

RADIOLYSSNANDE – BÅDE STABILITET OCH FÖRÄNDRING

JAN STRID

Vi säger ofta att vi lever i förändringen tidevarv. Det har man säkert alltid gjort men vi tycker kanske att det numera förändras fortare. Det gäller inte minst det som händer inom medieområdet. Men den intressanta frågan är vad som förändras och vad som är rämligen stabilt. När man överblickar den svenska radions utveckling under de senaste två decennierna kan vi å ena sidan hävda att mycket har förändrats men å andra sidan att det mesta är stabilt. Radioutbudet i form av antalet och typen av kanaler har under den tid vi undersökt svenskarnas radiovanor (varje år från 1986) förändrats kraftigt, från Sveriges Radios fyra kanaler före 1993 till minst åtta kanaler med i stort sett nationell täckning och stort antal lokala. Därefter har utbudet via andra distributionssätt ökat om inte oändligt så ganska nära, och fortsätter att öka. Dessutom uppstår nya kanaler och gamla försvinner. Men har vårt lyssnande förändrats? Det vi sett i våra mätningar av radiopubliken är att det är ungefär lika många som lyssnar på talade kanaler som tidigare och ungefär lika många som lyssnar på musikkanaler som tidigare, unga lyssnar på musik och äldre på tal (t ex Strid, 2007 och 2008). Dessutom lyssnar vi till ungefär lika många kanaler som tidigare under ungefär lika lång tid och vid samma tidpunkter då ju våra vanor när vi vaknar, går till jobbet/skolan, kommer hem och går och lägger oss är ungefär desamma som tidigare. Det är ytterst våra vanor som i hög grad bestämmer när och var vi lyssnar på radio – liksom hur vi använder medier (jfr Bjur, 2010) – och dessa är inte så föränderliga. Men den förändring som faktiskt sker inom medierna saknar givetvis inte betydelse hur vi väljer i det ökade medieutbudet (jfr Annika Bergströms och Ingela Wadbrings artikel om läsvanor i denna bok).

En annan aspekt av medieutvecklingen är att medier ändrar karaktär och distributionsform. När det gäller radion blir det mycket tydligt. Tidigare hade vi en eller flera radioapparater stationära eller bärbara. Men numera kan vi lyssna på radio i radioapparat, mobiltelefon, webbradio, mp3, ipod m fl. Detta innebär att vi skulle behöva göra om vissa frågor gällande radiolyssnande men då samtidigt förlora jämförelsen. I detta läge har vi valt att behålla frågan som den varit alltsedan 1986 och sedan via tillägsfrågor försöka fånga upp radiolyssnandet. Frågan tar också sikte mot vilken kanal man lyssnar på vilket innebär att vi förhoppningsvis fångar upp de som lyssnar på respektive kanal oavsett distributionsform. Vi är samtidigt medvetna om att sådana frågor blir allt svårare att besvara just på grund av den redovisade medieutvecklingen med bl a fler kanaler, men den metod som SOM-undersökningen

valt och som är inriktad på vilka kanaler allmänheten brukar lyssna på torde ändå spegla med vilka kanaler man identifierar sig.

Frågan som ställs i SOM-undersökningen är en så kallad vanefråga: hur ofta man brukar lyssna. Eftersom människors vanor är tämligen stabila och radiolyssnandet huvudsakligen äger rum i hemmet, på arbetet/i skolan och/eller i bilen torde människor också lättare kunna svara på vilka kanaler de brukar lyssna på. En vanefråga har däremot svårare att fånga upp de kanaler som man mera tillfälligt råkar lyssna på, t ex i varuhus eller annan offentlig miljö. Vi får därmed snarast en bild av hur lyssnarna orienterar sig i mediasystemet. Det bör dock tillfogas att vanor kommer med åren och ungdomars vanor inte är lika stabila som vuxnas något som möjligen kan göra att frågan uppfattas lite olika av unga människor jämfört med äldre (jfr Sternvik, 2009).

Radiolyssnandet 2009

Den fråga som gällde radiolyssnandet var vilka kanaler som de svarande brukade lyssna på och hur ofta de brukade lyssna. De fick ta ställning till de olika kanaler vi ställt upp, vilka är de någorlunda riksspridda samt en restkategori (annan radiokanal).

Tabell 1 Andel som brukar ta del av olika radiokanaler mer eller mindre regelbundet, hösten 2009 (procent)

Kanal	Dagligen	5-6ggr/v	3-4 ggr/v	1-2 ggr/v	Mer sällan	Aldrig	Summa procent
P1	13	3	5	7	26	46	100
P2	2	1	2	5	28	62	100
P3	5	3	7	12	34	39	100
P4	29	8	9	11	20	23	100
Radio Rix	7	5	8	11	24	45	100
Mix Megapol	4	4	8	10	25	49	100
Lugna Favoriter	2	2	4	7	24	61	100
Annan	3	2	4	4	15	72	100
Närradio	2	1	2	3	18	74	100

Om vi ser till det dagliga lyssnandet så är det främst P4 man lyssnar på. Nu är ju P4 inte en kanal utan rymmer inom sig Sveriges Radios hela programutbud och innehållet varierar med sändningsorten. Förutom det lokala programutbudet sänds gemensam sport, gemensamma nyheter och nationella program på vissa tider mitt på dagen, på kvällstid och veckoslut. Tillsammans med Sveriges Radios kanal P1 avviker P4 från övriga kanaler genom att ha ungefär lika många dagliga lyssnare som lyssnare resten av veckan. Det är ett uttryck för att de har en mycket trogen publik, medan däremot andelen trogna lyssnare hos de övriga kanalerna är färre och att dessa kanalers andelar därför kan förväntas variera mera över tid.

Det är endast P4 och P1 som kommer över 10 procents dagligt lyssnande och endast en till när över 10 procent om vi sänker kravet till 5-6 dagar per vecka nämligen Radio Rix. Det är också denna kanal som tillsammans med Mix Megapol av de privata musikkanalerna, som har en minoritet som aldrig lyssnar. Samma mönster återfinns i SIFO:s radiomätningar där P1 och P4 når över tio procent (lyssna någon gång under dygnet) samt Radio Rix som når 13 procent annars ingen (SIFO Radiomätningar 2010)

Det är lite orättvist att jämföra närradion med de övriga eftersom det är olika föreningar som sänder och så gott som ingen sänder dagligen. Men även närradions utbud har förändrats över tid. I och med att man fick tillstånd att sända reklam har vi på flera orter fått ett utbud som mera liknar de privata lokalradiostationerna. Exempelvis framkom i en regional SOM-undersökning i Skåne att närradiostationen i Ystad/Simrishamn hade en publik som var högre än den privata lokalradion (Weibull, 2010).

Tendenser i radiolyssnandet 1994-2009

I tabellen nedan redovisas andelen lyssnare minst fem dagar per vecka på respektive radiokanal. Slutsatsen är att vi haft en mycket liten förändring. De talade kanalerna P1 och P4 har en liten minskning liksom P2 och närradion. Den enda dramatiska nedgången står P3 för. Men denna minskning motsvaras nästan helt av de privata musikkanalerna. Musikkanalerna P3, Megapol, Rix och Lugna Favoriter hade tillsammans 1994 35 procent och har 2009 32 procent. Därtill kommer att Annan kanal (som i och för sig inte fanns med 1994) 2009 hade 5 procentenheter. Vi förutsätter då att dubbellyssnandet var ungefär lika högt 1994 och 2009.

Tabell 2 Andelen lyssnare minst 5 dagar per vecka på enskilda radiokanaler 1994-2006 (procent)

Kanal	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2009
P1	20	15	16	16	16	16	17	16
P2	6	5	3	4	4	4	4	3
P3	23	15	13	11	11	11	10	8
P4	42	39	40	40	39	40	36	37
Radio Rix	6	10	10	10	10	15	15	12
Megapol/City	6	(5) 6	(9) 5	(9) 5	(7) 4	(7) 4	10	8
Lugna Favoriter	-	-	-	-	4	6	5	4
Närradio	5	6	5	4	5	4	3	3
Antal svarande	1704	1779	1821	1842	3606	3612	3336	3344

Kommentar: 1994 fanns inte Mix Megapol, mellan 1996 och 2004 var Mix Megapol och Radio City separata kanaler, parentesen anger siffran för Mix Megapol och den andra siffran gäller Radio City och 2006 är de sammanslagna och 2009 endast Mix Megapol.

Samma mönster finns i Mediebarometerna mätningar där minskningen för Sveriges Radio främst är en nedgång för P3 vilket till viss del motsvaras av en uppgång för de privata lokalradiostationerna (Mediebarometern 2009).

Jämför vi över hela perioden har Sveriges Radios kanaler haft ett minskat lyssnande något som också framgår av Mediebarometern som mäter lyssnandet en genomsnittlig dag (Mediebarometern 2009). Att denna nedgång inte märks bland de privata lokala radiokanalerna beror delvis på dels att vi inte mäter alla och att de inte är desamma under perioden.

Det tycks också vara så att nedgången sker i alla åldersgrupper. Även bland de äldsta har vi en nedgång under de senaste åren.

Lyssnandet i olika grupper

Om man vill veta om en person lyssnar på Sveriges Radios kanaler eller privata musikkanaler räcker det nästan med att fråga efter personens ålder. Den kanal som bryter mönstret är P3 vilken följdriktigt var den kanal som tappade flest lyssnare till de privata kanalerna.

Tabell 3 Andelen lyssnare minst fem dagar per vecka på olika radiokanaler efter ålder, 2006 (procent)

Kanal	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	80-85
P1	3	3	10	10	19	23	27	37
P2	2	1	1	1	2	4	6	10
P3	8	6	6	10	5	5	3	3
P4	4	6	11	28	43	60	62	59
RixFm	22	14	18	24	9	4	2	1
Mix M	15	11	12	13	6	3	1	2
Lugna	4	5	3	5	4	4	2	1
Annan	3	4	5	10	7	3	2	3
Närradio	1	2	1	2	3	4	7	4
Antal svarande	181	370	465	538	600	679	370	141

Redan när de privata kanalerna kom delades publiken i tre grupper. De mellan 16 och 29 år som nästan enbart lyssnade till musikkanalerna, de mellan 30 och 50 som både lyssnade till musik och tal och de över 50 år som nästan enbart lyssnar på talade kanaler. Dock har musikkanalerna i någon mån även nått de över 50 år åtminstone några gånger per vecka.

Det tycks också vara så att den allmänna nedgången i radiolyssnande sker i alla åldersgrupper. Även bland de äldsta och i huvudsak trogna radiolyssnarna förmärks en viss nedgång under de senaste åren.

Vi har i tidigare analyser av radiopubliken beskrivit radion som det jämställda mediet (Strid 1998). Även om radiolyssnandet har gått ner så har det visat sig några skillnader mellan män och kvinnor, men de är ytterst små.

Tabell 4 Andel män och kvinnor som dagligen lyssnar på respektive radiokanal

Radiokanal	kvinnor	Män
P1	13	13
P2	1	2
P3	4	6
P4	28	29
Rix	7	6
Mix	4	3
Lugna	2	2
Närradio	2	2
Antal svarande	884	796

Skillnaden visar sig i att män lyssnar i högre grad till Sveriges Radios kanaler – med undantag för P1 som är helt jämställd – medan kvinnor i högre grad lyssnar på de privata lokalradiostationerna (med undantag för Lugna Favoriter). Mönstret förstärks i sin helhet om vi ser till lyssnandet någon gång per vecka.

När det gäller utbildning och radiolyssnande så finns det mönster. Men eftersom utbildning är starkt korrelerat med ålder kan det vara svårt att visa utbildningens betydelse. Därför har jag valt ut en åldergrupp, 30-49 år, där man i viss utsträckning lyssnar på såväl talad som musikradio. Samma mönster som finns i denna åldergrupp återfinns också i andra åldersgrupper.

Tabell 5 Andel personer mellan 30 och 49 år och med olika utbildningsgrad som lyssnar på respektive radiokanal minst tre gånger i veckan

Radiokanal	Lågutbildade	Medellåg utb	Medelhög utb	Högutbildade
P1	2	4	5	12
P2	0	0	0	1
P3	11	7	8	6
P4	23	19	10	7
Rix	23	17	11	7
Mix	6	8	9	3
Lugna	0	3	3	2
Närradio	2	1	0	0
Antal svarande	52	330	118	386

Det första vi kan iaktta är att det dagliga lyssnandet är nästan dubbelt så högt bland lågutbildade som bland högutbildade (vi förutsätter då att dubbellyssnandet är ungefär lika stort i samtliga utbildningsgrupper). Därefter kan vi se att andelen högutbildade är klart högre bland såväl P1:s som P2:s lyssnare. Det omvända mönstret att lågutbildade lyssnar i högre grad gäller för P3, P4, Rix och närradion medan mönstret är oklart när det gäller Lugna Favoriter och Mix Megapol även om inte den sistnämnda är så vanligt avlyssnad bland högutbildade.

Flerkanalslyssnande

I en äldre studie av radiolyssnandet i Göteborg 1992 – alltså ett par år innan de privata lokalradiostationerna började sända – lyssnade göteborgarna på i genomsnitt 2 radiokanaler per person och endast 8 procent lyssnade inte alls minst tre gånger per vecka (Strid 1993). År 2009 ligger genomsnittet på 1,4 kanaler (tabell 6). När vi sålunda fått fler kanaler lyssnar vi på färre. Via senare undersökningar vet vi att mönstret i Göteborg är detsamma som landet i övrigt om än nivån skiljer sig mellan storstad och landsort.

Tabell 6 Andel personer som lyssnar på en, två eller fler kanaler minst tre gånger per vecka i procent av samtliga 1996, 2006 och 2009

Antal kanaler	1996	2006	2009
0	17	25	23
1	34	35	39
2	27	25	23
3	12	9	9
4	6	4	3
5 eller fler	4	2	2
Antal svarande	1530	1707	3347
Genomsnitt	1,7	1,3	1,4

Vi lyssnar alltså idag till i huvudsak en eller två kanaler. Detta innebär tvärs emot vad som förväntades 1993. Då talades det om en ökad mångfald men denna mångfald i mottagandet begränsades också av att vi kombinerar talade kanaler med talade och musikkanaler med musikkanaler. Det vi nu ser är snarast att andelen som inte alls lyssnar på någon radiokanal ökar. Mönstret är detsamma i samtliga åldersgrupper men nivån skiftar. Den största nedgången finner vi inte oväntat bland de yngsta.

Tabell 7 Andel personer i olika åldrar som inte lyssnar någon gång per vecka, 2009 (procent)

	16-29	30-49	50-64	65-85
2009	42	23	16	17
Förändring från 2008	+10	+3	+0	+1

Nu går det naturligtvis att hävda att framför allt de yngsta kompenserar sitt radiolyssnande med att ta in musik via andra distributionskanaler. Men när vi undersökte radiolyssnande 2008 och jämförde olika distributionsformer – persondator, mobiltelefon och Mp3-spelare så nådde lyssnandet på dessa plattformar totalt sett inte upp till 10 procent totalt i befolkningen och endast 11 procent bland personer mellan 15 och 20 år (Strid 2008).

När vi i föreliggande undersökning frågade var man lyssnade på nyheter är svaren nästan uteslutande i radioapparat. Datorn, mobilen och Mp3-spelaren når endast upp till någon enstaka procentenhet i någon åldersgrupp (jfr Josefine Sternviks artikel i denna volym).

Radion och musiksmaken

När de privata lokalradiostationerna släpptes in i radiomediet var motivet på politiskt håll att mångfalden skulle öka. På ett sätt kan man kanske säga att så blev fallet men i så fall enbart på musikens område och egentligen endast för en yngre publik. Att inte ungdomarna lyssnar på P2 som i huvudsak spelar klassisk musik (eller konstmusik) har vi redan sett men hur mycket skiljer sig musiksmaken på de som lyssnar på de övriga musikkanalerna.

Att genrebestämma musik var nog mer problematiskt än vad vi trodde. Någon heltäckande bestämning har vi inte utan vi har tagit fram ett antal genrer så att de svarande subjektivt kan identifiera sin musiksmak. Givetvis kan vi inte säkert veta om de svarande menar samma musik inom respektive genre. Det är nog också så att några kanske saknar någon genre men eftersom tabellen nedan visar att annan musik har relativt få svarande har nog frågan i detta hänseende fungerat väl. Den fråga som vi mot denna bakgrund ställt oss är vilka musikpreferenser de regelbundna lyssnarna för olika kanaler har.

Den mest populära musikgenren är den breda pop/rock-kategorin. Därefter följer på visst avstånd visor, dansband och folkmusik, medan techno/house av de angivna musikgenrererna är den minst uppskattade (jfr Åsa Nilssons kapitel om kulturvanor). Det är också dessa kategorier som är de vanligaste bland radiolyssnarna men vi ser också att de dagliga lyssnarna på respektive kanal har mycket olika smak. Vi kan se att P1:s dagliga lyssnare helst lyssnar på visor, klassisk musik och folkmusik medan om man ser till lyssnarna så bör man kanske undvika att spela pop/rock framför

allt i P2 men även i viss mån i P1 i vilka man inte heller bör spela hårdrock/metal medan country spelas bäst i P2 och P4. I musikkanalerna bör man helst spela Pop och rock och Mix Megapols och Rix FM:s publik är nästan helt lika i sin musiksmak ($\rho=0.92$). På samma sätt är P1:s och P2:s publik nästan helt överensstämmande ($\rho=0.93$). Som jämförelse är skillnaden mellan P2:s publik och Mix Megapols musik störst med ett värde på ρ som är negativt (-0.13). (ρ är ett mått som jämför likheten mellan rangordningar och kan variera mellan +1 som är total likhet och -1 som är total olikhet).

Tabell 8 Andel av de dagliga lyssnarna som mycket eller ganska gärna lyssnar på respektive musikgenre

Tar Mycket+ganska gärna del av följande musikgenre	P1	P2	P3	P4	Rix	Mix	Totalt
Pop/rock	42	11	85	55	89	89	68
Hårdrock/metal	9	8	43	12	33	26	39
Country	46	50	41	63	34	36	43
Klassisk musik/Opera	62	65	33	34	19	20	35
Jazz	52	50	31	30	9	10	28
Soul/funk/R&B/hiphop	24	8	39	15	35	43	31
Techno/house	8	8	31	5	18	25	14
Dansbandsmusik	42	31	27	68	39	46	38
Folkmusik	60	69	26	51	16	24	36
Visor	64	61	31	61	19	29	42
Antal svarande	198	26	81	474	111	61	1657

Det är naturligtvis så att musiksmak och ålder samvarierar. Den musiksmak som finns hos respektive kanals publik är därför i stor utsträckning en följd av ålderssammansättningen på respektive kanal. Men det är inte bara åldersfaktorn som förklarar skillnaderna i musikpreferenserna bland regelbundna lyssnare till P1, P2 och P4. Här finns det troligen även en kanalfaktor som har betydelse.

En sak är vad man önskar lyssna på men avsevärt tydligare visas skillnaden när vi istället ser till vad man *inte* vill lyssna på – alltså avsmaken. I tabellen nedan har jag jämfört ungdomars musiksmak dels vad man vill lyssna på dels vad man inte vill lyssna på.

Ser vi till vad ungdomarna inte vill lyssna på så är det framför allt dansbandsmusik, jazz och folkmusik. Men även klassisk musik/opera, country och folkmusik är inte heller särskilt populära genrer. Det är pop/rock, soul/funk/R&B/hiphop samt techno/house som man vill lyssna till. Men det är trots allt en tredjedel som inte gärna lyssnar på de två sistnämnda. Det är tydligare att se till vad ungdomar inte vill ha än vad de vill ha.

Tabell 9 Andel personer mellan 16 och 29 år som lyssnar minst en gång per vecka på respektive radiokanal och som mycket eller ganska gärna lyssnar på respektive musikgenre

	Mycket+ ganska gärna			Inte särskilt+mycket ogärna		
	P3	Rix	Mix	P3	Rix	Mix
Pop/rock	93	89	89	7	4	7
Hårdrock/metal	52	49	43	46	35	64
Country	29	26	31	80	65	43
Klassisk musik/Opera	13	11	11	80	91	93
Jazz	21	8	8	87	91	86
Soul/funk/R&B/hiphop	62	55	60	27	43	36
Techno/house	54	49	47	33	56	43
Dansbandsmusik	14	27	28	93	48	36
Folkmusik	15	12	13	87	83	78
Visor	14	12	10	73	78	86

Stabilitet och förändring med musik

Rubriken för detta kapitel var förändring eller stabilitet. När det gäller radiolyssnandet kan vi konstatera att det mesta är stabilt i själva lyssnandet. Eftersom radion innehåller tal och musik vilket kan distribueras på olika sätt kan var och en få det den önskar och i den utsträckning som var och en önskar. Den förändring i lyssnandet som skett skulle då vara av kvantitativ natur: var och en kan få mer av vad som önskas.

Samtidigt ser vi en motsatt tendens: att vi lyssnar allt mindre på radio. Möjligen är det så att TV tagit över en stor del av radions funktioner nu senast illustrerat av att några av de privata lokalradiostationerna sänder sina ”radioprogram” i TV. Det är då främst de talade delarna av programmen som sänds vilket möjligen innebär att vi vänjer oss vid TV:n vilket drabbar radion. Den andra delen av radion nämligen musiken kan ju som vi tidigare såg fås på alla möjliga andra sätt vilket också drabbar radion.

Detta pekar på att vi i kommande undersökningar i högre grad kommer att ägan oss åt radions funktioner för lyssnarna. Frågan som då blir aktuell är varför vi lyssnar på radio och vad vi menar när vi säger att vi lyssnar på radio.

Men för radions del är nog trots allt utbudet på musiksidan det mest intressanta. Det är ju också musiken som stått för den största ökningen. Det blir då ännu mer intressant att det finns allt fler musikgenrer som vi inte vill lyssna på än som vi faktiskt vill lyssna på. Det torde vara värt att fundera över vad det är som gör att vi har lättare för att ta avstånd från än att ta till oss.

Referenser

- Bjur, Jakob (2010): *Transforming audiensis*. Department of Journalism,, Media and Communication. University of Gothenburg.
- Mediebarometern 2009. Göteborg: Nordicom
- SIFO. *Radiomätningar* 2010.
- Sternvik, Josefine (2009) Nyhetsvanor. I Holmberg, S & Weibull, L (red): *Svensk höst*. Göteborg. SOM-institutet. Göteborgs universitet.
- Strid, Jan (1993). Radiolyssnandet i Göteborg 1993. I Nilsson, L (red): *Västsverige i focus*. Göteborg. SOM-institutet. Göteborgs universitet.
- Strid, Jan (1998). Radiovanor – en fråga om ålder. I Holmberg, S & Weibull, L (red): *Ljusnande framtid*. Göteborg. SOM-institutet. Göteborgs universitet
- Strid, Jan (2007). Radio i kris. I Holmberg, S & Weibull, L (red): *Skilda världar*. Göteborg. SOM-institutet. Göteborgs universitet.
- Strid, Jan (2008). Var finns radion 2008. I Holmberg, S & Weibull, L (red): *Svensk höst*. Göteborg. SOM-institutet. Göteborgs universitet.
- Weibull, Lennart (2010) Gamla och nya medier i Skåne. I Johansson, S (red) Skånsk opinion. Göteborg: SOM-institutet Göteborgs universitet.