

CITY 103
och
TRE LIVSSTILAR

En undersökning om radiolyss-
nande utifrån livsstilsbegreppet

Charlotta Lekvall
och
Patrik Vult von Steyern

ARBETSRAPPORT NR 58
1990

ISSN 0283-6696

FÖRORD

Ett av 1980-talets mest expansiva massmedier är ljudradion. Sedan början på 1980-talet har mängden radiosändningar i Sverige i stort sett fyrdubblats. Även om en del av expansionen faller på lokalradions övergång till egen kanal är det dominerande i närradions expansion. Närradion har sexdubblat sin sändningstid mellan 1982 och 1989.

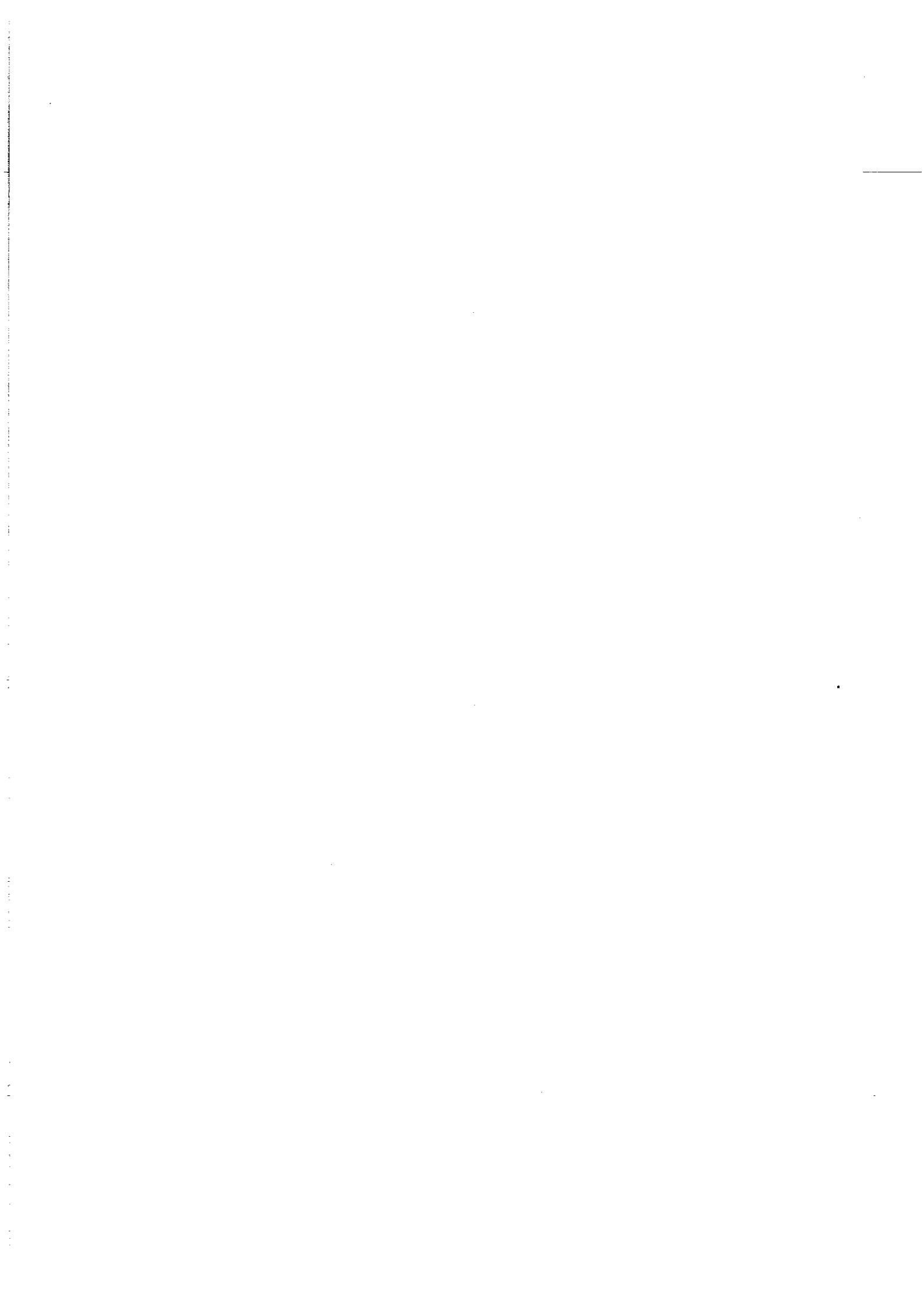
En av de närradiostationer som haft den största expansionen är City 103, Svenska Arbetsgivareföreningens närradio i Göteborg. Stationen sänder numera 18 timmar om dygnet. Den har dessutom högre publikandelar än Radio Göteborg i vissa åldersgrupper.

Mot denna bakgrund har Avdelningen för masskommunikation vid Göteborgs universitet varit intresserad att stödja en del undersökningar kring närradiopubliken. När City 103 kom med en förfrågan om Avdelningen var beredd medverka i en studie av radiolyssnande i Göteborg svarade vi positivt. Detta resulterade i specialarbetet City 103 och dess lyssnare av Catharina Kisch och Mikael Stoltz, presenterat i Informations- teknik 1989.

Kischs och Stoltz' undersökning gav en mängd intressanta uppslag kring frågan om vad som karakteriserar dem som lyssnar på City 103. Med hänsyn till detta beslöts att göra en uppföljning. Denna skulle i första hand inriktats på frågor om City 103-lyssnanden är ett uttryck för ett slags livsstil. Analysen bygger således på det redan insamlade undersökningsmaterialet. Den har genomförts som ett specialarbete i Informationsteknik. Doktorand Bo Reimer och undertecknad har fungerat som handledare.

Göteborg den 21 maj 1990

Lennart Weibull
Professor



ABSTRACT

Detta arbete är ett specialarbete i Informationsteknik, fördjupnings-kursen, vid Göteborgs universitet.

Syftet med denna undersökning är att studera användningen av City 103 och övriga radiokanaler. Vi undersöker om individer som för en viss livsstil utvecklar en specifik medieanvändning. Tanken är att individer utvecklar dels en personlig medieanvändning, dels en användning som härrör ur livsstil. Vi kopplar ihop dessa begrepp genom att studera vilka funktioner användningen kan fylla för livsstilarna. I denna analys utgår vi från individens motiv till medieanvändning och konsekvenserna av detta.

Arbetet är en sekundäranalys av Kisch och Stoltz arbetsrapport 1989 "City 103 och dess lyssnare". Vi använder dels författarnas kvantitativa resultat i detta arbete, dels bygger vi vidare på framförallt svarspersonernas intressen och undersöker om detta kan vara en distinktion för livsstilar. Enligt resultaten kan vi tala om tre intresseinriktningar i City 103s publik.

Ett stort tack till våra handledare Lennart Weibull och Bosse Reimer, för ett uppriktigt intresse och många goda uppslag.

Vi vill även tacka Monica Löfgren och Karin Björkqvist för all hjälp och för att ni alltid har ställt upp på mycket kort varsel.

5.1.4	Strukturjämförelser	41
5.2	Vårt val av material och metod	42
5.3	Validitet och reliabilitet	43
6.	LIVSSTILAR BLAND UNGDOM	46
6.1	En deskriptiv analys	46
6.2	Tre intresseinriktningar	56
7.	LIVSSTILAR OCH MEDIEANVÄNDNING	59
7.1	Användning av City103	59
7.2	Användning av övriga radiokanaler och press	64
7.3	Sammanfattning - Livsstilar och medieanvändning	68
8.	MEDIEANVÄNDNING SOM LIVSSTIL?	71
8.1	Motiv att lyssna på radio	71
8.2	Lyssnandet - en vana eller ett uttryck?	76
8.3	City103 - Primär eller tillvalsfunktion?	78
9.	SAMMANFATTNING	82
10.	SAMMANFATTANDE DISKUSSION	85

LITTERATURFÖRTECKNING

BILAGOR

1. "City103 och dess lyssnare" - Frågeformulär
telefonintervjuer
2. "City103 och dess lyssnare" - Frågeformulär
postenkäter
3. "City103 och dess lyssnare" - Kodbok

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1.	INLEDNING	1
2.	LJUDRADIONS FRAMVÄXT	3
2.1	Ljudradion 1910-1990	3
2.1.1	Konkurrent på 1990-talet?	4
2.2	Ramverket runt ljudradion	5
2.3	Ljudradion - målsättning och bestämmelser	5
2.3.1	Närradion i Göteborg - City103	7
2.4	Ökat intresse för lokala medier	8
3.	LJUDRADIONS ROLL	10
3.1	1990 - radion som en lokal förmedlare?	10
3.2	Radion som underhållare	11
3.2.1	Förändringar...	12
3.2.2	Mot mer musik i radion...	13
3.2.3	Stil viktigare än innehåll?	14
3.3	Ljudradions roll - sammanfattning	14
3.4	City103 - en konsekvens av utvecklingen?	15
4.	PROBLEMSTÄLLNING	17
4.1	Syfte	17
4.2	Vad består publiken av?	18
4.2.1	Smaker och preferenser	19
4.2.2	Musiken och medieanvändningen	20
4.2.3	City103 och dess publik	20
4.3	En tankemodell	21
4.4	Användningsforskningen	22
4.4.1	Kritik mot användningsforskningen	23
4.4.2	Användningsforskningen under 1980-talet	23
4.4.3	Receptionsforskning	24
4.5	Medieanvändning	25
4.6	Livsstilar	28
4.7	Funktioner	31
4.8	Förslag till analysmodell	34
4.9	Frågeställningar	37
5.	MATERIAL OCH METOD	39
5.1	"City103 och dess publik" - Material och metod	39
5.1.1	Val av datainsamlingsmetod	39
5.1.2	Frågeformulärets utformning	40
5.1.3	Svarsfrekvens och bortfall	41

<u>Figur 8</u>	Grunddimensioner i mediesystemet med ett försök att placera in City103 i sammanhanget	79
<u>Figur 9</u>	Grunddimensioner i mediesystemet med ett nytt försök att placera in City103 i sammanhanget	81

TABELL- OCH FIGURFÖRTECKNING

<u>Figur 1</u>	Förhållandet lokal täckning och lokalt innehåll	11
<u>Figur 2</u>	En tankemodell för att belysa förhållandet livsstilar-medieanvändning-funktioner	22
<u>Figur 3</u>	Typologi för radiolyssnande	27
<u>Figur 4</u>	Analysmodell för lyssnande på City103	35
<u>Tabell 1</u>	Fördelning av intresse med avseende på livsstilar (procent)	48
<u>Tabell 2</u>	Antal individer med "renodlad" respektive "glidande" livsstilar (frekvens)	50
<u>Tabell 3</u>	Livsstilarnas könsfördelning (procent)	50
<u>Tabell 4</u>	Åldersfördelning med avseende på livsstilar (procent)	51
<u>Tabell 5</u>	Respektive livsstils fördelning på civilstånd (procent)	52
<u>Tabell 6</u>	Livsstilarnas fördelning på utbildning (procent)	52
<u>Tabell 7</u>	Sysselsättning fördelat på livsstilarna (procent)	53
<u>Tabell 8</u>	Organisationstillhörighet fördelat på livsstil (procent)	54
<u>Tabell 9</u>	Huvudorganisationstillhörighet fördelat på livsstil (procent)	54
<u>Figur 5</u>	Två dimensioner i livsstilar	55
<u>Figur 6</u>	Tre dimensioner av livsstilar med avseende på intresse	57
<u>Tabell 10</u>	Kännedom om City103 inom livsstilarna (procent)	60
<u>Tabell 11</u>	Lyssnande på City103 inom livsstilarna (procent)	61
<u>Tabell 12</u>	Hur ofta de olika livsstilarna lyssnar på City103 (procent)	62
<u>Tabell 13</u>	Hur länge livsstilarna lyssnar på City103 (procent)	62
<u>Tabell 14</u>	Livsstilarnas lyssnande på grammofon/CD/ kassetter (procent)	63
<u>Tabell 15</u>	Livsstilarnas lyssnande på övriga radiokanaler (procent)	66
<u>Tabell 16</u>	Livsstilarnas användning av press (procent)	67
<u>Figur 7</u>	Tre dimensioner av livsstilar med avseende på intresse och medieanvändning	70
<u>Tabell 17</u>	Livsstilarnas skäl till att lyssna på City103 (procent)	73
<u>Tabell 18</u>	Livsstilarnas skäl till att lyssna på övriga radio- kanaler (procent)	74

undersökning "City103 och dess lyssnare". Det nya perspektiv vi har tillfört lyssnandet är att vi delar in lyssnarna i intresseorienterade livsstilar. Med dessa livsstilar som utgångspunkt försöker vi förklara lyssnandet på City103.

Dispositionen i detta arbete är följande:

Vi börjar ganska allmänt med att i kapitel 2 tala om ljudradions framväxt och strukturen kring ljudradion, dvs lagar och avtal, målsättning, förväntade strukturförändringar under 1990-talet osv.

Konsekvensen av den struktur som finns runt ljudradion, leder till att radion har fått en bestämd roll i samhället, utbudet i radion utvecklas parallellt med förändrad struktur. I kapitel 3 vill vi belysa detta med att diskutera kring radions roll som bl a underhållare och förändringar över tid.

I kapitel 4 försöker vi bl a analysera två aspekter av utvecklingen, den ökade profilering av kanaler och musikens framväxt i radion. Detta leder till vårt syfte och vidare problemställning, teoretisk diskussion och ställningstaganden, vilket rör de tre begrepp som ligger till grund för arbetet, dvs medieanvändning, livsstilar och funktioner. Diskussionen leder till sist fram till ett antal frågeställningar.

I kapitel 5 diskuterar vi kring material och metod. Vi diskuterar dels kring det material som ligger till grund för vår undersökning, "City103 och dess lyssnare" av Kisch och Stoltz, dels vårt eget val av metod och av att använda detta material för ytterligare belysning.

De tre följande kapitlen är vår resultatredovisning. För att kunna belysa medieanvändningen ur livsstilsperspektiv måste vi börja med att beskriva hur livsstilarna kan se ut, dvs livsstilar bland ungdom. Detta redogör vi för i kapitel 6. I kapitel 7 redogör vi för livsstilar och medieanvändning och i kapitel 8 talar vi om livsstilarnas motiv (dvs, enkelt uttryckt, funktioner) till att lyssna på City103 och andra radiokanaler, och till viss del konsekvenserna av detta. Detta sista kapitel handlar bl a om medieanvändningen som livsstil.

I kapitel 9 och 10 sammanfattar vi och diskuterar resultaten.

1. INLEDNING1

I september 1987 startade en närradiostation, finansierad av SAF (Svenska Arbetsgivarförbundet), i Göteborg. Stationen hette Radio City, men fick under våren 1988 ett nytt namn, i samband med att sändningarna lades på en ny frekvens 103,1 MHz, till City103. Stationen blev snabbt populär och sänder numera på flera frekvenser och har längre sändningstider.

City103 och dess publik blev föremål för en undersökning 1989 vid Göteborgs universitet, Avdelningen för masskommunikation, av Catharina Kisch och Mikael Stoltz, studenter på Informationsteknik, fördjupningskursen. Resultaten från undersökningen visade att City103 är populär bland göteborgarna, främst bland ungdomarna. Som avslutning i deras undersökning ställde de frågan om City103s popularitet var ett nyhetens behag eller om det kanske finns ett bestående behov av en kanal som denna.

Vi, i vår tur, var intresserade av samma område som Kisch och Stoltz. Vi tog del av deras arbetsrapport och bl a fastnade vi för denna sista fråga, dvs om det kunde finnas ett bestående behov av denna typ av kanal. Vi ville dessutom tillföra lyssnandet ett annorlunda perspektiv och det vi ansåg var mest intressant var ett avsnitt om lyssnarnas intressen och att intresseinriktning kunde påverka lyssnandet. Individer med olika intresseinriktningar verkade lyssna på City103 i olika hög grad. Flertalet av svarspersonerna uppgav dessutom att musiken var den viktigaste anledningen till att lyssna på City103. Musik och intressen är alltså centrala faktorer för att ta del av stationen. Därmed såddes fröet till det arbete som ligger framför er nu.

Vår teoretiska utgångspunkt har varit att en individs medieanvändning kan påverkas av intresseinriktning. Individer med lika intressen kan tänkas ha likartade sätt att använda media. I detta avseende har vi valt att tala om livsstilar. För att sedan försöka sammanföra medieanvändning och livsstil talar vi om funktioner, ett begrepp som vi har definierat som lyssnarnas motiv till att använda media.

Vårt syfte är därmed att göra en sekundäranalys av Kisch och Stoltz

program och en alltmer central plats i människors liv. Radion var det medium som förmedlade underhållning, nyheter, information, kultur- och skolutbud. Beroendet av TT minskade i och med att ljudradion byggde ut ett eget nyhetsnät. Pga den expansion som ljudradion gick igenom under denna tid, brukar denna kallas radions "guldålder" (ibid).

Radiosändningarna fortsatte parallellt med att televisionen började byggas ut på 50-talet. Radiolyssnandet fick en konkurrent vilket ledde till en viss osäkerhet om ljudradions existens. Folks uppmärksamhet förskjöts till televisionen vilket enligt Sjödén (1967) hade till följd att lyssnandet ändrade karaktär och riktning. Detta innebar att ljudradion i och för sig fortfarande fyllde djupt rotade lyssnarbehov, men att den även har stimulerat till nya, latenta behov genom att öka sitt programutbud.

Kollisionen mellan televisionen och ljudradion påverkades också av förändringar i samhället vilka Sjödén (ibid) menar skedde ungefär samtidigt. Bland annat fick folk kortare arbetsdagar, längre fritid, ökad rörlighet i och med ökat bilinnehav och en alltigenom ökad levnadsstandard. Valmöjligheterna i etern förändrades dels med televisionens tillkomst men också av att ljudradion ökade sitt programutbud.

2.1.1 Konkurrent på 1990-talet ?

I "One Planet - One Music" (1989) talar Wallis och Roe om ljudradions stora konkurrent på 90-talet, Musik-Televisionen (MTV). MTV är en tv-kanal som hela dagar endast spelar musik i form av musikvideor. Hittills kan endast de som har installerat kabelnät nås av denna kanal, dock förväntas innehavet att öka. John Lack, MTVs grundare, kallade MTV för "visual radio", dvs kanalen har radions utbud (endast musiken) med det tillägget att man kan se artisterna som spelar musiken. Det är alltså fullt tillräckligt att endast lyssna på MTV... sätta på teven istället för radion när man kommer hem... och endast titta om det är en speciell video eller artist man vill se. MTV är en konkurrent till radion i det avseendet att denna övertar den roll som radion hittills haft, dvs att få underhållning och att kunna lyssna men samtidigt syssla med något annat.

2. LJUDRADIONS FRAMVÄXT

2.1 Ljudradion 1910 - 1990

Radiosändningar startade på 1910-talet och dess första användningsområden var att sprida information i de situationer då dagspressen var oförmögen och även att sprida propaganda. 1920 hade radiosändningar kommit igång i de flesta industrialiserade länder och i Sverige startade AB Radiotjänst sina sändningar 1925. Då AB Radiotjänst började sina sändningar hade de c:a 40 000 registrerade lyssnare. Efter införandet av högtalarna var inte radiolyssandet längre en exklusivitet, utan blev spridd till majoriteten av folket (Hadenius, Weibull 1987).

Radion fick en explosionsartad utveckling vilken orsakades av olika faktorer. Tekniken blev allt billigare och enklare, kommersiella intressen såg att pengar gick att tjäna, höjd levnadsstandard och ökad fritid för befolkningen och politiska och sociala förändringar i samhället var faktorer som påverkade radions framväxt (ibid).

För att få en uppfattning om hur radions situation har förändrats över tid bl a pga politiska förändringar i samhället och i världen, individens förändrade livssituation och även pga konkurrens från televisionen på 60-talet, börjar vi redogörelsen med tiden som har kallats radions "pionjärtid" (ibid) och går snabbt framåt i tiden till 1990-talet.

Tiden fram till andra världskriget har av Hadenius, Weibull (1987) kallats för radions pionjärtid. Radion var något av ett tekniskt under som man hade svårigheter att hantera. Tidningarnas Telegrambyrå (TT) hade ensamrätt på nyheterna.

Under andra världskriget ställdes radion i statens tjänst. Andra världskriget innebar ett genombrott för radion som nyhetsförmedlare. Det fanns ett stort behov av snabba nyheter, som kunde nå många samtidigt och i detta var radion oslagbar.

Radion expanderade mycket efter andra världskriget främst under 45-och 50-talet. Radion fick längre sändningstider, nya typer av

F.ö skall yttrande- och informationsfrihet råda.

Staten har slutit avtal med vart och ett av dotterbolagen i Sveriges Radio-koncernen. I dessa avtal dras riktlinjer upp för hur programverksamheten inom dotterbolagen skall fungera. Riksradiion skall bedriva programverksamhet för rundradio, dvs sändningar som är avsedda att tas emot direkt av allmänheten. Programmen skall bedrivas med beaktande av ljudradions centrala ställning i samhället, dess betydelse för den fria åsiktsbildningen och kulturens utveckling. Målsättningen är att programmen skall ge kunskaper, upplevelser, förmedla erfarenheter och ge underhållning. Det är viktigt att programmen tillgodoser olika behov och intressen hos landets befolkning och som helhet skall utbudet eftersträva folkbildning. Lokalradion följer samma bestämmelser, men skall ha en mer lokal inriktning och utbildningsradion skall tillgodose olika utbildningsbehov och då ta särskild hänsyn till handikappade, språkliga och etniska minoriteter (Radiolagen, Avtal mellan staten och Sveriges Riksradio, Lokalradio och Utbildningsradio, "Lagar och avtal" grundläggande bestämmelser för radio och TV).

1978 tillkom Sveriges närradio och den första Närradiolagen stadgades 1982. Närradion är en form av rundradiosändning med begränsad räckvidd och får endast sändas över de sändare som televerket ställer till förfogande. Målsättningen med närradion är att den skall fungera som en informationskanal för olika organisationer och utbildningsanstalter. Närradion behöver ej följa reglerna om opartiskhet och saklighet som övrig radioverksamhet är styrd av i Radiolagen, dock paragrafen om kommersiell reklam vilket ej är tillåtet.

Närradiolagen stadgar att närradio får sändas av ideella, lokala föreningar som bedriver verksamhet inom sändningsområdet, församlingar och studenter. Dessa måste då ansöka om tillstånd att få sända, vilket beslutas av närradionämnden. Varje sändningstillstånd gäller i ett år och det programutbud en förening får sända är i viss mån reglerat. Tex får inte programutbudet, mer än i begränsad omfattning, innehålla material som inte framställts enbart för den egna verksamheten. Tillståndet dras in om man inte uppfyller kraven eller om man bryter mot reglerna (Närradiolagen, ibid.).

2.2 Ramverket runt ljudradion

Radio och televisionen skall vara en public service. Programverksamheten skall arbeta självständigt och ej påverkas av varken kommersiella eller statliga intressen. För att uppnå detta har en viss reglering varit nödvändig. Genom lagar och avtal har principerna för organisationen och programverksamheten angivits (Hadenius, Weibull, 1987).

Fem dokument styr radioverksamheten:

- * Radiolagen, som tar upp grundreglerna för rundradio i Sverige.
- * Radioansvarighetslagen, som man kan säga är tryckfrihetsförordningen anpassad till radioverksamheten.
- * Avtalen mellan staten och Sveriges Radio AB och mellan dennes dotterbolag Sveriges Television AB, Sveriges Riksradio AB, Sveriges Lokalradio AB och Sveriges Utbildningsradio AB
- * Närradiolag
- * Lag om lokala kabelsändningar

Radionämnden fungerar som ett kontrollorgan för staten och allmänheten att bevaka så att radiolagen följs ("Lagar och Avtal". Grundläggande bestämmelser för radio och TV, Sveriges Radio).

2.3 Ljudradion - Målsättning och bestämmelser

Sveriges Radio är moderbolag i en koncern med dotterbolagen Sveriges Television AB, Sveriges Riksradio AB, Sveriges Lokalradio AB och Sveriges Utbildningsradio AB.

Sveriges Radio-koncernen skall stå i allmänhetens tjänst och verksamheten skall arbeta självständigt, utan påtryckningar från staten, intresseorganisationer osv, dvs ingen kommersiell reklam får förekomma. Staten ställer medel till förfogande för koncernens verksamhet.

Dotterbolagen som är egna programföretag får själva bestämma vilka program de vill sända, dock måste radiolagen följas vilken stadgar att programmen skall hävda det demokratiska statsskickets grundidéer, principen om människors lika värde och den enskildes värdighet och frihet. Programmen skall vara opartiska och sakliga.

Jämför man olika organisationers utbud i närradion kan man se att City103 1988 stod för 62 % av sändningstiden/vecka. City103s målgrupp är göteborgare mellan 15-45 år. Kanalens målsättning är att sträva efter en avmonopolisering av radioverksamheten (Kisch, Stoltz, 1989 och Int. m.P.ltzel).

Enligt Kisch och Stoltzs resultat i "City103 och dess lyssnare" (1989) känner 81 % av göteborgarna i åldern 15-35 år till City103. 43 % av samma population känner till SAF-anknytningen, dock är kännedomen lägst hos 15-19-åringarna. Av de som lyssnade på City 103 var över 17 % ovetande om att det var närradion de lyssnade på, en siffra som författarna tror borde vara mycket högre, då de ofta i sina intervjuer var tvungna att precisera "närradion" med hjälp av programtyper.

2.4 Ökat intresse för lokala medier

För att tillvarata de lokala intressen som rikskanalerna inte hade möjligheter att täcka, infördes 1977 Lokalradion. Utbyggnaden motiverades med att det fanns ett ökat behov av samhällsinformation bl a pga kommunblocksindelningen som gjordes mellan 1964 och 1974. I november 1987 började lokalradion sända sina program på en fjärde kanal, P4. Närradion/Föreningsradion tillkom 1978, efter förslag av den borgerliga regeringen på mitten av 1970-talet där de tyckte att även det lokala föreningslivet skulle ha möjlighet att sända i radion (Gustafsson, 1987)

Intresset för den lokala marknaden ökade och på 1980-talet har mediedebatten enligt Karl-Erik Gustafsson (ibid) kommit att gälla många fler geografiska nivåer än man kunnat vänta sig. Gustafsson fortsätter med att tala om att intresset för lokala medier och program efterhand har ökat.

1970-talet i Sverige innebar en sådan uppluckring av nationella sändningar och en expansion av regional och lokal radio, att man skulle kunna tala om en femte utvecklingsfas eller en femte period i radions historia (Hadenius, Weibull 1987).

Förskjutningen mot lokala medier kan ha olika orsaker. Bl a kan man se det som ett tecken på att nuvarande medier är otillräckliga på ett

Sedan närradion började sina sändningar i slutet av 1970-talet, kan man se en ökning i sändningstid från c:a 600 timmar/vecka 1981 till c:a 4600 timmar/vecka 1988. Närradion hade 1989 139 sändare och 2356 sändningstillstånd. 1988 stod religiösa och politiska organisationer för största delen av sändningstiden. ("Några preliminära siffror på svensk ljudradio under 1980-talet", NORDICOM, 1989).

2.3.1 Närradion i Göteborg - City103

I Göteborg startade försöksverksamhet av närradiosändningar den 28 maj 1979. 21 september 1987 startade SAF (Svenska Arbetsgivarföreningen) sina sändningar i Göteborg efter initiativ taget av Patrik Itzel och Rolf Legefors. Produktionen sköts av Inner City Broadcasting (ICB) där Patrik Itzel är stationschef och Rolf Legefors är programchef. Ansvarig utgivare är Per Scheutz, chef för SAFs regionkontor i Göteborg (Intervju med P.Itzel 26/1-1990).

City103 sänder c:a 90 timmar (enligt P.Itzel har en viss utökning i sändningstid skett, dock oklart exakt hur mycket) i veckan över tre frekvenser; 103,1 MHz, 102,6 MHz och 101,1 MHz på FM-bandet. Göteborgs-Postens programsida visade en dag i januari 1990 följande utbud: 00.00-06.00 Natt i City, 06.00-17.00 Nyheter från TT varje hel timma, 06.00-10.00 Gomorron City, 06.15, 07.15 och 08.15 Trafik-information, 07.30 Efterlysningar, 10.00-18.00 Citypuls, 12.00-13.00 Lunchbreak, 13.30, 16.30 Nöjesnytt från storGöteborg, 15.30 Efterlysningar, 15.45, 16.15 Trafikinformation. (Göteborgs-Postens programtablå 24/1-1990).

Innehållet i City103 är huvudsakligen musik, främst populär musik baserat på amerikanska och engelska hitlistor, svensk musik och 50-60-tals musik. Utöver detta, korta inslag av nöjestips, tävlingar, lokala reportage, väder, trafikinformation, nyheter och en gång i halvtimmen s.k SAF-jinglar, dvs korta sekvenser av SAFs budskap. En viss förändring har skett i utbudet sedan Kisch och Stoltzs (1989) arbete. Enligt Patrik Itzel (intervju 26/1-1990) har bl a musikformatet breddats för att tillgodose en större publik, den är mer seriös och "vuxen"-vänlig, nyheterna har förbättrats och framförallt har nya programledare gett kanalen en annorlunda framtoning.

3. LJUDRADIONS ROLL

3.1 1990 - radion som en lokal förmedlare ?

Mediernas struktur, dvs lagar, regler och målsättningar genomgår förändringar. Vi kan se en förskjutning mot lokala medier och konsekvensen av detta är att även utbudet i medierna förändras. Intresset ökar för att ge individen ett mer lokalt präglat utbud, som anknyter till individens sociala och geografiska närhet.

Enligt Lundby (1990) genomgår utbudet i media två parallella utvecklingar. Samtidigt som utbudet blir mer koncentrat får individen allt fler kanaler att välja mellan eftersom man idag, i och med satellitkanalerna, kan välja att använda medier på olika geografiska och kulturella nivåer. Medierna tävlar om människors uppmärksamhet och för att klara konkurrensen krävs det att de snabbt reagerar på förändringar i samhället och kulturen.

Vi kan skilja mellan två aspekter av "lokalisering". Det ena är lokal täckning och det andra lokalt innehåll. Skogerbö, Lundby (1988) talar om att lokala medier kan hämta mycket av sitt innehåll, som t ex musik, från internationella sammanhang. Enligt författarna kan man se detta som ett uttryck för att lokala medier, med lokal täckning, inte nödvändigtvis behöver ha ett lokalt innehåll. Lokal täckning innebär här att ett lokalt begränsat område nås av mediet. Lokalt innehåll pekar på innehållets karaktär, dvs i vilken mån innehållet är baserat på internationella, riks-, regionala eller lokala händelser. De två begreppen kan placeras i en fyrfältstabell, figur 1.

Enligt Lundby (1990) kan man istället för "innehåll" i figuren byta ut detta mot det "den lokala kommunikationen förmedlar", vilket kan vara traditions- eller mediekultur. Traditions-kulturen värnar om värderingarna, traditionerna i ett specifikt samhälle, kommun eller stad och avskärmar sig från påtryckningar utifrån. Denna är sluten och gäller endast kulturens medlemmar. Mediekulturen är i största möjliga mån öppen och självförklarande för att vinna en så stor publik som möjligt. Ett lokalt medium försöker ta fasta på traditions-kulturen, dvs i figuren innebär detta lokal täckning och lokalt innehåll, medan mediekulturen är mer rikstäckande, med ett utbud som passar de flesta.

eller annat sätt. Men det är även så att de politiska förutsättningarna har förändrats. Sveriges Radios verksamhet har breddats och innefattar i dagsläget även motiv som att spegla regionerna i riksprogrammen, bedriva regional politik, förbättra samhällsinformationen och decentralisera för att skapa konkurrens inom Sveriges Radio (Gustafsson, 1987). Man kan säga att reglerna har luckrats upp och radiokanaler typ närradio/föreningskanaler, som står utanför radiolagen, blir allt vanligare. Detta är en trend som man kunde se redan på 1970-talet i USA där regler om bl a sändningslicenser förenklades, vilket ledde till en markant ökning av radiostationer (Wallis, 1989).

Lokal- och närradion har möjlighet att ta till vara användningsområden som ligger utanför riksradios möjligheter. T ex kan lokala medier understryka användningsområden såsom yttrandefrihet (olika grupper och föreningar kan söka tillstånd att få sända), lokal information, utbildningsprogram, invandrarprogram, ge lokal identitet och en känsla av sammanhållning (Gustafsson, 1987). Känslan av geografisk, kulturell och social närhet är viktiga egenskaper i nyhetsförmedlingen anser Håkan Hvittfelt ("Nyheterna och Verkligheten", 1989). Dessa egenskaper har störst sannolikhet att uppmärksammas av både medierna och läsaren/lyssnaren. Man skulle kunna tänka sig att känslan av sammanhållning ökar ju mer av dessa egenskaper ett medie har.

Det ökade intresset för lokala medier kan förväntas fortsätta under 1990-talet. Kanske leder detta till att bl a riksradion får söka nya användningsområden och nya former av utbud för att kunna konkurrera med de lokala kanalerna. Som vi skall se i nästa kapitel blir stil och professionalism allt viktigare och kanske är det som Wallis säger i "Music, music and so much of it the same" (1989): nödvändigt för riksradion att utveckla en speciell profil, dvs ha både en professionell stil och ett intressant innehåll.

denna tid var, enligt Sjödén (1967), ett program som hette "Lördagens Grammfontimme" med hela 68 % lyssnare.

Radion eftersträvade att nå så många som möjligt i befolkningen, genom att ha ett utbud som kunde tilltala de flesta och ett sändningsområde som täckte hela landet. Utifrån detta skulle vi kunna placera radion i ruta 4 i figuren i kapitel 3.1.

3.2.1 Förändringar...

1956 introducerades televisionen på marknaden, vilket till viss del förändrade dels lyssnadet, dels typen av utbud i ljudradion (Hadenius, Weibull 1987, Sjödén 1967). Radion fick nya former bl a en tredje programkanal, melodiradiokanalen (Hadenius, Weibull 1987). Bengt Nordström (Sveriges Radios Publik-och programforskning, seminarium 29/11 - 89, Ågrenska Villan, Göteborgs universitet) talade om att denna typ av utbud skapade en ny generation av lyssnare. Nordström menar att sällskaps- och förströelse funktionen blev ännu viktigare. Detta ledde helt enkelt till att lyssnandet blev en "bredvid"-aktivitet, vilket hade till följd att en ny typ av radioprogram prioriterades. Radion föredrog utbud som inte krävde att man lyssnade från början till slut, lyssnaren skulle kunna ge radion växlande uppmärksamhet. Nordström talar även om att lyssnadet har förskjutits från kvällar, fritid och veckoslut till att man lyssnar i mer eller mindre alla situationer t ex på arbetstid, vardagar och morgnar/dagtid. Detta har lett till att lyssnande på P1 och P2 har gått ned, medan P3 har fått många fler lyssnare. Enligt Nordström var lyssnarna på P1 mer uppmärksamma lyssnare, medan P3s utbud tillät att man lyssnade med varierande uppmärksamhet. 1988 lyssnade 61 % av befolkningen i alla åldrar och alla utbildningsnivåer på P3. 16% lyssnade på P1, då främst äldre, och P2 hade endast 2 % av lyssnarna. ("Några preliminära siffror på svensk ljudradio under 1980-talet", NORDICOM, 1989).

Möjligheterna att välja mellan program ökade under 50-60-talet, menar Sjödén (1967), och främst ökade möjligheterna att kunna ta del av musik. Intresset för musik har ökat bl a genom att melodiradion har skapat ett ständigt flöde av schlager och popmusik i radion. Framförallt tycker Sjödén (ibid) att det är den yngre publiken mellan 13-24 år som har ökat sitt lyssnande. Inriktningen hos publiken har ändrats, tycker Nordström (seminarium som ovan,

Här uppstår dock ett dilemma. Lokala medier behöver en stor marknad för att klara sig ekonomiskt, vilket leder dem till ett brett utbud och stort täckningsområde, dvs varken lokal täckning eller innehåll. Men för att vara ett genuint lokalt medium krävs att de spelar på individers kulturella förankring och eftersträvar både lokal täckning och innehåll.

Figur 1 Förhållandet lokal täckning och lokalt innehåll

		Lokal Täckning	
		Ja	Nej
Lokalt Innehåll	Ja	1	2
	Nej	3	4

Källa: "Medieutvikling, kultur och lokal identitet" K.Lundby, symposium om lokal mediestruktur och medieutveckling, Handelshögskolan, Universitet i Göteborg den 10-11/1-90.

Radions strukturella förändringar är tydlig i bl a uppkomsten av lokal- och närradio. Frågan är om detta innebär att radions roll kommer att förändras. En förändring i utbudet behöver inte nödvändigtvis innebära att radions roll i samhället och för individen förändras. Målsättningen med radion är ju, som vi har sett i kapitel 2.3, fortfarande att ge individen kunskap, erfarenhet och god underhållning. För att förstå radions roll krävs det att vi tar ett steg tillbaka i tiden.

3.2 Radion som underhållare

Då Radiotjänst AB 1925 började sina sändningar var utbudet främst föredrag, musikslag och underhållning (Hadenius, Weibull, 1987). Trots en utveckling med stora förändringar och omvälvningar i samhällssituationen, bl a pga andra världskriget, fortsatte radions primära roll att vara underhållare och kulturförmedlare. Under 50-60-talet skedde en otrolig expansion inom radioverksamheten. Man fick längre sändningstider, fler typer av program och en viss programprofilering (Hadenius, Weibull 1987). Mycket populärt under

I en undersökning i Stockholm 1989 (von Feilitzen, Falck, 1989) tillfrågades några ungdomar om deras inställning till radion. Det visade det sig att många tycker att pratet skall vara minimalt, endast korta inslag av nyheter och väder och främst skall radion spela musik. Av de som hade tillgång till SAF-radion valde man att lyssna på denna. P3 ansågs vara lite "gammaldags", med för mycket prat och för lite musik. I regel ville dessa ungdomar ha "mycket musik - lite snack" och musiken som spelas i radion skall vara listmusik, välkänd, lokal, svensk, internationell och lite "nostalgisk". "More music - less talk" är en vanlig slogan även i USA, enligt Wallis (1989), där 67 % av allt som spelas i radion är musik.

Programledarna är viktiga, de skall vara professionella, vara kunniga om musik, ha tempo och gärna lite av den amerikanska stilen. Den sistnämnda håller tydligen inte göteborgarna med om, då det enligt Kisch och Stoltzs (1989) framgår att vanligast förekommande klagomål bland lyssnare såsom icke-lyssnare var programledarna. Den "amerikaniserade discjockeyjargongen" upplevdes som tillgjord och forcerad.

3.2.3 Stil viktigare än innehåll?

Av von Feilitzen och Falcks undersökning (1989) framgår att ungdomarna helst skulle föredra olika kanaler för olika musikstilar, dvs en för funk, en för hårdrock, en för punk, en för mjukmusik... Enligt många forskare är detta något som håller på att ske. Wallis (1989) talar om "segmentation"/ stilspecialisering hos radiokanalerna och enligt Hadenius, Weibull (1987) skedde en successiv profilering hos radion i samband med att televisionen introducerades, vilket har fortsatt under 80-talet. I och med detta segmenterade utbud kommer radiostationerna att konkurrera i stil snarare än i innehåll. Stilen, personligheten och programledarens professionalism är det som i fortsättningen kommer attrahera lyssnarna, tror Wallis (1989).

3.3 Ljudradions roll - sammanfattning

Underhållningsprogram i olika former verkar vara mest populära bland den svenska befolkningen. Man kan se att radion på 1980-talet i princip har samma roll som på 1920-talet, dvs radion är främst en

29/11-89). Musik, ton och stil spelar större roll och en intervju han gjorde med ungdomar visar ett stort motstånd till P1s typ av utbud.

3.2.2 Mot mer musik i radion...

Mer än hälften av befolkningen 9-79 år uppger sig 1986 ha mycket stort eller ganska stort musikintresse. Jämfört med 1979 är detta en ökning på 10 procentenheter. Störst är intresset för pop- och rockmusik. Den allra största delen av människors kontakter med musik sker genom massmedierna (PUB Informerar, april 1988).

Musikintresset har ökat det senaste decenniet, bl a pga att musik har blivit mer lättillgängligt (von Feilitzen m fl, 1989). Sjödén (1967) anser att det bl a beror på försäljningen av billiga transistorapparater, andra skulle kanske utvidga detta med att säga att radioapparater, grammofooner, bandspelare, tv, compact disc osv har blivit del av folkhemmet. Wallis (1989) tror att det beror på att radioindustrin har tillgång till billiga program material, t ex inspelad musik från den kommersiella grammofoonindustrin, vilket leder till ökning av musik i radion.

Ungdomar har visat sig mest intresserade av musik, vilket framkommer i PUB Informerar (april 1988), som tillägger att studerande och de boende i storstadsområden är särskilt intresserade. Av de som oftast lyssnar på City103 och dessutom lyssnar längst tid är de flesta ungdomar mellan 15-24 år (Kisch och Stoltz, 1989). 96 % av all ungdom kopplar av med musik (von Feilitzen m fl, 1989). Det är viktigt att påpeka att intresset för musik inte på något sätt försvinner med åldern, utan snarare är det som von Feilitzen m fl (ibid) säger att ungdomar är den grupp som mer aktivt söker sig till musiken.

Sammantaget alla massmedier är musiken det medieinnehåll som används mest och vid alla tillfällen. I västvärlden kan man inte bara höra musik i medierna eller i hemmet, utan även på jobbet, i restauranter, bilar, hissar, flygplan och på allmänna toaletter (Tagg, 1987). Musiken får oss att känna, minnas, koppla av och understryka stämningar. För många ungdomar är musiken ett sätt att uttrycka en grupps identitet, visa motkultur eller protestyttring (von Feilitzen m fl, 1989).

Detta kan ge en lokal atmosfär eller prägel, vilket kanske inte är den huvudsakliga anledningen till att man lyssnar men ändå en viktig faktor i sammanhanget. Av Kisch och Stoltz uppsats ("City103 och dess lyssnare") framgår att så stor andel som 64 % av göteborgarna mellan 15-35 år någon gång lyssnar på City103.

Placerar vi in City103 i fyrfältstabellen i kapitel 3.1 har denna kanal lokal täckning, men ett innehåll som i och för sig inte är lokalt, men dock med en viss lokal prägel. Patrik Itzel, stationschef på City103, skulle placera City103 som en lokal kanal med lokalt innehåll, dvs ruta 1 (intervju 24/1-90) och skall vi utgå från Skogerbö, Lundby (1988) hade dessa placerat in kanalen som lokal täckning, men ett internationellt utbud, dvs ruta 3.

underhållare. Men det är viktigt att lägga märke till att utbudet och lyssnandet på radion har ändrat karaktär: lyssnarsituationen har förändrats från att sitta bänkad framför radion, till att syssla med andra saker samtidigt, fler kanaler tillkom i samband med att televisionen introducerades, kanalerna har blivit mer profilerade och specialiserade och framför allt upptar musiken en stor del av utbudet på 1980-talet.

Hittills i dikussionen har radion placerats i ruta 4, kap. 3.1, trots utbudets och lyssnarnas förändrade karaktär, har radions eftersträvan att vara rikstäckande och nå hela befolkningen varit densamma. Men sedan 1970-talet, då lokal- och närradion infördes, kan vi se en förändring i radions placering i figuren. Konsekvenserna av de strukturella förändringar som har skett är att programmen i radio, på ett eller annat sätt, strävar efter att nå ruta 1 i figuren.

Vi kan se en tendens att radion på 1990-talet innehar en roll som förmedlare av den lokala kulturen, där individer kan få information och underhållning om och från sin närmaste omgivning.

3.4 City103 - en konsekvens av utvecklingen?

Utvecklingen har, som vi har sett i kapitel 2, dels skapat politiska, strukturella möjligheter för en närradiokanal som City103 att utvecklas, men lika viktigt är att nya förutsättningar för och ett ökat behov av lokala medier har skapats.

Det har varit en explosionsartad utveckling av bl a satellit- kabel- och musiktelevisionens kanaler. I detta forum av riks- och världstäckande medier skapas förutsättningarna för lokalt närliggande medier, som mer direkt kan tillgodose individens behov av geografisk, kulturell och social närhet. Det har visat sig, som framgått av resonemanget i detta kapitel, att musikutbudet i radion blir allt viktigare och att främst ungdomar är den målgrupp som aktivt söker sig till musiken. Publiken vill ha ett mer profilerat utbud, vilket tyder på att publiken är heterogent sammansatt med många olika smaker och preferenser.

City103 spelar nästan enbart internationell och nationell musik, men har även inslag av lokala reportage, intervjuer och nyheter.

Vårt syfte är då att med en sekundäranalys av Kisch och Stoltzs undersökning "City 103 och dess lyssnare" (1989) försöka få en uppfattning om hur dessa olika begrepp är strukturerade, hur de är sammansatta och deras inbördes relation.

En diskussion kring dessa begrepp leder oss, i slutet av kapitlet, fram till ett antal frågeställningar.

4.2 Vad består publiken av?

Profileringen av kanaler kan bero på två förhållanden. Antingen är publiken heterogen, dvs sammansatt av individer med skilda preferenser, vars olika preferenser tillvaratas genom specialiserade kanaler. Man kan också tänka sig att utvecklingen av specialinriktade kanaler skapar en fragmenterad, heterogen publik, dvs publiken delas mer ofrivilligt upp i sitt val av olika kanaler. Troligen är profileringen av kanaler en konsekvens av växelverkan mellan dessa två, men för att försöka få en bild av hur publiken kan vara sammansatt försöker vi dela på dem.

Traditionen inom massmedieforskning har sedan 1950-60-talet varit inriktad på användningsforskning, vilken antar att individen använder massmedia selektivt för att tillfredsställa vissa behov (von Feilitzen, Linné 1972). Utifrån denna tradition tänker vi oss således att massmedias publik är sammansatt av individer med olika smaker och preferenser, vilka använder medierna selektivt. Därmed tar vi fasta på det första förhållandet att profileringen främst orsakas av att publiken har olika smakriktningar som måste tillgodoses.

Vad består då publiken av? Man kan tänka sig att publiken är sammansatt av enskilda individer med olika behov att tillfredsställa. Enligt von Feilitzen, Linné (1972) fyller medierna olika funktioner för individen och individens val av medier styrs av i vilken mån de tillgodoser individens behov. Författarna menar vidare att individens behov i sin tur styrs av bl a social omgivning och grupsammansättningar. Godtar vi detta kan vi tänka oss att publiken består av en mängd grupsammansättningar. Enligt Morley i "The Nationwide audience" (1980) är det viktigt att inte lägga tonvikten på individuella skillnader, utan snarare titta på olika subkulturella strukturer och funktioner hos publiken. Publiken

4. PROBLEMSTÄLLNING

4.1 Syfte

Två av trenderna på 1980-talet är intressanta. Den ena är kanalernas ökade profilering, dvs specialkanalerna ökar där publikens speciella preferenser tas till vara. Frågan är då hur 1980-1990-talets publik kan tänkas se ut, hur den är sammansatt. Om publiken delas upp mellan olika kanaler, måste detta betyda att olika publikers sammanförs i sitt val av radiokanal. Publiken är kanske som Wallis säger (1989) heterogen och helst väljer olika kanaler. City103 i Göteborg, verkar tilltala många olika "typer" av människor och kan då tänkas sammanfoga en heterogen publik till att lyssna på en och samma kanal. Kisch och Stoltzs (1989) resultat pekar på att högkonsumenterna av City103 utmärker sig genom att ha speciella intresseinriktningar, vilket skulle kunna innebära att City103s publik är sammansatt av individer med mer eller mindre gemensamma intressen. Detta innebär att publiken kan vara antingen homogen, individer med en intresseinriktning, eller heterogen, individer grupperas efter olika intressinriktningar.

Den andra trenden är musikens popularitet. City103 spelar nästan enbart musik och man kan tänka sig att musiken på ett eller annat sätt är avgörande för om man lyssnar eller ej. Av Kisch och Stoltz (ibid) framgår att lyssnarna på City103 främst lyssnar för musiken skull. Kisch och Stoltz kom också fram till att partisympati (dvs om man står till höger eller vänster på den politiska skalan) hade en inverkan på lyssnandet på City103. Vi har i detta arbete valt att inte blanda in politisk åskådning av två skäl. För det första verkar det som om musiken är det främsta skälet till att ta del av kanalen och för det andra förelåg ett stort bortfall vid frågan om partisympati.

Detta leder oss fram till tre begrepp, som verkar ha stor betydelse för lyssnandet på City103; publiken, hur publiken till City103 är sammansatt, om de utmärker sig av en speciell intresseinriktning och förhållandet till kanalen, medieanvändning, hur publiken använder City103 och funktioner, dvs vad publiken kan tänkas få ut av att lyssna på stationen.

men även att vissa behov är beroende av vilken livsstil man tillhör.

Det är viktigt att påpeka att då individer grupperas till att tillhöra livsstilar, behöver inte detta innebära att individerna i livsstilen interagerar. Människor kan tillhöra samma livsstil utan att ha vetskap om eller känna varandra.

4.2.2 Musiken och medieanvändningen

Den andra trenden på 1980-talet är att musiken har blivit allt viktigare. Massmediernas utbud börjar allt mer inrikta sig på musik. Wallis (1989) talar också om musikstilar, att publiken föredrar olika typer av musik och ungdomarna i von Feilitzen och Falcks undersökning (1989) skulle helst se att det fanns olika radiokanaler för olika musikstilar. Musiken tycks vara en viktig anledning till att ta del av massmedier.

Om massmedias publik är sammansatt av individer som kan grupperas i olika livsstilar är frågan om, och isåfall hur, detta påverkar medieanvändningen. Förutom individens individuella behov som tillfredställs genom en viss medieanvändning, kan den livsstil man är medlem i utveckla ett specifikt användningsområde/sätt. Medieanvändningen i sig kan uttrycka en livsstil på samma sätt som punkrock-musik är ett uttryck för punkrockare.

4.2.3 City103 och dess publik

Utbudet i City103 är nästan enbart musik. Den absolut största andelen av dem som lyssnar på City 103, gör detta för musikens skull. Den vanligaste anledningen till att inte lyssna på kanalen är också för musikens skull (Kisch och Stoltz, 1989). Detta innebär att intresset för musik avgör om man tar del av kanalen eller ej. Det innebär även att vissa som gillar musik lyssnar på City 103, medan andra som också gillar musik inte lyssnar på kanalen. Musiken och musikstilen verkar här vara faktorer som påverkar. Av de som var negativa till City 103 tyckte de främst att musiken var för variationslös (ibid).

Frågan är om lyssnarna på City 103 utmärks av att tillhöra en livsstil eller om det är många olika livsstilar som tar del av kanalen. Det skulle dessutom vara intressant att undersöka efter

består, enligt Morley (1980), av subkulturella grupper, vilka delar vissa koder som styr hur man tolkar budskapet i ett innehåll.

Utav detta kan vi säga att massmedias publik består av grupperingar, dvs individer som på ett eller annat sätt kan placeras i grupper eller subkulturer, vilka har gemensamma behov som kan tillfredsställas av gemensamma medie- eller kanalval. Vi tänker oss dessutom att dessa grupperingar bygger upp koder eller tolkningsmönster som styr hur de tolkar och använder ett budskap.

4.2.1 Smaker och preferenser

Vi har tidigare nämnt att publiken skiljer sig åt i smaker och preferenser. Vi har också antagit att publiken består av individer som kan grupperas och att dessa grupperna utvecklar gemensamma tolkningsmönster. Grupperna måste även skilja sig åt genom att de väljer att ta del av vissa medier men inte andra, grupperna har olika smaker och preferenser. Frågan är hur man på ett rimligt sätt kan hantera begreppet "smak". Enligt Bourdieu (1987) är "smak" ett brett begrepp som omfattar allt från smak för viss konst till smak för vissa maträtter. Smaken eller de val individer gör markerar skillnaden mellan individer och klasser, smaken sammanför vissa, men utesluter andra. (Roe, 1987). I en individs eller grupps samlade egenskaper och egendomar; hus, möbler, bil, tavlor, böcker.., och i de praktiker de väljer; sport, spel, kulturella nöjen.., finns skillnader. Där individer eller grupper skiljer sig åt finns systematik. Systemet av dessa särskiljande tecken kallar Bourdieu (1987) för livsstilar. Individers gemensamma smak för något binder alltså samman dem i en livsstil. Man kan också tänka sig att individers gemensamma avsmak för något kan uttrycka en livsstil, dvs en motkultur som t ex punkrocken kan tänkas vara.

Vi har då kommit fram till att publiken består av individer som tillhör olika grupperingar beroende på vilka val de gör i olika sammanhang, alltså vilken smak eller avsmak de visar för olika företeelser. De strukturer som uppstår då individer grupperas efter smak och preferenser kallar vi för livsstilar. Publiken kan då sägas vara sammansatt av olika livsstilar som använder medierna för att tillfredsställa för livsstilarna olika behov. Man kan tänka sig att individen har egna, unika behov att tillfredsställa i sitt medieval,

Figur 2 En tankemodell för att belysa förhållandet livsstilar-medieanvändning-funktioner.

LIVSSTILAR

MEDIE- ANVÄNDNING

FUNKTIONER

För att kunna gå vidare krävs det att vi diskuterar kring dessa begrepp och de definitioner de kan tänkas ha. Funktionsbegreppet är ett dynamiskt begrepp och kan ha många olika betydelser beroende på vad och vilken nivå man avser att undersöka begreppet.

Medieanvändningens definition är i viss mån avhängig på vilken forskningstradition man tar fasta på och även livsstilsbegreppet, som funktionsbegreppet, kan ha många olika betydelser.

Vi börjar med att titta på medieanvändningen, därefter livsstilar och till sist funktioner.

4.4 Användningsforskningen

De centrala begreppen i denna forskning är behov, motiv, belöningar, funktioner och konsekvenser (Djerf, 1986). Det grundläggande antagandet är att individen använder massmedia för att tillfredsställa vissa behov, individen söker belöning. Detta innebär att individen är den aktiva parten i masskommunikationsprocessen. Individen väljer mellan olika medier, vars innehåll utnyttjas selektivt beroende på intresse och behov. Individens urval bestäms av de funktioner medierna och dess innehåll kan tänkas fylla för honom/henne, dvs vilka funktionella alternativ individen har att välja mellan. Funktionerna styrs av individens behov, vilka är beroende av individens föreställningar och attityder och av sociala vanor och gruppstillhörighet (von Feilitzen, Linné 1972).

I motsats till tidigare forskningstraditioner försöker inte användningsforskningen i första hand fastställa massmediernas

vilka kriterier livsstilen eller livsstilarna är sammansatta, dvs vad har den/de för gemensamma smaker eller avsmaker. Enligt Kisch och Stoltzs undersökning (1989) är den daglige lyssnaren på City103 mycket intresserad av nöjesliv, mode och av att umgås med vänner. Högt intresse för idrott, musik och bio påverkar också benägenheten att dagligen lyssna på City103. Enligt samma undersökning minskar lyssnandet om man är intresserad av att läsa skönlitteratur. Detta skulle betyda att de som lyssnar på City103 utmärks av att ha en bestämd intresseinriktning, vilket påverkar användningen av City103.

Ett annat problem är vilken funktion City103 kan tänkas fylla och den stora frågan är hur begreppet "funktion" skall hanteras. Vi kan tala om användningsforskningens "funktioner" och "behov", men man kan även tala om "motiv" för och "konsekvenser" av medieanvändning (Ohlsson, 1989). Oavsett hur begreppet hanteras är det tänkbart att människor med olika livsstilar antingen söker tillfredsställa samma/likartade behov eller olika behov.

Undersökningen "City103 och dess publik" (Kisch och Stoltz 1989) visar att den största andelen av lyssnarna lyssnar för musikens skull. Detta kallar författarna för förströelsefunktionen. City103 fyller, enligt detta, enbart förströelsefunktionen.

4.3 En tankemodell

Vi har alltså tre begrepp vi avser att undersöka, vilka kan tänkas ha någon form av inbördes förhållande.

Livsstilar. massmedias publik består av individer som kan grupperas i livsstilar efter gemensamma smaker och avsmaker för bl a olika företeelser. Medlemskap i en livsstil kan tänkas påverka medieanvändningen i den mån att livsstilen, utvecklar en specifik användning - vilket vi för enkelhetens skull kan kalla för funktioner. Medieanvändningen i sig kan vara en livsstil, det kan vara ett uttryck för en livsstil. Livsstilen söker bestämda funktioner i medieanvändningen t ex i form av Bourdieus (1987) symboliska kapital, dvs ett visst "rykte". Man kan säga att medieanvändningen är ett funktionellt alternativ för att upprätthålla livsstilen. En tankemodell kan då se ut som i figur 2.

till "A Structural Model of Media Use", vars beståndsdelar är samhälls-, mediastruktur, individen och medievanor. De tre första faktorerna är, enligt detta, det som påverkar och styr medievanorna (Weibull via Rosengren m fl, 1985). Denna modell har använts mycket i forskningssammanhang bl a har Djerf (1986) konstruerat en interaktionsmodell där hon försöker illustrera den process som formar individers medievanor. Man skulle kunna säga att istället för att lägga tonvikten på mottagaren och funktioner är man idag mer intresserad av den process som olika sociala, strukturella och psykologiska faktorer kan tänkas utgöra och hur detta i sin tur påverkar individen till vissa bestämda medievanor.

4.4.3 Receptionsforskning

Receptionsforskning är enligt vissa en ny företeelse, medan andra hävdar att den är lika gammal som medieforskningen. Det råder en viss oenighet om detta. Receptionsforskning bygger på samhällsvetarnas användningsforskning och humanisternas text- och tolkningsanalys (von Feilitzen, NORDICOM nr 4 1988). Både samhällsvetarnas och humanisternas metoder har funnits sedan ganska lång tid tillbaka, men det är ihopkopplingen av de två som är ny för 80-talet. Denna förening av text- och mottagaranalys vidgar, enligt von Feilitzen (ibid) perspektivet, jämfört med mycket av den traditionella mottagarforskningen.

Receptionsforskningen kombinerar ett kvalitativt angreppssätt, genom textanalys, med ett empiriskt intresse i mottagaren som tolkare av budskap. De anser att masskommunikation är en konstruktion av verkligheten, snarare än en representation, och att publiken/mottagaren i allra högsta grad medverkar till denna konstruktion. Det centrala är att det pågår ett samspel mellan mottagare och medier, att mottagaren och medieinnehållet möts i en gemensam konstruktion av verkligheten. Medierna definieras utifrån sociala och kulturella termer, och för att ett mediums budskap skall kunna tolkas av mottagarna måste budskapet bestå av kulturellt bestämda koder. Mottagarens tolkningsprocess är också bestämd av kulturella och sociala faktorer, vilka varierar med t ex klasser och grupper. Mottagarens förmåga att tolka ett budskap är alltså dels en samhällelig produkt, dels en produkt av mellanmännsliga processer. Hårddraget kan publiken beskrivas som en uppsättning koder eller texter som måste analyseras och jämföras med medias text (Bruhn-

effekter, utan snarare vill de genom massmedias funktioner undersöka förutsättningarna för uppkomsten av olika typer av effekter (Weibull,1983). Användningsforskningen har alltså ett funktionsanalytiskt angreppssätt, vilket enligt Lundberg, Hulténs (1968) tolkning av Robert Mertons funktionsanalys innebär att man vill undersöka konsekvenser av sociala fenomen som inverkar på individens, grupper, sociala eller kulturella systems anpassning till ett givet system. Författarna påpekar även vikten av att man i massmedieforskningen bör ta hänsyn till att användningen av medier inte behöver vara ett mål i sig. Lika tänkbart är att massmedieanvändningen är ett medel för att nå andra mål.

4.4.1 Kritik mot användningsforskningen

Användningsforskningen har på senare år utsatts för kritik. Den främsta kritiken har gällt att inriktningen har varit alltför psykologisk. Den utgår i för hög grad från att individen agerar utifrån mentala och psykologiska processer och dispositioner och tar därmed avstånd från att mänskligt beteende kan vara socialt betingat, dvs styrt av omgivningens normer och värderingar. Svårigheterna med att definiera begreppet "behov", vilket medför metodologiska svårigheter, har också varit uppe för kritik (Weibull 1983, Djerf 1986). Individen har tilldelats en allt för aktiv och medveten roll. Mycket av mediekonsumtionen styrs av vana och individen är inte så rationell i sitt val av media och medieinnehåll som denna tradition har gjort gällande. En annan viktig punkt är att man i studier av massmedia måste ta hänsyn till vilka alternativ, reella val individer har. Detta kan också tänkas påverka individers konsumtionmönster (von Feilitzen, Linné 1972, Weibull 1983).

4.4.2 Användningsforskningen under 1980-talet

Användningsforskningen har förändrats och utvecklats sedan dess uppkomst på 50-talet. Bl a har Windahl (1981) sammanfört element från användnings- och effektforskning till en "uses and effects model". I "Tidningsläsning i Sverige" (1983) tar Lennart Weibull fram en analysmodell som bygger på användningsforskningens ansatser, men lägger större tonvikt på samhällsstruktur, mediastruktur och en rad faktorer som kan tänkas påverka individens sociala situation både vad gäller struktur och situation. Modellen omarbetades 1985

användningen, dvs man utgår ifrån att människor tolkar budskapet eller mediets ståndpunkt utifrån sina egna värderingar. Detta brukar kallas selektiv perception och en liknande tolkningen av ett mediums innehåll brukar kallas selektiv exponering. Människor har för vana att ta del av program som de i förväg vet stämmer överens med ens egna värderingar (Hadenius, Weibull 1986).

De två övriga huvudaspekterna, exponering och innehåll, delar Weibull (1983) in i räckvidds- och innehållsforskning. Författaren avser att beskriva hur konsumtion av tidningsläsning kan se ut och visar här att räckviddsforskningen har för avsikt att belysa dagspressens spridning bland allmänheten, dvs hur stor andel som överhuvudtaget har kommit i kontakt med en tidning, andelen regelbundna läsare och andel som har läst senaste numret. Innehållsforskningen har haft för avsikt att belysa människors användning av mediet vilket kan gälla anskaffning och inriktning i läsandet (vad man läser och varför). I denna forskning vill man få fram mönster i läsandet, t ex lästid, vilken typ av innehåll man läser och läsfrekvens.

Weibull (ibid) talar om två steg i tidningsläsandet: val av tidning vilket avser människors kontakt med tidningar. Denna kan ha två aspekter en kvantitativ som avser om man läser ingen, en eller flera tidningar (tidningsinnehav) och en kvalitativ som avser vilken tidning människor väljer, antingen den enskilda tidningen eller typen av tidning (tidningsval). Det andra steget är val av innehåll, vilken också har en kvantitativ och kvalitativ aspekt. Den första innebär hur mycket av innehållet som människor läser t ex mätt i tid eller antal artiklar (läsmängd), den senare pekar på vilken typ av innehåll man läser inrikes-, utrikesnyheter osv (läsprofil). Det ovan kallas läsvanor och utöver detta kan man även studera en dags läsning, dvs i vilken mån man har exponerat sig för tidningar och då hur mycket man faktiskt har läst under en viss dag.

Använder vi detta på radiolyssnande kan vi tänka oss att räckvidden innebär hur stor andel av befolkningen som nås av radio och olika kanaler, spridningen bland befolkningen, regelbundet lyssnande osv. Närradions räckvidd, i vårt fall City103, är ju begränsad till ett område av c:a fem-sex kilometer från sändningsplats (Göteborg). Ett begränsat antal individer kan därmed nås av City103. Innehållsforskningen belyser hur folk använder radion, dvs lyssnartid, typ av

Jensen, NORDICOM nr 4 1988).

Man kan alltså tänka sig att individers koder eller tolkningsmönster varierar dels beroende på samhällsliga faktorer t ex normer, värderingar, samhällssystem, dels beroende på vilken grupp eller klass man tillhör. Klassers eller gruppers normer, värderingar och beteende kan tänkas skilja sig åt, vilket påverkar individen att utforma vissa vanor. Utifrån bl a detta kan olika grupper och klasser i samhället ha olika sätt att tolka medias budskap. Ett och samma program skulle isåfall kunna få helt olika innebörd för olika grupper. Man skulle kunna tänka sig att grupper eller klasser tillägnar sig olika delar i ett och samma budskap i och med att de har olika tolkningsmönster.

Även denna tradition har kritiserats. Bl a skriver von Feilitzen i NORDICOM (nr 4 1988) att receptionsforskarna talar om att den enskildes betydelsesressurser är individuella och unika endast i sista instans. Detta tas för givet utan att forskarna försöker förstå, förklara eller utveckla betydelseernas vidare ursprung och uppkomst. Författaren tycker att receptionsforskarna är för småskaliga, de överbetonar flexibilitet, individualism och frihet i mänskligt handlande och lägger för lite vikt vid historiska, materiella, sociala och kulturella krafter som handlingar och medvetande kan verka inom. Texten ses som en konstruktion av verkligheten och en generator av betydelser, men ej som en produkt av teknologiska, ekonomiska samhällsförhållanden eller av produktionsförhållanden.

4.5 Medieanvändning

Skall man studera människors konsumtion eller användning av media är det rimligt att först välja vilken aspekt av konsumtion man avser att mäta. Hadenius, Weibull (1986) delar in massmedieanvändningen i tre huvudaspekter: människors *exponering* för medierna, dvs hur regelbundet allmänheten kommer i kontakt med massmedia vilket ger kunskap om medias räckvidd, *användningen* av mediernas innehåll, dvs vad läsarna uppmärksammar och väljer att läsa, och till sist *tolkning och förståelse*, dvs i vilken utsträckning människor tillgodogör sig det innehåll de tar del av.

Tolkning och förståelse är en subjektiv aspekt på medie-

hel dag, enligt författaren. Man skulle kunna tänka sig att radion står på en hel dag och ibland lyssnar man, ibland inte. Lyssnandet varierar mellan primärlyssnande, lyssnar i första hand på radion, och sekundärlyssnande, dvs man gör i första hand något annat än lyssnar på radion. Här är det fullt rimligt att trots att man sysslar med något annat, kan själva lyssnandet vara det primära.

Intresset för olika slag av innehåll i radion, visar sig redan i valet av radiokanal. Många lyssnare har tidigare varit inriktade på främst en kanal. De programtyper som har visat sig mest populära är underhållning, sport och idrott (Hadenius, Weibull, 1987). I Göteborg har vi en något annorlunda situation än de flesta andra städer i landet. Vi har en kanal som i hög utsträckning endast spelar musik, närradiokanalen City103. Val av denna kanal visar en ganska bestämd lyssnarprofil, dvs lyssnarna är antagligen främst inriktade på musikinnehållet.

I denna undersökning anser vi således att det räcker med kontakt med radion, City103, för att kunna kalla detta användning. Vi tynger mer på att lyssnandet kan vara primärt eller sekundärt. Då det gäller användning, i typologin ovan, stöder vi oss på lyssnarmängd, hur mycket man har lyssnat på olika kanaler, och även, i viss mån lyssnarprofil. Dock kan man tänka sig att en ännu mer distinkt lyssnarprofil visas i den musikstil individer väljer att lyssna på. Detta kan vi tyvärr inte belysa.

4.6 Livsstilar

Kultur- och livsstilsbegreppet har blivit allt viktigare att se som påverkansfaktor till individens handlingar, normer och värderingar. Begreppet livsstil brukar användas i forskning för att beskriva olika former av sociala och kulturella aspekter på det mänskliga livet, bl a för att studera könsroller, relationer mellan länder, media-användning osv (Lööv, Miegel 1989).

Att försöka definiera begreppen "kultur" eller "livsstil" medför vissa problem. Ett problem är att söker man t ex en "svensk kultur" hittar man många olika mönster och kulturer, snarare än någon enhetlig. Befolkningen kan vara uppdelad i olika lokal-, yrkes-, ungdoms-grupper. Dessa i sin tur kan vara delade i subgrupper. "kultur"-begreppet måste därför bli en abstraktion. Ur en brokig verklighet

innehåll man lyssnar på osv.

Det första steget i lyssnandet är val av radio, vilket då har en kvantitativ aspekt dvs om man överhuvudtaget lyssnar på radion (radioinnehav) och en kvalitativ, vilken radiokanal man lyssnar på riks-, lokal-, närradio, dvs P1, P2, P3, P4 och i Göteborgs fall City103 (kanalval). Det andra steget är val av innehåll: med en kvantitativ aspekt, hur mycket av innehållet som människor lyssnar på i tid eller antal program (lyssnarmängd) och en kvalitativ, typ av innehåll/radioprogram t ex musik, debatt, lokalt, radioteater (lyssnarprofil). För vår del är ytterligare fördjupning inte nödvändig. Vi nöjer oss därför med detta och får här fram en typologi för radiolyssnande, vilken är tagen ur Weibulls bok "Tidningsläsning i Sverige" (1983) där han istället kallas den för "Typologi för tidningsläsning". Den ändring vi har gjort är att vi har bytt ut terminologin i tabellens mitt.

Figur 3 Typologi för radiolyssnande.

	KONTAKT (Val av kanal)	ANVÄNDNING (val av innehåll)
KVANTITET (Mängd)	Radioinnehav	Lyssnarmängd
KVALITET (Typ)	Kanalval	Lyssnarprofil

Då vi avser att undersöka konsumtion/användning av radio måste vi först och främst bestämma oss för vad vi anser att begreppen skall innehålla. Vi måste bestämma om det räcker att sätta på radion, ha den på en hel dag utan att egentligen lyssna eller om vi skall man kräva att man verkligen lyssnar på kanalen. Enligt Hadenius, Weibull (1987) fungerar radion främst som en ljudtapet, dvs situationen snarare än innehållet styr lyssnandet. Man sätter på radion då man har möjlighet utan att reflektera över vilket innehåll som sänds. I detta fall skulle det räcka med att sätta på radion för att kalla det lyssnande. Radio-lyssnandets intensitet varierar mycket under en

man se och ta fasta på mönster i samhället. En individ kan tillhöra flera eller t o m motsägande livsstilar. På mikronivån studeras varje individs unika, personliga och individuella livsstilar.

Livsstilar är på ett eller annat sätt uttryck för värden eller värderingar. Bourdieu (1987) kallar distinktionen mellan livsstilar för "smak". Smaken eller de val individen gör markerar skillnader mellan individer. Dahl (1989) talar också om smak och anser att denna egenskap uttrycker sammanhang mellan olika ting och enligt Reimer (1989) är livsstil ett uttryck för värden, dvs betydelsefulla aktiviteter valda framför andra aktiviteter. Man skulle också kunna tänka sig att gemensam avsmak för något bildar livsstilar. Lööv, Miegel (1989) säger att en livsstil har gemensamma smaker, preferenser och konsumtioner, vilket identifieras med estetiska och materiella värden, alltså på vilka principer som konst, musik, film, och teater bestäms och val av kläder, fritidsnöjen, mat, dryck, hårstil, bilar.

Man kan även skilja mellan typer av sociala formationer. Lööv, Miegel (ibid) vill försöka fånga begreppet livsstil genom att tala om kollektiv, sociala kategorier och grupper. I kollektiv ingår ett stort antal individer, mellan vilka det finns en minimal interaktion. Dessa individer har liknande sociala normer, värderingar och syftar på befolkningen i ett land (livssätt). Sociala kategorier formas av social status, har gemensamma sociala attribut t ex kön, inkomst, materiell situation osv. De sluts samman därför att de för sitt liv på ett likartat sätt, inte pga lika värderingar, och studeras på positionell nivå (livsformer). Medlemmarna i grupper har hög social interaktion t ex kan detta vara sportklubbar, religiösa, musik, politiska, punkrock. Genom att vara medlem i en grupp utvecklar man specifika uttryck och en speciell smak, dvs livsstilar. Två former av grupper beskrivs av författarna. Den ena är den organiserade där grupper delar samma värderingar och intressen, de har samma smak och stil och engagerar sig i liknande aktiviteter. Dessa har hög grad av social organisation och interaktion. Den andra är intressebaserade grupper, vilka har låg grad av social organisation och interaktion. De är inte formellt baserade, utan består av individer som oberoende av varandra engagerar sig i liknande aktiviteter med gemensamma syften, liknande åsikter, intressen och symboliskt språk (ibid). Beroende på vilka intressen individer har kan man vidare tänka sig att dessa skulle kunna delas in i inåt- eller

drar man ut vissa likheter, vilket betyder att kulturen bara finns inom den definition man har valt (Daun 1989).

Ett annat problem är att man stöter på en uppsjö olika benämningar; kultur (Daun 1989), livsstil (Bourdieu 1987) och levnadssätt, livsform och livsstil (Lööv, Miegel 1989). Det som skiljer dessa begrepp åt kan vara nivån de studeras på och även att författarna lägger lite olika betydelser i dem. Reimer (1989) prioriterar gruppnivån och talar om att trots att individen är unik, vill man titta på mer eller mindre gemensamma gruppbaseade sammansättningar. Bourdieu (1987) menar att det finns en systematik i individers, grupperas val av egendom, egenskaper och praktiker (handlingar). Denna särskiljande systematik kallar han för livsstilar. Daun (1989) tar fasta på att människor internaliserar olika värderingar i sin uppväxt beroende på miljö, bostadsområde osv. Människans värderingar fördelar sig i mönster och personer av samma klass, yrke, ålder, kön osv tenderar att uppskatta och ogilla samma saker. Kultur innebär, enligt författaren, det kodsysteem dessa befolkningsgrupper har t ex frisyr, kläder, sätt att röra sig. Kulturen måste därför variera med olika länder och de härrör ur den enskilda befolkningens, gruppens och individens erfarenhet, värderingar och materiella resurser.

Kultur eller kulturyttringar kan alltså studeras på tre nivåer: befolkningen i ett land, grupperingar eller strata inom befolkningen och individen. Lööv, Miegel (1989) kallar dessa för strukturell, positionell och individuell nivå. Strukturen består av olika lagstiftning, produktionssätt, normer, värderingar och vanor. Denna nivå kallar de för livssätt. Positionell nivå gäller de grupperingar som finns i samhället, vilka kan karaktäriseras av vilken position de har i strukturen t ex möjlighet att utöva makt, kulturella och ekonomiska förutsättningar, roll i produktionssystemet. Denna kallas för livsform. På den individuella nivån vill man försöka förstå skillnader i hur människor lever sitt liv, relationer till andra, hanterar verkligheten, dvs deras livsstil. Dessa nivåer kallar Lööv, Miegel (ibid) för "levels of determination". Vidare anser författarna att man kan studera livsstilar på olika analysnivåer, dvs makro- eller mikronivå. På makronivå kan livsstilar ses som idealtypsmönster av kulturer, vilka är teoretiska konstruktioner, men ändå innehåller karakteristiska drag. Genom att använda idealtyper kan

hierarki, men det är svårt att få en hållbar teoretisk definition och dessutom svårt att mäta. Svårigheterna med att definiera behovsbegreppet och därmed också operationalisera det har utgjort en av kritikerna mot användningsforskningen (se kap. 4. 4.1).

Det är istället betydligt lättare att tala om funktioner och att individen använder sig av medier för att fylla vissa behov. Funktioner låter sig definieras på ett mer operationaliserbart sätt. Medierna fyller en viss funktion för individen, vilket beror på vilka belöningar individen söker med sin medieanvändning. Individen kan även av erfarenhet veta att använda olika medier för olika ändamål, för att få olika belöningar. Belöningarna ger motiv till fortsatt användning av medierna. Det är också möjligt att individen genom olika medier erhåller många olika funktioner, eller att belöningar från ett medium varierar vid olika tidpunkter (Djerf 1986).

Dock är ovan definition inte på något sätt allmängiltig. Begreppet kan hanteras på många olika sätt och för att illustrera dynamiken kring begreppet använder vi Charles R. Wrights schema över funktionerna hos olika masskommunikationsaktiviteter för olika nivåer i ett samhälle. Schemat sammanför Mertons "functional theories" (manifesta/latenta funktioner och dysfunktioner i schemat) och Lasswells tes om att samhällets kommunikations-specialister har främst tre uppgifter, dvs punkterna 5, 6, 7 i schemat, med det extra tillägget av punkt 7 (Ohlsson, 1989, Wright, 1975). I en funktionsanalys bör man ställa frågan:

vilka är de	1) manifesta	3) funktionerna	och	av masskomm- kommunicerad
	2) latent	4) dysfunktionerna		
5) övervakning	för	9) samhället		
6) samordning		10) individen		
7) kulturöverföring		11) subgrupper		
8) underhållning		12) det kulturella systemet?		

Enligt Merton måste man i en analys om funktioner göra en skillnad mellan objektivt iakttagbara funktioner (konsekvenser) och subjektiva dispositioner som aktörernas motiv och avsikter. Konsekvenserna kan vara av fyra slag, manifesta eller latent

utåtriktade grupper, dvs mer eller mindre hemmaorienterade. Andra begrepp med liknande betydelse skulle kunna vara introverta och extroverta.

En vanlig definition på "grupp" är att individer i en grupp interagerar med varandra. Då Lööv, Miegel (1989) talar om grupper t ex intressebaserade grupper innebär detta snarare att individerna har något gemensamt, vilket medför att man kan kategorisera dem i en "grupp". Detta behöver inte nödvändigtvis betyda att individerna interagerar eller ens känner till varandra. Då vi talar om intressebaserade livsstilar följer vi Lööv, Miegels definition på "grupp", dvs individerna i livsstilarna behöver inte ha någon vetskap om eller kontakt med varandra. Det intressanta är just att individer med samma intressen, utan att ha social samhörighet, kan utveckla gemensamma smaker och avsmaker för olika saker, vilket gör det meningsfullt att tala om livsstilar.

Individer väljer fritt att bli medlem i intressebaserade grupper och valet beror på bl a social position i olika strukturer (dvs livsätt och livsform). Mer specifikt skulle man kunna säga som Bourdieu (1987) att smaken eller valet bestäms av socialt (tradition, klass), ekonomiskt (kapital), kulturellt (utbildning) och symboliskt (rykte, kontakter) kapital.

Genom livet internaliserar individen olika normer, värderingar och uttryck beroende på vilka system, sociala formationer man tillhör, rollförväntningar och kulturella inflytanden i samhället. Vissa av dessa system kan kallas livsstilar och de kan ha antingen livslånga effekter eller vara väldigt kortvariga. Livsstilar i ungdomsåren genomgår många förändringar, där media och konsumtionskulturen ofta är ett kulturellt uttryck för att underlätta identitetsprocessen. Dessa livsstilar är temporära och fasbestämda och man kan tänka sig att de övergår till att bli livsformer ju äldre man blir (Lööv, Miegel 1989).

4.7 Funktioner

Ursprungstanken inom användningsforskningen var att individen tog del av ett medium för att få ett visst behov tillfredsställt. Ett vanligt sätt att definiera "behov" var att utgå från Maslows behovs-

olika frågor genom medierna. Förströelsefunktionen syftar till individens behov av underhållning, tidsfördriv, sällskap och avkoppling. Ljudtapetsfunktionen innebär enligt Kisch och Stoltz (ibid) att individen sysslar med något annat samtidigt som de tar del av mediet, vilket i detta fall främst gäller radiolyssnandet.

Ett annat är att tala om specifika funktioner eller, om man så vill, motiv, utan att slå ihop dem i kluster eller större kategorier. Detta kan innebära t ex att lyssna på musik, få kännedom om lokala, nationella och internationella händelser, ta del av debatter, se speciella typer av filmer osv.

Då vi avser att undersöka livsstilar och livsstilarnas medieanvändning, kan vi tänka oss att de belöningar livsstilarna söker inte skiljer sig på den generella nivån, dvs de flesta uppger sig antagligen söka informations- och förströelsefunktionen. Snarare skiljer sig livsstilarna åt i den specifika smaken eller avsmaken för något. Eftersom vi är hänvisade till Kisch och Stoltzs (1989) material använder vi de "skäl till radiolyssnande" som svars-personerna har uppgett. Detta är fortfarande på den specifika nivån som beskrevs ovan t ex att lyssna på musik, få kännedom om lokala, nationella och internationella händelser osv. Kisch och Stoltzs (ibid) "skäl" är i viss mån olika för traditionell radio och City103 och uppgår till åtta stycken vardera. Dessa redogör vi för under redovisningen av funktioner.

4.8 Förslag till analysmodell

Analysmodellen utgör ett redskap för att kunna redogöra för vilka faktorer som kan tänkas påverka individens medianvändning. Den modell vi presenterar bygger på Weibull (1983) omarbetad av Djerf (1986) och Kisch och Stoltz (1989). Dock har vi lagt in de nya teoretiska begrepp som används i vår analys. Modellen förhåller sig naturligtvis på en hög abstraktionsnivå och vissa komponenter i modellen är så stora och komplexa, att en utförligare diskussion kring dessa är omöjlig i ett mindre arbete som detta. Därför kommer vissa komponenter i modellen att beskrivas mycket kortfattat, medan andra blir utförligare redogjorda för.

funktioner eller dysfunktioner. En manifest funktion av en handling innebär en avsedd positiv konsekvens av handlingen. En latent funktion har också en positiv konsekvens, men en oavsedd sådan. Dysfunktionerna är avsedda eller oavsedda negativa konsekvenser av en handling. Utifrån schemat skall man sedan kunna sätta upp hypoteser om vilka konsekvenser olika typer av kommunikationsaktiviteter kan ha på olika nivåer (ibid). T ex kan masskommunicerad underhållning, enligt Wright (1975), ha en negativ konsekvens för individen genom att detta leder till passivitet och nedgraderar "smaken" i samhället. En positiv konsekvens är möjligheten till respit.

Diskussionen ovan är det som kallas den sociologiska funktionsanalysen och funktionsbegreppet analyseras på samhälls nivå. Den psykologiska funktionsanalysen är ännu ett sätt att hantera begreppet "funktion", men man utgår då från individen som ett handlande subjekt, dvs man studerar på individ nivå. Oftast samordnas dessa två funktionsanalyser, då det är möjligt att medieanvändningen kan ha vissa konsekvenser för den unika individen, men andra som medlem i ett samhälle, viss grupp eller som representant för en livsstil.

Psykologiska begrepp är "attityd" och "motiv". För att kunna operationalisera t ex "attityd" utgår man ofta från individers värderingar och uppfattningar om olika saker, t ex med hjälp av svar från attitydfrågor. Skall man forska kring attityder innebär detta att man vill undersöka vilken specifik betydelse en aktivitet eller en handling har för individen som handlande och upplevande subjekt. Man utgår alltså från vilka motiv eller syften individen har för att använda sig av ett specifikt utbud, vilket kan ha varierande konsekvenser (ibid). Motivet för att ta del av massmedia behöver inte vara detsamma som konsekvensen av användandet.

Djerf (1986) talar om vikten av att göra ett urval bland tänkbara funktioner och sedan slå samman dem i större kategorier, i det här fallet i två huvudgrupper: informations- och förströelsefunktion. Enligt författaren är dessa de mest centrala att studera. Även Kisch och Stoltz (1989) har använt denna indelning och även lagt till en tredje "ljudtapetsfunktionen". Informationsfunktionen innebär att individen söker och erhåller kunskap, information och vägledning i

Massmediestrukturen delas i modellen in i mediets räckvidd, dvs det finns ett begränsat antal medier för individen att ta del av, och mediets innehåll vilket innebär att utbudet i medierna också är begränsat. Vissa medier är rikstäckande, andra är lokala och vissa medier lämpar sig bättre för ett visst utbud t ex musik i radio, ljud och bild i tv osv, av Hvitfelt (1989) kallat mediernas egenskaper. Dessa egenskaper påverkar mediernas utbud . Mediestrukturen påverkar individens konsumtion av medier.'

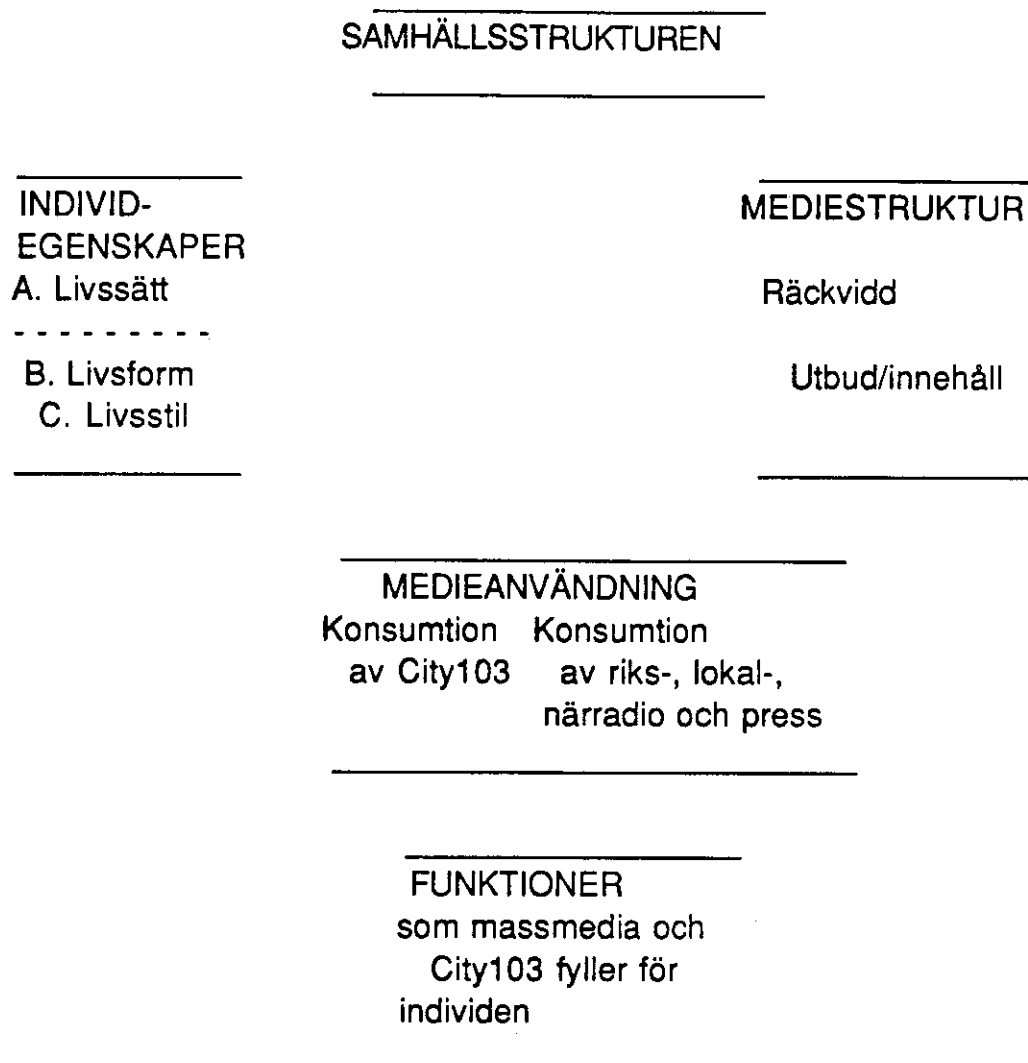
Individegenskaperna bygger på Lööv, Miegels indelning i "The Notion of Lifestyle Some Theoretical Considerations" (1989. Se vidare kapitel 4.6). Individegenskaperna är olika beroende på vilken nivå man utför en analys. I vår modell har vi kategoriserat egenskaperna på tre nivåer: *Livssätt*, som ligger på strukturell nivå, *Livsform*, som ligger på positionell nivå och *livsstil* som ligger på individuell nivå.

A. Livssätt och strukturell nivå innebär att individen har vissa egenskaper som tillhörande en viss nation, t ex svensk. En analys av individegenskaper på denna nivå kan innebära att man jämför egenskaper (materiell standard, sysselsättning, kulturyttringar) mellan olika nationaliteter t ex svenskar och mongoler. På samma sätt som samhällsstrukturen är konstant, är livssättet konstant (därför den streckade linjen). Livssättet i ett samhälle kan inte variera, dock är denna en nödvändig del i modellen eftersom den är en av tre nivåer, som alla påverkar individens medieanvändning.

B. Livsform, på positionell nivå, innebär att analysen jämför egenskaper hos individer inom ett-och samma samhälle. Jämförelsen berör individens "position" i samhället i förhållande till andra individers "positioner". "Position" i detta avseende innebär att individer har olika relationer till institutioner, olika roller inom produktionssystemet, olika förmåga att utöva makt och även olika kulturella och ekonomiska förutsättningar. På denna nivå studerar man t ex socialgrupp, ålder, kön, utbildning.

C. Livsstil och individuell nivå innebär att man studerar individuella karakteristika hos individer eller grupper inom samma samhälle. En metodologisk distinktion, som Lööv, Miegel (1989) kallar analysnivå, skiljer mellan mikro- och makronivå. På makronivå ses livsstilar som idealtyper, dvs teoretiska konstruktioner som innehåller vissa

Figur 4 Analysmodell för lyssnande på City103



Samhällsstrukturen antas påverka och ge vissa förutsättningar för både individegenskaperna och massmediestrukturen. Detta innebär att bl a lagar, normer, värderingar och regler inom samhället påverkar massmediestrukturen och individerna på bestämda sätt. Samhällsstrukturen är konstant, dvs den kan inte variera inom ett lands gränser. I vår analys är vi tvungna att, om än inte helt och hållet så i stor utsträckning, bortse från samhällsstrukturen och dess inverkan på övriga komponenter i analysmodellen.

Mediestrukturen är unik för varje samhälle. Medierna fungerar inom de förutsättningar som medierna ges inom samhällsstrukturen.

Livsstilar:

- Karaktäriseras lyssnarna av bestämda intresseinriktningar, smaker eller avsmaker?
- Består publiken av en eller flera livsstilar?

Vi vill således undersöka medieanvändningen, om individers livsstilar kan vara något som påverkar hur media används. Vi vill också se vilka motiv som ligger bakom en specifik medieanvändning, vilka behov en specifik medieanvändning kan tänkas fylla för individer med olika livsstilar. För att kunna göra detta måste vi först och främst beskriva hur livsstilarna kan tänkas se ut. I resultatredovisningen börjar vi därför med att beskriva livsstilarna, därefter hur de använder City103, övriga radiokanaler och pressen och till sist, som en brygga mellan dessa två, vilka motiv som ligger bakom en specifik användning.

Men innan vi kommer till resultatredovisningen måste vi först ha en genomgång av vilket material som ligger till grund för detta arbete och vilken metod vi har använt.

karaktäristiska drag för personer/grupper t ex intresseorienterade. Livsstilsstudier på mikronivå blir mest en studie av den "unika" individen eller fallstudier. Därför är idealtypslivsstilen av intresse för oss.

Medieanvändning innebär att individen tar del av olika medier på olika sätt och i olika utsträckning. Det som styr och påverkar medieanvändningen är samhälls-, mediestrukturen och individegenskaperna, dvs livssätt, livsform och livsstil. Både mediernas räckvidd och innehåll påverkar individens möjlighet att välja mellan olika medier och dess innehåll. Skall man definiera användning eller konsumtion kan man göra detta utifrån räckvidden, i vilken mån medierna når fram till individen, och innehåll, i vilken mån ett visst utbud används.

Funktioner är de belöningar individen söker genom sin medieanvändning, det vanebeteende som uppstår då individen av erfarenhet vet att mediet/medierna har olika användbarhet för olika ändamål och tanken att medieanvändningen kan vara ett uttryck för, funktionellt för upprätthållandet av, livsstilar.

4.9 Frågeställningar

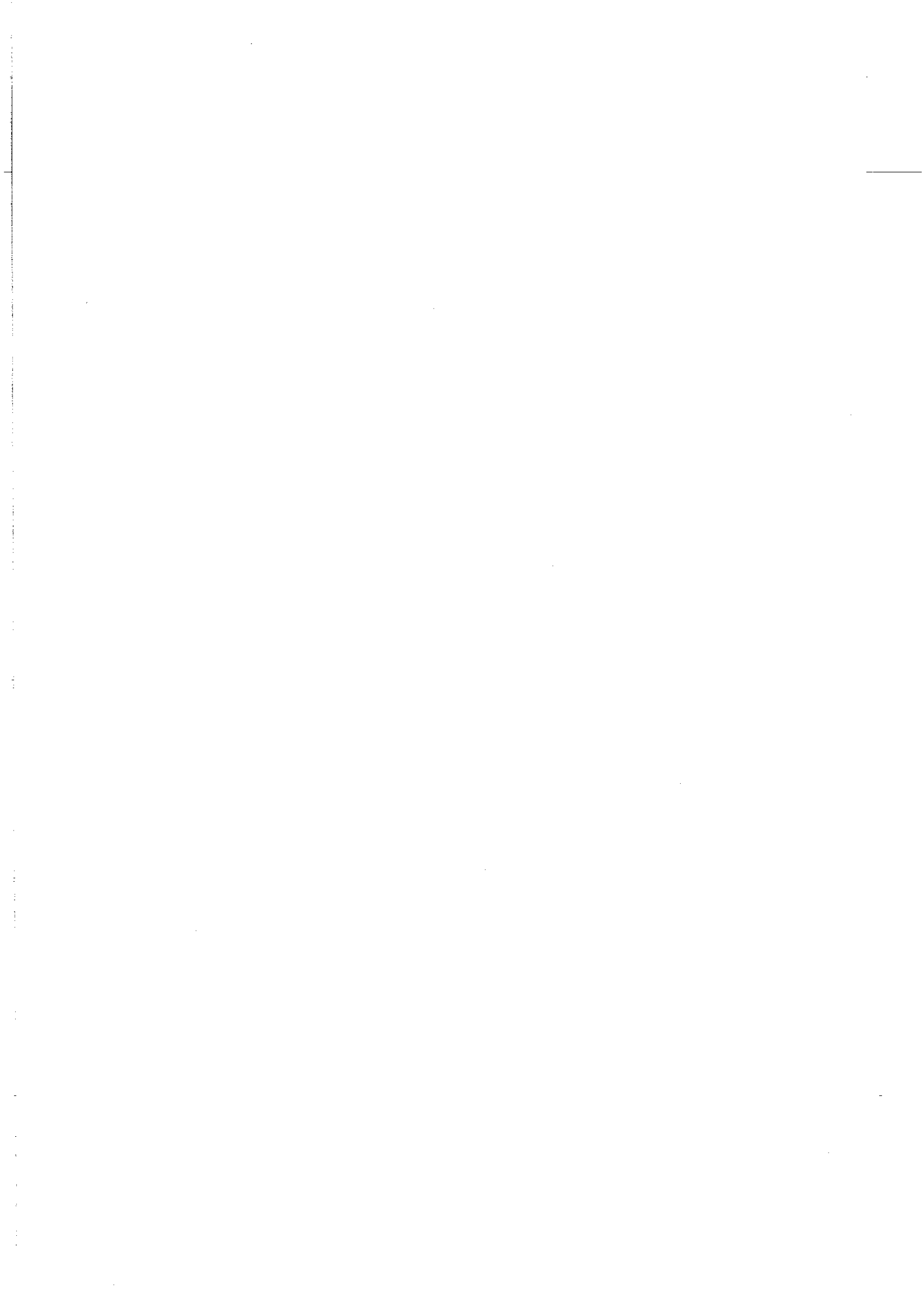
Problemställningen leder oss fram till ett antal frågor om City103 och dess lyssnare, vilka omfattar de tre ovan diskuterade begreppen:

Medieanvändning:

- Om man talar om livsstilar, utmärks dessa av att använda media på specifika sätt?
- Är individers livsstilar något som avgör lyssnandet på City103?
- Hur används City103, hur ofta och hur länge lyssnar man?
- Hur ser användningen av press och traditionella radiokanaler ut för individer med olika livsstilar?

Funktioner:

- Vilka motiv har individer med olika livsstilar för att lyssna på City103?
- Är lyssnandet ett uttryck för, dvs funktionellt för upprätthållandet av, en eller flera livsstilar?



5. MATERIAL OCH METOD

5.1 "City103 och dess lyssnare" - Material och metod

Eftersom vår undersökning baserar sig på de data som samlats in och bearbetats av Kisch och Stoltz till deras arbete "City103 och dess lyssnare" som skrevs 1989, berörs även vårt resultat av samma population och urval. Det är därför av vikt att redogöra för den metod och det material som Kisch och Stoltz använde.

City103 vänder sig till en målgrupp mellan 15-45 år. Det Kisch och Stoltz var intresserade av var i vilken utsträckning stationen nådde målgruppen, samtidigt som de antog att lyssnandet inte skulle vara lika utbrett i åldrarna 35 år och uppåt. Syftet med arbetet var att beskriva och förklara lyssnandet på kanalen. Därmed ville författarna ha så hög svarsfrekvens som möjligt i sin undersökning, för att möjliggöra en generalisering. Urvalet begränsades därför till 15-35 år. Då City103 är en närradiokanal med begränsad räckvidd, och alltså inte når ut till alla hushåll, valdes att begränsa urvalet till Göteborgs kommun. Av de 136.500 i åldersgruppen 15-35 år, boende i Göteborg, fastställdes en urvalsstorlek till 700 personer. Ett obundet slumpmässigt urval beställdes från länsstyrelsen.

5.1.1 Val av datainsamlingsmetod

Insamlandet av data gjordes med telefonintervjuer. I de fall då telefonnummer inte fanns att tillgå, skickades postenkäter ut. Majoriteten av datan insamlades dock genom intervjuer per telefon, bl a av den anledningen att telefonintervjuer har högre svarsfrekvens än enkäter och det är svårare att låta bli att svara om man blir uppringd och tillfrågad om man vill ställa upp i en undersökning. Enkäter har en förmåga att hamna i papperskorgen. En annan fördel med intervjuer är att man kan tillrättalägga eventuella oklarheter. Direktkontakten med intervjupersonen ger också möjlighet till mer nyanserade svar än vid enkätfrågor och man kan även försäkra sig om att det är rätt person som svarar på frågorna.

Nackdelar med telefonintervjuer är att det kan uppstå en s.k intervjuareffekt. Genom ömsesidiga, inför varandra förstärkande

förväntningar på motpartens beteende kan aktörerna i intervju-situationen påverka varandra så att fråga eller svar snedvrids. Vissa frågor lämpar sig dessutom bättre för enkäter, t ex attitydfrågor och frågor med fasta svarsalternativ. Vid enkäter har svarspersonen bättre möjlighet och tid att tänka efter vad han/hon verkligen tycker (Rosengren, Arvidsson, 1986). Problemet är dock att personer i yngre åldrar tenderar att flytta på sig ofta, hyra bostad i andra hand, har tillfälliga telefonnummer, göra långresor, militärtjänst osv vilket gör personerna ganska svåra att få tag på.

Kisch och Stoltz har alltså med sig fördelar och nackdelar från två datainsamlingsmetoder. Dock anser vi inte att detta är en nackdel, snarare tvärtom. Den ena metoden kompletterar den andra.

5.1.2 Frågeformulärets utformning

Författarnas avsikt var från början att, trots att de hade olika datainsamlingsmetoder skulle svaren redovisas tillsammans. Två frågeformulär utarbetades, ett för intervjuerna och ett för enkäterna. Dessa skiljer sig egentligen bara åt på en fråga, frågan om när-radion. Skillnaden var dock inte större än att dessa kunde slås ihop i databearbetningen.

Formulären består av tre frågeblock. Det första blocket berör frågor om allmänna medievanor som t ex konsumtion av dagspress, fonogram, radio. Det andra blocket behandlar olika aspekter på lyssnandet på City103 och det tredje blocket rör frågor om intressen, utbildning, civilstånd etc. För bägge formulären gäller att frågeformuleringarna som gäller konsumtion och skäl till lyssnande på traditionell media och City103 är hämtade från undersökningarna "Tidningar, radio och tv i småland och på Öland" samt samma undersökning för Stockholm. Övriga frågor är författade av Kisch och Stoltz. (Se bilaga 1 och 2).

Konsekvenserna av frågornas formuleringar, hur svarspersonerna tolkade dem, har vi svårt att bedöma. Vi kan endast anta att det inte förelåg några större problem då bortfallet, med undantag för vissa frågor, inte var särskilt stort.

5.1.3 Svarsfrekvens och bortfall

Den totala svarsfrekvensen, för båda undersökningsmetoderna, är 81 %. Den totala svarsfrekvensen drogs ned pga att nästan hälften av de utsända enkäterna varken besvarades eller skickades tillbaka.

Det interna bortfallet, dvs uteblivna svar på enstaka frågor, är i princip obefintligt vad beträffar telefonintervjuerna. Den enda fråga som besvarades dåligt var partisympati, där 16 % valde att inte besvara frågan. Vad gäller enkäterna finns det ett visst internt bortfall på nästan samtliga frågor. Det största bortfallet rör de öppna frågorna, där svarspersonerna skulle uppge attityder till radiolyssnande i allmänhet och till City103, samt partisympati-frågan. I ordning är bortfallet till 36, 25 respektive 23 %. I övrigt pendlar det interna bortfallet mellan ett till fyra uteblivna svar. Vid sidan om detta bortfall finns ett "legalt" bortfall på frågorna om City103, där de som kände till stationen, men inte lyssnade och de som inte kände till och därmed inte heller lyssnade på stationen inte heller kunde besvara vissa frågor. Undantag från detta var frågorna om man känner till vilken organisation som står bakom City103, varför man inte lyssnar på City103, samt den som berör attityder till stationen. Dessa kunde besvaras av samtliga som kände till stationen.

Att det interna bortfallet är såpass högt för frågan om partisympati är inte särskilt konstigt. Frågan är känslig och här har antagligen intervju-effekten varit en viktig faktor. Då det gäller det höga bortfallet på frågorna om attityder i enkäterna, kan detta ha olika orsaker. Bl a kan frågorna ha varit formulerade på ett sådant sätt att det inte framgick vad författarna var ute efter. Det är också tänkbart att svarspersonerna inte hade tänkt över situationen och därför hade svårt att svara på frågan.

5.1.4 Strukturjämförelser

Författarna gör tre olika strukturjämförelser. I den första undersöks svarsgruppens representativitet i förhållande till populationen. Jämförelsen gjordes med avseende på ålder och kön, där åldersfördelningen visade sig vara ganska rättvis, medan könsfördelningen blev något snedvriden. Könsfördelningen var 46 % män och 54 %

kvinnor. Förklaringar till detta kan vara att män är mindre svarsbenägna än kvinnor, de är svårare att nå, att kvinnor i högre grad spenderar tid i hemmet eller så har slumpen inverkat. Det bör även påpekas att länsstyrelsens befolkningsciffror, vilka är från december 1987, kan vara något inaktuella.

I den andra strukturjämförelsen vill författarna se hur tillkomsten av enkäterna har påverkat svarsgruppens sammansättning. Åldersfördelningen ändrades inte i någon större utsträckning, medan mycket av kvinnornas överrepresentation kan tillskrivas enkäterna. 61 % av enkätsvaren kom från kvinnor. Variablerna utbildning, sysselsättning och civilstånd påverkades inte nämnvärt av enkäternas tillkomst.

I en tredje strukturjämförelse undersöks vilken betydelse enkätfrågornas tillkomst kan ha för svaren. Författarna har haft för avsikt att inte separera de olika metoderna telefonintervju och enkät. Då det gäller frågor om konsumtionsvanor har inte heller någon åtskillnad gjorts. Däremot var detta nödvändigt vid funktions- och attityd frågorna. Svarsfrekvensen var såpass olika för de två metoderna.

Att fördelningen mellan män och kvinnor är olika kan bero på olika saker. Dock behöver inte detta innebära att urvalet inte representerar populationen. Även verkligheten kan vara snedfördelad mellan könen. En jämnare fördelning i materialet hade varit att föredra då det underlättar generaliseringar, dock anser vi inte att detta utgör något större problem

5.2 Vårt val av material och metod

Vårt val att göra en sekundäranalys av Kisch och Stoltzs material har sin förklaring i flera faktorer. För det första inriktar sig båda undersökningarna på City103 och dess lyssnare. För det andra tillåter storleken på Kisch och Stoltz insamlade datamaterial nya infallsvinklar, dvs data fanns tillgängligt för att vi skulle kunna belysa problemområdet utifrån våra teoretiska utgångspunkter. Vi skall inte heller sticka under stol med att vi sparat både tid och pengar på att använda redan tillgängligt material.

Sekundäranalys innebär att man använder sig av data som inte bara

har insamlats och bearbetats, utan också en gång analyserats av någon annan. Man utsätter alltså data, som tidigare redovisats i någon form, för en förnyad analys. För att det hela skall bli meningsfullt, krävs att man tillför resonemanget nya teoretiska begrepp (Hellevik, 1984, Rosengren-Arvidsson, 1983).

De två stora fördelarna med sekundäranalys är att det är ekonomiskt och tidssparande. En annan fördel att vi inte kan ha påverkat materialet i det första skedet, dvs i själva insamlandet av datan. Nackdelen är då att vi inte vet hur författarna kan ha påverkat och förvrängt datan under insamlandet. I vilken utsträckning datan är snedvriden kan vi endast avgöra utifrån den redogörelse Kisch och Stoltz gjorde i sitt metodkapitel. Vi anser dock att den redogörelse författarna gjorde är tillräcklig för att vi skall få en uppfattning om hur och i vilken utsträckning påverkan har skett. Ytterligare nackdel med sekundäranalys är att datas relevans och tillförlitlighet minskar, om det bearbetade materialet i första omgången, samlades in för andra ändamål och frågeställningar än de som skall belysas under sekundäranalysen. Vi anser dock att det material Kisch och Stoltz använt sig av ligger tillräckligt nära det vi avser att analysera, och anser därmed att datamaterialet är relevant och tillförlitligt i detta avseende.

Utifrån Kisch och Stoltzs kodschema (se bilaga 3) har vi orienterat oss i datamaterialet. Kodschemat är tydligt formulerat och vi har inte haft några större problem att hitta rätt. Då frågetecken har uppstått har vi, av vise män och kvinnor, fått en guidad tur genom siffrornas djungel.

5.3 Validitet och reliabilitet

Reliabilitet, dvs datans tillförlitlighet, har i stor utsträckning redan diskuterats i föregående kapitel. Främst är vi hänvisade till Kisch och Stoltzs noggrannhet då de bearbetade sitt datamaterial, dvs att det är mer eller mindre obefintligt med slumpmässiga mätfel i materialet. Vi kan dessutom endast hoppas att svarspersonerna har svarat så ärligt som möjligt på varje fråga och att yttre omständigheter i mindre grad har påverkat svarssättet.

Validiteten, dvs om vi mäter det vi avser att mäta, är också av vikt

vid bedömningen av vårt materials giltighet. Problemet med att göra en sekundäranalys är kanske främst ur validitetsaspekten. Det material vi bygger på var avsett att mäta andra frågor än det vi tar fasta på och man kan tänka sig att svarspersonerna har svarat på frågorna, med vetskap om Kisch och Stoltz avsikter. Intressefrågorna var inte huvudtemat, och har kanske därför inte besvarats med samma eftertanke. Detta kan vara både positivt och negativt. Det är negativt i den bemärkelsen att intressefrågorna kanske inte är tillräckliga för att försöka belysa livsstilar. Dels har svarspersonen svarat för att bemöta andra avsikter, dels är frågorna inte konstruerade för att mäta livsstilar. Det positiva med denna metod skulle kunna vara att svarspersonerna har svarat med sitt/sina huvudintressen, vilket innebär att försöket att belysa livsstilar utifrån detta blir generellt men ändå relevant. Det är relevant av den anledningen att för att överhuvudtaget kunna beskriva livsstilar, måste man hålla sig på en viss generell nivå för att undvika att fastna i fallbeskrivningar. Ett vanligt sätt att beskriva livsstilar eller kategorisera människor är att utgå från idealtyper (Bla Lööv, Miegel, 1989, Ohlsson, 1989).

Frågan är också om vår teori överensstämmer med empirin. Går det att med vår teoretiska definition mäta livsstilar? Vårt livsstilsbegrepp bygger på fråga 28 i bilaga 1, vilken lyder: "Jag kommernu att räkna upp olika fritidsintressen man kan ha och be did säga om något/några av alternativen stämmer in på dina intressen. Skulle du också kunna ange i vilken grad du är intresserad av de olika företeelserna?" Alternativen att välja mellan var: sport, musik, umgås med vänner, (skön)litteratur, film/bio, mode: kläder/prylar, gå på "lokal", dans/krogen. Det vi bygger på är alltså svars- personernas fritidsintressen och detta medför att vår indelning av livsstilar blir generell. I kapitel 4.6 framgår att det inte finns något enhetligt begrepp som kan beskriva en kultur eller en livsstil. Varje nation innehåller sina specifika attribut som påverkar individen på olika sätt. Varje nation är också mer eller mindre uppdelad i befolkningsgrupper. Individen är alltid unik, med personliga och individuella drag. För att det skall bli meningsfullt att tala om livsstilar, krävs det därför att man väljer en definition som kan tänkas beskriva varför individer samlas i grupper, strata. Denna definition är alltid en förenkling av verkligheten, en abstraktion och en idealtyp, men den är ett hjälpmedel att försöka fånga upp individers karakteristiska och gemensamma drag. Ett sådant

karakteristiskt drag kan vara intressen, vilket är den definition vi använder då vi skall försöka beskriva livsstilar. Resultatet hade blivit annorlunda om en annan definition hade valts. Vi framhäver dock att individer kan ingå i olika livsstilar efter t ex klädsmak, bostadsområde, musikstil och att en annan definition på livsstil inte på något sätt utesluter den definition vi har valt. Intressebaserade livsstilar är bara en aspekt i en brokig verklighet.

Vår avsikt är alltså att försöka beskriva intressebaserade livsstilar, vilka fungerar som idealtyper, studerade på makronivå, och för detta anser vi att det material vi har använt har varit tillräckligt. Då det gäller vår teoretiska definition på livsstilar, tror vi att denna överensstämmer med empirin på ett godtagbart sätt.

6. LIVSSTILAR BLAND UNGDOM

6.1 En deskriptiv analys

Det framgår av kapitel 3.2.2 är intresset för musik är stort bland svenskarna, framför allt bland ungdomar. Vi kan se att musikintresset är väldigt stort bland dem som lyssnar på City103 (Kisch och Stoltz, 1989). Musikintresset är därför centralt i detta arbete, då vi skall undersöka lyssnarna till City103.

En annan viktig faktor är att man kan tillhöra flera olika livsstilar. Enligt Lööv, Miegel (1989) är det fullt möjligt att ha många olika intressen t ex intresse för kläder, musik, sport osv och detta medför att man kan tillhöra många olika och ibland motsägande livsstilar. Detta kan innebära att ett intresse inom ett område leder till flera intressen inom andra områden. Man skulle kunna säga att ett intresse aktiverar till fler intressen. Det är alltså fullt möjligt att individerna i denna analys kan ingå i flera livsstilar.

Vi har haft främst två krav på oss då vi har försökt analysera om det i detta fall är meningsfullt att tala om livsstilar. Det ena är att antalet individer i en livsstil var tvunget att uppgå till c:a en tredjedel av svarspersonerna. Det andra var att starkt intresse på ett område skulle motsvara svagt intresse på andra områden. Det idealiska skulle vara att finna att de som var mycket intresserade av ett område visade uppenbar avsmak, inte alls intresserade, av de övriga områdena som fanns med i frågeformuläret. På så sätt kategoriserar man sedan ihop alla de med gemensam smak och avsmak för något i kluster, vilket kan kallas livsstilar.

Vi har i vår analys utgått från Kisch och Stoltz (ibid) fråga där de har räknat upp ett antal fritidsintressen för svarspersonen, som sedan skulle ange vilka av alternativen som stämde in på hans/hennes intressen. Alternativen var sport, musik, umgås med vänner, skönlitteratur, film/bio, mode; kläder/prylar, gå på "lokal"; dans/krogen. Svarspersonen skulle även ange i vilken grad han/hon var intresserad, dvs mycket intresserad, intresserad, mindre intresserad eller inte alls intresserad. Dessa har kodats in som olika variabler med värdena 1-4, där 1= mycket intresserad 2=medelintresserad osv (se bilaga 3).

Enligt Kisch och Stoltzs resultat (ibid) skulle "mycket intresse" för mode, vänner och nöjen öka benägenheten att lyssna på City103. Även högt intresse för idrott, musik och bio påverkade lyssnandet positivt. "Mycket intresse" för skönlitteratur eller att "läsa en god bok" minskade benägenheten att lyssna. Vi har därmed utgått från att "mycket intresserad" i detta fall innebär en distinktion, dvs stark smak för något. Vi anser även att medelintresse för något inte säger särskilt mycket om individen. Man är ofta medelintresserad av en mängd saker, men man är endast mycket intresserad av ett fåtal.

Vi ville således undersöka om Kisch och Stoltzs antagande var korrekt i detta avseende och om intresse för mode, nöjen, vänner, idrott, musik och bio kunde vara intressedistinktioner för livsstilar. För att få en uppfattning om hur materialet såg ut gjorde vi korrelationstabeller, där stark positiv och negativ korrelation framgick. Här utmärkte sig intressena "läsa" och "idrott". De hade stark negativ korrelation mot varandra och till viss del mot övriga intressen. Problemet var en tredje grupp som verkade vara inriktade på nöjen, mode, vänner, men inte skiljde ut sig på samma sätt. Därefter gjorde vi två nya variabler av "läsa" och "idrott" och fick fram bivariata tabeller av dessa två variabler mot övriga intressen. Av denna tabell framgick att "läsarna" och "idrottarna" inte var särskilt intresserade av varandra och att de gemensamt visade ointresse för "nöjen". Därmed fick vi fram en tredje grupp som verkade urskilja sig från de övriga två. Detta blev vår tredje intresseinriktning.

Av tabellen nedan kan vi se de tre livsstilarnas fördelning på övriga intressen. Procentandelarna i tabellen visar andelen av individerna i livsstilarna som samtidigt säger sig vara mycket intresserad av någon av de övriga intressevariablerna. Värde ett i tabellen innebär "mycket intresserad". De övriga tre graderna av intresse slog vi ihop och kallade för "mindre intresserad", av den anledningen att medel-, mindre- och inte alls intresserad alla innebär ett lågt intresse för något. Detta är värde noll i tabellen.

Tabell 1 Fördelning av intresse med avseende på livsstilar (procent).

	NÖJEN		IDROTT		LÄSA	
	1	0	1	0	1	0
idrott	45	55	100		23	77
musik	66	34	60	40	53	47
träffa vänner	82	18	66	34	75	25
läsa en god bok	29	71	21	79	100	
se på film/gå på bio	44	56	28	72	40	60
mode; kläder/prylar	43	57	28	72	17	83
gå ut och dansa/krogen	100		27	73	19	81
n	114		189		178	

Anm: 1=mycket intresserad 0=mindre intresserad.

Livsstilarnas rader uppgår till 100 procent.

Det första att lägga märke till är storleken på livsstilarna, dvs n-talen. De uppgår alla till tillfredsställande storlek och därmed är vårt första krav uppfyllt. Det andra kravet innebar att starkt intresse på ett område skulle motsvara svagt intresse på andra områden. Av tabellen kan man se att de tre livsstilarna är relativt ointresserade av varandra. Nöjeslivsstilen är i mindre grad intresserad av idrott och av att läsa, idrottslivsstilen tycker mindre om nöjen och att läsa och läslivsstilen visar lågt intresse för idrott och nöjen. Livsstilarna visar dessutom högt intresse för olika områden. Nöjeslivsstilen är i högre grad intresserade av mode och att se på film/gå på bio än de övriga. Idrottslivsstilen är mest intresserad av, förutom idrott, att umgås med vänner. F.ö visar denna livsstil lågt intresse för övriga områden. Läslivsstilen visar mycket låga värden på nöjen och mode, vilket skulle kunna tolkas som ett avståndstagande från dessa intressen. De är relativt intresserade av att se på film/gå på bio, men framförallt är de intresserade av att umgås med vänner.

Utifrån ovan beslutat kan vi tala om livsstilar i två dimensioner: en extrovert och en introvert. Den extroverta livsstilen söker sig ut på krogen, söker nya sociala kontakter och prioriterar aktiviteter

utanför hemmet. Här placerar vi nöjeslivsstilen som tycker om nöjen, mode, vänner och att gå på bio. Den introverta livsstilen är inåtriktad och de söker intressen inom hemmets fyra väggar, de är mer hemmaorienterade. Här placerar vi läslivsstilen som främst uppskattar en god bok, att umgås med vänner och att se på film (vi tillåter oss här att dela på se på film/gå på bio då vi tycker att livsstilarna tydligt markerar sina intresseinriktningar). De visar dessutom avståndstagande för de övriga intressena, vilket underlättar placeringen. Idrottslivsstilen hamnar här någonstans mittemellan. De är inte speciellt extroverta, men inte heller introverta i förhållande till de två andra livsstilarna.

Gemensamt för alla livsstilar är intresset för musik. Som vi tidigare nämnt har musikintresset en central plats i denna analys. Som framgått av ovan är de tre livsstilarna relativt olika, dvs individerna har olika intresseinriktningar. Trots dessa olikheter, visar de ett gemensamt intresse för musik, dock i olika hög grad. Detta skulle kunna innebära att musikintresset kan samla olika livsstilar att ta del av samma radiokanal. Vi kan dock anta att det finns skillnader i val av musikstil, vilket tyvärr inte kan belysas här.

Även intresset att umgås med vänner har genomgående höga värden. Även detta tycks vara en viktig faktor för de olika livsstilarna. Även här kan man tänka sig att skillnader finns om man kategoriserar vänner ytterligare t ex att träffas hemma eller på puben, att diskutera med, spela musik med, sporta med osv. Oavsett vilken relation de olika livsstilarna har till sina vänner, kan vi se att detta prioriteras högt.

Vi vill dessutom påpeka att det är fullt möjligt att vissa individer pendlar mellan de olika livsstilarna. Som vi nämnt i bl a kapitel 4.6 kan man tillhöra många olika livsstilar samtidigt (Lööv, Miegel 1989). De som har sagt sig vara mycket intresserade av enbart en intresseinriktning kallar vi "renodlade". De övriga individerna som glider mellan livsstilarna kallar vi för "glidarna". I tabell 2 visar vi antal "renodlade" och antal "glidare" och som vi kan se är både idrotts- och läsalivsstilen 108 respektive 115 personer som för dessa specifika livsstilar. Nöjeslivsstilen tenderar mer att "glida" mellan livsstilarna, då de endast har 40 personer som är "renodlade".

Tabell 2 Antal individer med "renodlad" respektive "glidande" livsstilar (frekvens)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
"Renodlade"	40	108	115
"Glidare"	74	81	63
n	114	189	178

För att resonemanget om tre livsstilar skall vara relevant måste vi försöka beskriva hur dessa kan se ut. Detta gör vi med utgångspunkt från bl a kön, ålder, sysselsättning osv. Partisympati har vi valt att inte redovisa, då det var ett mycket högt bortfall på denna fråga.

I nedanstående tabell visar vi livsstilarnas könsfördelning i procent.

Tabell 3 Livsstilarnas könsfördelning (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
Man	53	61	26
Kvinna	47	39	74
Summa	100	100	100
n	114	189	178

Av könsfördelningen kan vi se vissa olikheter. Nöjeslivsstilen har en ganska jämn fördelning mellan könen. Idrottslivsstilen, däremot, har betydligt fler män och vi kan se att läslivsstilen främst består av kvinnor.

Orsaken till denna skillnad mellan könen kan vara, i enlighet med de förväntningar som finns på könsrollerna i samhället, att kvinnor i större utsträckning är hänvisade till hemmet, de är i högre grad hemmaorienterade. Män anses i högre grad vara intresserade av idrott.

Ålder kan tänkas vara en faktor till att nöjeslivsstilen är så jämnt

fördelad. Man kan tänka sig att nöjen lockar både män och kvinnor i vissa åldrar, då de har större möjlighet i form av tid, pengar att vara ute och roa sig. Enligt Kisch och Stoltz (1989) är åldern en faktor som påverkar i vilken grad man lyssnar på City103.

Tabell 4 Åldersfördelning med avseende på livsstilar
(procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
15-19	25	25	8
20-24	26	23	20
25-29	29	25	39
30-35	20	27	33
Summa	100	100	100
n	114	189	178

Anm: Åldersfördelningen följer Kisch och Stoltzs i "City103 och dess lyssnare" 1989.

Enligt tabellen är åldersfördelningen inom både idrotts- och nöjeslivsstilen relativt jämn, medan läslivsstilen är äldre. Slår vi ihop åldrarna 15-19 och 20-24, ser vi att nöjeslivsstilen har 51 % mellan 15-24 år, idrottslivsstilen har 48% och läslivsstilen har 28 %. Vi ser att nöjeslivsstilen har lägst andel i åldersgruppen 30-35. Idrottslivsstilen är ganska jämnt fördelad över åldrarna och läslivsstilen har en klar majoritet i åldrarna över 25. Detta ger en klar antydning om att de nöjesinriktade är yngre, de idrottsinriktade är jämnare fördelade och läsarna är äldre.

I och med vissa ålderskillnader är det tänkbart att fördelning av civilstånd kan ge ytterligare kunskap om livsstilarna. I tabell 5 använder vi samma fördelning som Kisch och Stoltz (1989) gjorde, dvs gift/sambo, ensamstående och boende i föräldrarhem.

Enligt tabell 5 är nöjeslivsstilen främst ensamstående, medan idrotts- och läslivsstilen i högre grad är gifta eller har samboförhållanden. Den stora skillnaden mellan livsstilarna finns i andel som bor i föräldrarhemmet, där både idrotts- och

nöjeslivsstilen har betydligt högre andel än läslivsstilen.

Tabell 5 Respektive livsstils fördelning på civilstånd (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
Gift/sambo	30	41	48
Ensamstående	39	32	42
Föräldrarhem	31	27	10
Summa	100	100	100
n	114	189	178

Bourdieu (1987) kallar utbildning för det kulturella kapitalet och talar om att detta är en viktig faktor som avgör vilken smak, vilka val individen gör och kommer att göra i olika avseenden. Olika typer av utbildningar borde då ge olika grad eller mängd av kulturellt kapital. Utbildningen i Kisch och Stoltzs material (1989) är uppdelad i fem typer av utbildningar: grundskola, yrkesskola, gymnasium, folkhögskola och universitet. Vi har valt att inte slå ihop dessa, för att mer specifikt kunna se hur individerna i de olika livsstilarna skiljer sig med avseende på utbildning.

Tabell 6 Livsstilarnas fördelning på utbildning (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
Grundskola	16	14	10
Yrkesskola	7	6	2
Gymnasium	42	49	41
Folkhögskola	-	2	6
Universitet	35	29	46
Summa	100	100	100
n	114	189	178

Fördelningen mellan typ av utbildning skiljer sig inte nämnvärt. Störst andel har gått på gymnasium och universitet i alla livsstilar. Intressanta skillnader är bl a att både nöjes- och idrottslivsstilarna

har större andel som endast har grundskoleutbildning jämfört med läslivsstilen. Läslivsstilen har i mindre grad än de övriga har gått på yrkesskola, men de har fler som har gått på folkhögskola. Då det gäller universitetsstudier har läslivsstilen den största andelen jämfört med de övriga två livsstilarna. Vi kan också se att nöjeslivsstilen har något högre andel som har gått på universitetet än idrottslivsstilen. Detta är intressant med tanke på att nöjeslivsstilen har visat sig vara något yngre än idrottslivsstilen. En orsak till dessa skillnader skulle kunna vara att socialt, symboliskt och ekonomiskt kapital, enligt Bourdieu (Bourdieu via Roe, 1987), styr individers val, bland annat val av utbildning. Det kulturella kapitalet i sin tur reproducerar det kulturella beteendet, dvs smak för vissa aktiviteter framför andra.

Nästa steg är att se vad de tre livsstilarna sysslar med, om de studerar, arbetar, är arbetslösa osv.

Tabell 7 Sysselsättning fördelat på livsstilarna (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
Förvärvsarbete	60	65	66
Arbetslös	2	1	4
Studerande	37	29	23
Mamma/pappaledig	-	2	4
Hemarbetande	-	1	1
Annat	1	2	2
Summa	100	100	100
n	114	189	178

Livsstilarna är ganska lika fördelade med avseende på sysselsättning. Förvärvsarbete och studerande utmärker sig i alla livsstilar. Dock kan man se en tendens till att nöjeslivsstilen studerar mer och att idrotts- och läslivsstilen arbetar i något större mån.

En sista aspekt i denna beskrivning av livsstilarna tar fram i vilken mån livsstilarna är med i någon organisation. I ett första steg vill vi se om livsstilarna överhuvudtaget skiljer sig genom att vara med

eller inte vara med i en organisation/förening.

Tabell 8 Organisationstillhörighet fördelat på livsstil (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
JA	63	75	66
NEJ	37	25	34
Summa	100	100	100
n	114	189	178

Idrottslivsstilen är den livsstil som är mest aktiv och deltar i föreningar. Även de övriga två deltar i föreningar i ganska hög grad. Nästa del är att se vilken typ av organisation livsstilarna föredrar att vara medlemmar i. De olika typerna av föreningar man kan tänkas vara med i har i Kisch och Stoltzs material (1989) kodats som en variabel (organisationstillhörighet) med olika värden (1=idrottsförening, 2=ej med i någon förening osv, se bilaga 3). Detta innebär att varje svarsperson endast har tillåtits att tillhöra en förening. Snarare kan man tänka sig att det är mer rimligt att vara med i flera föreningar. Det vi visar i tabellen är därför endast huvudorganisationstillhörighet, den man är mest engagerad i. Vi har uteslutit de individer som inte har någon organisationstillhörighet.

Tabell 9 Huvudorganisationstillhörighet fördelat på livsstil (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
Idrottsförening	46	76	31
Ideell förening	15	6	29
Fackförening	7	6	10
Politiskt parti	5	3	6
Kristet samfund	1	3	9
Kulturförening	1	1	1
Annan typ av förening	7	5	14
Summa	100	100	100
n	72	142	117

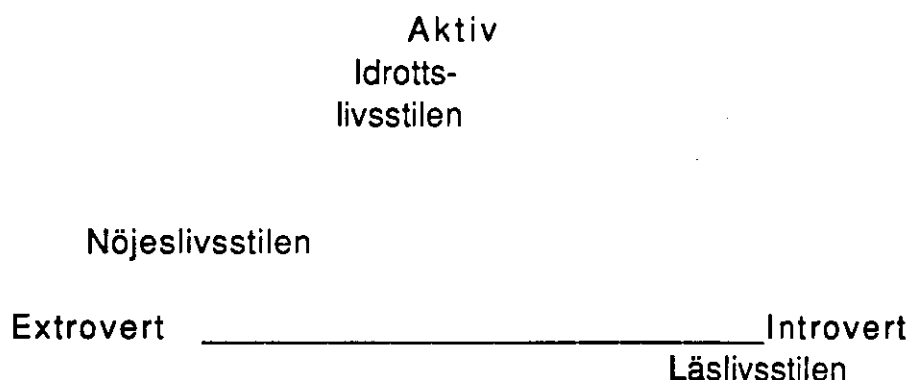
Anm. endast de som är med i organisationer har inkluderats

Idrottslivsstilen är den mest aktiva livsstilen. Livsstilens huvudorganisation är idrottsföreningar. Detta gäller även nöjeslivsstilen. Dock har de högre andel som även tillhör ideell förening, men inte i lika stor utsträckning som läslivsstilen som har hela 29 % i ideella föreningar.

Utifrån det här skulle vi kunna se livsstilarna i ytterligare en dimension, en aktiv och en passiv. Den aktiva dimensionen illustrerar en livsstil som engagerar sina medlemmar i olika aktiviteter t ex ett aktivt föreningsliv och ett aktivt deltagande. Den passiva dimensionen illustrerar livsstilar som i mindre grad är medlemmar i föreningar och är de medlemmar är detta ofta ett mer passivt deltagande. Vi kan tänka oss att idrottsföreningar kräver ett mer aktivt deltagande än vad t ex ideella föreningar, fackföreningar osv gör. Skall man klassificera livsstilarna efter detta kan man tänka sig att idrottslivsstilen är den mest aktiva av de tre. Nöjeslivsstilen är i sin tur mer aktiv än läslivsstilen, men ändå inte lika aktiv som idrottslivsstilen. Poängen med detta resonemang är att ge livsstilarna ytterligare en dimension.

Därmed har vi två dimensioner på livsstilarna; en aktiv/passiv och en extrovert/introvert. Livsstilarnas förhållande till varandra med avseende på dessa två dimensioner kan illustreras i en figur. Det är livsstilarnas relation till varandra som avgör hur de placeras i figuren.

Figur 5 Två dimensioner i livsstilarna



6.2 Tre intresseinriktningar

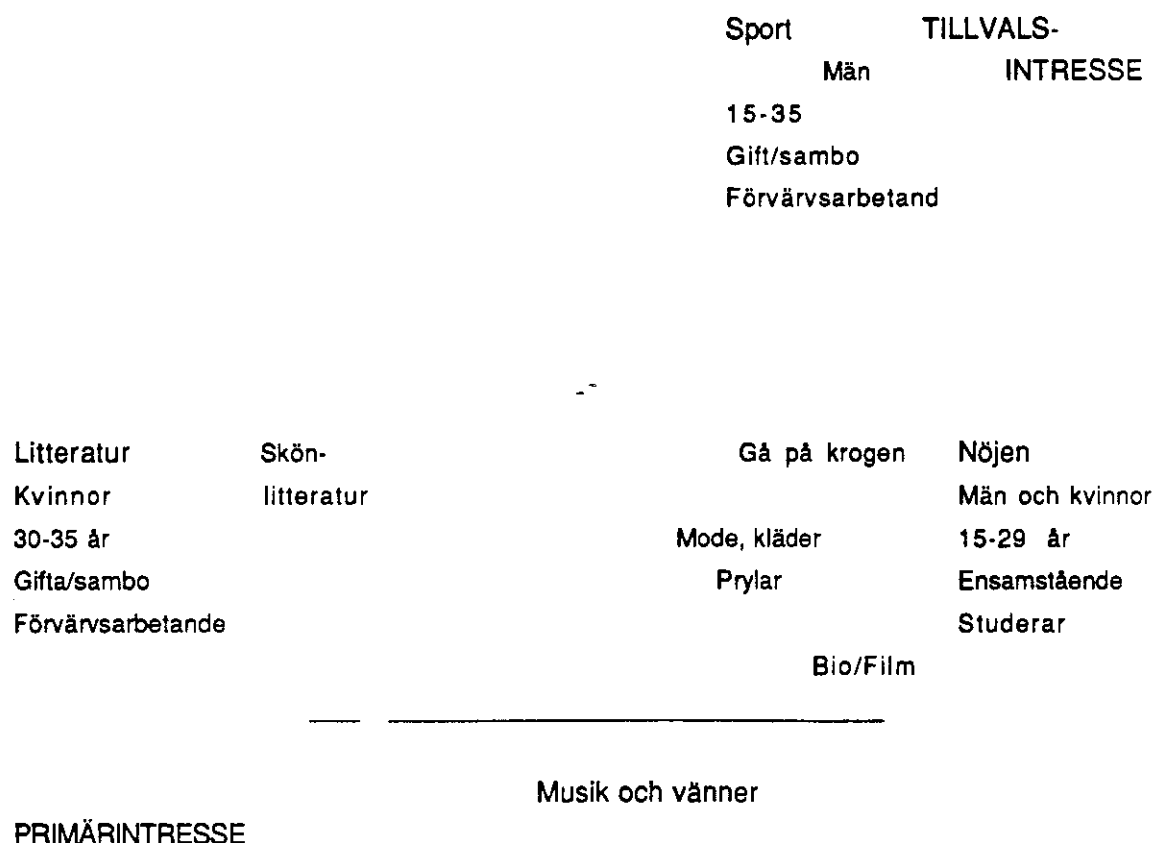
Vi har här individer med främst tre bestämda intresseinriktningar, nöjen, idrott och läsa. Det har visat sig att individerna med avseende på dessa tre intressen tenderar att vara inom samma åldersgrupp, ha gått samma typ av utbildning, ha gemensamma smaker/avsmaker för intressen osv. Detta gör det meningsfullt att tala om livsstilar, vilka, i de flesta avseenden, skiljer sig åt ganska markant. Livsstilarna har inte enbart visat avsmak (vi kan i detta fall kalla "mindre intresserad" för avsmak) för varandras intressen, de har även visat sig vara mer eller mindre intresserade av olika saker. Nöjeslivsstilen tycker om att roa sig, följa modet och gå på bio, idrottslivsstilen tycker om att sporta och kanske även att se fotbollsmatcher på tv eller gå på Ullevi någon gång emellanåt. Läslivsstilen tycker bättre om att läsa en god bok och att se på film.

De skiljer sig även på andra punkter; nöjeslivsstilen är extrovert, men endast i mindre grad aktiva, idrottslivsstilen är aktiv, men hamnar någonstans mittemellan vad gäller intro-, extrovert. Läslivsstilen är introvert och förhållandevis passiv.

Det har även visat sig vara demografiska skillnader mellan livsstilarna. Nöjeslivsstilen är jämnt fördelad mellan könen, medan idrottslivsstilen i högre utsträckning är män och läslivsstilen har fler kvinnor. De skiljer sig åldersmässigt; Den första har fler i de yngre åldrarna, idrottslivsstilen är jämnt fördelad och läslivsstilen är äldre. För övrigt kan vi se att nöjeslivsstilen i högre grad studerar, är ensamstående och jämfört med läslivsstilen har de färre universitetsutbildade. Idrottslivsstilen arbetar i högre grad, de är fler som är gifta eller lever i samboförhållande och de har betydligt färre som har gått på universitet. Läslivsstilen har högst andel som arbetar, de är främst gifta eller har samboförhållanden och de har även högst andel som har gått på universitet. Aldern är en viktig faktor som i det här fallet verkar avgöra livsstilarnas utbildning, sysselsättning osv. Vi kan därför tänka oss att livsstilarna till viss del är fasbestämda, dvs individerna är i olika faser av livscykeln (se kapitel 4.6). Detta gäller först och främst nöjes- och läslivsstilarna, där man kan tänka sig att nöjeslivsstilen ligger i ett tidigare skede av livet. Idrottslivsstilen verkar mer bestående över tid.

Gemensamt för alla tre livsstilarna är det stora intresset för musik och vänner. Man skulle kunna kalla detta för ett basintresse. Weibull kallar i "Tidningsläsning i Sverige" (1983) det som alla tidningsläsare ägnar sig åt att läsa för primärläsning. Vi kan kalla intresset för musik och vänner för *primärintresse/basintresse*. Enligt Weibull kallas då sådant innehåll som har mindre total läsning, men läses mycket i särskilda grupper för tillvalsläsning. Vi skulle alltså kunna kalla de övriga områden som livsstilarna har visat olika grad av intresse för *tillvalsintresse*. Weibull talar om den s.k lästrappan eller vad som kallas för "tre huvuddimensioner i morgontidningsläsning i förhållande till människors läsprofiler" (ibid s. 331), där författaren med hjälp av en figur visar vilken typ av innehåll alla tidningsläsare tar del av, primärläsning, och vilka tillvalsintressen de väljer att läsa, tillvalsläsning. Knyter vi an denna modell till vårt resonemang, men byter ut tidningsläsning mot intresseinriktning, kan det se ut så här:

Figur 6 Tre dimensioner av livsstilar med avseende på intresse



Figuren är ett försök till att visa livsstilarnas olika inriktningar med avseende på intressen. De olika intressena har placerats i figuren ungefärligt med avseende på hur stort intresse livsstilarna har visat i tabell 1. Som vi kan se överlappar intresseinriktningarna varandra till en viss grad, dvs vissa aktiviteter är mer eller mindre gemensamma för livsstilarna. Musik och intresset för vänner är gemensamt för alla tre livsstilarna, dessa intressen har prioriterats högst av alla livsstilar. Detta kan vi kalla ett basintresse. Därefter avviker livsstilarna från varandra i sina val av tillvalsintressen. Vissa intressen är mer eller mindre gemensamma, medan andra är livsstilarnas "typiska" intressen t ex placerar vi "gå på krogen" närmast nöjeslivsstilen eftersom detta är karakteristiskt för dem och de andra livsstilarna har visat lågt intresse för detta. Piggarna representerar de "renodlade", dvs individerna som endast deltar i en livsstil.

Intresset för nöjen och idrott har visat sig ligga ganska nära varandra. De placeras därför i någon mån på samma sida av figuren. Intresset för läsning har utmärkt sig mer åt ett motsatt håll och placeras därför på motsatta sidan. Den avgörande distinktionen för våra livsstilar är alltså tillvalsintresset.

Utifrån det här kan vi dra slutsatsen att City103 har en heterogen publik, bestående av främst tre intresseinriktningar.

7. LIVSSTILAR OCH MEDIEANVÄNDNING

7.1 Användning av City103

I en tillbakablick på analysmodellen (kap. 4.8) kan vi se att individegenskaper påverkar medieanvändningen. Individegenskaperna har vi delat in i tre nivåer, livssätt, livsform och livsstil. Individer som del av ett livssätt, utvecklar en viss livsform och är medlemmar i en eller flera livsstilar. De olika livsstilar individer kan delas in i utvecklar olika konsumtions-/användningsmönster beroende på olika smak och avsmak. Medlemskap i livsstilar påverkar i allra högsta grad hur vi väljer att använda media och vilka program vi väljer. Dock är det rimligt att de även kan ha likartad medieanvändning. Istället kan skillnaden mellan livsstilar vara hur de tolkar och tillägnar sig budskapet. Detta talar vi mer om i kapitel 8.

"Användning" av medier kan ha olika innebörd beroende på vad man avser att studera, räckvidd eller innehåll (se kapitel 4.5). Enligt Kisch och Stoltz (1989) är det vanligt att City103 står på samtidigt som man sysslar med något annat, dvs City103 fungerar som en "ljudtapet". Därför avser vi med "användning" av radion att denna står på, men att man inte behöver ägna den någon större uppmärksamhet. Detta innebär att vi är mer intresserade av räckvidden än av innehållet/utbudet. Dock behöver inte en tonvikt på räckvidden utesluta att man faktiskt kan ägna medier olika uppmärksamhet. Trots att man sysslar med något annat är det möjligt att innehållet i radion uppmärksammas. Detta återkommer vi till i kapitel 8.

Kisch och Stoltz (1989) svars personer utmärker sig genom att ha tre distinkta intresseinriktningar, publiken är sammansatt av tre olika livsstilar. Frågan är hur individer, som del av en specifik livsstil, använder massmedia och om det går att urskilja bestämda mönster. Bl a det kulturella kapitalet kan här vara en faktor som avgör individens smaker och avsmaker för olika medier, vilket reproducerar ett specifikt kulturellt beteende, handlingar eller praktiker (Bourdieu, 1987).

Vi börjar med att undersöka användandet av City103 eftersom detta är uppsatsens tema. Vi vill alltså se om det med avseende på livsstilar går att urskilja olika eller likartad användning av City103, om det finns skillnader i kännedom om City103 och i kvantiteten av lyssnande, dvs den tiden de lägger ned på att lyssna. Enligt Kisch och Stoltz (1989) kände hela 81 % av det totala antalet svarspersoner till City103. Kisch och Stoltz har även med en kategori "har hört talas om". Vi har valt att visa kategorierna separerade, eftersom vi var osäkra på vad den egentliga skillnaden mellan "känner till" och "har hört talas om" innebar och en ihopslagning hade kunnat bli missvisande. Vi börjar med att se i vilken utsträckning de tre livsstilarna känner till City103.

Tabell 10 Kännedom om City103 inom livsstilarna (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
JA	90	86	74
NEJ	8	11	22
HÖRT TALAS OM	2	3	4
Summa	100	100	100
n	114	189	178

I både nöjes- och idrottslivsstilen är kännedomen om City103 omkring 90 %. I läslivsstilen är den 74 %. Jämförelsevis är det betydligt högre andel i läslivsstilen som inte känner till kanalen.

Säkerligen är intresset för musik viktigt för i vilken mån man känner till City103. I tabell 1 kan man utläsa att intresset för musik är stort i alla livsstilarna. Man kan tänka sig att intresset för musik också aktiverar till ett sökande efter musik, bl a i radio. Av samma tabell framgår att läslivsstilen, jämfört med de två andra, har något lägre andel som är intresserade av musik. Man kan tänka sig att detta i viss mån bidrar till att kännedomen om City103 också är något mindre i läslivsstilen.

Vi kan alltså tänka oss att eftersom musikintresset kan aktiviera till ett sökande efter musik bl a i radio, borde det vara så att av de

som känner till City103 också i hög grad lyssnar på stationen. I nästa tabell utesluter vi alltså de som inte känner till City103, för att endast belysa dem som har sagt sig känna till stationen.

Tabell 11 Lyssnande på City103 inom livsstilarna (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
JA	70	73	52
NEJ	30	27	48
Summa	100	100	100
n	105	168	133

Anm. Tabellen visar endast dem som känner till City103.

Vi kan se att de som har kännedom om City103 också i mycket stor utsträckning lyssnar till stationen. Detta stöder resonemanget om att musikintresse antagligen aktiverar till radiolyssnande, då främst lyssnande på musikradio. Den enda livsstilen som visar avsmak för City103 är läslivsstilen, där 48 % av de som känner till City103 väljer att inte lyssna. En orsak till detta skulle kunna vara att de föredrar någon annan musikstil än den som spelas i City103. Av Kisch och Stoltzs (1989) undersökning framgår att det vanligaste skälet till varför man inte lyssnade var just att man inte gillade musiken. Läslivsstilen är den äldre av de tre livsstilarna, och man kan tänka sig att musiksmak ändras med åldern, och detta skulle kunna vara en orsak till läslivsstilens avståndstagande.

Vi går vidare med att titta på hur ofta livsstilarna lyssnar på City103. I tabell 11 har vi även tagit med dem som inte känner till kanalen, vilka finns under "aldrig".

Både nöjes- och idrottslivsstilen lyssnar i stor utsträckning dagligen på City103. I läslivsstilen är det vanligast att aldrig lyssna på City103, men om de lyssnar görs detta dagligen. Tydligt är det så att antingen väljer man att inte lyssna på City103 eller så lyssnar man, vilket då görs dagligen. Genomgående för de tre livsstilarna är att det mer sällsynta lyssnandet är lågt.

Tabell 12 Hur ofta de olika livsstilarna lyssnar på City103 (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
Dagligen	44	40	23
Flera g/v	15	18	11
Någon g/v	9	11	5
Mer sällan	8	6	8
Aldrig	24	26	53
Summa	100	100	100
n	114	189	178

Man skulle kunna tänka sig att City103 har en ganska fast lyssnarskara. Resultaten ovan antyder att livsstilarna i hög grad lyssnar på kanalen, och dessutom ofta, om de känner till den. Frågan är hur länge livsstilarna lyssnar, hur lång tid svarspersonerna uppskattat att City103 har stått på. Detta är en svår fråga att svara på, vilket även Kisch och Stoltz (1989) anmärker. Svarspersonernas lyssnartid varierade i hög grad från dag till dag. Författarna indelade därför lyssnartiden i ganska grova kategorier; mindre än en timme, ca en timme, en till två timmar och mer än två timmar. I tabellen nedan har vi slagit ihop mindre än en timma med ca en timma då vi anser att dessa i princip säger samma sak.

Tabell 13 Hur länge livsstilarna lyssnar på City103 (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
Ca 1 timma	28	29	19
1-2 timmar	12	10	10
mer än 2 timmar	26	28	16
Vet ej	10	7	2
Aldrig	24	26	53
Summa	100	100	100
n	114	189	178

Anm. "Ca 1 timma" = Mindre än en timma + ca en timma.

Alla tre livsstilarna lyssnar antingen ca en timma eller mer en två timmar. Detta stöder tidigare resonemang att om livsstilarna väljer att lyssna på City103, så lyssnar de ofta och länge. Främst gäller detta idrotts- och nöjeslivsstilen. Läslivsstilen utmärker sig fortfarande med relativt låga andelar. Denna livsstil tenderar i högre grad att lyssna ca en timme eller mindre.

Vi kan se att individerna, med avseende på livsstilar, har likartade mönster i användandet av City103. Idrotts- och nöjeslivsstilen är högkonsumenter av kanalen; det är många som känner till kanalen, av dessa väljer de flesta att även lyssna på den. Dessa livsstilar lyssnar dagligen och mellan ca en timme eller mer än två timmar. Läslivsstilen utmärker sig med att i lägre grad känna till kanalen. De är också den livsstil som uppvisar det största avståndstagandet. Hela 53% väljer att inte lyssna på eller känner inte till City 103, men de som lyssnar gör detta dagligen och ofta ca en timme eller mindre.

Eftersom vi antar att det är livsstilarnas stora intesse för musik som i hög grad styr deras lyssnande på Radio City103 vill vi här redogöra för livsstilarnas konsumtion av grammofonskivor/CD och kassetband. I och med att läslivsstilen har visat ett stort intresse för musik, men i mindre utsträckning lyssnar på City103 än de andra två livsstilarna, är det rimligt att tänka sig att de väljer att lyssna på egenväld musik på grammofon/CD/kassetter.

Tabell 14 Livsstilarnas lyssnande på grammofon/CD/kassetter (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
Dagligen	78	73	59
Flera g/vecka	13	16	23
Någon g/vecka	5	7	11
Mer sällan	3	4	6
Aldrig	-	1	1
Summa	100	100	100

I tabellen kan vi se att livsstilarna söker musik i form av egna grammofonskivor och kassetter. Alla livsstilarna lyssnar regelbundet på sin egenvalda musik, dvs om inte dagligen, så flera till någon gång i veckan. Läslivsstilen, som har visat mindre intresse för City103, får antagligen sitt intresse för musik tillfredsställt i valet av "egen" musik. En tänkbar anledning till att läslivsstilen tar avstånd från City103 pga att de inte gillar denna musikstil.

Mer än hälften av befolkningen mellan 9-79 år uppgav sig 1986 ha ett stort intresse för musik. Mest intresse fann man hos ungdomar (PUB Informerar, april 1988). Ungdomar är den grupp som mer aktivt söker sig till musiken (von Feilitzen m fl 1989, se även kapitel 3.2.2). Av det vi har presenterat i detta kapitel ser vi att individerna i de tre livsstilarna, är mellan 15-35 år och de söker sig aktivt till musik i olika former.

Nöjes- och idrottslivsstilarna är de som sammanfattningsvis hittills har visat störst intresse för musik, högsta lyssnarsiffror på City103 och nu även största daglig användning av skivor och kassetter. Både musikintresse och musikstil verkar vara avgörande för i vilken grad livsstilarna tar del av City103. Stilen, personligheten och programledarens professionalism är, enligt Wallis (1989), det som attraherar publiken.

7.2 Användning av övriga radiokanaler och press

Det är tänkbart att individer inom livsstilar använder olika media, i detta fall olika radiokanaler och press, för att genom mediernas olika utbud bli tillfredsställda olika behov. Vi är således intresserade av att se hur livsstilarna väljer att använda de övriga radiokanaler som finns. Tittar vi i figur 3, kap. 4.5, kan vi se att vi dels har tittat på "val" av att lyssna på City103, men att tyngdpunkten har legat på "lyssnarmängd". Det vi i detta kapitel avser att göra är att titta på "kanalval". Eftersom kanalerna i Sverige har ett ganska specifikt utbud t ex P1, P2 och P3 sänder alla olika typer av innehåll, tillåter vi oss att i viss mån försöka urskilja lyssnarprofiler utifrån detta.

Vi kommer även att belysa hur livsstilarna använder pressen, om det går att urskilja specifika mönster i individers val av tidningar som kan vara en orsak av att tillhöra en specifik livsstil. I figur 3 är detta detsamma som kanalval. Även här tillåter vi oss att tala om "profiler" i läsandet, baserat på vilka tidningar de läser. Med tanke på att val av tidningar inte i lika hög utsträckning visar en profil som då det gäller radiokanalval, blir detta en mycket generell diskussion.

I vår databearbetning har vi även differentierat livsstilarna på ålder. Vi valde att inte ta fram dem, eftersom vi ansåg att en sådan uppdelning av livsstilarna inte tillförde någon ny kunskap. Som alltid då det gäller denna typ av arbete är också begränsningar viktigt.

Det vi tar fasta på i redovisningen av tabellerna är det regelbundna lyssnandet, då detta mer visar ett aktivt val av kanal och tidning från livsstilarnas sida. Även kategorin "aldrig" är intressant ur det perspektivet att detta kan visa mer eller mindre avståndstagande eller avsmak. Denna diskuterar vi i mindre grad. Det är också viktigt att komma ihåg att det är relationen mellan livsstilarna som är viktig, då detta kan visa tendenser av preferenser i olika riktningar.

Vi börjar med att titta på livsstilarnas lyssnande på de traditionella radiokanalerna. Varje radiokanal var en variabel i kodboken, med uppdelningen dagligen, flera g/vecka osv. I tabellen nedan har vi valt att slå ihop kategorierna dagligen, flera g/vecka och någon g/vecka. Denna kategori kallar vi regelbundet lyssnande. Vi gjorde detta av den anledningen att vi ville kunna visa alla tre livsstilarna i samma tabell. Detta hade annars varit svårt.

I tabell 15 kan vi se att läslivsstilen är den livsstil som i störst utsträckning lyssnar regelbundet på P1 och P2, medan de övriga två livsstilarna visar mer avsmak för dessa kanaler. P2-lyssnandet är dock ganska lågt även i läslivsstilen. När det gäller regelbundet lyssnande på P3 är livsstilarna mycket lika varandra. Idrottslivsstilen "toppar" dock med 95% regelbundna lyssnare. Lyssnandet på lokalradion är också ganska populärt inom livsstilarna. Omkring hälften lyssnar regelbundet på lokalradion, och detta gäller för alla livsstilarna. Dock kan vi se att lyssnandet på lokalradion är störst i idrottslivsstilen. Som vi har sett i kapitel 2.4 har intresset för lokala medier ökat, dvs

både politiska förutsättningar och individers ökade behov av samhällsinformation, social, kulturell och geografisk närhet har gett mer utrymme för medier med både lokal täckning och lokalt innehåll (Gustafsson, 1987, Lundby, Skogerbö, 1989, Hvitfeldt, 1989). Detta är troligtvis rimliga förklaringar till varför lyssnandet på lokalradio är såpass stort i de tre livsstilarna.

Tabell 15 Livsstilarnas lyssnande på övriga radiokanaler (procent)

	NÖJEN			IDROTT			LÄSA		
	regelb.	sällan	aldrig	regelb.	sällan	aldrig	regelb.	sällan	aldrig
P1	18	18	64	17	25	58	35	22	43
P2	7	13	80	8	28	64	18	27	55
P3	89	8	3	95	4	1	89	7	4
LOKAL	48	18	34	64	16	20	53	18	29
NÄR.1	43	13	44	50	13	37	29	16	55
NÄR.2	54	13	33	59	10	31	35	15	50
n	114			189			178		

Anm. Livsstilarnas rader blir 100 %. Frågan om närradio 2 orsakade, enligt, Kisch och Stoltz, problem och de var därför tvungna att förtydliga genom att lägga till bl a City103.

Även lyssnandet på närradion är ganska utbrett i nöjes- och idrottslivsstilen, framför allt då lyssnandet på närradio 2. Individer med nöjeslivsstilen är de enda som rangordnar närradio 2 som sitt andra val efter lyssnande på P3. Läslivsstilen är inte lika "betuttad" i närradiolyssnande. Det man kan sluta sig till utifrån tabellen är att framför allt läslivsstilen skiljer sig från de andra två, de har en större andel som visar avsmak för dessa kanaler. Att "tillhöra" en livsstil tycks alltså påverka hur individerna använder olika radiostationer. Man kan kanske tänka sig att de i läslivsstilen söker tillfredsställa något annorlunda behov, eller har andra motiv för lyssnandet än de andra två har. Man skulle kunna säga att de utmärker sig med att ha olika lyssnarprofiler.

Av ovan diskussion framgår att det finns skillnader i användandet av

riks-, lokal- och närradiokanaler. Sannolikheten är därmed stor att livsstilarna även använder olika typer av tidningar. Troligt är att individer i första hand väljer de tidningar som är störst i den kommun de bor. Vi kan kalla de tidningar som livsstilarna i första hand väljer att läsa för "förstahandsval". I Göteborg kan detta förstahandsval vara t ex morgontidningen Göteborgs-Posten och kvällstidningen GT (numera ihopslagen med Kvällsposten och kallas "Idag"). "Sekundärval" innebär de tidningar som livsstilarna totalt sett läser i mindre utsträckning, men som läses mer i någon livsstil jämfört med de övriga.

Tabell 16 Livsstilarnas användning av press (procent)

	NÖJEN			IDROTT			LÄSA		
	regelb.	sällan	aldrig	regelb.	sällan	aldrig	regelb.	sällan	aldrig
DN	15	14	71	10	21	69	17	20	63
SVD	8	10	82	9	13	78	11	12	77
G-P	89	7	4	94	3	3	87	8	5
ARB	16	9	75	15	15	70	29	15	56
EXP	34	23	43	33	24	43	26	29	45
AFT.BL	30	14	56	27	20	53	28	28	44
GT	76	14	10	69	20	11	54	24	22
n	114			189			178		

Anm. Livsstilarnas rader uppgår till 100 %.

Dn=Dagens Nyheter, SVD=Svenska Dagbladet, G-P=Göteborgs-Posten, ARB=Arbetet, EXP=Expressen, AFT.BL=Aftonbladet.

G-P läses regelbundet i alla livsstilarna. GT är också populär i livsstilarna, då i högre grad av nöjes- och idrottslivsstilarna och främst i nöjeslivsstilen. Rangordnar vi respektive livsstils val av tidning inom kategorin regelbundet läsande, kan vi se att både G-P och GT läses i stor utsträckning. Detta skulle vi kunna kalla livsstilarnas "förstahandsval". Detta val beror antagligen på att dessa tidningar är relativt lokalt präglade och dessutom de största runt Göteborgsområdet. I "andrahandsvalet" kan vi se att livsstilarna visar olika profiler. Nöjes- och idrottslivsstilarna väljer Expressen och därefter Aftonbladet. Läslivsstilen väljer istället Arbetet, därefter

Aftonbladet. Vi kan alltså se olika inriktningar i livsstilarnas "andrahandsval" av tidningar.

Vänder vi på resonemanget och istället talar om avsmak kan detta ge ytterligare perspektiv. Nöjeslivsstilen har jämförelsevis störst andel som visar stark avsmak för Svenska Dagbladet, Arbetet, Dagens Nyheter och Aftonbladet. Denna rangordning följer även idrottslivsstilen, dock med färre andelar. Idrottslivsstilen har istället högre andelar som sällan läser dessa tidningar. Läslivsstilen har störst andel som visar avsmak för GT.

7.3 Sammanfattning - livsstilar och medieanvändning

Vi har sett att individerna beroende på intresseinriktning, livsstil, visar olika mönster i användningen av City103, övriga radiokanaler och tidningar. Läslivsstilen utskiljer sig starkast, medan nöjes- och idrottslivsstilarna är mer lika. Man kan i det här avseendet tala om "smak" och "avsmak". Livsstilarna visar att de föredrar vissa radiokanaler framför andra och, som Bourdieu skriver (1987), är det systematiken i individens val som binder dem samman i livsstilar.

Alla livsstilarna känner i hög grad till City103. Det visade sig dessutom att mellan 70-73 % av de i nöjes- och idrottslivsstilen som kände till stationen också lyssnade på den. Läslivsstilen visade ett större avståndstagande/avsmak, där 48 % helt enkelt valde bort stationen.

De som väljer att lyssna på City103, lyssnar mycket. Det vanligaste var att man lyssnade dagligen eller flera gånger i veckan. Lyssnartiden var antingen en timma eller mindre eller mer än två timmar. Ingen av livsstilarna lyssnar "sällan" på kanalen, utan tydligen väljer man antingen mycket eller lite. Det visade sig även att alla livsstilarna lyssnade dagligen på grammofon/CD eller kassetband. Läslivsstilen hade något lägre andel än de andra två, men har också visat en något lägre andel musikintresse. Man kan tänka sig att läslivsstilen fyller sitt behov av musik genom att lyssna på "egen" musik, medan de två övriga livsstilarna kan tänka sig att i stor utsträckning lyssna på City103 och den musik denna station erbjuder.

Då det gäller konsumtion av övriga radiokanaler och tidningar kan vi urskilja mönster. Alla livsstilar valde främst radiokanaler som P3

när- och lokalradio. Dock verkar läslivsstilen ha ett större behov av att även ta del av samhällsdebatter, information och annat, som t ex utbudet i P1 och P2 karakteriseras av. Betydligt större andel av läslivsstilen tog del av dessa kanaler jämfört med de övriga två. Då det gäller tidningar valde läslivsstilen, förutom förstahandsvalet av G-P och GT, även Arbetet. Läslivsstilen var f.ö de som visade störst avsmak för GT. De två andra livsstilarna valde, förutom G-P och GT, Expressen. Detta tyder på något olika inriktningar i både kanal- och tidningsval. Nöjeslivsstilen visade störst avsmak för Svenska Dagbladet, Arbetet, Dagens Nyheter och Aftonbladet. Idrottslivsstilen hade en likartad rangordning, men hade istället större andel som sällan läste dessa tidningar.

Läslivsstilen tenderar att urskilja sig från de övriga två, med en annorlunda medieanvändning. Nöjes- och idrottslivsstilen är mer lika i sina val. Vi har tidigare nämnt att det med stor sannolikhet är så att läs- och nöjeslivsstilen är fasbestämda livsstilar, deras inriktningar skiljer sig pga att individerna med dessa livsstilar är i olika faser av livet. Det som är intressant och se är att idrottslivsstilen verkar bestå över olika åldrar. Man kan tänka sig att deras medieanvändning inte i samma utsträckning är fasbetingat, utan istället att de har ett mer bestående eller fast användningsmönster. En annan orsak kan vara att det är ett resultat av det antal individer som är med i flera livsstilar.

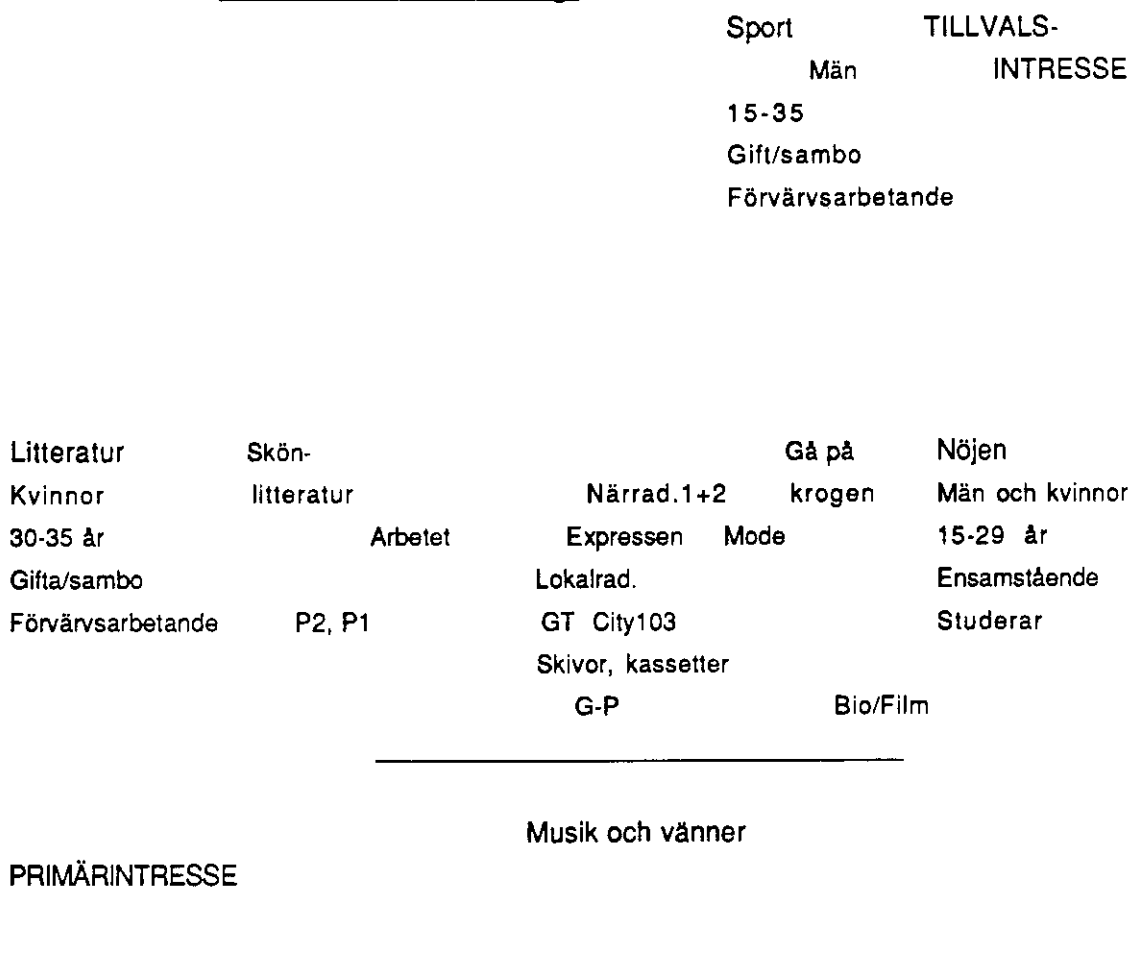
Utifrån detta skulle vi kunna säga att trots att individen alltid är unik, påverkar individens livsstil hur han/hon väljer att använda massmedia. De tycks vara så att en specifik intresseinriktning är viktig för valet av media/radiokanal.

Till sist kan vi placera in livsstilarnas val av radiokanaler och tidningar i den figur vi visade i kapitel 6.2.

Figur 7 visar en ungefärlig riktning i val och preferenser av radiokanaler och tidningar. Det viktiga är livsstilarnas relationer till varandra och vilka preferenser de har visat, vad de lyssnar och läser mer eller mindre av, vilket sedan avgör hur de placeras i figuren. Det vi kan se är förhållandevis olika inriktningar i livsstilarnas val eller, som det också kan kallas, olika profiler. T ex läses Expressen mer av idrotts- och nöjeslivsstilen, vilket gör att den placeras till höger i

figuren, på läslivsstilens "gräns". Arbetet, å andra sidan, placeras mer åt läslivsstilens håll, eftersom både idrotts- och nöjeslivsstilen visade lågt intresse för denna tidning. G-P lästes i hög grad av alla och placeras i mitten osv.

Figur 7 Tre dimensioner av livsstilar med avseende på intresse och medieanvändning.



8. MEDIEANVÄNDNING SOM LIVSSTIL?

8.1 Motiv att lyssna på radio

Vi har i resultatredovisningen försökt visa att vi här kan tala om individer med olika livsstilar. Vi har också visat att bl a livsstil kan vara en faktor som påverkar medieanvändningen. Individerna utvecklar en specifik medieanvändning beroende på vilken livsstil de för. I detta kapitel vill vi försöka beskriva hur livstil och medieanvändning kan tänkas hänga ihop.

I kapitel 4.7 har vi diskuterat olika sätt att se på begreppet "funktion". Man kan definiera det som "behovstillfredsställelse", "motiv", "konsekvens", "funktion" osv. Då vi diskuterar funktioner i detta kapitel försöker vi ta fasta på "motiven" för att använda bestämda medier och ett bestämt utbud. Individer kan alltså ha olika motiv för att ta del av olika medier. Motiven i sin tur, förutsätter vi, är beroende av individens behov, dvs att behoven styr individers motiv. "Konsekvenser" är följderna av att använda ett bestämt medium, vilka kan vara latent, manifesterade och positiva eller negativa. Konsekvenserna av att använda ett medium behöver inte alltid svara mot motivet. Oavsett motivet, kan konsekvenserna bli antingen positiva eller negativa eller både och.

Frågan är var funktionsbegreppet skall placeras i denna uppdelning. En "funktion" skulle kunna fungera som en slags brygga mellan "motiv" och "konsekvens" och/eller så skulle begreppet kunna definieras som den slutgiltiga upplevelsen mellan motivet att använda media och konsekvensen av detta. Det vanligaste i dagligt tal är att kalla hela processen för "funktion", vilket onekligen är lättare.

Enligt Morley (1980) är publiken sammansatt av ett antal sub-kulturella formationer, grupper av medlemmar, som alla delar en kulturell orientering i hur man avkodar meddelanden. Då vi talar om livsstilar kan vi tänka oss att konsekvenserna av att använda media bl a är beroende av livsstilarnas kulturella orientering eller tolknings-

schema. Utifrån detta är det även rimligt att tänka sig, i enlighet med receptionsforskningen (se kap. 4.4.3) att livsstilar tillägnar sig olika delar av ett innehåll, dvs de tillägnar sig de delar de har behov av att fylla. Detta skulle kunna innebära att konsekvenserna av en viss medieanvändning är beroende av dels individens egna bakomliggande motiv, men också av de motiv den livsstil har, som individen är en del av.

Motiven för att lyssna på olika radiokanaler försöker vi belysa med hjälp av de "skäl" som svarspersonerna uppgav vara anledningen till att de lyssnade på City103 och övriga radiokanaler. Konsekvenserna är svårare att mäta och om detta kan vi endast teoretisera. Vi är också medvetna om att vår definition ibland kan vara glidande.

Trots att utbudet i City103 är specifikt, dvs nästan enbart spelar musik, använder individer med olika livsstilar denna. Frågan är vilket motiv livsstilarna har för att lyssna på City103, vilket behov kanalen fyller för dem. Musiken tycks vara det viktigaste. I enlighet med diskussionen ovan kan livsstilars olika tolkningsmönster tänkas innebära att de tillägnar sig olika delar i budskapet. Svårigheten med detta är, som redan nämnts, att avgöra hur livsstilarnas kodsystém eller tolkningsmönster ser ut.

Då det gäller de övriga radiokanalerna är det mycket möjligt att individer med olika livsstilar har helt andra motiv för att använda dessa, än vid användandet av City103. Livsstilarna kanske använder kanalerna med olika motiv, för att fylla olika behov.

För att belysa vilka motiv som kan tänkas ligga bakom lyssnandet på City103, har vi använt den fråga Kisch och Stoltz (1989) ställde i sin undersökning. Denna fråga löd "Varför lyssnar du på City103?". Problemet var att författarna fick ett högt internt bortfall på enkätsvaren, vilket innebar att de var tvungna att redovisa de två metoderna var för sig. Vi har valt att endast använda oss av telefonintervjusvaren, eftersom dessa hade störst svarsfrekvens. Svaren grupperades i åtta skäl för lyssnandet på City103. Det är just utifrån dessa åtta som vi avser att försöka belysa livsstilarnas motiv. Vi skall även belysa livsstilarnas motiv till att lyssna på övriga radiokanaler. Detta gör vi för undersöka om motiven för att lyssna på den traditionella radion skiljer sig från motiven att lyssna på City103.

Vid telefonintervjun var det meningen att svaren skulle komma spontant. Detta skedde också i fallet med skälen för lyssnande på City103. Men då det gällde skälen till att lyssna på övriga radiokanaler, hade svarspersonerna svårare att redogöra för dessa. Intervjuarna fick då "hjälpa till " ibland och räkna upp några tänkbara skäl. Vi vill att läsaren ska vara medveten om detta när vi jämför skälen till lyssnande på City103 respektive radion i allmänhet. Metoden kan vara positiv eller negativ. Vi diskuterar detta vidare då vi jämför de två tabellerna.

Vi vill också att läsaren observerar att de två tabellerna har olika n-tal. Detta beror på att olika antal individer har svarat City103-frågorna och frågorna om övriga radiokanaler.

Vi börjar med att redovisa skälen till att lyssna på City103:

Tabell 17 Livsstilarnas skäl till att lyssna på City103 (procent)

SKÄL	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
Info. om nöjesliv	4	2	2
Alt. till riks/lokalradio	6	7	6
Sällskap	-	2	-
Få reda på senaste skivnytt	1	6	5
Syssla med annat samtidigt	12	11	3
Underhållning	7	8	11
Lyssna på musik	89	96	86
n	86	145	72

Anm. De låga n-talen beror på låg svarsfrekvens samt att det endast är svar från intervjuundersökningen som redogörs för i tabellen. Varken rad- eller kolumnprocent kan summeras till 100 % då svarspersonerna kunde uppge fler än ett alternativ.

Det absolut främsta skälet till, motivet för, att lyssna på City103 är enligt tabellen att lyssna på musik. Detta motsvarar Kisch och Stoltz (1989) resultat, samt styrker diskussionen om att det främst är musiken som lockar. Även läslivsstilen uppger sig lyssna för musikens skull. Detta skulle kunna betyda att de som har uppgett sig lyssna på

City103 föredrar denna typ av musik. De som däremot har tagit avstånd i denna livsstil tycker uppenbarligen om en annan musikstil. Den musikstil som City103 representerar verkar passa bättre för idrotts- och nöjeslivsstilarna.

Motivet för att lyssna på City103 tycks vara likartad, eftersom alla i de olika livsstilarna har uppgett sig lyssna för musikens skull. Konsekvenserna av att lyssna behöver dock inte vara likartad för de tre livsstilarna. Konsekvenserna kan vara latent (avsedda) eller manifesterade (oavsedda) och positiva eller negativa och dessutom kanske variera med t ex tidpunkt. Troligt är att lyssnarna på City103, beroende på vilken av de tre livsstilarna de tillhör, använder musiken på olika sätt, i olika situationer och tolkar musiken olika. Musiken kan ha olika betydelser, vilket leder till att livsstilarna trots allt tillägnar sig olika belöningar.

Det är möjligt att motiven för att ta del av de övriga radiokanalerna är annorlunda, än de för att ta del av City103. I nedanstående tabell visar vi ett antal skäl till varför livsstilarna lyssnar på övriga stationer.

Tabell 18 Livsstilarnas skäl till att lyssna på övriga radio-kanaler (procent)

	NÖJEN	IDROTT	LÄSA
Lokala nyheter	22	28	36
Riks/utrikes nyheter	59	60	72
Sällskap	22	24	29
Syssla m. annat samt.	83	83	86
Underhållning	20	24	29
Lyssna på musik	84	88	67
Aktuell debatt	9	11	20
Kulturhändelser	6	7	16
n	98	155	146

Anm. Livsstilarnas n-tal är mindre än vanligt pga att det endast är telefonintervjuerna som redogörs för i tabellen. Varken rad- eller kolumnprocent kan räknas till 100 % då flera alternativ kunde anges.

Nöjes- och idrottslivsstilarna uppger främst att de lyssnar på musiken, därefter sysslar med annat samtidigt och lyssnar på riks- och utrikesnyheter. Dessa två livsstilars motiv till lyssnande är rangordnat på ett mycket likartat sätt. Läslivsstilen visar, å andra sidan, en annorlunda rangordning. De uppger främst att de sysslar med något annat samtidigt, därefter lyssnar de på riks-/utrikesnyheter. På tredje plats kommer att lyssna på musik. En intressant skillnad är också att de har högre andel som anger aktuell debatt och kulturhändelser som skäl till att lyssna.

För idrotts- och nöjeslivsstilen verkar musiken vara det viktigaste motivet till att lyssna på radion, vare sig det är City103 eller ej. Vill de endast höra musik, lyssnar de på City103 och vill de även höra riks- och utrikesnyheter lyssnar de på, som de tidigare resultaten visade, P3 eller lokalradion (närradion har inga riks-, utrikesnyheter). Vad gäller läslivsstilen har de andra motiv för att lyssna på radion. Man kan tänka sig att de som väljer att lyssna på musik, lyssnar på City103. Har de behov av annat innehåll, t ex riks-, utrikes- eller lokala nyheter, kulturprogram, aktuella debatter osv lyssnar de på P3, P1, P2 och lokalradion.

I tabell 17 om skälen till varför man lyssnar på City103 uppges motivet att "syssla med annat samtidigt" av mycket få, medan då man lyssnar på de övriga kanalerna uppger nästan alla detta som ett motiv. Detta kan bero på olika saker. Det kan dels bero på den metod intervjuarna använde, dvs att de "hjälppte till" vid skälen för lyssnande på radio i allmänhet, men inte gav någon hjälp i City103-fallet. Metoden för City103 är bra i det avseendet att svarspersonen har angett det skäl de först kom att tänka på och man kan tänka sig att detta är deras huvudsakliga skäl till att lyssna. När det gäller övriga radiokanaler har svarspersonerna genom den hjälp de fick kunnat överväga och uppge flera alternativ, varför det är svårt att sluta sig till vilket skäl som är det huvudsakliga. Man kan dock tänka sig att de skäl med högst procentandel i detta fall är de huvudsakliga skälen till radiolyssnande.

En andra orsak kan vara att ett väl etablerat medium, i detta fall de övriga radiokanalerna, är mer integrerat i individernas liv och att de därför i större utsträckning reflekterat över vilken nytta eller vilka motiv man har för lyssnandet. City103 är ett förhållandevis nytt

medium och därmed inte lika väl integrerat. Man har därför inte funderat över dessa frågor i lika stor utsträckning.

En tredje aspekt på skillnaden kan vara hur frågan är ställd eller hur svarspersonen uppfattar frågan. Svarspersonen kanske inte tänker på situationen kring lyssnandet, utan endast på innehållet då frågan ställs. Detta betyder att skäl som t ex ljudtapet, sällskap, kommer i andra hand och att svarspersonen istället endast tänker på innehållet t ex musik, nyheter osv. Man kan tänka sig att man ägnar radion olika uppmärksamhet. Radion kan stå på en hel dag utan att man reflekterar över ett specifikt innehåll, man använder utbudet i radion som bakgrund samtidigt som man sysslar med något annat. Man skulle kunna kalla detta för sekundärt lyssnande. Den andra aktiviteten är viktigare än radions innehåll. Det är även möjligt att den andra aktiviteten man sysslar med samtidigt kommer i andra hand och att radions utbud, trots den andra sysslan, faktiskt ägnas den främsta uppmärksamheten. Detta innebär att lyssnandet är det primära och det är detta svarspersonen tänker på då han svarar på frågan. I tabellen om skälen till varför man lyssnar på City103 uppger ytterst få att de sysslar med annat samtidigt. Det troliga är att många faktiskt gör en mängd andra saker samtidigt som City103 står på, men att musiklyssnandet trots detta är det primära, motivet att lyssna är ju för musikens skull.

8.2 Lyssnandet - en vana eller ett uttryck

Enligt Hadenius, Weibull (1986) är radiopubliken i regel inriktad på en kanal. Mindre än 20 % av publiken är regelbundna kanalbytare. Detta innebär att ett vanebeteende uppstår. Man vet att man får de belöningar man söker genom att ta del av vissa kanaler och innehåll, dvs individer har "lärt sig" att vissa motiv för att lyssna på radio leder till vissa konsekvenser. Vanan i sig kan innebära att konsekvenserna kan vara positiva eller negativa men att de främst är latent, oavsedda, eftersom radion kanske står påslagen en hel dag, inställd på samma station, med förhoppningen att utbudet skall innehålla något som kan tilltala en.

De har visat sig att, av de som kände till City103, lyssnade de också i stor utsträckning på kanalen. När individer en gång har hittat City103, och de väljer att lyssna på den, är det troligt att radion får stå inställd på stationen. T ex kan vanan att lyssna på City103 för

musikens skull, ha den latent positiva konsekvensen för individen att tiden på arbetsplatsen går fortare eller att läx- och tentaläsning blir roligare. Man ägnar helt enkelt stationen växlande uppmärksamhet och lyssnar allteftersom man t ex känner igen sånger, sånger som lockar fram vissa känslor, minnen, avslappning eller som hjälper en att tänka på något annat osv.

En viss förändring håller dock på att ske i samband med att vi får mer lokala kanaler och ett mer profilerat utbud (se kapitel 2.4). Det blir vanligare att byta kanal för att fylla olika behov, vilket leder till att individen har olika motiv för att lyssna på olika kanaler. T ex kanske man lyssnar på City103 med motivet att lyssna på musik, men P3 för att lyssna på riks- och utrikesnyheter.

Man kan också tänka sig att medieanvändningen är ett uttryck för de olika livsstilarna. Medieanvändningen kanske är funktionellt för upprätthållandet av en livsstil, det är medieanvändningen i sig som utgör distinktioner för livsstilar. Vi kan tänka oss detta på två sätt.

Det ena sättet kan innebära att ett visst innehåll kan ha ett visst "rykte" eller av allmänheten anses vara "fint" eller "ofint". En vanlig distinktion i samhället är den mellan fin- och populärkultur. Enligt Bourdieu (via Roe, 1987) finns det tre zoner av smaker som motsvarar utbildningsnivå och social klass; den legitima smaken (dessa har både högt kulturellt och ekonomiskt kapital), medelklassmaken (dessa har antingen högt kulturellt eller högt ekonomiskt kapital) och populärsmaken (dessa har lågt på båda typerna av kapital). Distinktionen går främst mellan den legitima och medelklassmaken kontra populärsmaken, där den sistnämnda anses vara oseriös, nytillkommen, tillgänglig för allmänheten och kommersiell. Genom att använda vissa medier, kanaler och utbud, med bestämda "rykten", uttrycker kanske livsstilarna sina smaker och avsmaker på bestämda sätt. Lyssnandet på City103 skulle efter denna definition kallas populärsmak, vilken uttrycks av de som har visat störst smak för kanalen, dvs individer med nöjes- och idrottslivsstilen. Individerna med läslivsstilen har visat avsmak för City103 och kanske istället uttrycker sin smak genom annan medieanvändning, som mer stämmer överens med den legitima eller medelklassmaken.

Ett annat sätt att tänka sig ett "uttryck" kan vara att en bestämd

medieanvändning, "media"-profil, distingerar livsstilar. Tittar vi i figuren i kapitel 7.3, kan vi se tre intresseinriktningar och tre "media"-profiler. Individerna med läslivsstilen lyssnar mer på P1, P2, de läser i högre grad t ex Arbetet och de lyssnar mindre på City103 än de övriga. Individerna med nöjes- och idrottslivsstilen lyssnar mer på närradio och läser i högre grad t ex Expressen och framförallt lyssnar de i mycket högre grad på City103. Individerna i nöjes- och idrottslivsstilen lyssnade på all radio med motivet att det var för musikens skull, medan detta motiv endast gällde för lyssnandet på City103 för de i läslivsstilen. Musiken och därmed lyssnandet på musikkanalen City103 kanske är funktionellt för upprätthållandet av dessa två livsstilar. Lyssnandet på City103 kanske är ett uttryck för dem som lyssnar mest, i vårt fall idrotts- och nöjeslivsstilen. Vi får dock inte glömma att det fanns individer med läslivsstil som också lyssnade på City103. Om alla dessa individer med olika livsstilar går samman i lyssnandet på City103, kanske själva lyssnandet på musikkanalen innebär en livsstil. Lyssnandet på City103, skulle vi kunna säga, har en manifest, avsedd, positiv konsekvens.

8.3 City103 - Primär eller tillvalsfunktion?

Kisch och Stoltz (1989) har i sitt arbete delat in de funktioner (definition enligt bla Djerf, 1986) City103 kan tänkas fylla för individen i informations-, förströelse- och ljudtapetsfunktioner. Informationsfunktionen avser att individen tar del av mediet för att få lokala, riks- och/eller utrikesnyheter. Förströelsefunktionen innebär att individen vill ta del av underhållning, lyssna på musik och/eller få sällskap och enligt ljudtapetsfunktionen står radion på medan individen sysslar med något annat samtidigt. Enligt författarnas definition är inte lyssnandet "aktivt" i denna funktion.

Resultaten från Kisch och Stoltzs undersökning visade att förströelsefunktionen var den viktigaste då man lyssnade på City103. Inom ramen för denna funktion övervägde musikmotivet. Ljudtapetsfunktionen var också viktig, enligt författarna, dock var denna funktion viktigare för de övriga radiokanalerna.

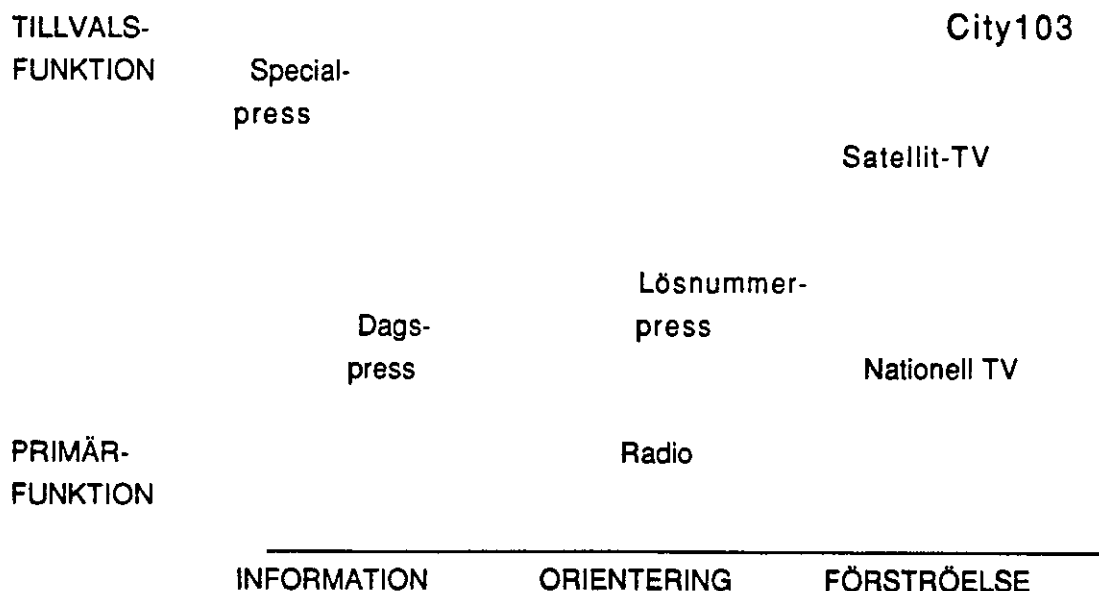
Författarna ville därefter placera in City103 i ett större mediesammanhang, där de använder en figur som Weibull har skisserat i ett häfte "vad påverkar framtidens tidningsval?" (Weibull via Kisch och Stoltz, 1989) som visar grunddimensionerna i mediesystemet. Utifrån

mätningar av människors användning och förväntningar av medier placeras medierna in i figuren. Figuren innehåller ett antal olika komponenter fördelade på två axlar: information, orientering och förströelse på den ena axeln, vilket visar den funktion individen söker. På andra axeln kan mediet ha en tillvals- eller primärfunktion. Primärfunktionen syftar till individens mera grundläggande behov av orientering och tillvalet handlar om olika slags intressen.

City103 kan då fylla en tillvals- eller primärfunktion. Kisch och Stoltz utgår från att City103 främst fyller tillvalsfunktionen och att behovet som söks är förströelse. Vilket vi visar i figur 8.

Istället för att dela in funktionerna i tre stora kluster, har vi valt att hålla isär dem i denna analys. Detta gjorde vi eftersom vi antog att individer med olika livsstilar inte skulle skilja sig så mycket på det generella planet, utan snarare på det specifika. Vi har dessutom lagt betoningen på "motiv" och "konsekvens" istället för "funktion".

Figur 8 Grunddimensioner i mediasystemet, med ett försök att placera in City103 i sammanhanget.

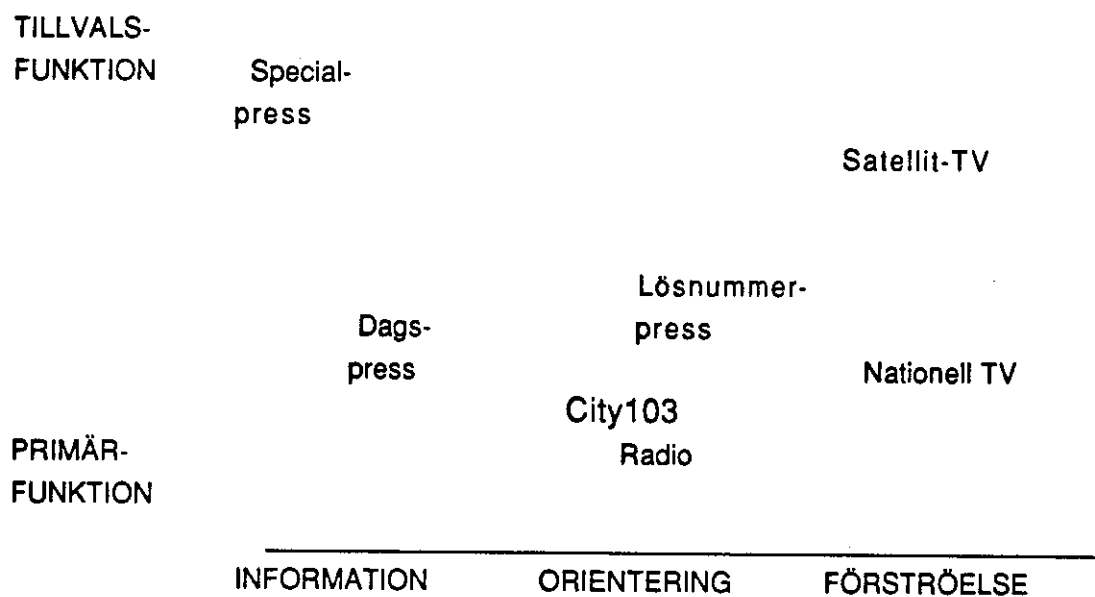


Motivet att lyssna på City103 var för alla livsstilar främst för musikens skull. Konsekvenserna av detta motiv kan, som vi nämnt tidigare, variera mellan livsstilarna och vara beroende av det tolkningsschema som individer utvecklar som tillhörande en specifik livsstil. Konsekvenserna av att lyssna på musik kan t ex vara att skapa stämningar, undertrycka ett humör, en hjälp i sociala kontakter, ett uttryck, en vana osv. Det viktiga är alla individers, oavsett livsstil, stora intresse för musik. Vi har kallat detta för ett basintresse (kap. 6.2) och efter att ha belyst motiven bakom att lyssna på City103, skulle vi kunna kalla detta ett basbehov. Både intresset för och behovet av att lyssna på musik är stort för individerna, oavsett livsstil. För framförallt individerna i nöjes- och idrottslivsstilen, som lyssnar mest på City103, verkar användningen av stationen vara ett uttryck för tillhörigheten i dessa livsstilar.

Utifrån våra resultat kan man diskutera om City103 fyller en tillvals- eller primärfunktion. Om vi övergår att tala om City103 som en musikkanal istället för stationen i sig, får vi en annan utgångspunkt. Enligt definitionen på primärfunktion, innebär denna individens grundläggande behov av orientering. "Funktionen" skulle i detta fall kunna definieras som "slutprodukten" av det upplevda innehållet, dvs den produkt som blir kvar då konsekvenserna av individens, och dennes livsstils, medieanvändning har tillägnats. Kisch och Stoltz ansåg att det var ganska otänkbart att City103 skulle kunna fylla denna funktion. Men, som våra resultat har visat, finns det ett ganska grundläggande behov av musik, vilket också är ett basintresse för City103s lyssnare. Lyssnarna, som består av tre intresseinriktningar, söker musik bl a i egna skivor och kassetter, men även i radio. En musikkanal som City103 kanske fyller grundläggande behov t ex som ett uttrycksmedel för livsstilar eller kanske förströelse. Forskning om musik har hittills sett detta uttrycksmedel som endast förströelse. Det intressanta är att musiken även kan fylla grundläggande behov av t ex orientering på skivmarknaden eller information om senaste nytt på hitlistorna. Dvs individer kan söka information och orientering inom förströelseområdet. Detta skulle då kunna vara musikens och City103s primärfunktion för dessa individer. Men förströelse kan också vara en primärfunktion i sig, utan att individen nödvändigtvis söker information och/eller orientering. Det man kan tänka sig är att ju mer nöjesinriktad livsstil en individ för, desto mer fyller musiken ett grundläggande informationsbehov.

Utifrån detta kan vi försöka oss på en ny placering av City103 i figur 9.

Figur 9 Grunddimensioner i mediasystemet, med ett nytt försök att placera in City103 i samman hanget.



9. SAMMANFATTNING

Enligt våra resultat har vi kommit fram till följande:

Svarspersonerna i Kisch och Stoltzs undersökning kan delas in i tre intresseinriktningar, en på nöjen, en på idrott och en på läsa. Individerna har sammanförts i dessa grupper beroende på hur stort intresse de har visat för olika aktiviteter, dvs vi har utgått från smak och avsmak. Dessa tre inriktningar har visat mer eller mindre avsmak för varandras intressen, vilket är en viktig startpunkt då vi har för avsikt att tala om livsstilar.

Individerna med en läslivsstil tycker om att läsa skönlitteratur, umgås med vänner, se på film och lyssna på musik. Individerna i denna livsstil tenderar att vara främst kvinnor i åldern 30-35 år, de är gifta eller har samboförhållande och är förvärvsarbetande. De flesta har gått på gymnasiet och de har störst andel som har gått på universitet. Jämfört med individerna med de övriga två livsstilarna, är det fler som har gått på folkhögskola.

Individerna med idrottslivstilen tycker om idrott, musik och träffa vänner. De är främst män mellan 15-35 år, övervägande del är gifta eller har samboförhållande och förvärvsarbetar. Övervägande del har endast gått gymnasiet, jämfört med läslivsstilen är det fler som har enbart gått på yrkesskola, men de har minst andel som har gått på universitet.

Individerna med nöjeslivsstilen tycker om att gå på krogen/gå och dansa, de tycker om att följa modet, gå på bio, lyssna på musik och träffa vänner. De är både män och kvinnor mellan 15-29 år. De flesta är ensamstående och studerar. De flesta har enbart gått på gymnasiet, de har högst andel som har yrkesskola bakom sig och jämfört med idrottslivsstilen är det förhållandevis fler som har gått på universitet.

De tre livsstilarna, som utmärker svarsperonerna i Kisch och Stoltzs undersökning, kan ses i två dimensioner, en aktiv/passiv dimension

och en introvert/extrovert dimension. Individerna med nöjeslivsstilen är extroverta och något aktiva. De med läslivsstil är introverta och förhållandevis passiva. De med idrottslivsstil är aktiva och något extroverta.

Eftersom intresset för musik och vänner är stort för alla individer, oavsett livsstil, har vi kallat detta ett basintresse. De utmärkande intressena som individerna visar, dvs intressen som totalt sett är svaga, men som är starka i vissa grupper, har vi kallat tillvalsintressen. Utmärkande för livsstilar i detta avseende är alltså de tillvalsintressen individerna har smak eller avsmak för.

Vi har utgått från att individers medieanvändning dels är beroende av individens personliga val, men framförallt är det möjligt att användningen är en konsekvens av att föra en specifik livsstil. Individer utvecklar kanske olika medieanvändning pga att de för olika livsstilar. I kapitlet "Livsstil och medieanvändning" är vår avsikt att belysa detta.

Individer med läslivsstil känner i mindre utsträckning till City103 och det är fler som visar avsmak för stationen, dvs väljer att inte lyssna, än individer med någon av de övriga två livsstilarna. I läslivsstilen är det fler som uppger att de aldrig lyssnar på City103, men om de lyssnar sker detta dagligen och då ca en timma eller mindre. Individerna som för denna livsstil lyssnar ofta på skivor och kassetter. Lyssnandet på P3 är stort, f.ö är det många i denna livsstil som även lyssnar på P1 och P2. Val av tidning är, förutom G-P och GT, främst Arbetet och Aftonbladet.

Individer med idrottslivsstil känner i hög grad till City103 och lyssnar dessutom mycket på stationen. De lyssnar dagligen och då ca en timma eller mer än två timmar. De med idrottslivsstil lyssnar främst på P3 och därefter lokalradion. De lyssnar mycket på egna skivor och kassetter och utöver att läsa G-P och GT, väljer de att läsa Expressen.

Individer som för en nöjesinriktad livsstil känner också i hög grad till City103. De väljer att lyssna på stationen och lyssnar då dagligen ca en timma eller mer än två timmar. Individerna i denna livsstil har störst andel som dagligen lyssnar på skivor och kassetter. De väljer att framförallt lyssna på P3 och närradio 2. Förutom att läsa G-P, har

de störst andel som läser GT. Därefter väljer de att läsa Expressen.

I det sista kapitlet "Medieanvändning som livsstil?" försöker vi visa hur livsstilar och medieanvändning kan hänga ihop, genom att ta fasta på vilka motiv som ligger bakom de tre livsstilarnas specifika medieanvändning och även i viss mån konsekvenserna av en bestämd medieanvändning.

De främsta motivet för alla individer, oavsett livsstil, var att lyssna på City103 för musikens skull. Individerna med en nöjes- och idrottsinriktade livsstilar använde även andra radiokanaler med motivet att lyssna på musik. Ett andra motiv att använda andra radiokanaler än City103, var att kunna syssla med annat samtidigt. Det främsta motivet för individerna som för en läsinriktad livsstil, var att kunna syssla med annat samtidigt, därefter att ta del av riks- och utrikesnyheter. Andra motiv för användandet av radio var i denna livsstil även att lyssna på aktuella debatter och kulturhändelser.

Motiven för att använda radion tycks alltså variera mellan individerna beroende på vilken livsstil de för. Individer med läslivsstilen använder radion för andra ändamål, än att enbart höra musik, t ex för att höra nyheter, debatter och kulturhändelser. Individerna med både nöjes- och idrottslivsstilen tycks använda radion främst för att lyssna på musik.

Då motiven för medieanvändningen visar sig mer regelbundet stämma överens med individens, dennes livsstils, förhoppning om positiva konsekvenser av användandet kan vi tala om en vana. Det tycks vara så att individerna med främst nöjes- och idrottslivsstilarna lyssnar både mycket och ofta på City103. Då de en gång har "hittat" City103, kanske radion får stå inställd på denna station. Individerna vet att motivet att lyssna på musik förhoppningsvis följs av en positiv konsekvens att t ex få tiden att gå. City103-lyssnandet blir för individerna med dessa två livsstilar en vana. Medianvändningen i sig kan också vara en livsstil eller ett uttryck för en livsstil. Medieanvändningen är funktionellt för upprätthållandet av en livsstil. Vi kan se att individerna med både nöjes- och idrottsinriktade livsstilar använder all radio med motivet att lyssna på musik. Även i läslivsstilen fanns individer som lyssnade på City103 med motivet "för musikens skull". Musiken är det viktigaste för dessa individer och kanske uttrycker det stora lyssnandet på City103 i sig en livsstil.

City103 fyller en primär funktion för lyssnarna, oavsett vilken livsstil de för.

10. SAMMANFATTANDE DISKUSSION

Vi har i vår teori utgått från en analysmodell som bygger på användningsforskningens teorier. Modellen utgör en förenkling av verkligheten och ligger därmed på en ganska hög abstraktionsnivå. Den del av modellen som vi har haft för avsikt att belysa är individegenskaperna, i form av livsstilar, massmedieanvändning och motiv för en viss användning. Definitionerna av dessa begrepp är givetvis också abstraktioner och förenklingar. Men vi tror att, för att en livsstilsanalys skall bli meningsfull krävs det att man, ur en brokig tillvaro, drar fram vissa likheter hos individer och utför undersökningen på en viss abstraktionsnivå.

Detta leder till att det vi har försökt att beskriva i detta arbete får en viss framtoning, det ger en viss bild av hur medieanvändning med avseende på livsstilar kan se ut. Hade andra definitioner och en annan metod valts hade bilden varit annorlunda. Framförallt valet av metod är kritiskt. Vid sekundäranalys blir alltid validiteten lidande, eftersom frågorna i första hand var avsedda att mäta något annat. Vid vårt val av metod ansåg vi dock att det var av vikt att försöka fånga samma svarspersoner som i Kisch och Stoltzs undersökning. Medan Kisch och Stoltz har belyst de traditionella variablerna såsom ålder och kön, har vi belyst svarspersonerna ur ännu ett perspektiv, deras livsstilar och livsstilarnas motiv för att lyssna på radio. På så sätt skulle vi kunna få ytterligare förklaringar till användandet av framförallt radio.

Vi har då kommit fram till att svarspersonerna i undersökningen för tre olika livsstilar, varav idrotts- och läslivsstilarna är de mest renodlade. Dessa två livsstilar verkar vara mer bestående över tid, medan nöjeslivsstilen ger intryck av att vara mer föränderlig. Det har visat sig att det är främst yngre individer som för en nöjeslivsstil och antagligen kan livsstilens föränderlighet tillskrivas åldern. Man prövar olika intressen och livsstilar för att försöka komma underfund med vilken livsstil som passar bäst. Individer med läslivsstil är äldre och man kan tänka sig att de mer eller mindre funnit den livsstil som

passar dem och därför är mer bestående.

Med ökande ålder kan man tänka sig att livsstil övergår till livsform allteftersom individen stärker sin position i samhället. Det är också troligt att medieanvändningen blir fastare och mer vaneinriktad i och med detta. Individer med idrottslivsstil verkar behålla sitt intresse för idrott från ungdom och framåt i livet. Vi har sett att idrotts- och nöjeslivsstilarna till stor del liknar varandra i medieanvändningen. Detta beror säkerligen på att framför allt nöjeslivsstilen tenderar till att "glida" mer mellan livsstilarna.

Det främsta motivet till att lyssna på City103 är intresset för musik och detta gäller oavsett livsstil. Musiken är det viktigaste för dessa individer, vi har tidigare kallat detta för ett basintresse, och man kan tänka sig att lyssnandet på City103 i sig uttrycker en livsstil. I och med detta har vi också kommit fram till att City103 fyller en primärfunktion för lyssnarna. Lyssnandet kan fylla grundläggande behov av orientering, information och förströelse.

Utifrån det vi har kommit fram till i vårt arbete, vågar vi oss på att svara på den fråga Kisch och Stoltz ställer i slutet av sin rapport "City103 och dess lyssnare". Lyssnandet är inte bara ett uttryck för nyhetens behag, utan vi anser att det finns ett mer bestående behov av en musikkanal som City103.

LITTERATURFÖRTECKNING

Abrahamsson, U "TV-smak och livsstil" - anteckningar och ansatser. Publik- och programforskning, Sveriges Radio, IX Nordiska Konferensens för masskommunikationsforskning, Borgholm 20-23 1989.

Asp, K "Mäktiga Massmedier" - studier i politisk opinionsbildning, Akademilitteratur, Stockholm 1986.

Bourdieu, P "Kultursociologiska texter", Salamander Förlag, Stockholm 1987.

Bruhn-Jensen, K "Answering the question. What is Reception Analysis?", NORDICOM-Information om masskommunikationsforskning i Norden, Nr 3 1988.

Dahl, H "Livsstil, smag og programpreferenser" IX Nordiska Konference for Masskommunikationsforskning, Borgholm 20-23 1989.

Daun, Å "Svensk mentalitet", Rabén och Sjögren, Simrishamn 1989.

Djerf, M "Funktioner hos Kabel-TV" En studie av massmedieanvändning i ett kabel-TV område i Göteborg, Rapport nr 11, Avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet, 1986.

von Feilitzen, C "Den fula ankungen. Om dansk receptionsforskning", NORDICOM-Information om masskommunikationsforskning i Norden, nr 4 1988.

von Feilitzen, C Falck, C "Mycket musik - lite snack" Några ungsomars sunpunkter på ungdomsprogram i lokalradion, PUB, nr 10 1989.

von Feilitzen, C Filipson, L Rydin, I Schyller, I "Barn och unga i medieåldern" Fakta i ord och siffror, Rabén och Sjögren, Kristianstad 1989.

von Feilitzen, C Linné, O "Masskommunikationsteorier" Radio och TV möter publiken, Publik- och programforskningsavdelningen vid Sveriges Radio, Sveriges Radios Förlag, Malmö 1972.

Gustafsson, K-E "Lokalt medielandskap i omvandling" - Byggstenar i en ny lokal mediestruktur, Handelshögskolan, Göteborgs universitet, Rapport nr 16, 1987.

Hadenius, S. Weibull, L "Massmedier" En bok om press, radio och TV, Bonniers, Stockholm 1987.

Hvitfelt, H "Nyheterna och Verkligheten" Byggstenar till en teori, Kompendiet, Kållerød 1989.

Kisch, C Stoltz, M "City103 och dess lyssnare", Arbetsrapport nr

55, avdelningen för masskommunikation, Göteborgs universitet, 1989.

Lowry, S. de Fleur, M. "Milestones in Communication Research", Longman, London 1983.

Lundberg, D. Hultén, O. "Individen och Massmedia", Nordstedt och Söner, Stockholm 1988.

Lundby, K. "Medieutvikling, kultur og lokal identitet" Föreläsning om lokal mediestruktur og lokal medieutvikling, Handelshögskolan, Göteborgs universitet, 10-11/1 1990.

Lööv, T. Miegel, F. "The Notion of Lifestyle Some Theoretical Considerations", Lund research papers in the sociology of communication, Report nr 15, Lund 1989.

McQuail, D. Windahl, S. "Communication Models" For the study of mass-communications, Longman, Singapore 1981.

Morley, D. "The Nationwide audience", London 1988.

NORDICOM "Några preliminära siffror på svensk ljudradio under 1980-talet", NORDICOM-Sverige, 1989.

Ohlsson, A. "Politiska nyheter till nytta och nöje" En studie varför vi tar del av nyheter om politik i press, radio och TV, Graphic Systems AB, Göteborg 1989.

PUB Informerar Kulturbarometern i detalj: Tema Musik, Nordberg, J och Nylöf, G, Sveriges Radios publik- och programforskning, Statens Kulturråd, 1988:III, april 1988.

Reimer, B. "Ett kulturperspektiv på värden och livsstilar", s.53-64 i "80-talet. Svensk opinion i empirisk belysning" med S.Holmberg och L.Weibull som redaktörer, statsvetenskapliga institutionen och avdelningen för masskommunikation, Göteborg 1989.

Roe, K. "Culture, Media and the Intellectual" A review of the work of P.Bourdieu. Särtryck, Forskning om populärkultur, En antologi från NORDICOM-Sverige, 1987 Redaktör: U.Carlsson.

Roe, K. Wallis, B. "One Planet - One Music" The Development of Music Television in Western Europe, NORDICOM, Review of Nordic Masscommunication Research, nr 1 1989.

Rosengren, K-E. Werner, L. Palmgren, P. "Media Gratifications Research" Current perspectives, SAGE, London 1985.

Sjödén, R. "Etermedias Publik" En analys av Sveriges Radios publikundersökningar 1943-66, Sveriges Radios Förlag, Stockholm 1967.

Skogerbö, I. Lundby, K. "Medieutvikling, kultur og regional identitet", Rapport 1/1988, Institutt for medier og kommunikasjon, universitet i Oslo, 1988.

Sveriges Radio "Lagar och Avtal" grundläggande bestämmelser för radio och TV, kan rekvireras från SR-Information, 105 10

Stockholm.

Tagg, P "Musicology and the semiotics of popularmusic", artikel på Department of Musicology, Göteborgs universitet, 1987.

Wallis, R "Music, music and so much of it the same..."

Internalisation and localisation trends, the development of musicradio, and some of the forces at work, Unit of Masscommunication, University of Gothenburg, november 1989.

Weibull, L "Tidningsläsning i Sverige", Liber Förlag, Stockholm 1983.

Wright, C "Masscommunication, A sociological Perspective" Second Edition, Random House, New York 1975.

TIDNINGAR

Göteborgs-Posten, programtablå 24/1 1990.

MUNTliga KÄLLOR

Intervju med Patrik Itzel, stationschef på City103 i Göteborg, 26/1 1990.

Seminarie kring radio och musik i Sverige, Avdelningen för masskommunikation, Ågrenska villan, Göteborgs universitet, 29/11 1989.

Seminarie om lokal mediestruktur och medieutveckling, Informations- och massmediegruppen, Handelshögskolan, Göteborgs universitet, 10-11/1 1990.

AVDELNINGEN FÖR MASSKOMMUNIKATION
GÖTEBORGS UNIVERSITET

PUBLIKATIONER FRÅN AVDELNINGEN FÖR MASSKOMMUNIKATION

Vid Avdelningen för Masskommunikation publiceras tre serier av avhandlingar och rapporter:

Göteborgsstudier i masskommunikation
Rapporter från Avdelningen för masskommunikation
Arbetsrapporter från Avdelningen för masskommunikation

Serien 'Göteborgsstudier i masskommunikation' säljes genom bokhandeln.

De två serierna 'Rapporter från Avdelningen för masskommunikation' och 'Arbetsrapporter från Avdelningen för masskommunikation' säljes genom avdelningens försorg. Beställning kan ske på talong som återfinnes efter publikationsförteckningen.

Redaktör för de tre serierna är professor Lennart Weibull. Hittills utkomna publikationer förtecknas nedan.

I. Göteborgsstudier i masskommunikation

1. Lennart Weibull (1983) Tidningsläsning i Sverige. Stockholm: Liber.
2. Anders Ohlsson (1989) Politiska nyheter till nytta och nöje. Almqvist & Wiksell International, Stockholm.

II. Rapporter från Avdelningen för masskommunikation

1. Lennart Weibull (1984) Dagspress och etermedier i Sverige 1979-1983. (slut)
2. Jan Strid och Lennart Weibull (1984) Läsvanor och Läsintressen 1979-1983. (slut)
3. Ingela Strid och Lennart Weibull (1984) Annonsbladsläsning i Sverige.
Pris: 35 kr.
4. Ronny Severinsson (1985) Publiken möter kabel-TV.
Pris: 35 kr. (slut)
5. Lennart Weibull (1985) Närradiolyssnandet i Stockholm 1984.
Pris: 35 kr. (slut)

6. Bo Reimer och Lennart Weibull (1985) Dagspress på arbetsplatsen.
Pris: 35 kr.
7. Informatörer i Sverige: Arbetsmarknad Framtidsutsikter (1986) Utdrag ur utredningen om informationsutbildning i Sverige (UHA-rapport 1985:13)..
8. Ingela Strid och Lennart Weibull (1986) Mediesverige 1986.
Pris: 45 kr.
9. Bo Reimer (1986) Läsaren och tidningen.
Pris: 55 kr.
10. Rutger Lindahl (1986) Nyheten om mordet på Olof Palme.
Pris: 40 kr.
11. Monika Djerf (1986) Funktioner hos kabel-TV.
Pris: 55 kr.
12. Anders Ohlsson (1986) Att svara eller inte svara - det är frågan.
Pris: 55 kr.
13. Ronny Severinsson (1987) Den nya medieframtiden - TV via satellit och kabel.
Pris: 50 kr.
14. Ingela Strid och Lennart Weibull (1988) Mediesverige 1988.
Pris: 95 kr.
15. Ronny Severinsson (1989) Agerande och utveckling inom dagspressen i Västergötland.
Pris: 100 kr.

III. Arbetsrapporter från Avdelningen för masskommunikation

1. Lennart Weibull (1984) TRENDER I MASSMEDIEANVÄNDNINGEN
Pris: 60 kr.
2. Bo Reimer (1985) TIDNINGSLÄSNING I SÖDRA HALLAND
Pris: 60 kr.
3. Lennart Weibull (1985) LASVANOR FÖR SVENSK MORGONPRESS 1979-1984.
Pris: 60 kr.
4. Ingela Strid, Lennart Weibull (1985) SPORT I MEDIERNA.
Pris: 60 kr.
5. Lennart Weibull (1985) MASSKOMMUNIKATIONEN I SVERIGE. Några reflektioner om läget 1985.
Pris: 60 kr.

6. Karl Erik Rosengren, Bo Reimer (1985) INTERNALISERAD KULTUR. Ett forskningsprogram om värden, individer och massmedier.
Pris: 60 kr.
7. Robert Burnett, Peter Esaiasson, Bo Reimer (1985) MILESTONES IN MASS COMMUNICATION RESEARCH: MEDIA EFFECTS. A REVIEW ESSAY.
Pris: 60 kr.
8. Bo Reimer (1985) VALUES AND THE CHOICE OF MEASUREMENT TECHNIQUE. The Rating and Ranking of Postmaterialism.
Pris: 60 kr.
9. Lennart Weibull (1986) PRESS, RADIO, TV OCH NYA MEDIER I JAPAN.
Pris: 60 kr.
10. NYHETSSPRIDNINGEN OM MORDET PÅ STATSMINISTER OLOF PALME. En sammanställning av Statistiska Centralbyråns intervjuundersökning 2-4 mars 1986.
Pris: 60 kr.
11. Rune Hedberg och Lennart Weibull (1986) KASSETTIDNINGSLASNING PÅ GOTLAND.
Pris: 60 kr.
12. Lennart Weibull (1986) MASSMEDIERNAS FRAMTIDA UTVECKLING.
Pris: 60 kr.
13. Ronny Severinsson (1986) TIDNINGSLASNING I SÖDERMANLAND.
Pris: 60 kr.
14. Maria Elliot, Bo Reimer och Lennart Weibull (1986) TIDNINGSLASNING I KALMAR LÄN.
Pris: 60 kr.
15. Lennart Weibull, Dagspresskollegiet (1986). LASVANDR 1986.
Pris: 60 kr.
16. Bo Reimer och Karl Erik Rosengren (1986). MAPS OF CULTURE: MACRO AND MICRO.
Pris: 60 kr.
17. Maria Elliot (1986). ALLMANHETENS SYN PÅ MASSMEDIERNAS TROVÄRDIGHET.
Pris: 60 kr.
18. Lennart Weibull (1986) TENDENSER I SVENSK DAGSTIDNINGSLASNING.
Pris: 60 kr.
19. Bo Reimer (1986) SOCIAL SPACE AND THE STRUCTURING OF COMMUNICATION PROCESSES.
Pris: 60 kr.

20. Lennart Weibull och Ronny Severinsson (1987) ACTIONS AND REACTIONS - THE NORDIC COUNTRIES IN AGE OF SATELLITE BROADCASTING.
Pris: 60 kr.
21. Lennart Weibull (1987) MASSMEDIERNAS RÄCKVIDD 1985/86.
Pris: 60 kr.
22. Ronny Severinsson (1987) DAGSPRESSUTVECKLINGEN I VÄSTERGÖTLAND 1950-1985.
Pris: 60 kr.
23. Keith Roe (1987) THE SWEDISH MORAL PANIC OVER VIDEO 1980-84.
Pris: 60 kr.
24. Bo Reimer (1987) DAGENS NYHETER I VÄSTRA SVERIGE.
Pris: 60 kr.
25. Ann-Marie Hellerström (1987) LOKAL-TV- ETT REELLT ALTERNATIV TILL SATELLIT-TV.
Pris: 60 kr.
26. Ronny Severinsson (1987) SKARABORGS-PRESSENS INNEHÅLL 1950-1985.
Pris: 60 kr.
27. Ronny Severinsson (1987) TIDNINGSLÄSNING I ESSUNGA, GÖTENE OCH VARA.
Pris: 60 kr.
28. Karin Björkqvist (1988) TIDNINGSLÄSNING I GASTRIKLAND - presentation av en läsarundersökning.
Pris: 60 kr.
29. Bo Reimer (1988) READING POSTMATERIALISM
Pris: 60 kr.
30. Lennart Weibull (1988) PUBLICISTISK SED. Ett forskningsprogram om ett regelsystem och dess betydelse för svensk journalistik.
Pris: 60 kr.
31. Magnus Anshelm och Lennart Weibull (1988) LÄSVÄNESTUDIEN 1986. Huvudresultat och metodjämförelse.
Pris: 60 kr.
32. Magnus Anshelm (1988) SVERIGE - NU - SOM 86 - en jämförelse av två undersökningar.
Pris: 60 kr.
33. Rutger Lindahl och Lennart Weibull (1988) PALME I AMERIKANSKA ÖGON. En studie av den amerikanska pressens behandling av nyheten om mordet på statsminister Olof Palme 1986.
Pris: 60 kr.

34. Magnus Anshelm (1988) MASSMEDIERNAS RÄCKVIDD 1986/87 - en analys av Mediebarometern.
Pris: 60 kr.
35. Ingela Strid (1988) SVENSKA FOLKETS INTRESSEN 1973-1982
En sekundärbearbetning av Testologens mätningar av intressen.
Pris: 60 kr.
36. Anders Ohlsson och Keith Roe (1988) MÅTT PÅ MÄTNING - En förundersökning av fördelningsegenskaper och stabilitet hos linje- och kategoribaserade mått.
Pris: 60 kr.
37. Britt Börjesson (1988) BROTT OCH PUBLICITET
Kriminaljournalistik och pressetik under 1900-talet.
Pris: 60 kr.
38. Lennart Weibull (1988) RAPPORT FRÅN KONTAKTRESA TILL URUGUAY 10-22 april 1988. under 1900-talet.
Pris: 60 kr.
39. Gunilla Jarlbro (1988) EN KVALITATIV STUDIE AV HUR MÄNNISKOR UPPLIVER TIDNINGSSINNEHÅLL.
Pris: 60 kr.
40. Monica Löfgren (1988) KABEL-TV I GÖTEBORG
Pris: 60 kr.
41. Lennart Weibull (1988) LOKAL-TV VIA KABEL
Synen på en ny kanal bland andra medier
Pris: 60 kr.
42. Karin Björkqvist (1988) TIDNINGSLÄSNING I VARMLAND
Presentation av en läsarundersökning från våren 1977.
Pris: 60 kr.
43. Keith Roe (1988) ADOLESCENTS' VCR USE: HOW AND WHY
Pris: 60 kr.
44. Monika Djerf (1989) FINNS DET FUNKTIONSDIMENSIONER I MEDIEANVÄNDNINGEN? - En faktoranalys.
Pris: 60 kr.
45. Karin Björkqvist (1989) DET POLITISKA TIDNINGSSVALET
Pris: 60 kr.
46. Magnus Anshelm och Jan Strid (1989) LASVANOR OCH LÄSINTRESSEN
Pris: 60 kr.
47. Monika Djerf (1989) MASSMEDIER OCH BESLUTSFATTARE: EN LITTERATURSTUDIE
Pris: 60 kr.
48. Britt Börjesson (1989) PRESSENS SJÄLVSÄNERING
Ett regelsystems framväxt
Pris: 60 kr.

49. Magnus Anshelm (1989) MEDIEBAROMETERN
Resultat från 1988/99
Pris: 60 kr
50. Lennart Weibull (1989) RAPPORT FRÅN EN ANDRA
KONTAKTRESA TILL URUGUAY. Om massmedier, utbildning
och forskning i social kommunikation samt Instituto
de Comunicacion y Desarrollo.
Pris: 60 kr
51. Monica Löfgren (1989) TVA STATSRÅDS FALL I PRESSEN
Pris: 60 kr.
52. Monica Löfgren (1989) NYHETSTIDNINGEN 8 SIDOR -
innehåll, spridning och läsning
Pris: 60 kr.
53. Keith Roe (1989) NOTES ON THE CONCEPT OF AGGRESSION
AND ITS (MIS) USE IN MEDIA RESEARCH
Pris: 60 kr.
54. Charlotta Kratz (1989) TIDNINGSLASNING I KALMAR
OCH PÅ BLAND
Pris: 60 kr.
55. Catharina Kisch och Mikael Stoltz (1989)
CITY 103 OCH DESS LYSSNARE - en undersökning om
lyssnandet på Svenska Arbetsgivareföreningens
närradiostation i Göteborg
Pris: 60 kr.
56. Karin Björkqvist (1990)
MEDIEBAROMETERN UNDER ATTIOTALET
Pris: 60 kr.
57. Roger Wallis (1990) MUSIC, MUSIC EVERYWHERE, AND
SO MUCH OF IT THE SAME...
Pris: 60 kr.

Till
Avdelningen för masskommunikation
Göteborgs universitet
Box 5048
402 21 GÖTEBORG

Undertecknad beställer härmed följande skrifter från:
Avdelningen för masskommunikation:
Rapporter från Avdelningen: nr
.....

Arbetsrapporter från Avdelningen: nr
.....

NAMN:.....

ADRESS:.....

.....

