

# LJUSNING FÖR DEN INDIVIDUELLA TV-TITTAREN

JAKOB BJUR

Proklameringen av TV:s död hade knappt ekat ut (Gilder, 1994) förrän den drunknade i en allt stridare ström av rapporter om hur vi med hjälp av nya teknologier och distributionsvägar konsumerar mer rörlig bild idag än vad vi någonsin gjort tidigare (MMS – Rörliga Bilder 2009:2). TV streamas och laddas ned i allt från slott till koja, samtidigt som det traditionella TV-tittandet i hemmet slår alla rekord i takt med att utbudet utvidgas och det blir allt lättare att titta på vad man vill, när, var och hur man vill. Valfriheten har under 00-talet kraftigt utvidgats inom TV-området och till följd av digitaliseringen av det markbundna nätet raderades utbudsknapphet ut som en faktisk valmöjlighet.

Men vad var det då som dog? Om det nu inte var TV:n som teknologisk form eller TV-publiken som kulturell form, vad var det då som dog? Om man går till botten med denna fråga finner man att det försiggått och pågår omvälvande transformationer strax under ytan. En tydlig sådan transformation av mediepubliken är en allt högre grad av individualisering. Individualisering betraktas inom sociologin som en bredare samhällsomvälvande process genom vilken det traditionella, det sociala och det lokala tappar i betydelse för hur individen väljer att forma sitt liv och bygga sin identitet (Beck, 1992; Giddens, 1991). I en tid av individualisering ges individen ett allt större utrymme att forma sitt eget liv. Valfrihetens baksida är dock att varje individ får bära konsekvenserna av sina egna val, och att det alternativa tidigare tillgängliga levnadssättet upplöses (Beck, 2002). Det finns helt enkelt ingen väg tillbaka eller som Jean-Paul Sartre formulerade det hela: den moderna människan är dömd till individualisering.

Detta kapitel är inriktat på att kartlägga de sociala konsekvenserna av TV-tittandets individualisering. Målsättningen är att erbjuda en bild av vilka förändringar som pågår under ytan och hur TV-tittandet ser ut i praktiken. Kapitlet har två syften varav det första är att ge en bild av hur det sociala TV-tittandet ser ut i Sverige idag. Det andra syftet är att relatera TV-tittandet som självupplevd vana till TV-tittandet som vardagligt beteende. Medan det första syftet är empiriskt är det andra följaktligen rent metodologiskt.

## Mediekonsumtionens sociala plattform

Den vetenskapliga beskrivningen av hur TV-tittandet förändras utgår i de flesta fall från hur mycket *tid* vi tittar på TV och hur ofta vi tittar på TV samt också vad vi tittar på. Mer sällan utgår beskrivningar av förändring av TV-tittandet som

praktik och utifrån *hur* vi tittar på TV. Men det är viktigt att påminna sig om att TV-tittande äger *rum*. Tittandet försiggår i ett fysiskt rum, som också är ett socialt rum stätt i konstant förändring av de närvarande individer som handlar och interagerar med varandra och omgivningen (Lull, 1990). Platsen, och oftast då hemmet, där TV-tittandet äger rum har varit föremål för ett antal etnografiska studier av mediekonsumtion. Studierna har tydligt satt fingret på det som vi alla vet men som traditionell medieforskning sällan kartlägger: Att TV-tittande till stor del är en social aktivitet som man företar sig tillsammans med andra – med familj eller med vänner – och att detta har stor betydelse för hur TV-tittandet planeras, väljs och upplevs (Morley, 1986). Den sociala interaktionen kring TV:n är, eller har i alla fall historiskt sett varit, central för TV-upplevelsen. För etnografen som med hjälp av deltagande observationer studerar vad individer faktiskt gör, i verkliga situationer avgränsade i tid och rum, så har den sociala dimensionen av mediekonsumtionen helt naturligt kommit i centrum. Baserat på denna etnografins slutsats så har vi årets enkät ställt frågor om den sociala dimensionen av TV-tittandet med målsättningen att ta den sociala temperaturen på TV-tittandet idag och se hur socialt TV-tittandet är i olika delar av publiken.

Frågorna som har ställts är hur ofta man tittar på TV-program i vanlig TV tillsammans med familj respektive med vänner, och skalan som man skall välja sträcker sig i fem steg från ”Mycket ofta” till ”Aldrig”. Svarsunderlagen kommer att ge en bild av hur det sociala tittandet ser ut i Sverige idag utifrån hur de svarande individerna ser på sina egna tittarvanor.

**Tabell 1** ”Hur ofta brukar du titta på TV-program i vanlig TV tillsammans med familjemedlem-/mar respektive vän/vänner” 2009 (procent)

	Mycket ofta	Ganska ofta	Ibland	Sällan	Aldrig	Total	Balansmätt	Antal svar
med familj	32	31	17	10	10	100	43	1638
ensamhushåll	4	10	19	29	39	100	-54	312
flerpersonhushåll	39	36	16	6	3	100	67	1326
med vänner	2	7	24	40	27	100	-58	1638
ensamhushåll	4	9	22	32	34	100	-53	312
flerpersonhushåll	2	6	25	42	25	100	-59	1638

**Kommentar:** Balansmättet är skapat som (Mycket ofta + ganska ofta) – (Sällan + Aldrig).

**Källa:** SOM-undersökningen 2009

Utifrån svaren kan utläsas att TV-tittande tillsammans med andra familjemedlemmar är något som majoriteten av tittarna involveras i kontinuerligt. Tittande

tillsammans med vänner är däremot mindre vanligt även om knappt en tiondel av tittarna bedömer sig titta tillsammans med vänner mycket till ganska ofta. Om man utgår ifrån vilka sociala vardagssituationer TV-tittarna befinner sig i så är resultaten inte överraskande. Det traditionella TV-tittandet sker, som sagt, inte i ett socialt vakuum utan försiggår med hemmet som bas. Detta innebär att de personer som bor i flerpersonshushåll uppger att de tittar på TV tillsammans med familjen ofta till då och då, medan dessa svar är mindre frekventa i ensamhushållen där hemmet inte utgör samma sociala plattform. Att det föreligger en tydlig skillnad mellan olika typer av hushåll utifrån social sammansättning illustreras tydligt i tabellen där tittande tillsammans med familj i flerpersonshushållet står ut som ett vanligt socialt tittarbeteende.

Ett sätt att tydligare etablera vad de självuppskattade nivåerna av socialt tittande betyder är att relatera dem till verkliga TV-tittarbeteenden. I en nyligen framlagd avhandling *Transforming Audiences. Patterns of Individualization in Television Viewing* (Bjur, 2009) genomfördes en liknande kartläggning av sociala tittarmönster men då baserat på beteendedata som visade hur mycket tittartid individer spenderade ensamma respektive tillsammans med andra tittare. Kartläggningen visade att det sociala tittandet under en period av tio år från 1999 till 2008 har sjunkit från 45 till 37 procent av den totala tittartiden. För att förutsäga graden av socialt tittande är de två i särklass mest effektiva faktorerna dels distinktionen mellan hushållstyper, där ensamhushållet som per definition mer asocialt står i bjärt kontrast till flerpersonshushållet, dels tiden på dygnet som tittandet sker. Tumregeln är att hushåll med hög social densitet (flera personer) vid klockslag då den sociala hemmanärvaron är stor (fritid och speciellt kvällstid) ger omfattande socialt tittande.

För att ge underlag till att värdera tabellen ovan kan nämnas att endast 5 procent av allt TV-tittande är gästtittande. Tittande med familj är följaktligen den i särklass viktigaste sociala kategorin av socialt tittarbeteende. Med utgångspunkt i detta kommer den följande delen av kapitlet att fördjupa sig i familjetittandet i flerpersonshushållen.

### Vad styr det sociala tittandet?

En modell för att beskriva vilka faktorer som styr det sociala tittandet skulle kunna bestå av fyra olika delar. Den första och viktigaste har redan presenterats i form av *hushållet som grundläggande social plattform för mediekonsumtion*. Den andra skulle kunna vara *gruppspecifika demografiska egenskaper* som på något sätt sammanfaller med ökad social samvaro baserat på en ålderscykel – barndom, familjebildning, ålderdom – kön eller utbildning. Den tredje är *tillgången till teknik och kanaler* vilket introducerades som något av en möjliggörande faktor till en ökad individualisering av TV-tittande. Den fjärde är avslutningsvis andra *tittarbeteenden som kan tänkas främja respektive motverka sociala tittarvanor*. Genomgången inleds direkt nedan med de demografiska faktorerna för att sedan behandla teknik och tittarbeteenden tillsammans.

**Tabell 2 Hur ofta brukar du titta på TV-program i vanlig TV tillsammans med familjemedlemmar – flerpersonghushåll 2009 (procent)**

	Mycket ofta	Ganska ofta	Ibland	Sällan	Aldrig	Total	Balansmått	Antal svar
<b>Samtliga flerpersonghushåll</b>	39	36	16	6	3	100	67	1326
<b>Kön</b>								
Kvinna	42	35	15	6	3	100	69	680
Man	36	38	17	7	3	100	64	646
<b>Utbildning</b>								
Låg	48	32	12	4	4	100	73	259
Medellåg	35	40	17	7	2	100	67	453
Medelhög	35	38	16	7	4	100	62	288
Hög	40	34	18	7	2	100	65	308
<b>Ålder</b>								
16-19 år	28	32	27	9	4	100	47	92
20-29 år	32	33	15	17	4	100	44	131
30-39 år	38	38	14	8	2	100	66	193
40-49 år	35	39	20	5	1	100	67	228
50-59 år	38	36	20	4	2	100	69	261
60-69 år	44	39	10	5	3	100	75	262
70-79 år	50	34	11	2	4	100	78	125
80-85 år	68	21	6	0	6	100	82	34

**Källa:** SOM-undersökningen 2009

Ålder är helt klart den faktor som har störst inverkan på sociala mönster i TV-tittandet. Det sociala tittandets omfattning ökar i takt med stigande ålder och sambandet är tydligt och linjärt. Det skall dock påpekas att den nedre åldersgränsen på 16 år gör att en annan stor social tittargrupp – barnen – försvinner. Barnen representerar ett stort socialt tittande tillsammans med föräldrar och/eller syskon och ligger på samma nivåer av socialt tittande som de mest seniora tittarna (Bjur, 2009). Skillnaden mellan olika nivåer i utbildning där lågutbildade sticker ut med hög andel socialt tittande är likaså en åldereffekt då det är främst de allra äldsta som har folkskoleutbildning.

En mindre men väl så intressant skillnad föreligger mellan kvinnor och män: Kvinnor uppger sig ha ett större socialt tittande än män. Kartläggningen av faktiska tittarbeteende bekräftar denna bild, men visar samtidigt att skillnaden är liten och över tid minskande. Att demografiska faktorer i allt mindre utsträckning styr sociala tittarbeteenden är del av en mer generell trend som gäller såväl demografiska, tekniska och sociala hushållsfaktorer. Den individualiserade TV-tittaren blir helt enkelt över tiden alltmer rörlig, lyxig och efemär. Mot strömmen går endast de indivi-

duella tittarbeteenden som sammanlänkade i olika former av användningsmönster förklarar varandra. En jämförelse mellan korrelationen mellan socialt tittande och den tekniska faktorn av kanaltillgång respektive tittarbeteenden som tittartid och spridning av tittande över kanaler visar att andra tittarbeteenden bättre förutsäger socialt tittande än strukturella tekniska och sociala förutsättningar vilka över tid har förlorat sin distinktionskraft. Den individualiserade publiken har fått tillgång till allt mer TV, allt lättare.

## Den Sociala Televisionen

De sista pusselbitarna i individualiseringen av TV-tittandet ser ut att falla på plats när nu TV-apparaterna i form av mobiler lämnar hemmet och följer med varje enskild individ på buss och tunnelbana till jobb och skola, på träning och fritidsaktiviteter, till restauranger och barer och så hem igen på toaletten och ned i sängen för att laddas, bredvid maten, på nattduksbordet. Mobil TV kan ses som det tydligaste uttrycket för det individuella TV-tittandets seger. Precis som mobilen kan ses som förkroppsligandet av det individuella och platslösa i ett. Mobiliteten medför en radikal individualisering och ett brott i TV-tittandet som alltsedan starten varit starkt domesticerat, knutet till hemmet och familjen och med trygga nationella referenspunkter som Lennart Hyland i rutan.

TV:n var den härd man samlade såväl familjen som nationen kring. Men är det i så fall det sociala och det gemensamma som nu offeras på individualiseringens arena? Vid första anblick kan det tyckas så, men det kan också tänkas att det till följd av individualisering ur askan stiger en ny typ av socialitet, frigjord från det fysiska rummet och traditionella institutioner som familj och nation. En socialitet som likt en fågel fenix ersätter en livsform och en typ av offentlighet med en annan livsform byggd på en ny typ av offentlighet. Att framtiden är ett oskrivet blad är lika säkert som att denna typ av offentlighet inte kommer att byggas på ett faderligt och stadigt ljus från en enhetlig källa likt en härd. I den bemärkelsen är nog det gemensamma TV-rummet ett minne blott.

## Referenser

- Beck, Ulrich. (1992) *Risk Society – towards a new modernity*. London: Sage.
- Beck, Ulrich., Beck-Gernsheim, E. (2002) *Individualization – institutionalized individualism and its social and political consequences*. London: Sage.
- Bjur, Jakob (2009) *Transforming Audiences. Patterns of Individualization in Television Viewing*. Avhandling vid Institutionen för Journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet.
- Giddens, Anthony. (1991) *Modernity and Self-identity: self and society in the late modern age*. Cambridge: Polity Press.

- Gilder, George. (1994) *Life after Television*. New York: W.W. Norton.
- Lull, James (1990) *Inside Family Viewing – Ethnographic Research on Television's Audiences*. London: Routledge.
- MMS – *Rörliga Bilder 2009:2*. Mediemätningar i Skandinavien. Stockholm: MMS.
- Morley, David. (1986) *Family Television, Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Comedia.