



MALMÖ HÖGSKOLA

ISSN 1652-7224 ::: Publicerad den 3 september 2008

Utskriftsvänlig pdf-fil

Läs mer om de idrott och medier på [idrottsforum.org](http://idrottsforum.org)

Det amerikanska radiolandskapet är verkligen annorlunda jämfört med de nordiska ländernas; ingen nationell public service-radio, men i dess ställe ett myller av lokala radiostationer och fristående producenter av radioprogram. Såväl utbudet som lyssnandet ser av naturliga skäl också väldigt annorlunda ut; men, allting har "the qualities of its defects" och vice versa. Och ett märkbart och spännande inslag i det amerikanska radioutbudet som vi har mindre av i de nordiska länderna är *talk radio*, där programledaren pratar i telefon med lyssnarna. Vad vi helt saknar här är *sport talk radio*, där programledaren pratar i telefon med lyssnarna om sport. Detta fenomen är riktigt stort i USA, och till den änden finns nu två böcker, *Sports-Talk Radio in America: Its Context and Culture* redigerad av John Mark Dempsey (The Haworth Press), och *Beer, Babes, and Balls: Masculinity and Sports Talk Radio* av David Nylund (State University of New York Press), som från lite olika perspektiv behandlar sportpratradio. Peter Dahlén har för forumets räkning läst bägge böckerna, den förra mer deskriptiv, den senare mer analytisk, och fascinerats av programformen. Varför har sportpratradion inte nått fram till de nordiska huvudstäderna? Och skulle den speciella karaktären av testosteronstinn maskulinitet dämpas i en nordisk kontext?

## Radiosport och maskulinitet

Peter Dahlén

Institut för informations- och medievitenskap, Universitetet i Bergen

### Inledning

En idag viktig del idag av den amerikanska kulturella offentligheten i allmänhet och av idrottskulturen i synnerhet är fenomenet "Sports Talk Radio", sportpratradio. Detta är en utväxt av fenomenet "Talk Radio", alltså radiostationer med ett diskussionsorienterat pratformat, till skillnad från exempelvis musikbaserade radiostationer. Sports Talk Radio introducerades i New York 1964, varvid man bland annat öppnade för lyssnarsamtal via telefon. Under 1970-talet åtnjöt matchkommentatorer ("play-by-play announcers") fortfarande hög prestige, men samtidigt blev det allt fler programinslag av pratkaraktär, där studiovärdar utvecklade radiopersonligheter med olika särdrag som gjorde dem lätt igenkännbara för och populära hos radiolyssnarna.

Pratradion, Talk Radio, växte fram inom ett politiskt konservativt klimat, Ronald Reagans och republikanernas 1980-tal, samtidigt som den möjliggjordes av den teknologiska utvecklingen och av politiska beslut, såsom avregleringen av radiomarknaden och framväxten av mobiltelefoner, vilket möjliggjorde en högre grad av interaktivitet mellan programvärdar och lyssnare – lyssnare som ofta ringer när de sitter i bilköer.

Den första radiostationen med ett sportpratformat dygnet runt var WFAN i New York, som startades 1987. Året därefter, 1988, köpte WFAN:s ägare Emmis Broadcasting upp radiostationer som ägdes av NBC, bland annat den signalstarka WNBC, och bytte till den klarare frekvensen 660 på AM-bandet. Det officiella namnet blev nu Sports Radio 66 WFAN. I folkmun kallas stationen "The Fan". Genom att kombinera sport med den frispråkige Don Imus' populära morgonshow blev stationen en omedelbar succé. År 1992 år såldes WFAN till Infinity Broadcasting och 1993 innehade WFAN sändningsrättigheterna till bland annat matcher med NHL-laget New York Rangers (ishockey), NFL-laget New York Jets (amerikansk fotboll), MLB-laget New York Mets (baseball), NBA-laget New York Knicks (basket), universitetsbasketlaget St. John's, baseballigans slutspel World Series samt Super Bowl (den amerikanska fotbollens stora finalmatch). År 1997, tio år efter starten, antogs det att WFAN under en vecka nådde 1,3 miljoner människor. År 1997 startade också en andra dygnet runt-kanal med bara sport, WJWR, på AM-bandet.

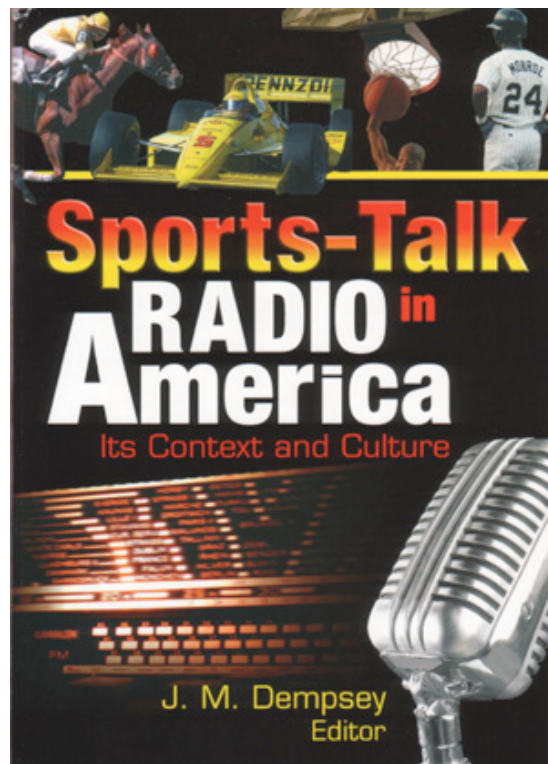
Vid ingången till 2000-talet var sportradio en starkt växande företeelse i USA: år 1999 fanns 150 sportradiostationer, 2004 var antalet uppe i 250 och 2007 hade det stigit till 348 – de flesta med WFAN som förebild. Den grundläggande anledningen till framgången för sportsändningar var att man nådde ut till män, särskilt de mellan 18–34 år som kanske inte bildat familj ännu – en för annonsörer attraktiv men svåråtkomlig grupp.

John Mark Dempsey (red)  
**Sports-Talk Radio in America: Its Context and Culture**

221 sidor, hft., ill.

Binghamton, NY: The Haworth Press  
2006 (Contemporary Sports Issues)  
ISBN 978-0-7890-2590-6

I antologin *Sports-Talk Radio in America*, redigerad av J. M. Dempsey (2006), berättas i ett antal artiklar om framväxten av kommersiellt framgångsrik sportpratrado i olika amerikanska städer. Denna antologi är i huvudsak deskriptiv, beskrivande, men ger å andra sidan en god bild av sportpratradions utveckling, innehåll och branschmässiga villkor. En nyckel till programformens (eller genrens) succé är programledarnas personligheter och olika grader av frispråkighet, även om deras stil och tilltal kan variera inbördes. Det är också vanligt med två programledare, som har olika personligheter och attityd – ofta en som är provokativ, aggressiv och subjektiv, medan den andre är mer tillbakalutad, analytisk och objektiv. Tonen, hållningen är genomgående självvironisk och ”easy going”.



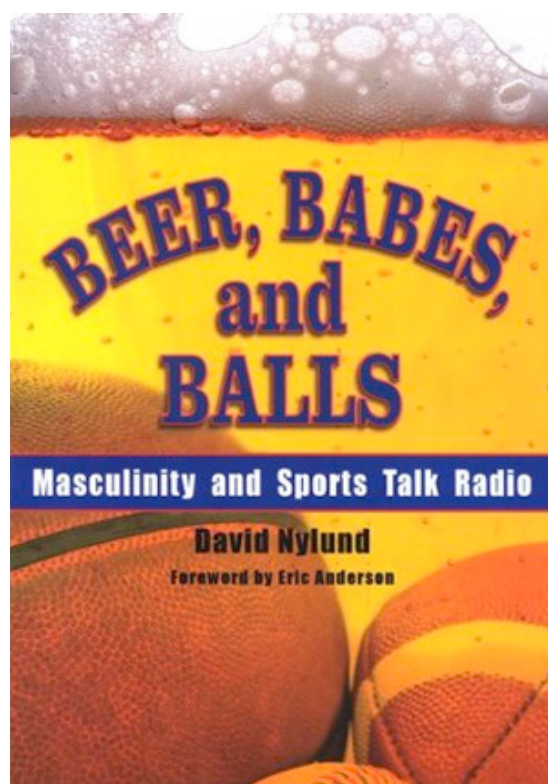
I regel har stationerna tre olika huvudblock som vardera håller på ett par timmar – morgon, middag och kväll. Mellan blocken, som alla har sina speciella programledare – ofta alltså i parkonstellationer – finns mindre programpunkter av varierande slag, exempelvis en krönika eller ett kåseri av en sportjournalist på den lokala dagstidningen. De flesta stationer bygger i huvudsak på egna, lokalt producerade program. Här bestäms bevakningen av den lokala idrottsfloran i hög grad av om det finns något populärt lag i någon av de stora ligorna – främst baseball eller amerikansk fotboll – på orten eller ej. Finns ett sådant lag blir detta väldigt dominerande i kanalens olika program och nyhetsrapportering. Finns inget storlag på orten får man förlita sig på collegesport eller försöka knyta an till ett närliggande storlag ute i regionen, samt prata mer generellt om sport. Ibland använder man sig av syndikerade programinslag, alltså sådana som producerats av någon stor radiokedja och som är ämnade att sändas riks, alltså att kunna användas av alla stationer oavsett geografisk placering. Allt genomsyras förstås också av reklam och sponsormeddelanden eftersom det är detta som finansierar verksamheten.

David Nylund  
**Beer, Babes, and Balls: Masculinity and Sports Talk Radio**

190 sidor, hft.

Albany, NY: [State University of New York Press](#) 2007 (Sport, Culture, and Social Relations)  
ISBN 978-0-7914-7238-5

Mer kulturanalytisk är *Beer, Babes, and Balls. Masculinity and Sports Talk Radio*, av David Nylund (2007). I fokus för denna lysande studie står den ledande sportradioprataren Jim Rome och hans *The Jim Rome Show* på Premier Radio Networks, ett program med en i huvudsak vit, manlig lyssnarskara. Därav bokens titel, med anspelning på föregivet manliga intressen som brudar, öl och sport – och där ”balls” inte bara syftar på diverse bollsporter utan också på det manliga könsorganet som symbol för maskulin styrka och manhaftighet, för drömmen om att vara en riktig ”karlakar!”. Nylunds tes är att sportpratrado vuxit fram ur ett



behov bland vita män att återupprätta maskulina värden som, ur deras perspektiv, kommit att utmanas av feminismen, inkvotering av kvinnor och icke-vita ("affirmative action") samt av homosexuellas intresseorganisationer. Sportpratradio har alltså blivit en fristad för återupprättandet och hyllandet av maskulina ideal och manliga privilegier som i den offentliga diskussionen ofta stämplas som könspolitiskt inkorrekta. Att det finns en publik för denna typ av radio visar det faktum att WFAN var världens mest lönsamma radiostation då den mellan år 2000 och 2003 drog in mer än \$50 miljoner i annonsintäkter. Här kunde annonsörer nå ut till en demografiskt svårfångad men köpstark konsumentkategori, män mellan cirka 18 och 55 år, med ett traditionellt intresse för bilar, alkohol, diverse teknisk apparatur etc.



Intressant i sammanhanget blir följaktligen hur den samtidigt populära och omstridda Jim Rome behandlar kvinnliga idrottare samt homosexuella respektive färgade manliga idrottare. Nylund visar att Romes förhållningssätt är komplext och motsättningsfullt, och att just detta utgör en del av hans attraktionskraft. Jim Rome, som även lockar en hel del kvinnliga lyssnare, är inte entydigt sexistisk eller homofob – han kan också försvara kvinnlig idrott och fördöma homofobin inom idrottsvärlden. Nylunds poäng är att Jim Rome är på samma gång konservativ och progressiv, beroende på situation och kontext. Nylund poängterar också att sportpratradio kan betraktas som en demokratisk tillgång, eftersom den skapar ett utrymme för grupper som ofta är marginaliserade i den offentliga debatten att göra sig hörda.

Sammantaget ger dessa båda intressanta böcker en bild inte bara av sportpratradion och dess betydelse för sportintresset och sportkulturen i USA, utan också av förhållandet mellan tävlingsidrott och maskulinitet: för alla som intresserar sig för detta är framför allt Nylunds bok ett måste, men även Dempseys antologi är användbar i sammanhanget eftersom den så ingående beskriver sportpratradions innehåll och programupplägg, allt i huvudsak anpassat för en manlig publik.


Efter att ha läst böckerna frågar jag mig varför det inte finns någon sportpratradiostation i någon av de svenska eller norska storstäderna, exempelvis Stockholm och Oslo med dess konkurrerande storlag i fotboll och all annan toppidrott. Konzeptet verkar ju vara en given succé och intresserade lyssnare torde det finnas så det räcker. Det är rimligtvis bara en tidsfråga innan vi har detta även här i Skandinavien. Det ser jag som privatperson (men förstås också i egenskap av mediesportforskare) fram emot, ty detta med sportpratradio verkar faktiskt vara förbannat kul.


© Peter Dahlén 2008


 [Köp Sports-Talk Radio in America från Adlibris.se](#)

 [Kjøp Sports-Talk Radio in America fra Capris.no](#)

 [Køb Sports-Talk Radio in America fra eLounge.dk](#)

 [Köp Beer, Babes, and Balls från Adlibris.se](#)

 [Kjøp Beer, Babes, and Balls fra Capris.no](#)

 [Køb Beer, Babes, and Balls fra Adlibris.dk](#)