVT anser är för ungdomar, men som vi tror de ser på ändå:



183 dagar
- en drama-
serie om livet
efter doku-
såpan. Foto:
Sofia Sabel

183 dagar

Dramaserie om hur det går för en grupp ungdomar (ca 18-25 år) som medverkat i en dokusåpa, när sådan är slut och kameran stängts av, men man vill förbli i rampljuset.

Sveriges Television



Mia och Klara
Foto: SVT/Detta

Mia och Klara
Humorserie av och med Mia Skäringer och Klara Zimmergren. Humor om vardagliga situationer och relationer, som Mia och Klara gestaltar genom en lång rad udda karaktärer.

Andra avenyn

Dramaserie om livet på den fiktiva orten Riverside. Handlar om flera olika familjer och förvecklingarna i deras relationer och dagliga möten.



Karin Winther leder Hype. Foto: Anton Renborg

Merlin

Brittisk äventyr/fantasyserie om det mytomspunna Camelot, där den unge prins Arthur och den unge trollkarlen Merlin bor tillsammans med sina vänner Guinevere och Morgaine. Producerad som serie för unga vuxna och ungdomar.

Hype

Kultur och nöjesprogram med fokus på mode, musik och design. Gör reportage och intervjuer med aktuella kultur och nöjespersonligheter. Programledare är Karin Winther, som började som DJ och programledare på MTV.

Program som SVT menar är riktade till barn och unga/ yngre tittare:

Lilla aktuellt
Nyhetsprogram för barn och unga. Vuxna programledare sänder förenklade och förklarade nyheter för unga.



Tonårsliv
Serie om tre tonårstjejer, delvis filmat av dem själva, om deras vardag med skola, relationer, utseende och fritid.

Cecilia, Monica och Joanna är med i dokumentärserien Tonårsliv.
Foto: Johan Paulin

Dr Åsa
Läkarprogram med läkaren Åsa Vilbäck, som berättar och förklarar om människokroppen och sjukdomar, samt varje program hjälper någon med sjukdomsdiagnos, som agorafobi eller övervikt.

Djursjukhuset
Serie om ett djursjukhus i Helsingborg och Kolmårdens djurpark, och om djuren och människorna där. Leds av Anders "Ankan" Johansson, från Anders och Måns.

Hasses brorsas låtsasyrras kompis
Panel och diskussionsprogram med barn i åldrarna 11-14 som medverkar. Leds av Kitty Jurbring, och diskussionerna gäller spridda ämnen såsom "När vet man att man är redo att ha sex" och "Varför måste killar ha blått och tjejer rosa".

Bobster
Barn och ungdomsprogram av och med ungdomar. Handlar om mode, musik, film och kändisar. Programledare är DJ Slim och Suuz.



Hjärnstorm
Samhälle/fakta. Henrik Fexeus visar genom psykologiska experiment hur lättpåverkad människan är. Avsnitt har handlat om ämnen såsom "Varför är människan besatt av att mäta saker", "Hur påverkas vi av mörker", och "Hur fungerar människor i olika beslutssituationer".

Henrik Fexeus hjärnstormar. Fotograf: Car-Johan Söder/SVT





TV-historia i årtal

Mycket har hänt sedan de första rörliga bilderna spelades in. Här är några viktiga årtal i televisionens, och från SVTs historia.

1936 BBC i England börjar med regelbundna TV-sändningar.

1956 Riksdagsbeslut om införandet av television i Sverige. Radiotjänst startar provsändningar över Göteborg i samarbete med Chalmers Tekniska högskola. Stockholms-sändaren tas i drift. Officiell start av Sveriges Televisions sändningar är 4 september.

1958 Sveriges första Eurovisions-sändning; en operaföreställning från Drottningholmsteatern. VM i fotboll blir ett publikt genombrott.

1966 Den första TV-sändningen i färg.

1967 Ett TV-program i färg sänds för första gången över hela landet.

1968 Riksdagen beslutar om införandet av reguljär färg-TV.

1969 Sverige får två TV-kanaler. TV2 startar den 5 december.

1970 Reguljära färg-TV-sändningar införs.

1979 Riksdagsbeslut om omorganisation; Sveriges Radio blir moderbolag med fyra programproducerande dotterbolag, varav Sveriges Television är ett.

1995 De separata kanal-organisationerna - Kanal 1 och TV2 - slås ihop till ett sammanhållet företag. Kanalerna blir enbart sändande enheter och byter samtidigt namn till SVT1 och SVT2. Den regionala anknytningen till en kanal försvinner. Premiär för www.svt.se

1998 Sveriges Television fattar beslut om att digitala marksändningar ska börja sändas. Sveriges Television

får sändningstillstånd för tre rikstäckande digitala kanaler och fem regionala.

2001 SVTs nyheter digitaliseras.

2002 Barnkanalen startar den 23 december.

2004 Kunskapskanalen, producerad i samarbete med UR, startar den 27 september. Den sänds på samma kanalplats som Barnkanalen.

2006 SVT lanserar podd-TV.

2007 SVT startar en barnkanal på svt.se - Play Bolibompa. SVT Play slår rekord med 159 miljoner programstarter på svt.se.

2008 SVT startar en nyhetskanal på svt.se - Play Rapport (playrapport.se).

Källa: svt.se

Den andra

De amerikanska serierna som lockar mer. Dessa tv-serier är de som ungdomarna i fokusgrupperna omnämnt. De sänds i flera olika kommersiella kanaler, men flera även på TV4.

TEXT OCH BILD: Josefin Brosché

Sex and the city (1998-2004)

Serie som handlar om fyra kvinnor i 30-årsåldern som bor i New York. Viktiga tema är deras dagliga liv, mode, sex, shopping.

Gossip girl (2007-)

Serie som handlar om en grupp med tonåringar från överklassen i New York. Serien behandlar typiska tonårsfrågor om till exempel relationer, sex, familjen, skolan, men med en glamorösare vinkel.

CSI (2000-)

Kriminalserie, som handlar om en grupp kriminaltekniker och deras arbete med att lösa brott. Serien skiljer sig delvis från andra kriminalserier genom att ha större fokus på det praktiska arbetet med ledtrådar och DNA, snarare än rafflande biljakter.

House (2004-)

Drama/läkarserie om en cynisk och osocial läkare, som tillsammans med sitt team hittar diagnoser på sällsynta eller okända sjukdomsfall. Läger delvis större fokus på det medicinska arbetet snarare än relationerna mellan karaktärerna.

Family guy: (1999-2002, 2005-)

Animerad komediserie om en dysfunktionell familj med föräldrar och

tre barn, samt en hund som går på två ben. Satir mot allt och alla – minoritetsgrupper, länder, USA et cetera.

Nip/Tuck (2003-)

Drama/läkarserie som handlar om två plastikkirurger i Miami och Los Angeles och deras arbete. Serien har fått mycket kritik för att framställa plastikkirurgi glamoröst, och för att vara gratisreklam för branschen. Den



enda omnämnda serien, som SVT också sänder.

Seinfeld (1989-1998)

Komediserie. Uppges ofta inte handla om någonting egentligen. Skildrar ett kompisgäng i trettioårsåldern och deras relationer och förvecklingar.

Medium (2005-)

Dramaserie om en hemmafru med tre barn, som arbetar som medium och

hjälp polisen med utredningar. Har fått kritik för att den uppges baseras på ett verkligt medium, som många anklagat för att vara fake.

Vänner (1994-2004)

Komediserie om ett kompisgäng och deras relationer och förvecklingar. Utspelar sig främst i deras olika lägenheter och ett cafe.

Heroes (2006-)

Dramaserie om hur en grupp människor utvecklar olika förmågor, exempelvis att kunna flyga, odödlighet, osynlighet. Detta förklaras med att mänskligheten muterat, och en del personer utvecklat speciella förmågor, så kallade 'posthumans'. Detta utvecklas till en kamp mellan olika maktfraktioner och om mutanternas framtid.

Prison Break (2005-)

Dramaserier om en man som offerar allt för att bryta ut sin bror ur fängelse. Bland annat tatuerar han in fängelsets ritning på sin kropp och blir sedan arresterad.

2 ½ men (2003-)

Komediserie om två bröder där den ene, en festande ungtkarl, får ett störningsmoment i sin livsstil när hans nyligen frånskilde bror flyttar in med sin son.

sidan

The Simpsons (1989–)

Animerad komediserie om en gul familjs varda gliga liv. Klar satir mot det amerikanska samhället och den amerikanska medelklassfamiljens liv. Har visats i 20 år.

Scrubs (2001–)

Läkar/komediserie. Handlar om en grupp nyutexaminerade läkare på ett stort sjukhus, och deras tillkortakommanden och relationer med varandra och patienter.



Desperate Housewives (2004 –)

Drama/komediserie. Handlingen cirkulerar runt en grupp kvinnor bosatta på samma gata och deras relationer till varandra och omvärlden. På ytan verkar allting perfekt, men egentligen så är deras liv både dramatiska och sorgliga.



Dexter (2006 –)

Dramaserie om en socialt anpassad seriemördare, som jobbar som blodspårsanalys åt polisen. Dödar folk enligt sin egna moraliska kod, som innebär att han bara för döda "onda" människor som förtjänar att dö.



Ungdomar tittar allt mindre på TV

Ungdomar är den kategori som tillbringar minst tid framför TV-apparaten. Istället använder de datorn och Internet i allt större utsträckning. Det visar siffror från Mediamätning i Skandinavien (MMS).

– TV har varit mycket av ett underhållningsmedium för unga och nu får de den underhållningen via Internet istället, säger Åsa Nilsson, medieforskare vid SOM-institutet i Göteborg.

TEXT: Carolina Nilsson

För andra året i rad sjunker TV-tittandet bland ungdomar enligt MMS årsrapport 2008. Ungdomar i åldrarna 15-24 år är den åldersgrupp som tittar allra minst på TV, i genomsnitt 89 minuter om dagen.

– TV-tittandet har länge varit stabilt men de senaste åren har vi sett en förändring och då är det främst ungdomar som tittar mindre på traditionell TV. Det är en annan livssituation idag, det finns inte hur mycket tid som helst till att titta på TV, förklarar Åsa Nilsson.

SVT tappar

Statistik från MMS visar att TV4 och Kanal 5 är de kanalerna som ungdomar helst väljer att titta på, tätt följt av TV3. SVT 1 hamnar på femte plats och SVT 2 på sjätte plats. SOM-institutets undersökningar visar liknande siffror. I artikeln *Skilda TV-världar* skriver Åsa Nilsson att både SVT och TV4 har försvagat sitt grepp om TV-publiken de senaste åren. De stora vinnarna är istället Kanal 5 och TV3. Att SVT tappar mest tittare bland ungdomar är inget som förvånar Åsa Nilsson.

– Unga är mer intresserade av att titta på serier och att bli underhållna, det

utbudet är större i de kommersiella kanalerna, förklarar hon. Jag tycker att det är ganska naturligt att SVT inte kommer upp som den viktigaste kanalen för ungdomar.

Hon tycker inte att SVT ska börja köpa in en massa amerikanska serier bara för att locka ungdomar men att SVT ändå måste finnas där för de unga tittarna.

– SVT har ju varit desperata att inte tappa ungdomarna eftersom de sedan 1990-talet fått en allt äldre publik. Om man ska försäkra sig om att ungdomar går till SVT när de är intresserade av Public Service-TV så måste de ju först hitta dit. Ett sätt är då att se till att det finns program för alla, även ungdomar.

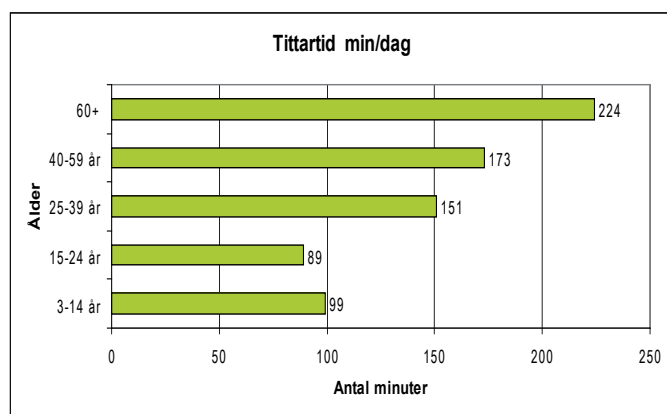
TV4 närmare SVT

TV4 är alltså den kanal, tillsammans med Kanal 5 som lockar mest unga tittare. Men Åsa Nilsson tycker sig se en vikande trend för TV4.

– TV4 börjar närma sig SVT när det gäller utbud och ålder på tittarna. När TV4 startade var det en kanal för ungdomar eftersom de var de unga med något nytt. Med tiden har TV4:s publik bara blivit äldre och äldre.

Nya medievanor påverkar

I Medierådets rapport *Unga och medier 2008* kan man läsa att TV länge har varit det dominerande mediet bland barn och ungdomar men att det nu håller på att ändras. Man ser nu en minskning av antalet barn och unga som har en TV på sitt rum medan antalet som har en dator på rum-



Källa: MMS

Ungdomar i åldrarna 15-25 är den grupp som tittar minst på TV, 89 minuter per dag.

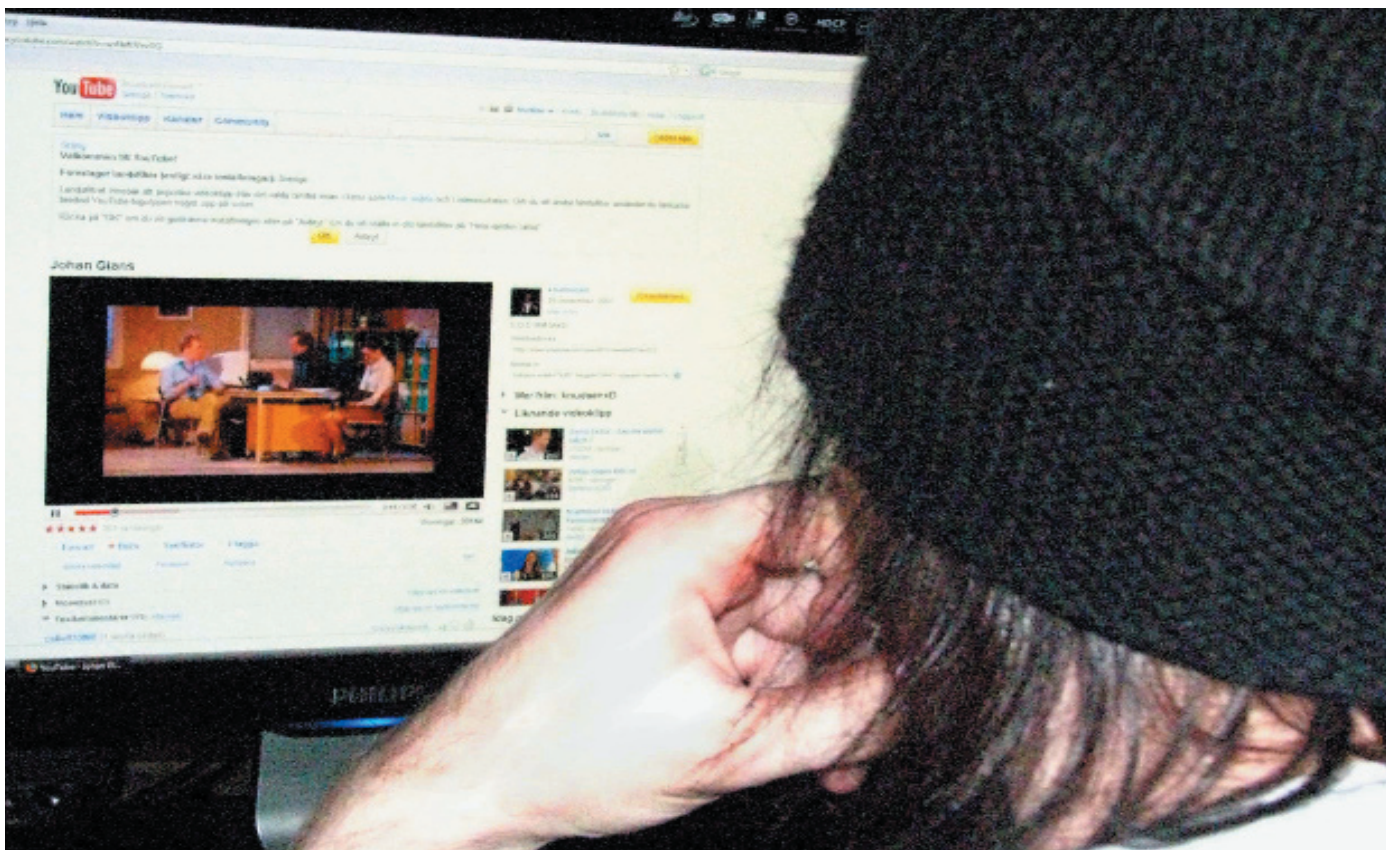


FOTO: Carolina Nilsson

Ungdomar tillbringar allt mer tid framför datorn och allt mindre tid framför TV-apparaten.

met ökar, speciellt bland ungdomar. Åsa Nilsson förklarar att ålder är en av de mest avgörande faktorerna när det gäller våra medievanor.

– Frågan som intresserar forskare är om dagens ungdomar kommer att följa samma mönster som de tidigare generationerna eller om de kommer att behålla sina medievanor. Vi har sett att ju äldre man blir desto mer intresserad blir man av samhället och politik. Det skulle innebära att dagens ungdom söker sig till SVT när de blir äldre. Jag tror svaret ligger någonstans mittemellan.

Värdet av Public Service

Även om SVT1 och SVT2 idag har svårt att locka till sig de unga tittarna betonar Åsa Nilsson vikten av att SVT tar tillvara på sin starka sida, nämligen människors höga förtroendet för

Public Service-TV.

– SVT hamnar alltid högt i förtroendemätningar både bland unga och gamla och det måste de förvalta. Public Service är viktigt och ska inte bara erbjuda nyheter och dokumentärer, utan även underhållning och populärkultur. Även om ungdomar inte har sina favoritserier i SVT kan de ändå ha behov av att se till exempel en dokumentär ibland, då är SVT viktigt. Men SVT kan aldrig vara viktigt sju dagar i veckan alla timmar. Däremot är det viktigt att unga vet vad de får när de väljer SVT och det är nog inte fallet idag.

Källor:

Åsa Nilsson *Skilda TV-världar*

MMS årsrapport 2008 över TV-tittandet.



Källa: Pressbild från Dagspresskollegiet
Åsa Nilsson jobbar vid SOM-institutet i Göteborg och forskar om bland annat medievanor.

GLAPPET.



det sociala spelet"

Serier spelar en viktig roll i identitetssökandet. När ungdomar väljer att titta på amerikanska serier ligger det ofta ett djupare behov bakom deras val. – Att titta på serier blir en slags träning i det sociala samspelet. Ungdomar får ut något helt annan av dessa serier än vad de vuxna tittarna får, säger André Jansson, professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Karlstads Universitet.

TEXT OCH FOTO: Carolina Nilsson

– När ungdomar tittar på serier har de nog själva en känsla att de vill slappna av och bli underhållna. Deras syfte när de sätter sig framför TV: n är ju inte att lära sig om det sociala spelet. Det är något de får med sig automatiskt och undermedvetet, resonerar André Jansson där han sitter nedsjunken i en lilaspräcklig fotölj på sitt arbetsrum.

– Jag väntar på nya, de här är ju inte direkt moderna, säger han lite generat.

När det gäller förhållandet mellan medier och identitet vet André Jansson vad han pratar om. Han har publicerat flera rapporter, artiklar och böcker om vad han kallar för konsumtionskultur.

– Det handlar inte bara om hur medieanvändningen påverkar vad vi konsumerar utan också att de medier vi använder är ett sätt att uttrycka

vilken livsstil vi har och vem man är som person, förklarar han.

Vill inte se verkligheten

De ungdomar som vi har pratat med i våra fokusgrupper förklarar bestämt att de inte är intresserade av svenska serier som berör verkligheten. Enligt André Jansson är de inte unika.

– Det har visat sig att seriösa försök att ta ungdomar på allvar och visa deras egen verklighet inte blir lika populära. Ungdomar är inte så sugna på att uppleva den verkligheten och den problematiken på TV. Det blir lätt närgånget och tråkigt. Ungdomarnas egen verklighet kanske inte är lika rolig och gla-

morös och fulla med punchlines som i de amerikanska serierna.

Drömvärlden och idealtypen

Vad får då en 15-åring ut av att titta på serier som *Sex and the City* och *Heroes* där karaktärerna lever ett helt annat slags liv? André Jansson tycker inte att det är konstigt att den typen av serier blir populära, och även viktiga, bland svenska ungdomar.

– Det handlar nog om att ta del av en fantasivärld, karaktärerna måste inte vara lika ungdomarna själva. Man identifierar sig inte med rollfigurerna för att de är lika en själv utan för att de står för någon slags idealtyp för hur man beter sig. Ungdomar kan

"Det handlar nog om att ta del av en fantasivärld"

GLAPPET.

identifiera sig med själva problematiken, till exempel att vara singel i en storstad.

Han tror att en ännu viktigare aspekt med medierna är den diskussion som blir efteråt när man pratar om vad man sett med kompisarna i skolan eller över nätet.

– Det kan handla om vem som är bitchen och vem som är snäll i serien.

Den homogena ungdomsgruppen – en myt

André Jansson anser ändå att SVT fyller en viktig funktion för ungdomar och att problemet med de kommersiella kanalerna är att de oftast ser ungdomar som en stor homogen målgrupp. Men alla ungdomar vill inte titta på amerikanska serier och då måste det finnas alternativ.

– Vad som är bra med SVT är att man

"Man kan uttrycka sin stil, inte bara på gatan, utan även genom olika nätverk online"

inte behöver ta hänsyn till kommersiella vinster. Därför får SVT inte stirra sig blinda på det här med ungdomar. Faktum är att ungdomstiden är ganska kort.

Han anser ändå att SVT valt rätt strategi genom att satsa på webb-TV och olika plattformar på Internet.

– Nya nätverksmedier tror jag är oerhört viktiga. Det blir ett sätt för ungdomar att både uttrycka sig estetiskt och att ta intryck om vad det finns för stilar. Man lär sig koder genom medierna. Sen är det ett viktigt sätt att knyta kontakter. Jag tror att lockelsen med de nya medierna är att man kan vara mer involverande. Man kan uttrycka sin egna stil, inte bara på gatan, utan även genom olika nätverk online.

16



André Jansson är professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Karlstads Universitet. Han är övertygad om att serier fyller en viktig funktion för de ungdomar som tittar.

Negativ påverkan?

André Jansson tycker inte att vuxna ska oroa sig över att ungdomar väljer serier framför mer seriösa program och han tror inte att ungdomar påverkas negativt av vad de ser.

– Om man tar dokusåpor som exempel, där tittar man hela tiden på människor som gör idiotiska saker och meningen med programmet är att de ska agera på ett olämpligt sätt. Där finns en ännu tydligare arena för moraliska diskussioner. Är det rätt att bete sig så här, är det rätt att vara

otrogen? Det betyder inte att unga påverkas och att de börjar ta efter. Större delen av vår mediekonsumtion förstärker de värderingar vi redan har om vad som är rätt och fel när man ser någon betera sig på ett dåligt sätt.

Källa:

André Jansson, *TV-tittarna och det sociala rummet – en studie av den sociala positionens betydelse för kanalpreferenser och självuppfattning*.

Vad säger dokumenten?

SVT:s Public Service-redovisning står det att program av "hög kvalitet" för barn och unga är en viktig del i deras verksamhet. "För allmänna villkor som är svåra att kontrollera" menar Granskningsnämnden. Hur ser det egentligen ut och vad har hänt sedan förra granskningen?

TEXT: Carolina Nilsson

Varje år publicerar SVT en redovisning över hur man uppfyller kravet om Public Service. Rapporten granskas sedan av Granskningsnämnden för Radio och TV. I granskningen av 2007 års redovisning framgår det att egna program för barn och unga är ett område som SVT måste förtydliga. Granskningsnämnden anser att villkoren i det nya sändningstillståndet för perioden 2007-2009 är för allmänt hållna. Bland annat är det nu SVT själva som ska sätta upp sina mål för verksamheten. Ju mer allmänna villkoren är desto svårare är det att kontrollera om SVT lever upp till dem. Formuleringar som "hög kvalitet" och "särskilt ansvar", som nämns i samband med utbudet för barn- och ungdomsprogram, ger inte speciellt mycket information. Trots att dessa formuleringar kritiserats av granskningsnämnden finns de kvar i SVT:s redovisning för 2008: "SVT skall erbjuda ett varierat utbud av program av hög kvalitet för och med barn och unga /.../

SVT skall särskilt utveckla programverksamheten för de äldre barnen och ungdomarna."

Större antal timmar
Under 2008

sände SVT 5 034 timmar som hade barn och ungdomar som målgrupp, av dessa var 832 timmar avsedda för barn i yngre tonåren. Detta kan jämföras med de 539 timmar under 2007. Utbudet har alltså ökat. Eller har det verkligen gjort det? Granskningsnämnden påpekar att eftersom de olika temakanalerna, som SVT24 och SVTB, ingår i 2008 års redovisning blir antalet timmar med ungdomsprogram högre än 2007. Det beror på att temakanalerna oftast visar repris-er.

Alla dessa repris-er

Det är svårt att se någon tydlig redovisning av program för tonåringar i 2007 års redovisning och få ändringar av formuleringarna har gjorts till 2008. Utbudet för äldre tonåringar och unga vuxna har en egen rubrik men läser man stycket redovisas där snarare program för äldre barn och yngre tonåringar. Här nämns program som *Bobster*, *Hasses brorsas låtsassyrras kompis* och *REA*. SVT redovisar istället utbudet för äldre tonåringar och unga vuxna under varje programområde. Under programområdet Fritidsfakta nämns några program som riktade sig till en ungdomlig publik under 2008. Programmet *Dr Åsa* beskrivs som ett "Fråga doktorn för en yngre publik". Toppform, Hjärnstorm och 123 saker var också program speciellt utformade för en yngre publik. Ut-

budet av underhållningsprogram är extra intressant eftersom SVT menar att "en betydande del" av underhållningsutbudet är riktade till barn och unga. Det ges flera exempel på olika program för barn. För ungdomar nämns endast *Nöjesnytt* som nu ersatts av *Hype*. SVT menar att de sänder 3 670 timmar underhållning, vilket låter bra. Men tittar man närmare på innehållet kan man se att hela 2 752 timmar är repris-er.

Uppfyller ändå kraven

I både 2007 och 2008 års redovisning kan man läsa att: "Erfarenheten visar att ungdomsprogram sällan når en ungdomlig publik. Däremot tar ungdomar till sig program i alla kategorier om sändningstiden och tilltalet är rätt." Denna formulering visar hur SVT resonerar när det gäller ungdomar. Enligt Granskningsnämnden uppfyller SVT kraven att visa ett varierat utbud för barn- och unga. Däremot går det inte att se hur mycket av utbudet som är egenproducerat och hur mycket som är inköpta program. Granskningsnämnden kommer att följa utvecklingen av program för ungdomar under tillståndsperioden 2007 till 2009.



Mina koder är dina koder

De ungdomsprogram som SVT visar är formade utifrån vissa sociala och kulturella uppfattningar, så kallade koder. Frågan är om SVT har samma koder som de ungdomar som tittar... eller inte tittar.

TEXT: Carolina Nilsson

De flesta barn- och ungdomsprogram som SVT visar är gjorda av vuxna. Programmen är formade, eller inkodade, av redaktionens sociala och kulturella uppfattningar och dessa uppfattningar ger programmen ett visst innehåll. Dessa uppfattningar delas nödvändigtvis inte av de ungdomar som tittar, eller avkodar. SVT och ungdomar har olika koder. SVT:s syn på samhället avspeglas, avsiktligt eller oavsiktligt, i programmen. Denna syn är sedan den som når publiken som antingen godtar eller avfärdar den. Så här går det till om man ska tro den brittiske medie-forskaren Stuart Hall. Under 1970-talet utformade han sin teori om Encoding and Decoding som på svenska kan översättas till kodning och avkodning. Han diskuterade olika möjligheter om hur publiken kunde tolka och ta till sig TV:s budskap.

Måste vara meningsfullt

Stuart Hall la fram tre olika teser för hur en medietext kunde tolkas: *Dominerande hegemonisk* läsning innebär att tittaren sväljer allt som sägs utan att reflektera över budskapet, *Förhandlad kod* betyder att tittaren gör egna reflektioner och *Oppositionell läsning* innebär att tittaren förkastar all information.

varför ungdomar inte tittar på SVT, de kan inte identifiera sig med innehållet. Thomas Johansson, Ove Sernhede och Mats Trondman skriver i kapitlet "Kodning och avkodning" att innan ett TV-programms innehåll kan tillfredsställa ett behov hos tittaren måste det avkodas och uppfattas som meningsfullt.

De menar också att det är vanligt att det uppstår missförstånd under avkodningen.

Förvriden kommunikation

Missförståndet leder till att tittaren inte känner igen de termer som används i programmet eller tycker att vissa begrepp är svåra att förstå. Detta kallar författarna för "systematiskt förvriden kommunikation". När TV-producenterna upptäcker att de inte når fram med det tänkta budskapet försöker de förhoppningsvis åtgärda missförståndet och anpassa innehållet efter målgruppen. Men detta kan bli svårt när målgruppen kan spänna över åldrarna 16 till 40 år, vilket är fallet med gruppen "unga vuxna". SVT gör idag få renodlade ungdomsprogram.



Större delen av de ungdomar vi har träffat gör alltså en oppositionell läsning av SVT:s innehåll.

Det går att dra tydliga paralleller mellan Stuart Halls teori och vår forskning. Enligt forskaren André Jansson identifierar sig ungdomar med de program de tittar på även om de själva inte är medvetna om det. Detta skulle då vara förklaringen till

Istället ska man föryngrar det övriga utbudet. Denna föryngring sker genom att man ändrar olika koder och tilltal i programmen, till exempel språket och klädseln. Men om man ska tro ungdomarna i vår undersökning är det inte alltid detta fungerar. SVT och ungdomar har fortfarande olika koder.

Klasstillhörighet har betydelse

Stuart Hall var även övertygad om att TV-redaktionens klasstillhörighet hade en stor betydelse för programmens innehåll. Om de ungdomar som tittar väljer att ta till sig innehållet eller avfärda det skulle då bero på vilken social klass de tillhör. Flera av de personer vi har intervjuat menar att de medieal ungdomar gör inte bara beror på ålder utan även vilken klasstillhörighet ungdomar har. Safa Safyari erkänner att det inte bara är åldern utan även social bakgrund som har betydelse.

André Jansson tror att de ungdomar som tittar mer på utmanande och djupgående program på SVT tillhör en grupp som är på väg mot en högre utbildning och har vissa värderingar med sig från sina föräldrar. Han är övertygad om att SVT har andra koder än vad ungdomar har, men han tror inte att SVT är omedvetna om att man måste använda andra koder till ungdomar. När de kommersiella kanalerna nästan bara visar amerikanska serier tycker han att det är viktigt att SVT erbjuder alternativ. Han anser att det är Public Services uppdrag att ta upp frågor på ett mer allvarligt sätt. Även om det endast leder till en meningsfull tolkning för en liten publik kan vara viktigt för den lilla grupp man når.

Källa:

Johansson, Sernhede, och Trondman, "Kodning och avkodning" ur *Samtidskultur – Karaoke, karnevaler och kulturella koder*

SVT och Ungdomarna – förlorade i mediela-byrinten

TEXT: Josefin Brosché

Ungdoms-TV har alltid varit en vision som Sveriges Television har haft svårt att uppnå. I Ungdomskulturens gryning, när radion var det främsta mediet för unga människor, fanns en uppsjö av program, som handlade om musik, debatt och ungas egna åsikter. Formatet ympades sedan in i TV och profiler som sextiotalets hippaste programledare Arne Weise, skapade ungdomsprogram för de nya generationerna. Upplägget utvecklades sakta mot så kallade "magasinprogram", program med reportage och dokumentära inslag.

Svängande trender

Då som nu svängde trenderna fram och tillbaka i hur ungdomar och frågorna som intresserar dem skulle behandlas. Skulle de vara i studion och medverka eller utanför och tycka till? Skulle verkligheten skildras ur deras synvinkel eller skulle producenten avgöra vad som gällde?

Pop-TV var sextiotalets stora ungdomsfluga, regelrätta program designade runt musik. SVT fick därför kritik för att satsa för lite på samhällsdebatt för ungdomar. Ett program som lyckades var *Stänk* (1966), samhällsprogrammet som "utan att moralisera skulle fånga upp de bubblande protesterna och ungas sökande efter alternativa livsstilar..." När TV2 (nuvarande SVT2) startades, var det

tal om speciella "kategoriprogram" endast för ungdomar eller en speciell redaktion som endast producerade ungdomsprogram. Idéen genomfördes aldrig då TV2 istället var tänkt att präglas av ett "ungdomligt ifrågasättande", alltså långt ifrån den kanal som ungdomar idag tittar statistiskt minst på av alla etablerade kanaler.

En kamp då som nu

Men som gemensam historisk nämnare för ungdomsprogrammen på TV, i vilken form de än har varit, är kampen för att behålla tittarna. I boken *Från klubbrum till mediela-byrint – ungdomsprogram i radio och tv 1925-1993* redovisar Michael Forsman ett SVT och en åldersgrupp, som likt två motpoler otaliga gånger under 1960-,70- och 80-talet har fått dra ut i kamp under slogans som "Vi vill ha fler TV-program just för oss" (från ungdomarnas sida) och "Vi måste se ungdomar som individer" (från Sveriges Televisions sida). Uppenbarligen är detta en kamp som pågår än idag.



"Man vill inte se verklighet, man vill se fiktion"



21 ungdomar och en uppsjö av kanaler att välja mellan. Vad tittar de egentligen på och varför? Vi har träffat ungdomar från skolor runt om i Göteborg för att prata om TV. Deras inställning till SVT är tydlig – det finns knappt något som intresserar dem där.

TEXT: Emilie Aune, Josefin Brosché och Carolina Nilsson

De är i åldrarna 14 till 18 år och de varken tvekar eller skrädder orden. Dessa ungdomar vet vad de gillar och inte gillar att se på TV. Men varför de tittar på TV skiljer sig från individ till individ. Oftast är det inte själva tittandet som är målet i sig. Snarare är det ett medel för något annat. För att slappa, hålla koll på vad som händer i världen, bevaka sport, följa en TV-serie, se på film eller bara för att umgås med familjen. En del säger att TV:n är ett slags sällskap som man har på i bakgrunden medan man gör annat.

Datorn tar över

Enligt statistik från MMS tittar ungdomar idag mindre på TV än förr. Datorn har alltmer tagit över dess plats i rummet som främsta mediet. De ungdomar vi har pratat med är inget undantag. När de sitter vid datorn är det vanligast att de besöker communities som Facebook eller Lunarstorm, tittar på videoklipp på YouTube eller chattar med kompisar på MSN. Tittar de på serier eller filmer på datorn handlar det oftast om nedladdat material. De flesta är överens om att ifall serierna hade gått på TV i samma utsträckning och i sam-

ma takt som de produceras, skulle de välja att se dem där.

– Man ser hellre filmer på TV än vid datorn eftersom man sitter bekvämare, säger en 16-årig kille.

Ungdomarna upplever att deras favoritserier visas för sällan på TV. Detta leder till att de väljer nedladdning framför en lång väntan. De vill kontrollera själva när de tittar utan att vara låsta vid en tablå. Nedladdning ger också möjlighet att konsumera en lång rad avsnitt av olika serier när man känner för det, eller ibland en hel säsong av en favoritserie.

Använder sällan webb-TV

Trots att annan forskning visar att ungdomar är de flitigaste användarna av webb-TV uppgav alla som vi intervjuade att de aldrig eller mycket sällan använder webb-TV.

– Jag har bara tittat på webb-TV någon gång mest för att följa någon handbollsmatch, berättar en tjej.

– Jag kollar ibland när jag har missat något, säger en kille.

De tycker ändå att det finns många fördelar med webb-TV. Att man kan styra sitt eget tittande och kolla på program man missat är positivt. På frågan om de skulle kunna tänka sig att använda SVT Play får vi lite olika svar. En 14-årig kille utbrister:

– Det är ju fortfarande SVT man kollar på och det är ju bara skit.

Att ungdomarna i vår undersökning väljer bort SVT Play behöver inte betyda att de väljer bort webb-TV utan snarare att de väljer bort SVT.

Ett vanligt resonemang bland ungdomarna är att de vill se fiktion och fly vardagen. De gillar sådant som är spännande och roligt som kriminal- och komediserier. Främst är det amerikansk fiktion som lockar. Svenska

"Det är väl bra att SVT visar verkligheten men deras verklighet är så tung"

serier intresserar dem inte.

– När man bor i Sverige vill man inte se serier härifrån, man vill se något nytt, menar en 14-årig tjej.

Serier eller verkligheten

Ungdomarna vänder sig ofta till en värld som är ny, mer glamorös, an-

norlunda och mindre komplicerad, en värld som visas i serier som *Gossip Girl*, *Heroes* och *The Hills*. Även tecknade serier som *The Simpsons* och *Family Guy* är populärt.

– De är bra eftersom de gör vanliga vardagssituationer roliga, till exempel en fet farsa som sitter framför TV:n, säger en 15-årig kille.

Men det finns de som inte känner något behov av att fly in i en drömvärld. En tjej på Angereds-gymnasiets medieinriktning, som har ett stort kulturintresse, berättar att hon föredrar SVT framför de kommersiella kanalerna eftersom SVT visar verkligheten.

– SVT är mer seriösa och nyttiga, de visar saker man behöver veta. Amerikanska serier innehåller bara dåliga stereotyper.

Hennes klasskompisar håller inte med henne. De har inget emot stereotyper. En tjej menar att de gör



De flesta ungdomarna i våra fokusgrupper väljer amerikanska serier på de kommersiella kanalerna framför SVT. De tycker att SVT bara visar en tung verklighet.

Foto: Carolina Nilsson



FOTO: Emilie Aune

Det är bättre att SVT satsar på de som verkligen tittar, som vuxna och pensionärer tycker flera ungdomar. De har redan sina kanaler som de tittar på.

det enklare att förstå, att de typiska karaktärerna och scenarierna gör det mer avslappnande och lättare att hänga med i handlingen.

Överlag verkar ungdomarna vara positiva till att SVT erbjuder serier om verkligheten för de som är intresserade, men det är inget de själva väljer att titta på. En annan tjej uttrycker den allmänt gällande åsikten bland ungdomarna.

– Det är väl bra att SVT visar verkligheten men deras verklighet är så tung. Tittar man på TV vill man se en ny värld.

"SVT är för pensionärer"

De flesta rycker på axlarna när SVT kommer på tal. Ingen verkar ha nå-

gon koll på vad som egentligen visas i SVT:s olika kanaler.

– Vi har redan våra kanaler som vi kollar på, hävdar en kille.

Framförallt menar han Kanal 5, TV3 och TV6, vilka är de kanaler som de flesta av ungdomarna uppgett att de tittar på. De är förvånade över att TV4 är den kanal som flest unga tittar på, vilket statistik från MMS visar.

– Jag tittar på TV4 ibland, mest med familjen om det är något tävlingsprogram. Jag skulle aldrig kolla på det

ensam, säger en 14-årig tjej.

De flesta betraktar TV4 som en mer lättsam variant av SVT.

– TV4 är som en blandning av SVT och Kanal 5, menar en elev. De har re-

klam och sänder amerikanska serier men även en del seriösa program. Den seriösa tonen och det ensidiga innehållet är det som de flesta

av ungdomarna anmärker på när det gäller SVT. Negativa åsikter finns det gott om.

– Det är för mycket gubbar i SVT.

"Det är ju fortfarande SVT man kollar på och det är ju bara skit"

En kille förklarar varför han inte använder SVT Play

- SVT är så vuxet, mycket debatter och sånt.
 - Jag tycker inte de riktar sig mot ungdomar överhuvudtaget.
 - De visar tråkiga filmer man aldrig hört talas om.
 - De tar upp bra ämnen, men de gör det så ointressant, säger en tjej och syftar på ungdomsprogrammet *Bobster*. Programledarna försöker vara yngre än vad de är.
- Bra egenskaper som nämns om SVT är att de är bra på att rapportera om sport och aktuella händelser. Att SVT är reklamfritt ses som mycket positivt.
- Om SVT visar någon film jag vill se så kollar jag ju där för de har ingen reklam, säger en kille.

Behöver inte SVT

En serie på SVT som har lyckats fånga några av ungdomarnas intresse, främst tjejernas, är den svenska dramaserien *Andra Avenyn*. Killarna tycker att serien är tontig och att skådespelarna är för amatörmässiga. Åsikterna går isär om huruvida serien är bättre eller sämre nu än när den startade hösten 2007.

– Andra Avenyn var bättre i början när den sändes oftare, säger en tjej.

Hennes klasskamrat håller inte med.

– Det var svårt att hänga med när den gick så ofta, man missade lätt flera avsnitt. Det är bättre nu.

En stor del av ungdomarna är överens om att SVT inte behöver förändra sitt utbud för att locka ungdomar, de fyller ändå sin TV-kvot genom att titta på andra kanaler. De tycker att det är bättre att SVT satsar på dem som faktiskt tittar, till exempel pensionärer, istället för att jaga unga tittare.

– Vi behöver inte SVT, säger en kille på Nya Lundenskolan bestämt.

Så här gjorde vi

Att välja grupper med högstadie- och gymnasieskolor som tillsammans kan representera Göteborg är ingen lätt uppgift. Men kanske lättare än att få tag på skolornas rektorer...

TEXT: Josefin Brosché

Vårt mål var att besöka fem till sex olika skolor och i grupp diskutera med ungdomar i åldrarna 14-17 hur de upplevde TV-utbudet som var riktat till dem, samt vad de föredrog att titta på.

Vårt första ställningstagande handlade om hur vi valde ut en handfull skolor som skulle kunna representera Göteborg. Vi valde några mer centralt, några i förorten och några som vi klassade som mittemellan. Snart visade det sig dock att vårt urval till trots så skulle vi inte få tag på alla skolor eftersom rektorer och lärare inte svarade i telefon.

Av de skolor vi kontaktade fick vi komma till drygt hälften, vilket resulterade i intervjuer med ungdomar i åldrarna 14-18 vilket vi anser är precis det glappet som SVT missar.

Varje grupp bestod av fyra till fem ungdomar, så jämt som möjligt fördelat mellan könen.

Fokusfrågorna som vi jobbat fram var tänkta att vara så öppna som möjligt och ge upphov till vidare diskussioner och resonemang. När alla gruppintervjuer var klara kunde vi konstatera att ungdomarna

hade flera gemensamma resonemang samt att de kunde motivera mycket väl hur och varför de tittade på olika program.

Skolor där vi genomförde fokusgrupper:

Hovåskolan: en grupp med elever i åldrarna 15-16.

Nya Lundenskolan: två grupper med elever i åldrarna 14-15.

Angeredsgymnasiet: En grupp med elever i 17-års åldern

Frölundagymnasiet: En grupp med elever i åldrarna 16-18.





**"Glöm dina bekymmer,
i morgon kommer nya"**

SVT:s nya seriesatsning skulle nå en bred publik och berätta samtidshistorier om relationer och människor. Resultatet blev *Andra Avenyn*, serien som publiken älskade, hatade, svek och sedan återfann på nätet.

– Internet är vår möjlighet att bli synliga för en publik som inte tittar på traditionell TV, säger Christian Wikander, dramachef på SVT.

Sedan starten år 2007 har *Andra Avenyn* blivit den populäraste serien på SVT Play med en stor mängd tittare både på Internet och i TV-soffan. Handlingen utspelar sig i det fiktiva området Riverside i Göteborg (lätt identifierat som Brämaregården och Kvillebäcken, för lokalbor) och centreras runt en grupp familjer. Familjemedlemmarna är i olika åldrar och kanaliserar en stor mängd typiska problem för sina olika åldersgrupper.

Föräldrarna har mer typiska 'vuxenproblem', som jobb, karriär, familjen och förhållanden. Ungdomarna drabbas av otaliga kriser och svårigheter, där graviditeter, sprit, otrohet, fusk i skolan och HIV bara är ett axplock. Denna realistiska skildring av ungdomars verklighet, med situationer som tittarna kan känna igen, menar Christian Wikander är seriens styrka.

– Vi valde att centrera serien kring ungdomar för att nå dem. Men också deras föräldrar som också intresserar sig för ungdomars vardag och problem.

Vinnande koncept?

Under de år som serien sänts har upplägget ändrats flera gånger. Från starten sändes flera avsnitt i veckan, som endast var cirka 30 minuter långa. Processen mellan produktion och sändning blev kort och samtidsproblem och situationer kunde arbetas in i serien för karaktärerna att reagera på – tillskillnad från serier med längre produktionstid.

– Om du ska göra en serie som avspeglar samtiden måste det speglas i allt. Framför och bakom kameran. Hela produktionen måste genomsyras av detta, säger Christian Wikander.

Det är också ett uppenbart medvetet musikval i avsnitten, med allt från Hello Saferide och Christina Aguilera, till Nirvana och Prodigy. Gammalt och nytt, hårt och poppig, blandat så

att alla kan höra någon av låtarna och känna igen den.

Men trots det breda tilltalet och populariteten bland ungdomar så svek de traditionella, äldre tittarna, de hemma framför TV-apparaten. Beslut togs att avsnitten skulle bli längre och sändas mer sällan. En yngre karaktär byttes även ut mot en äldre. Men Christian Wikander ser inte detta som något som nödvändigtvis skulle avskräcka de yngre tittarna.

– Vi vill absolut ha en serie som riktar sig till unga, men man måste nå dit, säger han. Tittarsiffror blir avgörande.

Just nu ligger produktionen nere.

"...du som inte följer tablån, du är viktig för oss."

SVT har lagrat avsnitt för en tid framöver och avvaktar för att se hur gensvaret från publiken fortsätter.

Datorn framför TV

En av de tydliga anledningarna till seriens popularitet bland unga, är den stora mängd material som finns på seriens hemsida. På SVT Play kan man se på de senaste avsnitten, men det finns också forum, presentationer av skådespelare och karaktärer, samt bildgallerier. Många alternativ för den digitala generationen, med andra ord.

– Det har en enorm betydelse för den delen av publiken som väljer att kolla när de själva vill, förklarar Christian Wikander. Det blir tydligt att du som inte följer tablån, du är viktig för oss. Han menar att det stora utbudet av material på Internet kring serien, och

möjligheten att titta online lockar ungdomar som föredrar datorn framför TV:n.

SVT har även varit skickliga på att utnyttja alla de hemsidor, communities och microbloggverktyg som ungdomarna själva använder. *Andra Avenyn* har en grupp på Facebook, en profil på Twitter och en blogg på bloggportalen wordpress.

En av de senaste händelserna på *Andra Avenyns* hemsida var till exempel att tittarna fick rösta fram en ny karaktär som sedan dök upp i serien. Allt från utseende och klädstil, till personlighet och skådespelarval röstades det om. En ny karaktär introducerades sedan, helt baserad på webbanvändarnas åsikter. Sådär beskrivs den nya karaktären på *Andra Avenyns* hemsida. "Låt oss presentera Natalie - en ljus, ung, heterotjej som är god, smart, lekfull, kaxig, ordningsam, aktiv och ett riktigt partylejon! Hon bor i centrala Riverside. Hennes största intressen är shopping, mode, dans och teater, och hon klär sig som en brat."

Kanske säger röstningsresultatet något om den genomsnittliga tittaren?

Ungdomarna och dumburken

Eftersom en stor mängd av seriens tittare följer serien via Internet och SVT Play är det svårt att veta exakt vilka åldersgrupper som främst följer serien. Just att aktiviteten är så hög på webben tyder ju också på att det handlar om en yngre målgrupp. På SVT Play kategoriseras *Andra Avenyn* som Film & Drama och det är knepigt att utläsa om något skulle vara speciellt riktat till ungdomar eftersom gruppen inte ens verkar finnas. Hur ska man dela upp åldrarna efter att barndomen tagit slut? Christian Wikander är inte sen att medge att det finns problem med hur man ska dela upp åldrarna 15-25, och att SVT kanske delat upp för snävt. Kanske finns det andra sätt att gruppera de unga

GLAPPET.



Källa: svf.se
och
qvector.
com

tittarna?

– Viktigare än ålder är vilka värderingar du har, vilka intressen. Att så att säga skära limpan på ett annat sätt i framtiden. Det kan vi kanske bli bättre på.

Att behålla ungdomar som målgrupp, vilken ålder de än skulle vara, och locka dem att se på TV är ett problem, det förnekar inte Christian Wikander. Han är medveten om problematiken, men försöker ligga före genom att hålla *Andra Avenyn* verklighetsförankrad och fängslande. Men han är också medveten om att man inte kan fånga in alla.

– Det finns en tid i ens liv när det

"Svenskt drama är då lika med dålig kvalitet och den puckeln är svår att göra något åt."

som är närmast är töntigast, när det man vill ha är det som är där borta. Svenskt drama är då lika med dålig kvalitet och den puckeln är svår att göra något åt.

Inte heller Christian Wikander har en enkel lösning på hur SVT ska vinna kampen för att fånga in den nya digitala generationen. Det är samma åldersgrupp som public service-TV alltid har haft problem med, och år 2009 ser problemen likadana ut som de alltid har gjort.

– Det finns inget hemligt recept, säger Christian Wikander. Det vi hela tiden måste jobba med och bli bättre på är relevans. Det vi berättar och producerar måste vara relevant för målgruppen.

Streaming

– fortfarande den nya tidens teknik?

Sedan början av nittioalet har streamingtekniken beskrivits som framtiden. Men den nya tekniken har både beskrivits som räddningen och undergången. År 2009 är den mer på tapeten än någonsin.

TEXT: Josefin Brosché

Ja, när streamingtekniken började utvecklas i slutet av nittioalet var det många som siade om den traditionella televisionens undergång. Den nya tekniken, som innebar att man kunde spela upp en videofil på datorn, utan att först ladda ner det, skulle revolutionera marknaden.

Svenska Dagbladet spår till exempel 1997 att "... om fyra, fem år spelar det ingen roll om du ser TV-programmet eller långfilmen på TV eller i datorn." Kanske får de delvis rätt, med tanke på att vi nu i större grad faktiskt tittar på våra datorer. Men att TV skulle dö ut, vilket var tidningens andra spådom, har vi ännu inte upplevt. I streamingens barndom, när videon skulle överföras från källan till hemdatorn, via ett långsamt gammeldags modem, var bilden mycket liten, upplösning och bild var dåliga. Tekniken kallades 'streaming' (eng. strömning), eftersom TV-inslaget, TV-serien, radioprogrammet eller låten strömmar från sändare till mottagare, och spelas upp samtidigt istället för att lagras först. Men redan då, och trots detta, betraktades streaming som tekniken som skulle göra TV överflödig.

Men trots alla spådomar förblir streaming en doldis på Internet och ingenting som på flera år berör den genomsnittlige Internetanvändaren.

Internets hastighetsutveckling och streaming har alltid gått hand i hand. Ju snabbare Internet blir, desto bättre blir upplösning och kvalitet av streamat ljud och video.

När Internet via bredband lanseras och blir tillgängligt för fler, ökar också de olika streaminghemsidorna. Olika radiokanaler, TV-kanaler och en uppsjö av musikhemsidor kan plötsligt streamas. SR gör det, SVT gör det, Kanal 5 gör det. Alla ska plötsligt streama, och tittarna knuffas ur TV-soffan och fram till datorn.

Den sista fjädern i hatten för streamingfenomenet kan sägas vara hemsidan Youtube som startas 2005, där vem som helst kan lägga upp videor som sedan vem som helst kan kolla på. Allt streamas. Allt är tillgängligt för alla.

Men denna nya, påstått populära teknik har lanserats stegvis i nästan ett decennium och ingenting kan bevisas i dess revolutionerande genomslagskraft. Ingen statistik existerar nämligen för att stödja att någon åldersgrupp skulle streama mer än någon annan. Detta beror på att det ännu inte finns något sätt att visa vem det är som klickar för att sätta igång programmet. Tekniken som finns mäter bara det antal som klickar, inte vilka de är.

Om några år, när streamingen lagt sig tillrätta ute bland folket och ett större underlag över flera år tagits fram, kan vi konstatera huruvida streamingens intåg förändrade vårt TV-tittande.

Eller inte.

Källa: svt.se, SVD

"Det första rörliga materialet som vi lade ut var redan 1995. Det var från Mona Sahlin's berömda Tobleronepresskonferens. Det tog evigheter för tittare att ladda ner, men det fanns där."
– Torbjörn Jacobsson, projektledare för SVTs nyhetswebb vid starten (1997-2001)





SVT:s nya kläder ska locka unga tittare

En förnygring av utbudet i stort istället för satsningar på särskilda ungdomsprogram. Det är receptet som Sveriges Television hoppas ska locka tonåringar till att se mer på public service-TV i framtiden. Och så några klädbyten förstås.

TEXT OCH FOTO: Emilie Aune

Snart tio år har gått sedan det populära ungdomsprogrammet *Bullen*, som gick på SVT1 mellan 1987-1999, gick i graven. Flera försök med ungdomsprogram i *Bullens* spår har gjorts sedan dess, men utan någon större succé. Sedan 2002 har Barnkanalen, SVTB, som vänder

sig till barn i åldrarna 3-12 år, varit en del av SVT:s verksamhet, men för ungdomar finns det inte lika tydliga alternativ.

Safa Safiyari arbetar som programbeställare på SVT och ansvarar bland annat för barn- och ungdomsutbudet. Med ett förflutet på SVT sedan 1996,

exempelvis som reporter på *Bullen* och programledare för *Vera* (som skulle ersätta *Bullen*) har han stor erfarenhet av barn- och ungdomsprogram. Världen har förändrats, och därmed även förutsättningarna för att nå ungdomarna, menar han. Framför allt ser Safa Safiyari inter-

net och de kommersiella kanalernas framfart som den främsta orsaken till ungdomars förändrade medievanor. – Förr gjordes satsningar på ungdomar men det funkade inte. Då Bullen sändes var det unikt i att ta upp ämnen som rörde ungdomsproblematik. Det är det inte längre. Man är inte längre ensam om att "rädda världen", och jag vet inte riktigt om det är vår uppgift heller.

SVT har alltid varit framgångsrika på barnprogram så det tänker de fortsätta med, berättar Safa Safiyari vidare. Att säga att man gör ungdomsprogram anser han däremot som "lite passé" idag, och menar att det sänder ut signaler att man riktar sig till en målgrupp som inte är "normal". Istället tror han mer på program som tar upp ämnen som berör många men med ett tilltal som funkade även för ungdomar. Därför har SVT sedan ett drygt år tillbaka bytt strategier, vilka innebär att alla program oavsett genre ska bidra till att locka en yngre publik.

Tilltal och kläder

Det är genom en så kallad förnygring av det gemensamma utbudet snarare än specifika program som SVT ska försöka nå ungdomarna. Hur denna förnygring ska ske i praktiken kan dock Safa Safiyari inte ge något rakt svar på. Det finns inga utfärdade direktiv eller liknande – förnygringstänkandet är mer en allmän inställning programledningen har sedan ett drygt år tillbaka. Främst handlar det om ett tilltal, men även val av ämne och de kläder som personerna i TV-rutan har på sig kan spela roll, menar Safa Safiyari. Själva åldern på programledarna tror han inte är av så stor betydelse. SVT:s nyhetsredaktion har arbetat mycket med just tilltalet det senaste året, berättar han.

– Ett av våra kärnuppslag är nyheter och det är väldigt viktigt att nå de unga tittarna med detta. Förr eller senare kommer de att behöva nyheter. Därför har vi just nu på nyhetsredaktionen ett projekt som heter tilltalsprojektet där man arbetar mycket

med hur man använder ord och bilder i själva berättandet.

Sedan arbetet med förnygringsstrategin inleddes har Safa Safiyari och hans kollegor på SVT noterat en sakta men säker uppgång bland de yngre tittarna.

– Efter att tittarsiffrorna bland ungdomarna rasat konstant i tio års tid vände det plötsligt förra året. Främst är det sportsändningarna som har varit framgångsrika.

Varför just sporten tilltalat de unga så bra tror Safa Safiyari beror på att ämnet i sig redan är intressant för de som är sportintresserade. Målet är att nå ungdomarna med alla program oavsett genre.

Svårflirtade ungdomar

SVT har ingen gemensam definition för vilka tittare det är som räknas som ungdomar. Talar man om en tonårsmålgrupp är det personer i åldrarna 13-19 som avses, menar Safa Safiyari. Han tycker det är fel att nischa in ungdomar för mycket och anser att de



SVT finns på 29 orter i hela landet. Här huvudbyggnaden på Gärdet i Stockholm.

i princip bör räknas som vuxna. Ungdomar är väldigt olika menar han och därför är det viktigt att vara försiktig och inte dra alla över en kam.

– Bland vissa kretsar av ungdomar är kulturprogrammen väldigt populära. Det finns seriösa samhällsprogram som *Dokument utifrån*, *Klass 9A* eller *Debatt* för de som vill se på det.

I de fokusgruppsintervjuer vi genomfört var dock en återkommande inställning bland ungdomarna att SVT ansågs som "trist pensionärs-TV". Safa Safiyari småskrattar lite och medger att det knappast kommer som någon nyhet för honom.

– Kanske är det just för att de vill se amerikanska filmer och serier. Varför vi inte visar så mycket Hollywood-filmer har bland annat att göra med att vi inte alltid har de ekonomiska möjligheterna. TV är en miljardindustri och det är väldigt mycket affärer i det. Det lustiga är också att när vi sänder amerikanska serier som *Entourage* tittar de inte på det. *Popcirkus*, som vänder sig till ungdomar, ser de inte heller på.

"Vi skulle aldrig visa ett program som Linda Rosing gifter sig"

Varför ungdomarna sviker SVT trots deras särskilda satsningar kan inte Safa Safiyari svara på. Kanske är det så att de helt enkelt inte vet om att det finns program som riktar sig till dem, spekulerar han. Den stora frågan är



I SVT:s företagsledning tas alla övergripande beslut om program och övrig verksamhet.

hur man kombinerar public service-uppdraget med ett utbud som tilltalar ungdomar idag.

– SVT är ett företag som dels har ett ansvar, dels lever i en kommersiell omgivning. Vi arbetar hela tiden för att nå de yngre tittarna, men SVT ska inte likna de kommersiella kanalerna. Ett tag försökte vi göra det. Det är viktigt att titta historiskt på detta. Från att ha varit störst, bäst, rikast och utan konkurrens hamnade SVT i någon slags identitetskris för några år sedan då allt fler tittare gick över till de kommersiella kanalerna. Idag har vi hittat tillbaka till oss själva och har insett att vi är bäst för att vi är vi. Om vi tycker att en serie som *Simpsons* är bra ska vi ha det, men vi kan inte visa

vad som helst. Vi skulle aldrig visa ett program som "Linda Rosing gifter sig". Folk förväntar sig att vi ska vara på ett visst sätt.

Så vad är då ett program som vänder sig till ungdomar och som är okej för SVT att visa, det vill säga följer grunderna för public service? Som programbeställare är det främst tre kriterier Safa Safiyari tittar på:

– Det ska ha relevanta ämnen, ta titlaren på allvar och vara trovärdigt. *Andra Avenyn* är ett sådant program som uppfyller dessa krav.

Andra Avenyn har haft stor framgång bland många unga tittare, inte minst på webben. Trots detta är det idag oklart hur det blir med serien i framtiden. Just nu har produktionen

Public service

- Public service är det samlande namnet på radion och TV:n i allmänhetens tjänst i Sverige.
- Verksamheten bedrivs av tre olika programföretag: Sveriges Radio, Sveriges Television och Sveriges Utbildningsradio.
- Public service är reklamfri och oberoende radio och TV, fritt från politiska, kommersiella och andra intressen.
- All verksamhet finansieras genom de TV-avgifter som hushåll-

len betalar.

- Public service är inte skattefinansierat.
- För fem kronor och tjugofem öre om dagen - vilken är avgiften utslagen per dag - får man tillgång till Sveriges Televisions hela programutbud, alla Sveriges Radios riks- och lokala kanaler, utlandsprogrammen i Radio Sweden och Utbildningsradions radio- och TV-program.

Källa: www.publicservice.se



Public service är nyttigt, tycker Safa Safiyari.

lagts på is, men eftersom *Andra Avenyn* som varumärke funkade bra tycker Safa Safiyari att det vore dumt att lägga ner serien helt och hållet.

Att SVT har varit väldigt tidiga med att utveckla webb-TV:n tror han också har haft stor betydelse för att nå den yngre publiken. Han ser användandet av internet som den stora frågan i kampen om denna målgrupp och märker själv hur det går ned i åldrarna hela tiden, såväl på jobbet som i hemmet.

– De som tittar på våra program på TV är mycket äldre än de som tittar på SVT Play. När min egen dotter vill se på *Bolibompa* pekar hon på datorn, inte på TV:n.

Inte bara åldern som räknas

I det senaste styrdokumentet "Ditt SVT – Strategier mot 2010" betonas vikten av att vara allas television och att hela Sverige ska speglas i utbudet. Ett mål är att nå fler av dem som idag inte använder SVT:s kanaler och tjänster, och hänsyn ska tas till program och tjänster för barn och unga. SVT1 kommer att fortsätta som den stora breda kanalen, medan SVT2 har mer plats för nischade målgrupper, berättar Safa Safiyari. Hur stor roll tittarsiffrorna spelar då ett visst program visas varierar.

– Ibland spelar det stor roll, ibland ingen alls. För ett program som visas klockan åtta en lördagkväll har tittarsiffrorna stor betydelse – ingen TV-kanal kan sända något som är för

nischat då. Men för till exempel en dokumentär om kriget i Jugoslavien som visas 22.30 en söndag spelar tittarsiffrorna inte så stor roll. För ungdomsprogram spelar tittarsiffrorna inte så stor roll på totalen, men däremot inom målgruppen.

SVT definierar personer i åldrarna 20-44 som unga vuxna. I Sverige omfattas denna målgrupp idag av drygt två miljoner invånare. 16-19-åringarna består av cirka 510 000 personer. Därför har SVT främst koncentrerat förnyingsstrategin till målgruppen unga vuxna, berättar Safa Safiyari.

– Riktat vi oss till unga vuxna kan vi nå en del av de yngre med. Men det handlar inte bara om ålder. Exempelvis spelar social bakgrund stor roll, och från ett public service-perspektiv är det viktigt att vi når olika samhällsskikt. Bra TV handlar om att väcka känslor.

I framtiden är det främst på samhällsredaktionen som satsningar mot en yngre publik planeras, berättar Safa Safiyari. SVT har de senaste åren haft flera dokumentärsatsningar som gått väldigt bra, menar han.

Om tonåringar helt skulle sluta med att titta på SVT tror han att det skulle medföra flera effekter, inte minst för samhällsdelaktigheten.

– Som exempel har vi valet nästa år som är en jättesatsning. Om de missar public service kanske det får konsekvenser för demokratin.

SVT om Public service-uppdraget

- SVT är ett oberoende medieföretag i allmänhetens tjänst.
- SVT:s uppdrag är att garantera medborgarna ett brett utbud av program och tjänster via tv, internet och andra publiceringsformer omfattande alla programområden.
- SVT:s utbud präglas av demokratiska och humanistiska värden, folkbildningsambitioner, mångfald och kvalitet och tillgängligt för alla oavsett förutsättningar och bakgrund.

- SVT speglar och finns i hela landet.
- SVT:s verksamhet bedrivs självständigt i förhållande till politiska, kommersiella och andra intressen och maktstrukturer i samhället.
- SVT:s verksamhet kännetecknas av hög integritet, opartiskhet och saklighet. Självständigheten säkerställs via en långsiktig finansiering i form av tv-avgiften.

Källa: www.svt.se

SVT:s förnygringsstrategi

– ett vagt begrepp utan täckning



VAD MENAR Safa Safiyari egentligen när han talar om en förnygring av programmen? Det är inte ett helt klart begrepp alla gånger, och de tolkningar som kan göras är många. Helst vill han inte ens kalla SVT:s nya strategi gentemot ungdomar för en förnygringsstrategi, berättar han under vår intervju. Det var faktiskt jag själv som satte ihop orden förnygring+strategi, mest för att få samtalet att flöda lättare, så jag frågar honom vad han hellre vill kalla det. Han funderar en stund, tänker så det knakar. Efter ett tag säger han att jag kan skriva förnygringsstrategi i artikeln i alla fall, han kan inte komma på någon bättre beteckning själv.

SÅ HUR SKA då denna förnygringsstrategi ske i praktiken? Om SVT inte ens har någon gemensam benämning för sin nya strategi gentemot ungdomsmålgruppen, än mindre några utfärdade direktiv, blir det då inte väldigt godtyckligt hur den ska tillämpas i realiteten? Det handlar främst om ett tilltal, men även kläder och ämne är av relevans, säger Safa Safiyari. Det låter så luddigt på något sätt, inga raka rör liksom. Jag känner att jag vill ha mer konkreta svar. Hur gör man till exempel för att göra ett program som *Debatt* eller *Agenda* ungdomligare? Safa Safiyari ber mig kontakta de övriga avdelningarna på SVT för att få bättre svar på hur just de arbetar med förnygringsstrategin. Givetvis. Själva syftet med den nya förnygringsstrategin är ju att den ska tillämpas på alla program oavsett genre. Så jag börjar ringa. Och ringa. Och ringa. Sedan mailar jag. Det visar sig att det inte är någon lätt match att få tag på programbeställarna på SVT. Den enda jag lyckas få tag på är Robert Olsson på SVT i Göteborg, som ansvarar för områdena nyheter, samhälle och current affairs. När jag frågar honom hur han arbetar med förnygringsstrategin blir han först lite tvekande. Att SVT skulle ha någon ny strategi gentemot ungdomsmålgruppen är inte något han känner till. När jag förklarar att jag talat med Safa Safiyari och berättar vad han menat med förnygringsstrategin är han dock med på noterna lite mer. I stora drag är detta vad han hade att säga:

"På nyheterna arbetar vi med två saker, tilltal och tillgänglighet. Tilltal handlar om att berätta en historia på ett sätt som är intressant. Om du tittar på exempelvis Lisbeth Åkerman på Rapport så pratar hon med publiken på ett annat sätt än vad man gjort tidigare. Vi ska bli mer intressanta i berättandet och man kan hoppas på att detta i sin tur även tilltalar en yngre pu-

blik. Att öka tillgängligheten för nyhetsverksamheten arbetar vi också mycket med. Människor ska ha möjlighet att ta del av nyheterna när det passar dem själva, vilket man kan göra på SVT Play. Sedan SVT började med webb-TV har vi sett hur företaget ändrats från att ha varit något som mormor och morfar tittar på till att omfatta en yngre publik. Vad gäller samhällsredaktionen har vi de senaste 2-3 åren arbetat mycket med att beskriva samhällsföreteelser på ett annat sätt än vi tidigare gjort, som träffar mer rakt i magen. Vi har mer reportagebaserade program som till exempel "Diplomaterna", "På liv och död" och "Tonårsliv", och vi har märkt att dessa drar en yngre publik mer än till exempel "Agenda". Det är inte så att hjulet uppfunnits nu men de reportagebaserade programmen har blivit mer frekventa. Båda programformerna är uppskattade. Vi är inte så åldersfixerade utan vill mer vara allas TV och försöker lägga örat mot vår samtid."

MAN BEHÖVER knappast vara någon Einstein för att se mellan raderna här. Visst konstaterar Robert Olsson att han arbetar med att utforma programmen på ett sådant sätt att de blir modernare i formatet. Tilltalet är lättare liksom tillgängligheten för människor att ta del av programmen när och hur de vill på webben. Från denna aspekt har SVT blivit mer ungdomliga, ja. Men jag tolkar det snarare som att SVT hängt med i samhällsutvecklingen i stort. Det är inte för att de följt några särskilda förnygringsstrategier med ungdomarna i åtanke. SVT vill ju, som Robert Olsson själv säger, vara *allas* TV och *förhoppningsvis* då också tilltala den yngre publiken.

SVT HAR blivit ungdomligare eftersom människor idag överlag faktiskt är ungdomligare än förr. Det sägs ju att 40 är det nya 30. Oavsett vad SVT själva säger är det faktiskt så att när det väl kommer till kritan anpassar de sig inte efter ungdomar. De anpassar sig efter samhället. Annars hade de åtminstone haft en gemensam handlingsplan för sin förnygringsstrategi. Om den nu överhuvudtaget finns.



Emilie Aune



Ungdomarna – SVT:s stora dilemma

Att ungdomar idag sviker SVT till förmån för de kommersiella kanalerna har länge varit ett faktum. Men vad beror det egentligen på och hur hanterar SVT detta? Vi har försökt reda ut frågorna kring detta stora dilemma.

TEXT: Emilie Aune, Josefin Brosché och Carolina Nilsson



GLAPPET.

"Det är inte direkt Family Guy på SVT"

Citatet ovan kommer ifrån en 16-årig kille och sammanfattar på sätt och vis SVT:s problematik – att nå dagens svårflirtade ungdomar samtidigt som man ska leva upp till Public Service-kraven. För ungdomar idag är inte intresserade av SVT. De har en bestämd uppfattning om vad SVT står för; det är "pensionärs-TV". De ungdomarna vi har pratat med under vår granskning vet inte vad som visas på SVT och flera av dem berättar om sitt ointresse för deras program.

– Vi har redan våra kanaler som vi kollar på, hävdar en kille.

– Vi behöver inte SVT, säger en annan.

SVT ingår helt enkelt inte i deras vardagsrutiner, det är en kanal som de bara zappar förbi. De är inte vana vid att SVT sänder något som intresserar dem eller är riktat till dem och märker därför inte när SVT satsar på till exempel serier. I en av våra fokusgrupper berättar en kille att han aldrig tittar på SVT. När han sedan blir ombedd att ge exempel på bra serier nämner han den amerikanska serien *Nip/Tuck* som favorit. Detta är en serie som sänds på SVT.

Ungdomarna säger att de skulle vilja se mer amerikanska serier på SVT. Samtidigt verkar de inte ens veta att detta faktiskt förekommer då och då. Vårt resonemang om att ungdomar inte hittar till SVT bekräftas av Safa Safiyari,

programbeställare och ansvarig för bland annat barn- och ungdomsutbudet på SVT. Han menar att det inte hjälper att de visar amerikanska serier, ungdomarna tittar ändå inte



FOTO: Emilie Aune

Safa Safiyari, programbeställare och ansvarig för ungdomsutbudet på SVT, säger att det spelar ingen roll om de visar amerikanska serier. Ungdomar tittar ändå inte på SVT.

på SVT.

– Det lustiga är att när vi sänder amerikanska serier som *Entourage* tittar de inte på det.

"Genom att ha koll på omvärlden sker förnygringsarbetet av sig självt"

Safa Safiyari om SVT:s förnygring.

Förnygringsstrategi – vad är det egentligen?

Är det då ett problem att ungdomar inte tittar på SVT? Å ena sidan visar forskning att ungdomar troligtvis kom-

mer att börja titta på SVT när de blir äldre. Både Åsa Nilsson på SOM-institutet och André Jansson, professor i medie- och kommunikationsvetenskap vid Karlstads Universitet tror

att en stor del av dagens ungdomar kommer att söka sig till SVT när de blir äldre och deras intresse för samhället ökar.

– SVT får inte stirra sig blinda på det här med ungdomar. Faktum är att ungdomstiden är ganska kort, säger André Jansson.

– SVT och Public Service har ett annat innehåll som attraherar äldre för deras intressen. Vi har sett att man blir mer intresserad av politik när man blir äldre, förklarar Åsa Nilsson.

Å andra sidan visar forskning från SOM-institutet att antalet som går tillbaka till SVT när de blir äldre minskar för varje generation. Åsa Nilsson ser en naturlig förklaring till detta.

– Ungdomar idag växer upp i en helt annan medievärld och vi har sett att man behåller sina vanor när man blir äldre.

På sikt riskerar alltså SVT att deras tittare blir färre i takt med att generationen som föredrar kommersiella kanaler blir äldre.

SVT är naturligtvis medvetna om sin situation. I boken *Radio och TV efter monopolet – en kamp om publik och pengar* skriver Nina Wormbs och Lars-Åke Engblom att Eva Hamilton satte upp nya publikmål när hon blev ny vd för SVT 2006, bland annat att SVT ska "nära fler av dem som idag inte använder SVT:s utbud". Det har snarare gått åt andra hållet, i alla fall när det gäller ungdomarna. SVT fortsätter att tappa unga tittare.

SVT ändrar tilltalet

Det verkar nästan som om SVT har gett upp hoppet om att nå ungdomarna. Istället för att satsa på renodlade ungdomsprogram ska de förnya det utbud som redan finns genom att ändra på tilltalet och i vissa fall programledarnas klädsel. Vi har svårt att se att detta skulle vara tillräckligt för att locka de ungdomar som hellre tittar på amerikanska serier. Ett program som riktar sig till en vuxen målgrupp blir inte ett ungdomligt program bara för att programledaren har en flashig tröja på sig. I fokusgrupperna var det också tydligt att ungdomarna känner sig förödmjukade snarare än tilltalade av de programledare som försöker prata eller uppföra sig ungdomligt. Safa Safiyari hävdar ändå att de redan nu har sett en liten, men tydlig uppgång i tittarsiffror bland ungdomar.

När vi frågar om hur SVT:s förnyingsstrategi ser ut blir han lite otydlig i sina svar. SVT har inga utfärdade direktiv för hur de ska arbeta med förnyringen av programmen och

Safa Safiyari vill egentligen inte ens kalla det för en förnyingsstrategi. Samtidigt har han svårt att komma på någon bättre beskrivning.

– Genom att ha koll på omvärlden sker förnyingsarbetet av sig självt, är ett av hans svårtolkade svar.

Safa Safiyari kan inte ge någon tydlig redovisning för hur SVT jobbar

med förnyingsstrategin utan hänvisar vidare till de olika programavdelningarna. Under vår rundringning får vi endast svar från Robert Olsson som ansvarar för områdena "Nyheter, samhälle och current affairs". Han känner inte till att SVT skulle ha någon speciell förnyingsstrategi. Däremot, förklarar han, arbetar de på hans avdelning sedan två-tre år tillbaka mycket med att göra tilltalet och tillgängligheten lättare. Detta, menar han, kan förhoppningsvis även locka en yngre publik.

Förnyingsstrategin verkar alltså knappast vara någon officiell strategi på SVT. Snarare är det något de olika redaktionerna kan jobba med lite som de vill... och om de vill.

Webb-TV och SVT Play

En viktig del av SVT:s satsning på ungdomar är att satsa på webben. Även om ungdomarna i vår forskning inte använder webb-TV i speciellt stor utsträckning har datorn ändå ersatt deras TV-tittande genom att de laddar de ner filmer och serier. Att ungdomar idag alltmer rör sig från ett traditionellt TV-tittande verkar alla vi har pratat med vara överens om. Däremot finns det ännu inget sätt mäta vem som tittar på webb-TV. Att en stor del av programstarterna skulle vara av ungdomar går alltså inte att bevisa.

Både Åsa Nilsson och André Jansson har i sin forskning sett att Internet fått en allt större betydelse i ungdomars vardag. Safa Safiyari berättar att SVT satsar mer på webben och SVT Play för att nå ungdomar. Han ser användandet av Internet som den stora frågan i kampen om de unga tittarna. Christian Wikander, dramachef på SVT håller med: – Det är vår möjlighet att bli synliga

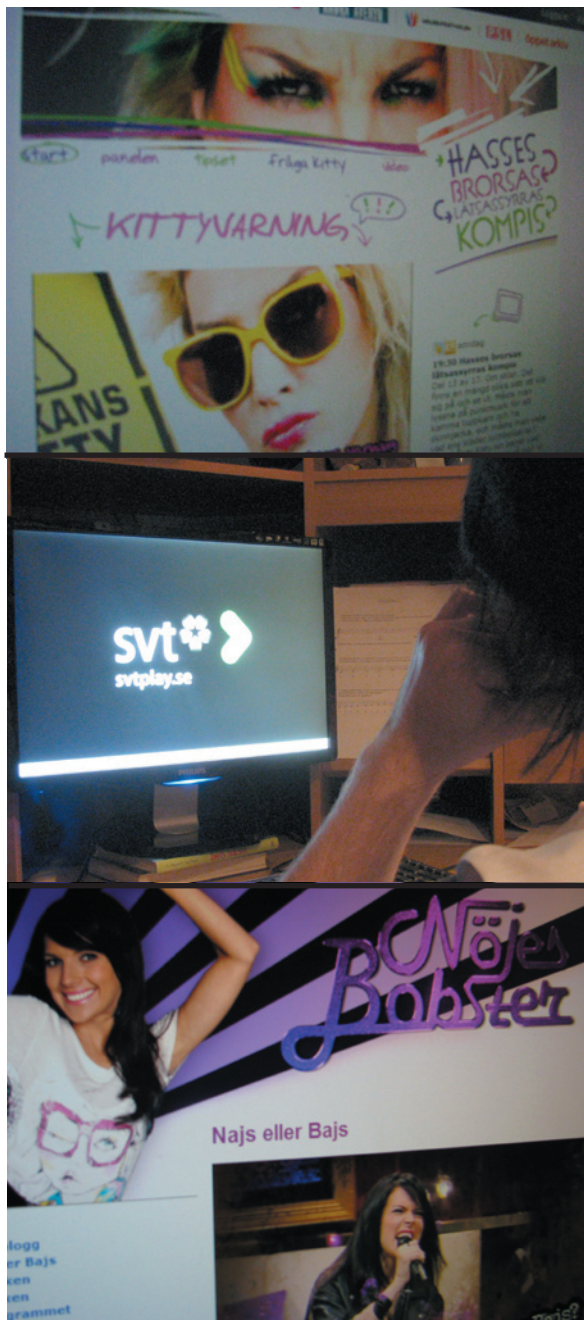


FOTO: Carolina Nilsson



FOTO: Carolina Nilsson

André Jansson tror att ungdomars intresse för SVT är en klassfråga. Värderingar och utbildning är faktorer som har betydelse.

för en publik som inte tittar på vanlig TV. Det är viktigt att vi gör avtryck på andra ställen.

SVT Play har blivit mycket framgångsrikt för SVT, menar de personer på SVT som vi pratat med. Ändå verkar det som om de inte tar den framgången på allvar, den är inte lika mycket värd som framgång i den "riktiga" TV:n. Internet ska endast fungera som ett komplement, ett sätt att locka till sig tittare. *Andra Avenyn* är ett tydligt exempel på detta. Serien har blivit en succé på webben. 2007 stod den för 25 procent av antalet startade klipp på SVT Play och seriens hemsida innehåller forum, bloggar med mera.

Ändå hotas serien av nedläggning för att tittarsiffrorna för serien på traditionell TV har varit för dåliga.

– Vi har färdiga avsnitt fram till sommaren 2010. Beslutet tas i höst, då startar produktionen igen om vi beslutar att fortsätta, berättar Christian Wikander.

"SVT får inte stirra sig blinda på det här med ungdomar. Faktum är att ungdomstiden är ganska kort"

André Jansson om SVT:s syn på ungdomar.

vjuer nämns *Andra Avenyn* som ett av de få bra program som idag visas på SVT. Men alla verkar ha en egen åsikt, speciellt med tanke på att programmet ändrat format flera gånger under

seriens varaktighet. Något som ungdomarna inte verkar ha uppskattat.

Begreppet ungdom

Ett problem vi stötte på under vår undersökning är att begreppet "ungdom" är ett så pass stort och flytande begrepp. Flera av intervjupersonerna har svårt att definiera vem de anser vara en ungdom. Läser man om olika programs målgrupper på SVT:s hemsida är uttryck som "barn i yngre tonåren", "tonåringar" och "unga vuxna" vanligt förekommande. Inte ens SVT själva kan definiera vad ungdomar är.

– Att säga att man gör ungdomsprogram är lite passé idag. Det sänder ut signaler att man riktar sig till en målgrupp som inte är "normal". Folk i 25-30-årsåldern är mycket viktiga eftersom det är fler tittare i den åldern medan 16-19-åringar inte tittar lika mycket på SVT. Riktar vi oss till unga vuxna kan vi nå en del av de yngre med, säger Safa Safiyari.

På ett sätt tänker Safa Safiyari och SVT helt rätt. De äldre ungdomarna tittar inte på ungdomsprogram, de vill se mer vuxna program. Problemet är att begreppet "unga vuxna", som SVT använder flitigt, omfattar alla tittare i åldrarna 20-44 år. Troligtvis har en 44-åring överlag helt andra intressen än en 20-åring. Är det då rimligt att ett och samma program ska locka båda målgrupper? Christian Wikander medger att SVT idag inte gör något som riktar sig enbart till ungdomar, men menar ändå att en relevant och bra historia är något som tilltalar alla – alla som går att tilltala det vill säga. 15-25-åringarna menar han är den svåraste gruppen att nå.

– Det svåra med den här gruppen, just det här spannet, är att de är olika varandra, att de förändras så fort, menar han.

Public Service-ansvaret

Vad har då SVT för ansvar när det

gäller ungdomar? Ska Public Service vara till för dem som tittar eller handlar Public Service om att finnas till för alla? Ungdomarna i fokusgrupperna tycker inte att det är en svår fråga; de anser att SVT ska anpassa utbudet efter dem som tittar. Skulle detta bli verklighet är SVT inte längre i allmänhetens tjänst eftersom en hel generation hamnar utanför.

Åsa Nilsson är av den uppfattningen att om SVT ger upp hoppet om den unga generationen riskerar SVT att bli en kanal för eliten.

– Nu kan man välja bort politik och gå mot mer underhållning. Då kommer man bort ifrån det offentliga samtalet och då blir det problematiskt. Det är ett ansvar som Public Service har att se till så att man paketerar sitt innehåll på ett intressant sätt så att folk hittar dit. Tendenserna är att klasskillnaderna är större bland ungdomar idag än vad de var förr.

Tyvärr är denna farhåga representativ för de vuxna som är insatta i innebördens av Public Service. För ungdomar är SVT som vilken annan kanal som helst, fast utan reklam. En kanal de inte tittar på. Och så länge ungdomarna inte tittar, kan SVT inte till fullo uppfylla varken sitt Pulic Service-ansvar eller sitt folkbildningsansvar. På sikt riskerar de till och med att bidra till en större segregation mellan klasserna, i det svenska samhället. Just klasskillnaderna har visat sig ha en stor betydelse när det gäller ungdomars intresse för SVT.

– Om man ser vilka det är som tittar mer på utmanande och djupgående ungdomsprogram på SVT så är det

en grupp som är på väg mot en högre utbildning och har de värderingarna med sig från sina föräldrar. Publiken segregeras och ju större utbudet är

desto mer delas publiken upp i olika sociala grupper, konstaterar André Jansson.

Och SVT:s obalanserade relation till ungdomar är inget nytt.

Michael Fors-

man skriver i boken *Från klubbrum till medielabyrint: ungdomsprogram i radio och TV 1925-1993* att kampen om ungdomarna

en fana som SVT tar upp med jämna mellanrum. Men vad resultatet blir är oklart – om det ens blir någon förändring.

Framtiden för SVT

På SVT:s hemsida kan man läsa "Att behålla publiken är ingen självklarhet. Det bygger på ett ömsesidigt förtroende mellan företag och publik." När det gäller ungdomarna är det inte en fråga om förtroende.

SOM-institutets förtroendeundersökning visar gång på gång att SVT är ett av de företag som har högst förtroende, både bland vuxna och ungdomar. Ändå tittar inte ungdomarna. Kanske finns det, trots vad Safa Safiyari och Christian Wikander säger, ett hemligt recept som SVT ännu inte kunnat koka ihop.

Den generation som SVT nu håller på att tappa greppet om är den gene-

ration som de i framtiden kommer att vara beroende av. Vad händer då när denna grupp väljer bort SVT? Många av dagens vuxna generationer växte upp med endast två kanaler, TV1 och TV2, och har därför en betydligt starkare relation till SVT. Det är ett beteende de har med sig sedan barn- domen. Dagens ungdomar är annorlunda. De förutsätter att det ska finnas ett stort utbud av kanaler att välja mellan och de vill inte styras av fasta TV-tider. Om de inte gillar programmet som sänds i en kanal så har de ett stort antal andra kanaler att zappa över till. Även om SVT är medvetna om detta verkar det som om de ändå förlitar sig för mycket på att ungdomarna kommer bete sig som sina föräldrar när de blir vuxna. Om man ska tro forskare är detta inte troligt.

– Ungdomar idag kommer inte att bli som dagens 60-åringar när de själva blir äldre. Vi ser tydliga generationskillnader när det gäller hur man tittar på TV, förklarar Åsa Nilsson.

SVT:s stora dilemma är att få ungdomar att hitta dit. Under vår granskning har vi upptäckt att SVT ibland faktiskt

gör bra och seriösa satsningar på program för ungdomar, till exempel *Popcirkus* och *Andra Avenyn*. Problemet

är att ungdomarna inte känner till programmen finns eftersom de inte tittar på SVT. Det har blivit en ond cirkel. Ungdomarna hittar inte SVT för att SVT inte hittar dem. Den onda cirkeln sluts om och om igen.

"Det är ett ansvar som Public Service har att se till så att man paketerar sitt innehåll på ett intressant sätt så att folk hittar dit"

Åsa Nilsson om SVT:s ansvar mot de ungdomar som inte tittar på SVT.

"Det är vår möjlighet att bli synliga för en publik som inte tittar på vanlig TV"

Christian Wikander om SVT Play:s betydelse för Andra Avenyn.

Lära för livet – eller leva för att lära?

Vad är skillnaden på vuxna och tonåringar när de tittar på tv? Finns det något mer som skiljer dem åt, som gör att de föredrar olika sorters tv; något mer än ålder? Något mer än frisyra, körkort, hemförsäkring och trasiga jeans. Kanske finns det en, nog så självklar, ändock inte uppenbar skiljelinje.

Vad de gör på dagarna.

Från 6-18 års ålder tillbringar Sveriges unga i skolan; lågstadiet, mellanstadiet, högstadiet och kanske gymnasiet. Dagar fyllda med lärande, glosförhör, årtal, molekyler, mattetal. Dagar då hjärnan ska fyllas med information och fakta. Den genomsnittliga vuxne yrkesarbetande har nog en daglig rutin som skiljer sig radikalt från detta. De vuxna är inte längre tvungna att lära sig saker.

I vår undersökning har det framgått med all önskvärd tydlighet, att ungdomar tittar på tv för att slappna av. De föredrar amerikanska serier, sådant som man kan slappa framför. SVT, med sina debattprogram, soffdiskussioner och dokumentärer, väljer ungdomarna bort. För att sedan, rent statistiskt, komma att börja titta på det, i högre grad, ju äldre de blir.

Kanske är detta den enkla förklaringen. Att våra ungdomar är trötta på att lära sig saker, trötta på ny kunskap, trötta på samhällsanknytning, diskussion, forskning och information. Kanske vill de

bara slappa, medan deras föräldrar istället i högre grad söker intellektuell stimulans på kvällarna, eftersom deras geniknölar inte gnuggas dagligen, på samma sätt.

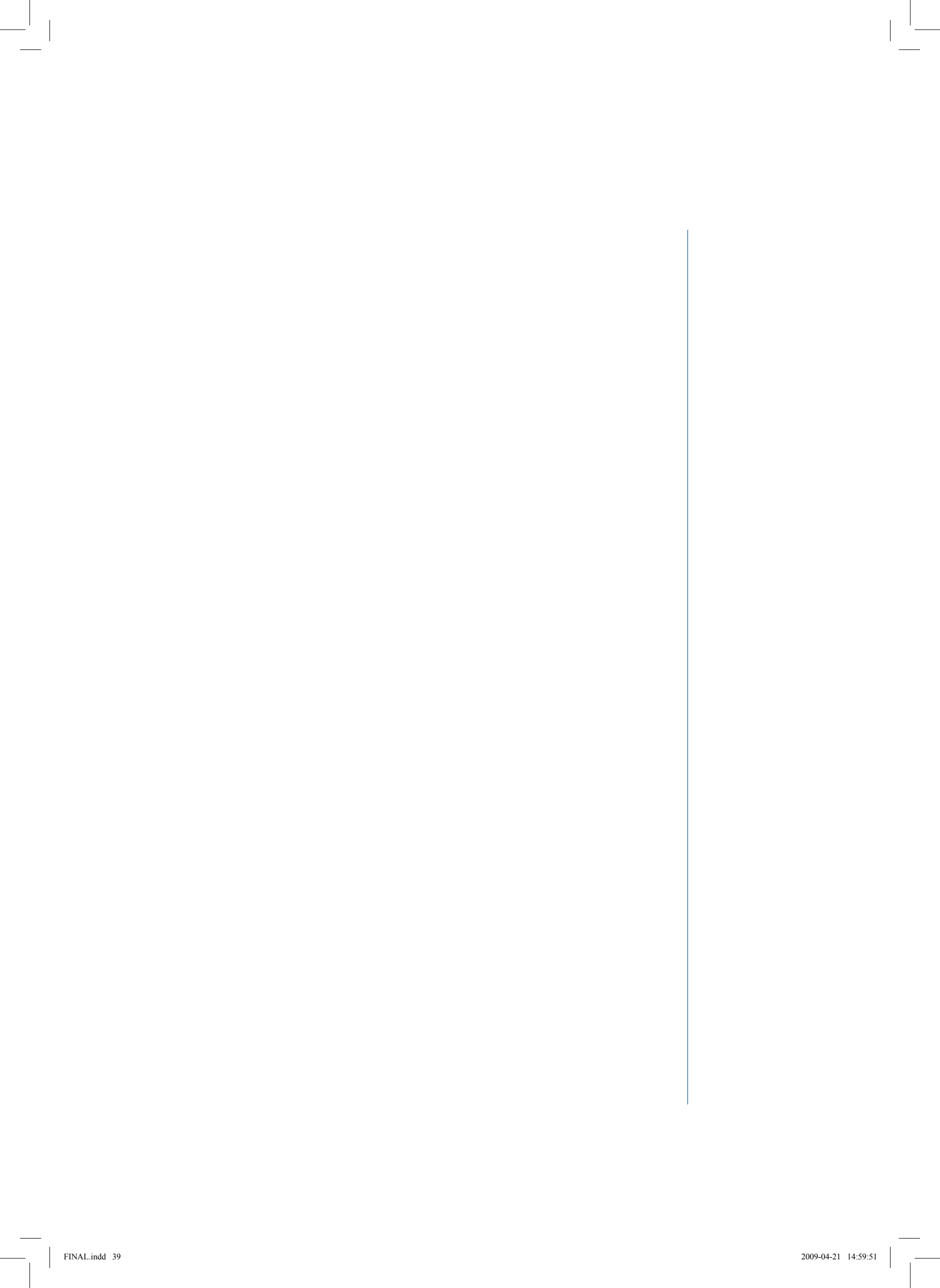
Såklart kan man tycka att detta med de amerikanska serierna är förkastligt, att de följer traditionella stereotyper, inte innehåller någon substans och allt vad det är.

Men samtidigt måste den mänskliga hjärnan vila. Koppla av. Återhämta sig.

Skomakare, bliv vid din läst.
Tonåring, Vänner går på femman.

Josefin Brosché





Arbetsrapport

Innehållsförteckning

<u>1. Sammanfattning</u>	2
<u>2. Abstract</u>	3
<u>3. Syfte och frågeställning</u>	4
<u>3.1. Frågeställningar:</u>	4
<u>4. Metod, material och urval</u>	4
<u>4.1. Avgränsning</u>	4
<u>5. Teori och relevant litteratur</u>	5
<u>6. Arbetsgång</u>	6
<u>7. Källförteckning</u>	6
<u>7.1. Tryckta källor</u>	6
<u>7.2. Otryckta källor</u>	7
<u>7.3. Muntliga källor</u>	7
<u>7.4. Bildkällor</u>	7
<u>8. Bilaga</u>	8

1. Sammanfattning

Titel: Glappet – SVT vs. Ungdomarna

Författare: Emilie Aune, Josefin Brosché, Carolina Nilsson

Kurs: Göteborgs Universitet: Institutionen för Journalistik och Masskommunikation (JMG), Journalistprogrammet, Journalistgranskning.

Termin: Vårterminen 2009

Syfte: Att ta reda på hur utbudet för ungdomar ser ut i SVT, varför ungdomar sviker SVT, vad de tittar på istället och varför.

Metod: Fokusgruppsintervjuer med ungdomar, kvalitativa intervjuer med forskare samt kvalitativa intervjuer med anställda på SVT.

Material: Fokusgrupper genomförda med elever i åldrarna 14-18 på Frölundagymnasiet, Angeredsgymnasiet, Hovåsskolan och Nya Lundenskolan, samt kvalitativa intervjuer med forskare och anställda på SVT.

Huvudresultat: Trots att SVT har högt förtroende hos svenskarna, oberoende av ålder, väljer ungdomar bort SVT för kommersiella kanaler. Ungdomarna tycker att SVT visar för många tunga program om verkligheten, de vill hellre titta på amerikansk fiktion. SVT är medvetna om ungdomarnas preferenser men menar att en del åldrar kan man helt enkelt inte nå. SVT gör idag inga renodlade ungdomsprogram. Istället satsar de på den breda publiken och själva berättandet, som de menar ska fånga alla. Någon plan för att förändra utbudet för att nå fler ungdomar har de inte. Istället ska det redan existerande utbudet förnyas genom ändringar i tilltal och programledarnas kläder.

2. Abstract

Title: The Gap – SVT vs. the Teenagers

Authors: Emilie Aune, Josefin Brosché, Carolina Nilsson

Course: Gothenburg University: Institution for Journalism and Mass Communication (JMG), Journalism Programme, Journalistic review

Term: Spring 2009

Purpose: To find out what the range of TV-programmes for teenagers looks like today on SVT, why teenagers do not watch SVT, what they watch instead and why.

Method: Focus group interviews with teenagers, qualitative interviews with researchers and qualitative interviews with employees on SVT.

Material: Focus groups with students between the ages 14 and 18 years old at Frölundagymnasiet, Angeredsgymnasiet, Hovåsskolan and Nya Lundenskolan, qualitative interviews with researchers, and qualitative interviews with employees at SVT.

Main results: Even though SVT are considered as one of the most trustworthy companies, independent of age, teenagers choose to watch commercial television over SVT. The TV-shows and series on SVT are rejected in advantage of American TV-programmes instead. Teenagers consider that SVT broadcast too much serious programmes about reality, they would rather watch American fiction. SVT are aware of the preferences of the teenagers, but mean that some age groups just cannot be reached. SVT do not show any typical teenage TV-programmes today. Instead, they mean that they commit themselves to all people in general and good story telling that they mean captures everyone. They do not have any plans to change the range of TV-programmes in order to reach more teenagers. Instead, the TV-programmes that already exist will become more rejuvenated by changes made in speech and appearance by the TV-hosts.

3. Syfte och frågeställning

Enligt statistik från MMS tappar SVT tittare bland ungdomar. Ungdomar har länge varit en svår grupp för SVT att nå eftersom de hellre tittar på kommersiella TV-kanaler. Det har genom åren gjorts flera satsningar på olika ungdomsprogram från SVT:s sida men de unga tittarna sviker. I flera rapporter framgår att ungdomar är den grupp som tittar allt mindre på traditionell TV. Istället tittar de mer på webb-TV och använder sig av streamning.

Syftet med vår granskning är att undersöka hur utbudet för ungdomar ser ut i SVT idag och vad ungdomar helst väljer att titta på. Hur resonerar de ansvariga på SVT, vilket utbud finns, och vad vill ungdomarna själva ha? Det är också intressant att ta reda på vilken roll SVT:s Public Serviceansvar har i konkurrensen med de kommersiella kanalerna.

3.1. Frågeställningar:

1. *Hur ser SVT:s utbud för ungdomar ut idag och varför ser det ut som det gör?*
2. *Varför sviker ungdomar SVT och vad tittar de på istället?*

4. Metod, material och urval

Till en början tänkte vi göra en enkät och skicka ut till olika skolor. Vi insåg sedan att enkäten skulle ge oss samma svar som vi själva kunde hitta genom att läsa statistik. Eftersom vi snarare ville ha svar på frågan *varför* ungdomar sviker SVT valde vi istället att göra fokusgruppsintervjuer med elever på några utvalda skolor runt om i Göteborg. Vi insåg att det skulle ge oss mer information om vi satte oss ner med ungdomarna och lät dem diskutera i grupp. Eleverna fick diskutera ganska fritt men vi försökte ändå styra dem genom ett antal frågor. 21 ungdomar i åldrarna 14 till 18 ingår i våra fokusgrupper.

Vi skrev frågorna till fokusgrupperna tillsammans men valde att göra intervjuerna var för sig för att vi skulle hinna med så många som möjligt. Vi var först oroliga att ungdomarna skulle bli svåra att intervjua och att de inte skulle våga säga vad de verkligen tyckte i grupp. Det visade sig inte vara några problem och vi hade mycket bra diskussioner med dem. De hade bestämda uppfattningar om vad de tyckte om och inte och de vågade säga emot varandra när de inte höll med.

För att få SVT:s syn på hur de ställer sig till målgruppen ungdomar gjorde vi kvalitativa intervjuer med tre personer, Safa Safiyari, Christan Wikander och ????. Vi försökte även få tag på ansvariga personer på de övriga programavdelningarna men utan resultat.

4.1. Avgränsning

Vi ville ha en så stor spridning mellan åldrar och skolor som möjligt. Innan vi började ringa runt bestämde vi att vår målgrupp skulle bestå av ungdomar i åldrarna 14 till 18 år eftersom vi upplevde att dessa åldrar faller bort i SVT. När det gäller skolorna försökte vi täcka in hela Göteborg, både innerstaden och ytterområden. När vi började ringa runt visade det sig vara svårare att boka intervjuer än vad vi först trott eftersom vi var tvungna att gå genom de olika rektorerna. Mycket av vår tid har gått åt till att jaga rektorer.

Skolor vi kontaktade:

Bergsjöskolan
Hovåskolan
Gamlestadskolan
Nya Lundensskolan
Munkebäcksgymnasiet
LM Engströms gymnasium
Angeredsgymnasiet
Frölundagymnasiet

Skolor där vi genomförde fokusgrupper:

En grupp på Hovåskolan i åldrarna 15 till 16 år
Två grupper på Nya Lundensskolan: en i åldrarna 14 år och en i åldrarna 15 år
En grupp på Angeredsgymnasiet i åldrarna 17 år
En grupp på Frölundagymnasiet i åldrarna 16 till 18 år

När vi började med intervjuerna hade vi inte bestämt hur många vi skulle göra för att få ett bra underlag. Avgränsningen föll sig ändå ganska naturligt. Efter att vi gjort intervjuer med fem olika grupper kunde vi se ett tydligt mönster i hur ungdomarna svarade. Vi bestämde då att vi hade uppnått en mättnad i underlaget och att det därför inte skulle ge någon ytterligare information att boka in fler grupper.

När det gäller SVT diskuterade vi först om vi skulle jämföra med Sveriges Radio som har lyckats behålla sina unga lyssnare bättre än vad SVT har gjort. Vi gjorde flera försök att få tag på P3:s kanalchef Hanna Toll men när hon inte svarade bestämde vi oss för att skipa den delen.

5. Teori och relevant litteratur

Vi har valt att utgå ifrån två huvudteorier. Stuart Halls modell om Encoding/Decoding tar upp olika möjligheter om hur publiken tolkar och tar till sig TV:s budskap. Enligt denna teori har avsändaren (i detta fall SVT) stor makt när det gäller att styra tittarnas förståelse. De ungdomsprogram som SVT sänder är formade (inkodade) utifrån vissa sociala och kulturella uppfattningar som ger programmet ett visst innehåll och en viss betydelse. Denna betydelse delas nödvändigtvis inte av de som tittar. Vi använder denna teori för att ta reda på om SVT och ungdomar har olika koder. Detta skulle innebära att SVT har ett vuxet synsätt på ungdomsprogram som inte ungdomar har och därför tittar de inte på SVT. Vi har här använt boken *Samtidskultur – Karaoke, karnevaler och kulturella koder* av Thomas Johansson, Ove Sernhede och Mats Trondman. I kapitlet ”Kodning och avkodning” går man igenom Stuart Halls idéer. Vi har även använt boken *Understanding Media Cultures* av Nick Stevenson, som går igenom olika kända medieteorier, bland annat Encoding/Decoding.

Den andra delen är vilken betydelse media har för ungdomars identitetsskapande. Här har vi läst en avhandling av André Jansson som heter *TV-tittarna och det sociala rummet – en studie av den sociala positionens betydelse för kanalpreferenser och självuppfattning* som tar upp hur man väljer olika TV-program utifrån ens livsstil. Den tar upp vår problematik till viss del men för att fördjupa denna del av teorin valde vi att även göra en intervju med André Jansson.

Vi har även använt en del litteratur och forskning som bakgrund till vår granskning. Artikeln ”Skilda TV-världar” av Åsa Nilsson tar upp hur ungdomar medievanor har förändrats genom åren. SVT:s Public Service-redovisningar för 2007 och 2008 har vi läst för att se vad SVT själva säger om sin verksamhet. Granskningsnämndens granskning av 2007 års Public Service-redovisning gav oss en uppfattning om vilka brister SVT har när det gäller ungdomsutbudet. Boken *Från klubbrum till medielabyrint: ungdomsprogram i radio och TV* av Michael Forsman gav en bra bild av hur SVT har resonerat om ungdomsprogram genom åren.

6. Arbetsgång

Vi har egentligen inte stött på några större motgångar under vårt arbete utan det har flytit på bra. Det som tog mest tid var att ringa runt till olika skolor och boka intervjuer för fokusgrupperna. När vi väl hade träffat alla grupper flöt arbetet på bättre och vi kunde se tydliga tendenser i hur ungdomar ställer sig till SVT och kommersiella kanaler. Våra resultat kunde även stärkas av tidigare statistik.

Vi gjorde alla fokusgruppsintervjuer innan vi gjorde de övriga intervjuerna så att vi kunde konfrontera personerna på SVT med vår undersökning. Våra svar från ungdomarna verkade inte vara något som förvånade vare sig Safa Safiyari eller Christian Wikander. Vi tolkar det som att vårt urval av ungdomar är representativt för hur ungdomar överlag ställer sig till SVT och TV.

Vi skrev de flesta artiklar var för men har korrekturläst varandras artiklar och kommit med förslag på ändringar. Artiklarna ”Man vill inte se verkligheten, man vill se fiktion”, som resultatet av våra fokusgrupper, och ”Ungdomarna – SVT:s stora dilemma”, som är en analys av vad vi har kommit fram till under vår granskning och ledaren har vi skrivit gemensamt.

7. Källförteckning

7.1. Tryckta källor

Engblom, Lars-Åke och Wormbs, Nina *Radio och TV efter monopolet – en kamp om publik och pengar* (2007) Ekerlids

Forsman, Michael *Från klubbrum till medielabyrint: ungdomsprogram i radio och TV 1925-1993* (2000) Stiftelsen Etermedierna i Sverige

Jansson, André *TV-tittarna och det sociala rummet – en studie av den sociala positionens betydelse för kanalpreferenser och självuppfattning* (1996) JMG

Johansson, Thomas, Sernhede, Ove och Trondman, Mats ”Kodning och avkodning” ur *Samtidskultur – Karaoke, karnevaler och kulturella koder* (1999) Nya Doxa

Nilsson, Åsa *Skilda TV-världar* (2008) SOM-institutet

Stevenson, Nick *Understanding Media Cultures* (2004) Sage

7.2. Otryckta källor

SVT:s Public Serviceredovisning 2007
<http://svt.se/content/1/c6/69/84/42/psr2007.pdf>

SVT: s Public Serviceredovisning 2008
<http://svt.se/content/1/c6/69/84/42/PSR%202008.pdf>

Granskningsnämndens rapport 2008
<http://www.grn.se/upload/PDF-filer/sambes/2008/SB455-08.pdf>

MMS årsrapport 2008 över TV-tittandet:
http://www.mms.se/_dokument/rapporter/ar/%C3%85rsrapport%202008.pdf

Medierådets rapport *Unga och medier 2008*:
http://www.medieradet.se/upload/Rapporter_pdf/Ungar_&_Medier_2008.pdf

7.3. Muntliga källor

André Jansson 2009-04-03, Karlstad
Åsa Nilsson 2009-03-24, Göteborg
Safa Safiyari 2009-04-02, Stockholm
Christian Wikander 2009-04-16, Göteborg
Robert Olsson, telefonintervju 2009-04-15

7.4. Bildkällor

För att undvika krångel har vi tagit de flesta bilderna själva. När det gäller mindre bilder, grafik och illustrationer har vi använt bilder, under fri licens att ändra och distribuera i ickekommersiella syften, från följande hemsidor.

Grafik och illustrationer:
www.123freevectors.com
www.qvectors.com
www.vecteezy.com

<http://www.rubelcreative.com>

Foto/bilder:

www.stockvault.net

www.freepixels.com

Pressbilden på Åsa Nilsson är hämtad från: http://www.dagspresskollegiet.jmg.gu.se/bilder/portratt/asa_hogupplöst1.jpg

Pressbilden från Andra Avenyn hämtad från:

http://svt.se/2.65852/andra_avenyn

8. Bilaga

Frågor till Fokusgrupper

Allmänna frågor om TV:

- Vilket medium använder ni mest; TV, Radio, Internet eller tidningar? Varför?
- När tittar ni på TV? Hur ofta?
- Tittar ni på TV mest tillsammans med andra eller ensamma? Vad tittar ni på tillsammans med andra? Vad tittar ni på ensamma?
- Vilka kanaler tittar ni mest respektive minst på?
- TV4 är den kanal som ungdomar tittar mest på, vad tror ni att det beror på?
- Har ni något favoritprogram? Varför är de bra?
- Vilken typ av program tittar ni mest på?
- Hur ska ett bra TV-program vara tycker ni?
- Har ni några speciella intressen som ni tycker att det görs bra program om på TV?
- Hur ska en bra TV-kanal vara tycker ni?
- Ungdomar är den grupp i samhället som tittar minst på TV, varför tror ni att det är så?
- Tittar ni på webb-TV? Vilka portaler besöker ni då? Vad tittar ni på då? När? Hur ofta? Ensamma eller tillsammans med andra?
- Laddar ni ner TV-serier?
- Om de hade gått på TV, hade ni tittat där istället?

Frågor om SVT:

- Tittar ni på SVT? SVT1 eller SVT2? Varför/varför inte?
- Vad är bra respektive dåligt med SVT?
- Har ni sett programmet Bobster någon gång? Varför/varför inte? Vad tycker ni om programmet? Känner ni att det riktar sig till er?
- Vad tycker ni att SVT borde göra för att locka ungdomar?
- Vad tycker ni om Public Service?
- Vad tycker ni att skillnaden är till exempel mellan SVT1 och Kanal 5?
- Har ni besökt SVT:s hemsida någon gång?
- Använder ni SVT Play? Varför/varför inte? Vad tittar ni på då?