

Charmiga mjölkpallar och lugna idyller

- Tankefigurer om landsbygden i livsstilsmagasin

Charming milk stools and calm idylls

- Mental constructions about the rural in lifestyle magazines

Rebecca Almgren



Charmiga mjölkpallar och lugna idyller - Tankefigurer om landsbygden i livsstilsmagasin

Charming milk stools and calm idylls
- Mental constructions about the rural in lifestyle magazines

Rebecca Almgren

Handledare: Katarina Pettersson, Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för stad och land, avdelningen för landsbygdsutveckling

Examinator: Yvonne Gunnarsdotter, Sveriges lantbruksuniversitet
Institutionen för stad och land, avdelningen för landsbygdsutveckling

Omfattning: 15 hp

Nivå: Grundnivå, G2F

Kurstitel: Självständigt arbete i landsbygdsutveckling

Kurskod: EX0523

Program/Utbildning: Agronomprogrammet - landsbygdsutveckling

Utgivningsort: Uppsala

Publiceringsår: 2015

Omslagsbild: Lindbo i skymning. Fotograf: Rebecca Almgren

Övriga bilder: Publiceras med tillstånd från upphovsrättsinnehavaren

Elektronisk publicering: <http://stud.epsilon.slu.se>

Nyckelord: landsbygd, representation, tankefigur, lantlig idyll, semiotisk bildanalys

Sveriges lantbruksuniversitet
Swedish University of Agricultural Sciences

Fakulteten för naturresurser och jordbruksvetenskap
Institutionen för stad och land

Sammanfattning

Denna kandidatuppsats i landsbygdsutveckling har som syfte att studera hur landsbygden representeras i två livsstilsmagasin; Drömhem & Trädgård och Lantliv.

För att kunna besvara uppsatsens syfte utförs en kvantitativ och kvalitativ innehållsanalys, samt en semiotisk bildanalys på materialet. Detta utförs för att kunna urskilja rådande och florerande tankefigurer kring landsbygden, som både medvetet och omedvetet kan påverka människors föreställningar och agerande och som i sin tur kan vara avgörande för den svenska landsbygdens framtid. Den centrala slutsatsen i den här studien är att landsbygden framställs som förskönande och idyllisk, vilket kan sammanfattas med begreppet och teorin kring den *lantliga idyllen*. I min studie byggs den lantliga idyllen upp och bekräftas av fem sub-tankefigurer och tidskrifternas bilder, dessa bidrar till att den lantliga idyllen inte är tillgänglig för alla.

Nyckelord: landsbygd, representation, tankefigur, lantlig idyll, semiotisk bildanalys

Abstract

This bachelor thesis in rural development aims to study how rural areas are represented in two lifestyle magazines; *Drömhem & Trädgård* and *Lantliv*.

To fulfil the purpose of the essay a quantitative and qualitative content analysis, as well as a semiotic analysis of the material are performed. This is done in order to identify current and flourishing 'mental constructions' about the rural, both consciously and unconsciously influencing people's images and behaviour, which in turn may be crucial for the Swedish rural future. The central conclusion of this study is that the rural front is as euphemistic and idyllic, which can be summarized with the concept and the theory of the *rural idyll*. In my study builds rural idyll up and confirmed by the five sub-mental constructions and the magazines pictures, which contributes to the rural idyll is not available to everyone.

Keywords: rural, representation, mental constructions, rural idyll, semiotic analysis

Innehållsförteckning

1 Inledning	5
1.1 <i>Syfte och frågeställning</i>	6
1.2 <i>Bakgrund</i>	6
1.2.1 <i>Den svenska landsbygden</i>	6
2 Teori	8
2.1 <i>Socialkonstruktivismen</i>	8
2.2 <i>Tankefigurer</i>	9
2.3 <i>Visuell presentation</i>	10
2.4 <i>Tidigare forskning</i>	10
2.4.1 <i>Representation av den lantliga idyllen</i>	10
3 Metod	13
3.1 <i>Material</i>	13
3.1.1 <i>Tidskrifter</i>	13
3.1.2 <i>Urval</i>	14
3.2 <i>Kvantitativ innehållsanalys</i>	16
3.3 <i>Kvalitativ innehållsanalys</i>	16
3.4 <i>Semiotisk bildanalys</i>	17
4 Resultat av analyserna	19
4.1 <i>Stor andel bilder</i>	19
4.2 <i>Sub-tankefigurer</i>	20
4.2.1 <i>Landsbygd kontra stad</i>	20
4.2.2 <i>"Göra det själv"</i>	22
4.2.3 <i>En romantisering av dåtiden</i>	23
4.2.4 <i>Idyllisk gemenskap</i>	24
4.2.5 <i>Kvinnorna bestämmer om hemmet</i>	25
4.3 <i>Vad innehåller texterna inte?</i>	26
4.4 <i>En bild säger mer än tusen ord</i>	27
4.4.1 <i>Den uppenbara meningen</i>	29
4.4.2 <i>Den underliggande meningen</i>	30
4.5 <i>Vilka bilder finns inte?</i>	31
4.6 <i>Jakten på det dolda</i>	32
5 Slutdiskussion	33
Referenser	36

Tabellförteckning

Tabell 1. Tidskrifternas antal utgivna exemplar och utgåvor 2013- 2014	14
Tabell 2. Resultatet från den kvantitativa innehållsanalysen	19

1 Inledning

Vare sig du besöker din lokala matbutik eller Arlandas massiva pressbyrå finns den där – den prunkande tidskriftshyllan. Där det finns en uppsjö av olika slags livsstilsmagasin som berättar hur vi ska vara, hur vi ska tänka, hur vi ska leva och även var vi ska bosätta oss. Livsstilsmagasinen speglar samhällets dominerande ideal, vilket gör att dessa antar funktionen som normativa och estetiska kompasser, som gör att vi kan navigera oss fram genom ”det goda livet” (Andersson & Jansson 2012, s. 43). Hur något presenteras och vad som presenteras i media har således en påverkan på normer, värderingar och kunskapssyn i samhället (Statens medieråd u.å). Forskning tyder på att det är de svenska storstäderna som tar mest plats i det mediala forumet (Andersson & Jansson 2012, s. 45).

Med detta konstaterande är det nog fler än jag som undrar – hur ser framställningen ut av storstadens motsatspol landsbygden, i en stad/landsbygdsdikotomi?¹. Baylina & Berg (2010) poängterar hur viktigt det är att just inse kraften i de representationer, antaganden och värderingar som florerar kring livet på landsbygden. De avspeglar inte bara attityder, utan de är dessutom sammanflätade med sociala praktiker (s. 290). Det är även viktigt att identifiera landsbygdens underliggande ideologier, eftersom dessa går hand i hand med politiska beslut som rör landsbygdens framtid (ibid, s. 101).

¹ Dikotomin fungerar som ett uttryck för två konkurrerande men tillika ömsesidigt beroende, moraliska geografier (Andersson & Jansson 2012, s.44).

De prioriteringar som sker är därmed härledda utifrån en specifik syn på landsbygden.

Man har insett att människors idéer och värderingar har en stor betydelse för landsbygden (ibid, s. 101). Vilka ”värden” man tillskriver landsbygden påverkar därför de beslut som fattas kring landsbygdens framtid.

1.1 Syfte och frågeställning

Syftet med denna uppsats är undersöka hur landsbygden representeras i två livsstilsmagasin.

För att nå syftet med undersökningen har jag formulerat följande fråga:

- Vilka tankefigurer om landsbygden kommer till uttryck i livsstilsmagasinerna *Drömhem & Trädgård* och *Lantlivs* texter och bilder?

1.2 Bakgrund

1.2.1 Den svenska landsbygden

Det finns fyra större kontexter som behöver förstås för att få grepp om den svenska landsbygden (Andersson & Jansson 2012, s. 12). De är den svenska demografin, den fysiska miljön, ekonomisk strukturomvandling och kulturhistoria. Gällande demografin, menar vissa forskare att det går att tala om att utvecklingen går från en mångfald småstäder till ett fåtal expanderande storstadsregioner. Det illustreras med att storstadsregionerna, det vill säga Stockholm, Göteborg och Malmö inklusive deras rurala omnejder, är vinnare med en befolkning som både växer och är ung. Tvärtom är det för de mindre bruksorterna och landsbygden som får en allt äldre befolkning. Gleshet och avfolkningsproblematik blir ett allt större och centralt problem (ibid.)

Den andra kontexten är den fysiska miljön i Sverige. Runt sextio procent av Sverige består av skog och endast en procent är bebyggd. Den svenska jordbruksmarken täcker åtta procent av landets yta (ibid, s. 13).

Den tredje kontexten gäller den ekonomiska strukturomvandlingen i Sverige, vilket kort kan förklaras med att jordbrukens rationaliseringar har lett till att Sverige har få men stora jordbruksföretag och i och med detta har tillverkningsindustrin och arbete inom vården blivit landsbygdens främsta sysselsättning (ibid, s. 13).

Den fjärde kontexten är det kulturhistoriska arvet och den historiska backspegeln som är oerhört viktig för att förstå dagsläget i Sverige och varför det ser ut som det gör. Genom att titta tillbaka på hur utvecklingen gått till, vilka motsättningar och problem som har uppkommit, förbättrar man sin kunskap och förutsättningar att hitta lösningar på dagens problematik (ibid, s. 14).

2 Teori

I detta kapitel kommer först min studies teoretiska ramverk att beskrivas, därefter presenteras tidigare forskning som varit relevant och haft betydelse för uppsatsen.

2.1 Socialkonstruktivismen

Den forskningsansats jag har valt att anta i min uppsats är socialkonstruktivistisk. Det innebär att jag inte strävar efter att nå fram till en objektiv bild av verkligheten, då våra världsbilder inte är spegelbilder av verkligheten ”därute”, utan en produkt skapad av våra sätt att kategorisera världen. Eftersom människan är en historisk och kulturell varelse präglar det vår syn på, och kunskap, om världen. Våra världsbilder och identiteter kunde följaktligen ha en annan skepnad och de kan förändras över tiden (Winther Jørgensen & Phillips 2000, s. 11). Hur vi uppfattar världen skapas genom sociala processer och vidmakthålls även genom dessa. När vi umgås med andra bygger vi upp gemensamma värderingar och sanningar och kämpar om vad som är sant och falskt. Våra sociala världsbilder påverkar våra sociala handlingar och i en bestämd världsbild blir en viss form av handling naturlig och andra otänkbara. Olika världsbilder leder helt enkelt till olika sociala handlingar (Burr i Winther Jørgensen & Phillips 2000, s. 11f). Detta perspektiv innebär att jag kommer att studera hur mina utvalda tidskrifter konstruerar föreställningar om landsbygden. Det innefattar

dock inte att jag är intresserad av eller kommer att studera om medias framställning är sann eller riktigt.

2.2 Tankefigurer

Johan Asplund är professor i socialpsykologi och har i sin bok *Teorier om framtiden* (1979) presenterat en modell som ursprungligen är utvecklad för en idékritisk forskning, men som jag anser har en relevant teoretisk grund för min uppsats. Asplund menar att idéhistorien är mångdimensionell och måste omfatta minst tre dimensioner eller nivåer (1979, s. 148). Den översta nivån är den diskursiva nivån; med "diskurs" menar han steg för steg genomförda tankegångar (i motsats till intuitioner). Den nedersta nivån som kallas för bas och är i denna bemärkelse det som är "ursprungligt", "primärt" och "bestämmandet" i förhållande till den diskursiva nivån (ibid, s. 153). Asplund (1979) vill skjuta in extra nivå mellan dessa två, nämligen tankefigurernas nivå. Växelspelet mellan diskurser och basen förmedlas med hjälp av tankefigurerna (ibid, s. 149).

Med hjälp av Lasse Ekstrands (2001) tolkning av Asplunds tankefigurer breddas innebörden ytterligare av begreppet:

" [...] sociologen Johan Asplund har talat om 'tankefigurer', det vill säga ett slags tankemodeller i bakhuvudet som styr vårt tänkande och indirekt vårt handlande. Dessa tankefigurer är svåråtkomliga, de ligger inte långt framme i medvetandet. De låter sig inte utan vidare tas fram och läggas på bordet för att kritiskt granskas. De fungerar som osynliga, inre regissörer som domderar vårt tänkande."

Asplund (1979) tar upp begreppen barndom och individ som exempel för att visa vad han menar med tankefigurer. Barndomsbegreppet saknades under medeltiden, det gjordes därför inga skarpa distinktioner mellan barn och vuxna vare sig gällande arbetsliv, boendeformer eller sexualmoral (s. 151). Dessa begrepp genomsyrar vårt samhälle och vårt tänkande; de anses så självklara att det därför är svårt att föreställa sig en frånvaro av begreppen ifråga menar Asplund. Ändå vet vi

att dessa begrepp inte har varit med oss sedan tidernas begynnelse (ibid.).

För att uppfylla uppsatsens syfte är det av stor vikt att fånga existerande och rådande tankefigurer som förmedlas kring landsbygden. Dessa är avgörande för hur människor uppfattar och agerar kring beslut som kan påverka landsbygdens framtid. Genom att bli medveten om de etablerade tankefigurerna skapas möjligheten att kunna se något i nytt ljus, men även för att förstå hur allt hänger samman och kanske varför det blir som det blir.

2.3 Visuell presentation

Tidskrifter är en mediekanal som är fyllda med texter och bilder, där den visuella presentationen har blivit allt viktigare. Detta eftersom den visuella påverkar hur vi ser och uppfattar oss själva och vår omvärld. För att få grepp om hur betydelse kan skapas i media, kan man inte bortse från samspelet mellan bild och text. Medier arbetar således med text och bild, medan medieforskningen har varit och är till stor del uteslutande fokuserad endast på text. Detta är konstigt eftersom bilder ses idag som en självklar del av medieutbudet. Bilder ger trots allt en konkretion, de fungerar som en sorts referenspunkt som gör det lättare kunna förstå världen, samtidigt göra den mer begriplig och familjär. I de tidskrifter jag kommer att undersöka är bildernas syfte att skapa en mer personlig ton. Som läsare kan man få se vem det är som "talar" i texten likväl vad de har gjort (Hirdman 2001, s. 18f).

2.4 Tidigare forskning

2.4.1 *Representation av den lantliga idyllen*

Den lantliga idyllen (eng. rural idyll) har funnits i många år, både inom akademiska texter och i vanlig lektyr. Jag har valt att utgå ifrån Little och Austins (1996) artikel om den västerländska lantliga idyllen. Begreppet används för att beskriva de positiva bilderna som omger

den lantliga livsstilen (Little & Austin 1996, s. 101). Att den lantliga idyllen har skapats av och för åtnjutande av de rika råder det ingen tvekan om menar författarna. Lika säkert är det att bilderna av livet på landsbygden har varit avsiktligt och specifikt konstruerat för att upprätthålla klassförhållandena menar de (ibid, s. 103). Ett viktigt särdrag för den lantliga idyllen är dess förmåga att överleva över tid (ibid.).

Enligt Little och Austin har bilder och myter kring livet på landsbygden oftast associerats med en nostalgi för det förflutna och samtidigt en flykt från modernitet. De menar att landsbygden blir en kontrast till framtiden och detta innebär en rädsla för nuet. Landsbygden har också länge förknippats med en okomplicerad, oskyldig och ett genuint samhälle där ”traditionella värderingar” kvarstår och livet ansetts mer verkligt. Om landsbygden har setts som ärlig och skuldfri, har storstadslivet ansetts som falskt, fyllt av fällor och tvivelaktiga värderingar (ibid, s. 102).

Den upplevda harmonin i de sociala relationerna har betydelse i begreppet lantlig idyll, mer specifikt i bilder och myter kring bygemenskapen. Även om fattigdom och desperation har erkänts på landsbygden, har den traditionella landsbygden representerats som en plats av lycka och solidaritet, där släktskapsband går före allt annat. På landsbygden tar människor ansvar för varandras välmående, till skillnad från i staden där de flesta blundar för andras svåra situation (ibid.).

Little och Austin undersöker även den bild som den lantliga idyllen upprätthåller vad gällande landsbygdens genusrelationer. De har studerat kvinnors attityder och erfarenheter kring två centrala delar i den lantliga idyllen; familjen och samhället (ibid, s. 104).

Intervjuerna visar hur kvinnornas identitet som ”kvinnor på landsbygden” är nära knuten till deras bilder och förståelse om landsbygden.

Författarnas slutsatser kan sammanfattas på så sätt att den lantliga idyllen fungerar som en stöttepelare för traditionella könsrelationer, där kvinnorna ska föda och fostra barnen. Kvinnorna anses vara som mest betydelsefulla för en bygd på de ställen som erbjuder dem minst möjlighet att göra val (till exempel om anställning) utanför sina van-

liga roller. Många av kvinnorna var medvetna om den begränsning som den lantliga idyllen kan innebära, men att det var det priset man fick betala för den lantliga livsstilen som de uppfattade det (ibid, s. 110).

I artikeln *Selling the countryside: Representations of rurality in Norway and Spain* har Mireia Baylina och Nina Berg (2010) analyserat hur landsbygden representeras i två livsstilsmagasin, en norsk och en spansk tidskrift om livet på landet. Deras studier visar att representationen av landsbygden påverkar var man väljer att bosätta sig och andra konsumtionsaktiviteter, därför är det viktigt att kritiskt granska potentiellt inflytelserika representationer (s. 277). Artikeln visar att deras undersökta livsstilsmagasin främjar en syn på landsbygden som bara försöker gynna vissa sociala grupper och ideologier på bekostnad av andra (ibid, s. 284).

Landsbygden är konstruerad som idyllisk och som en plats som först och främst vänder sig till kärnfamiljer ur medelklassen. I Baylina och Bergs undersökta livsstilsmagasin förekommer begreppet *lantlig idyll* som huvudvision och även fyra underteman är identifierade; hemmet, familjen, naturen och försörjning på landsbygden. Båda magasinerna målar upp en bild av det rurala som idylliskt, attributen för den lantliga idyllen är oberoende av tid och rum, de är hållbara och "platslösa" när de inte får en närmare beskrivning. Egenskaperna är enkelhet, fred, harmoni, hälsosamhet, trygghet, tradition, gemenskap, natur och hemkänsla (ibid.). Redaktörerna och journalisterna i de undersökta livsstilsmagasinerna skriver i en engagerad och övertygande ton för att intala läsaren om att landsbygden är överlägsen staden, samt att magasinens bilder porträtterar landsbygdens idyll, vilket också förstärker budskapet menar Baylina och Berg (ibid, s. 290).

3 Metod

I detta kapitel kommer jag att redogöra för mitt tillvägagångssätt, där jag har valt att kombinera kvantitativa och kvalitativa ansatser, vilket kallas metodtriangulering (Johannessen & Tufte 2003, s. 77). Det innebär att man kan se på ett fenomen från flera perspektiv. Anledningen till detta är att mitt empiriska material innehåller olika mediala former, såsom text, bild och annons. Mitt tillvägagångssätt kan även beskrivas som kontrastivt (Björkvall 2012, s. 340), då jag har tänkt i kontraster när jag har bearbetat mitt material.

3.1 Material

3.1.1 Tidskrifter

De två livsstilsmagasin som jag har valt ingår under benämningen tidskrift. Normalt definieras tidskrift som en periodisk publikation som utkommer med minst fyra nummer per år och som inte är av dagstidningskaraktär (Hadenius & Weibull 1978, s. 145). Tidskrifter till skillnad från dagstidningar utkommer inte lika ofta, samt de förmedlar vanligtvis inte dagsnyheter utan fackkunskap, kulturmaterial eller förströelse.

Det finns olika typer av tidskrifter såsom vetenskapliga tidskrifter, yrkestidskrifter och populärtidskrifter. De två tidskrifterna jag har valt tillhör populärtidskriften. Den riktar sig till allmänheten och har som syfte att informera och underhålla läsarna. Det är vanligtvis tidskrif-

tens egna journalister eller frilansande skribenter som skriver populär-tidskrifternas reportage. Det finns sällan fotnoter eller referenslistor och artiklarna är vanligtvis korta. Annonseringen riktar sig mot allmänheten (Högskolebiblioteket 2014).

3.1.2 Urval

Eftersom det existerar en uppsjö av olika populärtidskrifter har jag varit tvungen att avgränsa mig. Jag har funderat kring vilken typ av tidskrift som har störst chans att ge mig svar på min forskningsfråga. Det anser jag att kategorin, som Tidningsstatistik AB (TS) har valt att kalla Hem & Trädgård gör. Inom denna kategori finns det totalt 35 stycken olika tidskrifter (jag har bortsett från digitala publikationer). Tittar man på den procentuella förändringen mellan 2014 och 2013, ligger tidningen Gods & Gårdar i topp på 12.1% i ökad upplaga, där-efter kommer Gård & Torp på 7,3 %, sedan kommer Drömhjem & Trädgård på 7,1 % och tätt efter kommer Lantliv på 6 %. Majoriteten av resterande tidskrifter har istället haft en minskning av sina upplagor mellan 2013 och 2014. I tabellen nedan visas de exakta siffrorna för de utvalda tidskrifterna (Tidningsstatistik AB 2015, s. 25).

Tabell 1. Tidskrifternas antal utgivna exemplar och utgåvor 2013-2014

Drömhjem & Trädgård

År	Antal ex	Antal utgåvor
2013	38 200	14
2014	40 900	14

Lantliv

År	Antal ex	Antal utgåvor
2013	51 700	12
2014	54 800	12

(Tidningsstatistik AB 2015, s. 25)

Jag har valt Drömhjem & Trädgård och Lantliv, dels på grund av deras namn som signalerar ett drömscenario och en livsstil, och dels på grund av att dessa är i dagsläget två tidskrifter som ligger i topp inom sin kategori gällande växande upplaga. Jag utgår från att det kan inne-

bära att de är tidskrifter som får en allt större läsarkrets och ökad popularitet, och att de därigenom har fått indirekt en ökad makt att kunna påverka tankefigurerna. För att få min studie så aktuell som möjligt har jag valt de tre senaste numren av Drönhem & Trädgård och de tre senaste numren av Lantliv; totalt har alltså sex stycken tidskrifter analyserats.

Efter att ha bildat mig en uppfattning om tidskrifternas innehåll och samtidigt reflekterat över min forskningsfråga, insåg jag att störst chans att besvara den är att lägga fokus på tidskrifternas ”hemma hos” reportage. Anledningen till detta är att dessa reportage har medvetet och aktivt skapats av tidskrifternas redaktion, samt att dessa innehåller både text och bild som är av intressant karaktär för att besvara min forskningsfråga.

Drönhem & Trädgård

Tidskriften profilerar sig som Sveriges enda magasin som kombinerar både hem och trädgård. Som läsare får man bland annat tips på hur man inreder snyggt, hur man färgsätter, väljer golv men även de bästa trädgårdsråden. Av Drönhem & Trädgårds läsare är 84 % kvinnor med en snittålder på 43 år (Annonsvision 2015) och 61 % av läsarna bor i villa (Annonskraft 2014).

Lantliv

Lantliv är ett inredningsmagasin som vänder sig till alla som drömmer om en lustfylld och lantlig livsstil, ”oavsett om man bor i stan eller på landet” (LRF Media 2015). Tidskriften innehåller inredningsreportage, mode, mat och dryck, resor, trädgårdar och intervjuer. Lantlivs läsare spenderar mer än dubbelt så mycket pengar på inredning, som genomsnittssvensken, och åtta av tio läsare är kvinnor och 50 år (ibid.).

3.2 Kvantitativ innehållsanalys

Min analys inleds med en förenklad version av en kvantitativ innehållsanalys, det vill säga att man räknar någonting i texter utifrån ett specifikt forskningssyfte (Bergström & Boréus 2012, s. 50). Detta gör jag för att kunna skapa mig en mer överskådlig blick över hur tidskrifterna är disponerade med artiklar, bilder och annonser. Denna forskningsmetod tillämpas på mina tidskrifter som helhet, för att se hur dess innehåll förhåller sig gentemot varandra.

Jag började med att skumma igenom tidskrifterna för att sedan kunna utläsa fyra stycken huvuddelar som tidskrifterna kan delas in i; det är text, bild, annons och övrigt.

Trots tydliga kategorier har jag använt mig av "sunt" förnuft och rådfrågat människor i min närhet vid osäkerhet vid indelningen, för att få ett mer trovärdigt resultat. Därefter lämnar jag det kvantitativa spåret för att gå över till en mer kvalitativ forskningsmetod. Anledningen till detta är därför att det är svårt att tolka och "läsa mellan raderna" med den kvantitativa metoden, och detta krävs för att kunna besvara min forskningsfråga. Baserat på resultatet av den kvantitativa innehållsanalysen kommer jag att kunna göra ett urval i mitt material, som jag sedan kommer att studera kvalitativt.

3.3 Kvalitativ innehållsanalys

En innehållsanalys med kvalitativ inriktning är förmodligen det mest förekommande tillvägagångssättet när man gör en kvalitativ analys av dokument (Bryman 2011, s. 505). Denna metod ska hjälpa mig att urskilja det som Asplund kallar för tankefigurer (1979).

Jag har inspirerats av Graneheim & Lundmans (2004) modell för innehållsanalys och har anpassat den till mitt material (s. 106f).

Konkret har jag arbetet på följande sätt vid genomförandet av min kvalitativa innehållsanalys: jag identifierade tjugonio stycken "hemma hos" reportage och dessa ögnade jag igenom för att få en känsla och uppfattning om helheten. Därefter läste jag om varje reportage flera gånger mer noggrant och började, med olika färgpennor, markera ord,

fraser, meningar, uttryck eller metaforer som på något sätt innehöll information som kan hjälpa mig att besvara min frågeställning och syfte. Graneheim & Lundman kallar dessa för meningsbärande enheter, men jag har valt att benämna dessa som mina tankefigurer.

Därefter kondenserade jag det jag fått fram, vilket innebär att man kortar ned texten och får materialet mer lätthanterligt, men man bevarar själva kärnan i innehållet. Utifrån de kondenserade tankefigurerna försökte jag korta ned det ännu mer, för att sedan gruppera dessa i olika underkategorier till tankefigurerna, som jag valt att kalla subtankefigurer. För att få fram tankefigurerna letade jag efter en ”röd tråd” i mitt material.

Det har varit svårt att upprätta en form av kodschema, eftersom mina kategorier är en sammanfattning av det jag anser skiner igenom i mina reportage, och alltså inte består av exakta ord eller fraser, därför har den ”regelrätta” modellen för kvalitativ innehållsanalys modifierats för mitt ändamål.

3.4 Semiotisk bildanalys

Den kvantitativa innehållsanalysen visade att bilderna i snitt utgjorde mer än hälften av tidskrifternas innehåll. Resultatet förvånade mig och måste beaktas i min analys. Därför blir en bildanalytisk metod lämplig i min studie på grund av det stora antalet bilder. Jag har valt ett semiotiskt angreppssätt därför att:

”Semiotikens huvudsakliga styrka ligger i att den uppmanar analytikerna att se bortom och bakom den uppenbara vanligheten i vardagen och dess manifestationer” (Bryman 2011, s. 507).

Genom att göra en semiotisk analys på mina tidskrifters bilder vill jag få fram vilket budskap som dessa egentligen sänder, både som helhet och de olika elementen. Varför har jag då valt semiotiken? Därför att tidningar, radio, reklam och illustrationernas utveckling, och en oändlig mängd av kommunikativa riter gör grundandet av en semiologisk vetenskap mer angelägen än någonsin (Barthes 2007, s. 204). Men även såsom Hirdman (2001) poängterar; det är inte bara innehållet,

utan även formen för hur något ”sägs” som får uppmärksamhet genom det semiologiska angreppssättet (s. 27).

Med semiotiken som metod ska tankefigurerna synliggöras (jfr Bryman 2011, s. 506) och min analys ska undersöka vad som sägs i själva bilderna i tidskrifterna. Man brukar skilja på två olika meningsnivåer; den uppenbara och den underliggande meningen i bilden. Den första nivån kallas för *denotation*, det motsvarar vad vi ser (eller förstår) vad bilden ”står för”, man analyserar vad eller vem som avbildas. Denotation avser något relativt oproblematiskt eftersom det står för det som är uppenbart i bilder. Den andra nivån kallas för *konnotation*, här analyserar man vilka idéer eller värden som uttrycks genom det som representeras och på vilket sätt detta är representerat (Wærn, Pettersson & Svensson 2004, s. 38f; Gripsrud 2011, s. 148).

4 Resultat av analyserna

4.1 Stor andel bilder

Resultatet av den kvantitativa innehållsanalysen visar att tidskrifterna i snitt innehåller 55 % bilder, 25 % annonser, 13 % text och 6 % övrigt. Trots att ungefär en fjärdedel av tidskrifterna innehåller annonser, kommer jag inte att göra någon utförligare studie kring dessa eftersom de inte är producerade direkt av tidningen, men jag kommer att föra en diskussion kring dessa längre fram. I tabell 2 ser man procentsatsen för tidskrifternas fyra olika delar uppdelat per tidskrift.

Tabell 2. Resultatet från den kvantitativa innehållsanalysen

Drömhem & Trädgård	Annons	Bild	Text	Övrigt	Totalt
Nr 2 2015	14 %	66 %	12 %	8 %	100 %
Nr 3 2015	16 %	61 %	15 %	8 %	100 %
Nr 4 2015	24 %	59 %	10 %	7 %	100 %

Lantliv	Annons	Bild	Text	Övrigt	Totalt
Nr 2 2015	31 %	51 %	14 %	4 %	100 %
Nr 3 2015	30 %	52 %	13 %	5 %	100 %
Nr 4 2015	38 %	45 %	13 %	4 %	100 %

(Almgren 2015)

4.2 Sub-tankefigurer

En sub-tankefigur är ett begrepp som jag har skapat själv för att tydliggöra min analys. Enligt mig kan en tankefigur ha ett antal sub-tankefigurer som tillsammans bygger upp den stora, övergripande tankefiguren.

En sub-tankefigur kan beskrivas som en undertankefigur. I min studie har jag identifierat ett antal sub-tankefigurer som är; *landsbygd kontra stad*, ”*göra det själv*”, *en romantisering av dåtiden*, *idyllisk gemenskap* och *kvinnorna bestämmer om hemmet*. Dessa anser jag bygga upp den stora/övergripande tankefiguren *lantlig idyll*.

I min kvalitativa innehållsanalys studerade jag tidskrifternas ”hemma hos” reportage.

Samtliga reportage är strukturerade på likande sätt; först får man en historisk bakgrund kring till hur det kommer sig att de boende bor just på den plats där de bor. Det beskrivs hur det såg ut när ägarna flyttade in, vad som har gjorts sedan dess och vad som ska göras framöver. Vidare delges läsaren ofta något mer personligt om ägarna, såsom till exempel att renoveringen blev uppskjuten därför att personen insjuknade i en sjukdom eller att ett par har bott på tjugotre adresser sedan de träffades.

4.2.1 *Landsbygd kontra stad*

Den rural- urbana dikotomin är en sub-tankefigur som kommer till uttryck genom att landsbygden utmärker sig och är annorlunda gentemot det som inte anses vara ruralt.

I citatet här nedanför framstår det att ”drömhemmet” är en villa med trädgård, men det skapas i kontrast till dess motpol lägenheten. En villa med trädgård kan nog anses vara mer ruralt betingat än urbant, och en lägenhet ses nog mer som urbant än ruralt.

”Lägenheten passar för det aktiva livet med både småbarn och hundar, men trots det är drömmen en villa med egen trädgård” (Drömhem & Trädgård nr 4, s. 24).

Men även om drömmen kan kopplas till det rurala, genomsyras reportagen av en 'landsbygd kontra stad'-sub-tankefigur. Denna sub-tankefigur skapas bland annat genom att läsaren får följa med till en mindre ort, där ägaren/ägarna i "hemma hos" reportagen delar med sig av sitt arbete kring huset och trädgården.

Därefter framkommer det att huset i själva verket är en helg-/semesterbostad och att ägarna istället bor i en storstad. Här nedan följer ett exempel på detta:

"I veckorna är det lägenheten i Malmö som är hemma för Mats, frun Pernilla och barnen{...} men när familjen är ledig lockar det gamla tegelhuset på Österlen, drygt en timmes bilresa hemifrån" (Lantliv nr 3, s. 20).

Enligt Baylina och Berg (2010) hade deras undersökta livsstilsmagasin en övertygande och intalande ton till läsarna där landsbygden var överlägsen staden (s. 290). Genom min analys framkommer snarare det rurala som ett drömscenario, men man lever och verkar i staden. Den lantliga idyllen kommer till uttryck då den signalerar att "i storstaden ska man bo" och den lämpar sig bäst som året-runt bostad, medan landsbygden och mindre orter passar när man har tid och när förutsättningarna är optimala, oftast beroende på väder och vind. Enligt Andersson & Jansson (2012) har undersökningar gjorts som visar att majoriteten bland fritidshusägare har just ett permanentboende i eller i anslutning till en stadsmiljö. De menar att de som söker en geografisk kontrastrik tillvaro satsar på fritidshus för att behålla ett ben i vardera världen (s. 129).

Något som är genomgående i reportagen är landsbygden som lugn och stilla och storstäderna som stressiga och hektiska. Detta sägs vara anledningen till att många människor i reportagen flyttar från storstäder till småorter.

"- Jag är förmodligen något av en dubbelnatur. Jag känner mig oerhört hemma här men jag vill också väldigt gärna klä upp mig och leva stadsliv ibland, säger hon. Då är det tur att två av Jeanettes barn bor i New York och att hon ofta kan åka och hälsa på dem. Ändå är det med glädje hon återvänder till tystnaden och lugnet i Seglingsberg" (Lantliv nr 2, s.16, min understrykning).

I detta citat blir kontrasterna tydliga; stadens beskrivs som något man gör sig fin inför, där det finns liv och rörelse medan landet blir motpolen till detta; där det inte händer något, det finns inget att göra sig fin inför. ”Ändå” sägs kvinnan i reportaget längta tillbaka till landsbygden, vilket inte låter alltför positivt, utan som att personen inte har något annat val än att återvända dit. Hade det istället stått: ”*Det är med glädje hon återvänder till tystnaden och lugnet i Seglingsberg*” skickar det ett helt annat budskap, ett positivt budskap.

Följande citat är en rubrik på ett reportage om en formgivare som renoverar sitt gamla tegelhus på Österlen:

”På landet renoverar vi konstant!” (Lantliv nr 3, s. 20, min understrykning).

Citatet kan tolkas på två sätt: antingen menar formgivaren att han kan tala för hela Sveriges landsbygd och för hela Sveriges befolkning, eller så menar han *vi* som i sig själv och sin familj. En renovering innebär att man återställer/förnyar ett föremål som förändrats eller försämrats (Linn u.å). Skulle detta åsyfta hela Sveriges landsbygd (som det indirekt gör i formuleringen) ses den som undermålig, den blir aldrig modern och i nyskick, den hinner aldrig i kapp sin motpol staden.

4.2.2 ”Göra det själv”

I stort sett alla tjugonio reportagen beskriver omfattande renoveringar. Ägarna har många gånger köpt ett gammalt hus i dåligt skick som de senare har renoverat efterhand. De flesta ger tipsen om att ”bo” till sig i huset först, för att få reda på vad man saknar, innan man börjar med renoveringen. Det beskrivs ofta som: ”det fanns ingenting när vi började, nu har vi skapat det här!”. Eftersom det är ”hemma hos” reportage är tidskrifterna där av en anledning, det finns något extraordnärt där som är värt att göra ett reportage om. En renovering kan gemene man göra – kanske inte alltid på egen hand, men då finns det hantverkare att tillgå. Det är en genomgående trend i tidskrifterna och

det väger tungt att ha utfört det mesta på egen hand, vilket uttrycks i följande citat.

”Allt går att fixa om man är händig” (Drönhem & Trädgård nr 3, s. 86)

Som läsare får man tydligt veta vad ägarna har utfört själva av renoveringen, vilka möbler de har byggt eller liknande.

4.2.3 En romantisering av dåtiden

En sub-tankefigur som återkommer i flera reportage är en romantisering av Sveriges landsbygdshistoria. Sverige på 1800-och början på 1900-talet var en jobbig och tung tid, eftersom det var försörjningsproblem inom jordbruket, men i reportagen förskönas denna tid (Hedenborg & Kvarnström 2009, s. 255). Det hårda liv som människor levde har glömts bort. Sveriges landsbygd bär spår av svunna tider, som romantiseras i dessa tidskrifter. Detta ser man tydligt i citatet som följer:

”En charmig gammal mjölkpall blir ett nattygsbord” (Lantliv nr 3, s. 44).

Huruvida mjölkpallen var charmig när det begav sig kan diskuteras, eftersom pallen förmodligen sågs som ett ytterst viktigt arbetsredskap när man mjölkade korna, som avlastade knän, rygg och höft och nog därför inte uppfattades som särskilt tjusig och förförande.

Ett annat exempel är följande citat, som inleder reportaget om paret Ann och Anders:

”Grusvägarna slingrar sig genom det västgötska landskapet norr om Ulricehamn. Hagar med vackra gårdsgårdar skvallrar om forna tiders kunnande och allt är stilla” (Lantliv nr 4, s. 20).

I citatet finns det flera ord som kan förknippas med en dåtida svensk landsbygd; grusväg, hagar och gårdsgårdar. Citatet avslutas med att allt är ”*stilla*”, vilket kan tolkas på flera olika sätt. Det kan vara stilla på ett sätt så att det är orörligt, stillastående, stagnerande, vilket ger en negativ klang till landsbygden. Men det kan också vara stilla på ett sätt så att det är lugnt, fridsamt, fridfullt och tyst och det förmedlar bilden av landsbygden som en plats för rekreation.

I ett annat citat få Ann och Anders förklara varför de har köpt ett ruckel till hus:

”Men Ann och Anders kände för huset. De hade läst dagböcker från 1800-talet som tidigare generationer har skrivit om livet på gården, och de ville inte att huset skulle förfalla så att en spännande del av historien försvann” (Lantliv nr 4, s. 20).

Sub-tankefiguren vittnar om att på landsbygden finns det förfallna obebodda hus och att man bör ha en bra anledning till att köpa ett ruckel på landsbygden. I detta fall ”kände” de för huset. Här kopplas landsbygden till historia, livet på gården och därför köpte det huset. Men alla gamla hus har väl historia? Är det bara för att de har hittat dagböcker om just den platsen som gör det intressant? Det finns flera reportage som tar upp denna aspekt där just historien ses som en viktig del vid husköp, men även som, vad jag kan tolka: statusförhöjande inredning med dagens mått mätt. Det kan utläsas i citatet som följer:

”Många av möblerna och prylarna i huset har de hittat i något av alla ut-hus på gården. Under många år, under första delen av 1900-talet, var det full ruljangs på gården, med drängar, pigor och herrskapsfolk. Vissa saker härstammar från den tiden eller från senare år då Erics mammas faster och hennes man bodde i huset. I ett av uthusen finns ett litet museum med saker som alla vittnar om husets historia” (Lantliv nr 4, s. 118).

Skapar man ett museum tyder det på att man anser sig ha något som är värt att visa upp för andra.

4.2.4 *Idyllisk gemenskap*

En sub-tankefigur som är central för den lantliga idyllen är den idylliska gemenskapen. Landsbygden skildras återkommande i reportagen som en rekreationsplats utan bäst före datum, där människors liv har fått innehåll först när de flyttat ut på landsbygden. Reportagen innehåller rubriker såsom: ”Att bo här känns som semester” (Lantliv nr 3, s. 108) och ”Här har jag tid att leva” (Lantliv nr 2, s. 16).

Samtidigt präglas det idylliska perspektivet av en stark gemenskap, där man ställer upp i vått och torrt för varandra:

”Det är fantastiskt att bo här. Vi bor i en liten by där det finns snälla människor. Jag umgås mer med grannen en kilometer bort än jag gjorde med nära grannar i stan. Varje vecka brukar vi fika hos varandra. Och alla i byn hjälps alltid åt om någon behöver hjälp” (Lantliv nr 3, s. 114).

Just föreställningen om landsbygdens sociala gemenskap anses som en stor potentiell rural dragningskraft till landsbygden (Andersson & Jansson 2012, s. 132) och detta förekommer i många av reportagen. Den sociala gemenskapen framställs oftast i ett jämförelse- och kontrasteringsperspektiv, som i citatet ovan; i storstaden delar man samma vägg med grannen i lägenhetshuset, men man ser eller hälsar knappt på varandra. Trots de större avstånden på landsbygden är man närmare varandra.

Idyllen verkar även främja idériakedom, vilket är något återkommande i de båda tidskrifterna som vill locka sina publikers att läsa reportage som ”*Kreativ idyll vid havet*” (Drömhems & Trädgård nr 2, s. 92) och ”*På landet är det lättare att vara kreativ*” (Lantliv nr 2, s. 114).

4.2.5 Kvinnorna bestämmer om hemmet

De genusedéer som presenteras i de två tidskrifterna visar tydligt att det är kvinnorna som bestämmer hur det ska se ut i hemmet. Reportagen domineras av kvinnor i både Drömhems & Trädgård och Lantliv. Även om reportagen skrivs i en ”vi” form lyser det igenom att det är kvinnan som står för det mesta av inredningen i hemmet. Detta märks genom att det aldrig är en man som tar åt sig av äran vad gällande inredningen i reportagen. Detta blir extra tydligt då det finns små rutor i reportaget med rubriker som: ”Annas inredningstips” och ”Lisas bästa inredningstips”. Oftast nämns männen i samband med den grova renoveringen, eller när kvinnan fått hjälp att bygga något till hemmets inredning. Ett exempel på det senare kan ses i citat nedan:

”Min man är duktig på sådant och hjälper mig alltid med alla mina projekt, såsom att bygga bord, fixa dörrar och sådant” (Drömhems & Trädgård nr 2, s. 12, min understrykning).

Kvinnan benämner projekten som sina egna och mannen förverkligar dessa. De två tidskrifter jag har analyserat handlar till stor del om en föreställning där det är kvinnorna som inreder och piffar i huset. Genom att bara visa fram kvinnorna i reportagen (åter-)skapar det just en sådan idé. Denna sub-tankefigur spelar därför en viktig roll i uppbyggandet av den stora tankefiguren om den lantliga idyllen.

4.3 Vad innehåller texterna inte?

Vid en analys av tidskrifter är det minst lika viktigt att analysera vad som inte finns med som vad som finns med (Börjesson 2003, s. 23). I de sex numren jag har valt är det endast vita kvinnor och män som figurerar i ett heterosexuellt förhållande, homosexualitet och icke-vita kvinnor eller män förekommer inte. Det finns ingen person som är arbetslös i något utav ”hemma hos” reportagen och större delen av människorna som skildras har höga poster i arbetslivet. De flesta reportagen jag har granskat handlar om någon form av renovering, som jag tidigare skrev, men det nämns aldrig att dessa har varit jobbiga och slitsamma, eller dylikt. Trots att ett flertal av reportagen görs om, vad man kan kalla, ”regelrätt” landsbygd nämns aldrig något negativt kring landsbygden, såsom långa avstånd, avsaknad av service och kommunikation och så vidare. Ett exempel på detta är följande citat som skildrar en småbarnsfamiljs liv ute på Dalarö:

”Barnen har funnit sig till rätta på förskolan som ligger på promenadavstånd och i grannskapet finns nästan all service familjen behöver. Pendlingen till och från Stockholm är heller inga problem med bussturer till pendeltågen någon gång i timmen vintertid.” (Lantliv nr 2, s. 48, min understrykning).

På vintertid går bussen till pendeln någon gång i timmen, det anses inte vara något problem i reportaget. Det existerar ingen problematik eller utmaning med att bo i mindre orter eller byar i reportagen. Vid en granskning av var de tjugonio reportagen utspelar sig, visar det sig att Borlänge är den mest nordligt belägna platsen. En stor del av Sverige finns alltså inte representerad i reportagen.

4.4 En bild säger mer än tusen ord

Eftersom mina utvalda tidskrifter i snitt innehåller 55 % bilder är det av stor vikt att undersöka vilka tankefigurer dessa förmedlar kring landsbygden. Antalet bilder och den begränsade tiden tvingar mig dock att göra ett urval kring vilka bilder som ska analyseras mer ingående. Därför har jag valt att analysera de två bilder som är mest representativa för respektive tidskrift. Dessa har valts ut med hjälp av den kvantitativa innehållsanalysen, som gav mig en bra överblick.

Varför är dessa bilder representativa?

Bild 1 är representativ för tidskriften Lantliv, då den skildrar den omgivning som finns runt omkring det hus som figurerar i reportaget. Det är i de flesta fall den första bilden till reportagen i Lantliv som på så sätt skildrar och skapar större konkretion eftersom man kan placera reportaget i en vidare kontext.

Bild 2 skildrar en kvinna som ”gör något”, därför är bilden representativ för Lantliv. I Lantlivs reportagebilder är det just kvinnor i största utsträckning som figurerar på bilderna och de fångas oftast på en helkroppsbild när de är i farten. Det kan exempelvis vara krattning som på bilden, när de går upp för en trappa eller att de betraktar sina skapelser.

Bild 3 är representativ för Drömhem & Trädgård på nästan samma premisser som för bild nummer två, i Drömhem & Trädgård är det också en majoritet kvinnor som framträder i reportagens bilder. Men Drömhem & Trädgård har sällan helkroppsbilder utan det är närbilder eller halvkroppsbilder som förekommer.

Bild 4 visar ett hus och detta är karakteristiskt för Drömhem & trädgård. I stort sett varje reportage jag har analyserat har haft med en bild på huset (bortsett från lägenhetsreportagen). Hela huset är nästan aldrig med på bilden, och husen är sällan alltför pråliga eller i mycket

gott skick. Som på bild nummer fyra skyntas en sprucken trappa upp till huset och därför anses denna bild representativ för Drömhjem & Trädgård.



Bild 1.
Lantliv nr 4, s. 20
Fotograf Jonas Lundberg



Bild 2.
Lantliv nr 3, s. 41
Fotograf Jonas Lundberg



Bild 3.
Drömhjem & Trädgård nr 3, s. 17
Fotograf Jonas Lundberg



Bild 4.
Drömhjem & Trädgård nr 4, s.74
Fotograf Helena Blom

4.4.1 Den uppenbara meningen

Bild 1: En analys av bildens denotation visar att motivet är en slingrig smal grusväg som har hagar på varsin sida. På höger sida om vägen syns stolpar och el-tråd som förbinder dessa. På vänster sida skymtar man stolpar, men ingen tråd. Ingen övrig bebyggelse syns. Träden blommar, himlen är blå och nästan allt gräs är grönt. Miljön är ett relativt öppet landskap, man skymtar en större skog längre fram. Det finns ingen aktivitet på bilden, inga människor eller djur förekommer. Trädens grenar ser stilla ut, förmodligen är det en svag vind. Bilden ser ut att vara tagen en bit uppifrån. Fotografen torde förmodligen ha stått på något när bilden togs. Ljussättningen är ljus, med starka färger och bra skärpa.

Bild 2: På bilden ser man en kvinna i 30- 40-års-åldern som står med en kratta framför ett rött gammalt hus med vita knutar och två slitna dörrar syns. Hon är klädd i klänning, kofta, strumpbyxor och vita tygskor. Det ligger löv på backen, gräset börjar förlora sin gröna färg. Det är en aning dyster ton i bilden.

Bild 3: Bildens motiv är en kvinna i 30-35 års- åldern, som är helt klädd i svart och som nuddar vid en blombukett i vas. Bilden är fokuserad på henne och blombuketten, bakgrunden är därför suddig och i den skymtas en taklampa och en matta på golvet. Man ser att hon är inomhus. Motivet i bilden är centrerat och fotograferat rakt framifrån. Kvinnan tittar rakt in i kameran, men hon har vinklat ned hakan en aning.

Bild 4: Ett vitt trähus med svart dörr och svart tegel är motivet på denna bild. Den är tagen i grodperspektiv och hela huset får inte plats på bilden. Det får huset att framstå som väldigt stort och pampigt. Det är molnigt och himlen är ljusgrå, vilket också framhäver det vita huset men bilden upplevs som en aning grymig. Fotografen har ändå lyckats fånga en fin kontrast med den gröna granen framför huset. Stentrappans nedersta trappsteg är sönder.

4.4.2 Den underliggande meningen

Bild 1: En analys av bildens konnotation, visar att eftersom träden blommar och nästan allt gräs är grönt är det vår på bilden. Trädens grenar ser stilla ut, vilket tyder på att det inte blåser så mycket. Bilden ser idyllisk ut med sin blåa himmel, grönt gräs och blomknoppar. Hade det varit mulet och regn och exempelvis taget på hösten när det varit lerigt hade inte samma känsla förmedlats. Då hade bilden förmedlat en känsla av ödslighet och långa avstånd till "civilisationen". Våren kan kopplas till att det mörka är över och att vi går mot ljusare tider, nya tider. Man ser tydligt att det är en grusväg, den är inte asfalterad, alltså är det inte så många som åker på den. Ingen bebyggelse syns, förutom stolparna längs med grusvägen. Bilden skulle kunna vara tagen i början på 1900-talet, om man inte skymtade el-trådarna. Ingen aktivitet syns på bilden, det föder en harmonisk känsla, rekreation och frisk luft. Den blåa himmeln gör att bilden inte ser dystert ut.

Den sammanfattade denotationen av denna bild är en lantlig idyll som bygger på en idé om en harmonisk plats med koppling till en dåtid.

Bild 2: Huset ser gammalt och slitet ut, skulle kunna vara ett uthus. Därför är det mycket möjligt att det tillhör en gård. Kvinnan ler på bilden men det ser inte äkta ut, och med tanke på hennes hållning ser man att hon poserar inför kameran och inte krattar på riktigt. Bilden är ambivalent i sitt sätt då denotationen tyder på en genuin svensk landsbygdshistoria medan kvinnan har en modern klädstil bestående av nya vita Converse skor, klädd i klänning och strumpbyxor vilket inte anses vara det optimala att sköta gårdsbestyr i. Denotationen i denna bild berör den lantliga idyllen, det ska vara rofyllt att kratta, inte betungande och smutsigt.

Bild 3: Kvinnan har vinklat ned hakan och sneglar upp en aning in i kameran, hållningen upplevs som obekvämt eller lite försynt. Blommor kan ses som bräckliga och vackra, vilket också kan spegla in på den som väljer att poseras tillsammans med dem. Detta förstärker och be-

kräftar intrycket av kvinnans blyga hållning tillsammans med blommorna, som också kan anses vara en feminin betingelse. Kvinnan är ansiktet utåt för hemmet, hon representerar det, men det sker inte på ett självsäkert sätt. Som att hon inte riktigt kan stå upp för det.

Bild 4: Bilden blir intressant med den svarta dörren, det märks att det är någon/några som vågar ta ut svängarna som bor där. Huset ser ut att vara i nationalromantisk stil och kan därför vara byggt i början på 1900-talet. Med tanke på den vissna och döda rabatten och gräsets färg kan fotot vara tagit tidigt på våren. Fotografen har inte lyckats fånga hela huset på bild vilket gör att man funderar över hur resten av huset ser ut, och även resten av trädgården. Denotationerna i denna bild tar upp ett av de fyra underteman till den lantliga idyllen som Baylina och Berg (2010) kallar det; nämligen hemmet. Det finns även en ton av enkelhet i bilden, eftersom det inte finns så mycket mer än ett hus, ett träd och en vissna rabatt på bilden, även det är en viktig egenskap i den lantliga idyllen, likaså att huset ser ut att rikta sig till kärnfamiljer ur medelklassen (s. 284).

4.5 Vilka bilder finns inte?

Precis som i textanalysen är det är likväl minst lika viktigt att analysera vilka bilder som inte finns med i tidskrifterna. Det existerar inga bilder på plöjda åkrar, bondgårdar eller lantbruksmaskiner. Det finns heller inte bilder på ägarna i friluftskläder eller kläder som är anpassade för vissa utomhussysslor. Bild nummer två i den semiotiska analysen är ett bra exempel på hur ägarna istället gestaltas i tidskrifterna, då den visar en kvinna som krattar löv iklädd klänning, strumpbyxor och vita tygskor. Vad som är anmärkningsvärt är att det inte förekommer bilder på stökiga eller ostädade hem i tidskrifternas reportage.

4.6 Jakten på det dolda

En fjärdedel av tidskrifterna består av annonser, de har inte tidskrifterna producerat själva och därför har jag valt att inte lägga så stort fokus på dessa i min analys, men de är viktiga att se över eftersom de också speglar tankefigurerna på ett sätt. De annonser som finns i *Drömhjem & Trädgård* och i *Lantliv* är många gånger desamma, eftersom dessa tidskrifter har en likartad målgrupp och inriktning är detta inte så konstigt. De annonser som förekommer i båda tidskrifterna är till för att locka läsarna att investera i nya kök, badrum, vitvaror, möbler, växthus, målerifärg och byggföretag som låter dig skraddarsy ditt nya hus. Det finns även annonser som gör reklam för vin och exklusiva kläder. Reklamen i tidskrifterna kan ses som byggstenarna till den lantliga idyllen och ”hemma hos” reportagen kan jämföras med en byggmanual, det som visar att det är genomförbart. Samtidigt råder det en sorts ambivalens kring annonsernas budskap och ”hemma hos” reportagens. Annonserna finns ju självklart till för att locka läsaren att konsumera, medan ett genomgående tema i båda tidskrifternas ”hemma hos” reportage säger det motsatta, där reportagen illustrerar ägarnas kreativa förmågor, deras bästa spartips och ”göra det själv” instruktioner.

För att uppnå den lantliga idyll som förmedlas i *Drömhjem & Trädgård* och *Lantliv* krävs det resurser; antingen en viss grad av ekonomiskt välstånd eller kunskap att göra det mesta på egen hand. En intressant aspekt på detta är att en stor del av alla dessa ägare i ”hemma hos” reportagen har ett kreativt yrke (designer, formgivare, konstnär, arkitekt) och därmed besitter en stor kunskap inom detta område. En annan intressant aspekt är att ytterligare en stor del av dessa ägare, antingen en eller båda två har så kallade ”högavlönade” arbeten (läkare, chef, VD) och därmed uppfyller den andra resursen ekonomiskt kapital.

5 Slutdiskussion

Det mediala påverkar oss vare sig vi vill det eller inte, många gånger är vi väl medvetna om det, andra gånger inte. Den här kandidatuppsatsen har haft som syfte att fånga och synliggöra det som Asplund kallar för tankefigurer och som Lasse Ekstrand beskriver som ”ett slags tanke modeller i bakhuvudet som styr vårt tänkande och indirekt vårt handlande” – samt vad dessa förmedlar kring landsbygden i två tidskrifter.

Genom min studie har det framkommit att *Drönhem & Trädgård* och *Lantliv* presenterar en kunskap och därmed på ett redan bestämt vis pekat ut hur vi ska förstå landsbygden. De tidskrifter som jag har analyserat presenterar en förskönande bild av den landsbygd som representeras, nämligen den *lantliga idyllen*. Den lantliga idyllen skildras som en övergripande tankefigur och den skapas, hålls ihop och bekräftas av de fem sub-tankefigurerna; där *landsbygd kontra stad* poängterar kontrasternas betydelse mellan det rurala och urbana, vilket bidrar till den lantliga idyllens fortlevnad, ”*göra det själv*” som påvisar att man har tiden och kunskapen att utföra omfattande renoveringar/inredning på egen hand – vilket också kan ses som att man har resurserna till att skapa sig en lantlig idyll. *En romantisering av dåtiden* visar historiens betydelse för den lantliga idyllen där det förflutna skönmålas och används som inspiration till både inredning och levnadssätt i tidskrifterna. Men det är den *idylliska gemenskapen* som lockar människor ut till landsbygden och den lantliga idyllen, med

föreställningen om en stark solidaritet och harmoni i de sociala relationerna, att man ställer upp för varandra. I sub-tankefiguren *kvinnorna bestämmer om hemmet* återskapas kvinnans roll i den lantliga idyllen även idag, eftersom det är just kvinnor som uteslutande figurerar i reportagen när de piffar och inreder i hemmet.

Sub-tankefigurerna tillsammans med tidskrifternas bilder bygger följaktligen upp den stora tankefiguren.

De denotationer jag fann i min semiotiska bildanalys har många sub-tankefigurer som både Little och Austin (1996) och Baylina och Berg (2010) lyfter i sin forskning. I bild 1 finns den lantliga idyllen närvarande med attribut som harmoni, rekreation och koppling till svunna tider med slingriga grusvägar. Bild 2 berör liknande attribut som bild 1, då den visar en kvinna som ler och krattar löv i klänning, strumpbyxor och vita tygskor. En syssla som säkerligen kan anses som tråkig och betungande blir istället något avkopplande och roligt av bilden att döma. Bild 3 tar upp attribut som även sub-tankefiguren *kvinnorna bestämmer om hemmet* gör. Kvinnorna ses som hemmets frontfigur i både *Drönhem & Trädgård* och *Lantliv*. Detta styrker även Little och Austins (1996) forskning kring den lantliga idyllen som underbygger och stöttar traditionella könsrelationer. Det visar även att det fortfarande pågår i dagens tidskrifter. Bild 4 är ett bra exempel på det som Baylina och Berg (2010) tar upp som den lantliga idyllens egenskaper; nämligen enkelhet och hemkänsla, vilket jag tycker bild 4 står för. Det är inte ett skrytsamt och praktfullt hus, den spruckna trappan står för det som nog de flesta husägare känner igen sig i, det finns alltid något att laga. Hemkänslan infinner sig när man gör det till sitt eget och har lite stökigt hemma, det är tecken på att man bor och lever där. För det är nog få av oss som bor lika ordnat som i en inredningskatalog?

En annan tankefigur som förmedlas är den svenska landsbygden som ett rekreation- och konsumtionslandskap snarare än produktionslandskap. För att knyta an till min inledning om den svenska landsbygden och jordbrukets rationaliseringar leder till att den svenska landsbygden ändrar både utseende, form och även människors tankegångar.

Sammanfattningsvis är det inte vem som helst som kan ta del av den lantliga idyllen. Det krävs ett visst ekonomiskt kapital för att uppnå det. I ”hemma hos” reportagen har det till största delen beskrivits och riktat sig till människor som har det hyfsat gott ställt, den så kallade ”medelklassen”. Den lantliga idyllen existerar – men inte för alla.

Referenser

Tidskrifter

Drönhem & Trädgård nr 2 2015

Drönhem & Trädgård nr 3 2015

Drönhem & Trädgård nr 4 2015

Lantliv nr 2 2015

Lantliv nr 3 2015

Lantliv nr 4 2015

Litteratur

Andersson, M & Jansson, A (2012) *Landsbygdens globalisering: medier, identitet och social förändring i nätverkssamhällets marginaler*. Göteborg: Daidalos

Asplund, J (1979) *Teorier om framtiden*. Stockholm: Liber Förlag

Barthes, R (2007) *Mytologier*. Lund: Arkiv Förlag

Baylina, M & Berg, N (2010) *Selling the countryside: Representations of rurality in Norway and Spain*. *European Urban and Regional Studies*, 17, 277-292

Bergström, G. & Boréus, K (2012). *Textens mening och makt - Metodbok i samhällsvetenskaplig text - och diskursanalys*. Upplaga: 3:5 red. Lund: Studentlitteratur.

Björkqvall, A (2012) *Visuell textanalys*. I: G. Bergström & K. Boréus (red.), *Textens mening och makt: Metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Upplaga: 3:5 red. Lund: Studentlitteratur.

Bryman, A (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Upplaga 2:1. Malmö: Liber ekonomi.

Börjesson, M (2003) *Diskurser och konstruktioner: En storsts metodbok*. Lund: Studentlitteratur

Graneheim U. H & Lundman, B (2004) “*Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures, and measure to achieve trustworthiness*”. I: *Nurse Education today* 24, s. 105-112. Umeå: Umeå Universitet

Gripsrud, J (2002/2011) *Upplaga 3:2 Mediekultur, mediesamhälle*. Göteborg: Daidalos

Hadenius, S & Weibull, L (1980) *Massmedier: En bok om press, radio och tv*. Stockholm, Bonniers grafiska industrier.

Hedenborg, S & Kvarnström, L (2009) *Det svenska samhället 1720-2006: Böndernas och arbetarnas tid*. Upplaga: 3:3 Lund: Studentlitteratur

Hirdman, A (2001) *Tilltalande bilder – Genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt*. Stockholm: Atlas

Johannessen, A & Tufte, P. A (2003) *Introduktion till samhällsvetenskaplig metod*, Upplaga 1:1 Malmö. Liber AB.

Little, J &, Austin, P (1996) *Women and the rural idyll*. *Journal of Rural Studies*, 12, 101–111

Wærn, Y, Pettersson, R & Svensson, G (2004). *Bild och föreställning: Om visuell retorik*. Lund: Studentlitteratur

Winther Jorgensen, M. & Phillips, L (2000). *Diskursanalys som teori och metod*. Upplaga: 1:15 Lund: Studentlitteratur.

Webbsidor

Annonskraft (2014)

<http://tidningskraft.com/prislistor/dromhem-och-tradgard.pdf>

hämtad 2015-05-25

Annonsvision (2015)

http://www.annonsvision.se/img/prod/prislistor/dromhem_tradgard_prislista_2015.pdf

hämtad 2015-05-26

Ekstrand, L (2001) *Det goda samhället: hur skulle de se ut?*

<http://www.detgodarummet.nu/sidor/text2.html>

hämtad 2015-05-18

Högskolebiblioteket (2014)

<http://hj.se/bibl/sok---skrivhjalp/vetenskapliga-publikationer---en-introduktion/vad-kannetecknar-olika-tidskrifter.html>

hämtad 2015-04-23

Linn, B (u.å) Nationalencyklopedin: renovering

www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lång/renovering

hämtad 2015-05-10

LRF Media (2015)
<http://www.lrfmedia.se/sv/titles/lantliv>
hämtad 2015-05-26

Statens medieråd (u.å) *Mediers roll i samhället*.
<http://mik.statensmedierad.se/mediers-roll-i-samhallet>
hämtad 2015-04-23

Tidningsstatistik AB (2015)
<http://www.ts.se/media/1112/ts-tabeller2014v2.pdf>
hämtad 2015-06-01

Bilder

Bild 1: Fotograf Jonas Lundberg

Bild 2: Fotograf Jonas Lundberg

Bild 3: Fotograf Jonas Lundberg

Bild 4: Fotograf Helena Blom