



**SAHLGRENKA AKADEMIN
INSTITUTIONEN FÖR NEUROVETENSKAP
OCH FYSIOLOGI**

PRISET FÖR KÖPLUST

En enkätstudie om subjektiv upplevelse av
bakgrundsmusik hos personal och kunder inom
Handels i Göteborg

Författare:

Niklas Eriksson

David Fjellsson

Linus Törnqvist

Examensarbete: Själständigt vetenskapligt arbete i Audiologi, 15 hp

Program och kurs: Audionomprogrammet, AUD620

Nivå: Grundnivå

Termin/år: Vt 2019

Handledare: Kim Kähäri

Examinator: André Sadeghi

Rapport nr: 2019-007



SAHLGRENKA AKADEMIN INSTITUTIONEN FÖR NEUROVETENSKAP OCH FYSIOLOGI

Abstrakt

audiologi, ljudmiljö, hörselnedsättning, ljudtrötthet, hyperacusis, arbete, kognition, bakgrundsmusik

- Syfte:** Syftet var att undersöka personal och kunders upplevelse samt eventuell påverkan av ljudmiljön i butiker där det förekommer bakgrundsmusik.
- Forskningsmetod:** Metoden är kvantitativ med deskriptiv analys. En enkätstudie genomfördes med hjälp av ett frågeformulär på tio frågor med fasta svarsalternativ. Enkäten lämnades ut till butikspersonal och kunder som handlar i butiker med bakgrundsmusik i Göteborg. 212 enkätsvar samlades in (110 butiksarbetare och 102 kunder).
- Resultat:** Resultatet visar på en signifikant skillnad mellan grupperna gällande den subjektivt upplevda ljudmiljön i butik med bakgrundsmusik. Majoriteten av personalgruppen upplever ljudmiljön som tillfredsställande/neutral. Av de som tycker att ljudmiljön är störande är kundgruppen signifikant störst, dessutom upplever de sig heller inte ha möjlighet att påverka bakgrundsmusiken. Båda grupper upplever att det varken finns behov eller möjlighet att använda hörselskydd i en sådan ljudmiljö.
- Konklusion:** Resultatet ger en indikation på att potentiella kunder upplever ljudmiljön i butik som mer negativ än vad butikspersonal gör.



SAHLGRENKA ACADEMY
INSTITUTE OF NEUROSCIENCE AND PHYSIOLOGY

THE PRICE OF DESIRE

The subjective perception of background music
among staff and customers in retail in Gothenburg
- A questionnaire survey

Authors:

Niklas Eriksson

David Fjellsson

Linus Törnqvist

Thesis:	Scientific thesis, 15hp
Program and course:	Programme in Audiology, AUD620
Level:	First Cycle
Semester year:	St 2019
Supervisor:	Kim Kähäri
Examiner:	André Sadeghi
Report no:	



Abstract

audiology, sound environment, hearing loss, auditory fatigue, hyperacusis, work, cognition, background music

- Aim:** The aim was to investigate the perceived sound environment in retail where background music is present and the possible impact on staff and customers.
- Research method:** The method is quantitative with descriptive approach. The study was carried out using a questionnaire, comprising ten closed questions. The questionnaire was given to staff and customers in retail in Gothenburg where background music is present. 212 questionnaires were collected (110 staff, 102 customers).
- Results:** The result shows a significant difference between the groups regarding the subjectively perceived sound environment in shops with background music. The majority of the staff group experience the sound environment as satisfactory/neutral. Of those who think that the sound environment is disruptive the customer group is significantly the largest. Also, the customers do not experience the same opportunity to influence the background music. Both groups experience that there is neither need nor opportunity to use hearing protection in such a sound environment.
- Conclusion:** The result indicates that customers experience the sound environment in stores as more negative than what staff do.

Förord

Vi vill först och främst rikta ett stort tack till vår handledare Kim Kähäri för all hjälp, uppmuntran och ständigt lika vänliga och outtröttliga stöd, både innan och under arbetets gång. Vi vill även tacka postdoktor Yiyi Xu vid Arbets- och miljömedicin på Göteborgs universitet för tålmodig och pedagogisk hjälp vid genomförandet av våra statistiska analyser.

Stort tack också till teknologie doktor Mattias Olsson, företagsspecialist i radiokemi vid kemienheten på Forsmarks Kraftgrupp AB, för värdefull rådgivning. Sist men inte minst vill vi tacka alla som ställde upp och svarade på vår enkätundersökning. Utan er hade detta arbete inte varit genomförbart.

Arbetet har varit jämnt fördelat mellan författarna.

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. BAKGRUND	1
1.1 Introduktion	1
1.2 Begrepp	1
1.3 Arbetsmiljö	2
1.3.1 Föreskrifter	2
1.3.2 Buller	2
1.3.3 Bulleryrken	3
1.3.4 Buller och stress	3
1.4 Hörselnedsättning och andra hörselsymptom	3
1.4.1 Hörselnedsättning	3
1.4.2 Tinnitus	4
1.4.3 Ljudtrötthet	4
1.4.4 Ljudöverkänslighet	4
1.5 Butiksmusik	4
1.5.1 Bakgrundsmusikens påverkan	4
1.5.2 Butiksmusik – En historisk tillbakablick	5
1.6 Kognition och buller	6
1.7 Kognition och bakgrundsmusik	7
1.8 Hörsel och attityd	8
2. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR	8
2.1 Syfte	8
2.2 Frågeställningar	8
3. MATERIAL OCH METOD	9
3.1 Forskningsmetodik och procedur	9
3.2 Etiska överväganden	9
3.3 Urval och inklusionskriterier	10

3.4 Mätinstrument	10
3.5 Tillvägagångssätt	11
3.6 Bortfall	12
3.6.1 Externt bortfall	12
3.6.2 Internt bortfall	12
3.7 Bearbetning och analys	13
4. RESULTAT	13
5. DISKUSSION	22
5.1 Metoddiskussion	22
5.1.1 Enkäten	22
5.1.2 Urval	24
5.1.3 Genomförande och insamlande av data	24
5.1.4 Statistisk analys	25
5.1.5 Alternativa och kompletterande metoder	25
5.2 Resultatdiskussion	26
5.2.1 Jämförelse mellan personal och kunder	26
5.2.2 Tillförlitlighet	27
5.2.3 Detaljhandelns arbetsmiljö	28
5.2.4 Bakgrundsmusik och stress	29
5.2.5 Styrning och förvaltning	29
5.2.6 Butiksmusik för vem?	30
5.2.7 Bakgrundsmusik i den offentliga debatten	31
6. KONKLUSION	32
7. REFERENSER	33
8. BILAGOR	40
8.1 Enkät	40

1. BAKGRUND

1.1 Introduktion

Dagens samhälle är en värld full av syn- och ljudintryck. Ljud och musik i det offentliga rummet förekommer i allt större utsträckning i takt med att tekniken utvecklas och de olika intrycken pockar på vår uppmärksamhet (Chepesiuk, 2005). På gator, torg och i kommersiella miljöer som pubar, restauranger, butiker och köpcentrum kan det bli konkurrens om uppmärksamheten med kommunikationssvårigheter som följd.

Utifrån egna iakttagelser i butiker har vi tillsammans börjat reflektera över hur det kan vara att arbeta i dessa ljudmiljöer oavsett hörselstatus. Inom handels som kontaktyrke hittas en varierande ljudmatta av sorl och ljud från människor som blandas med eventuell bakgrundsmusik. Därför väcktes ett intresse att se över den självupplevda ljudmiljön hos handelspersonal och kunder samt se i vilken grad det förekommer eventuell hörsel- och hälsorelaterad påverkan. Som en del av dagens mångfacetterade ljudmiljö har vi valt att intressera oss för butiker som det spelas musik i. Vi valde att inrikta oss på branschen handels därför att vi vill undersöka hur en hållbar arbets- och konsumentmiljö är förenlig med bakgrundsmusik. Det förekommer exempel på hur personal inte trivs att jobba i julmusik (Handelsnytt, 2015), samtidigt som Carlén (2018) menar att medias bild av julmusikens negativa inverkan på butikspersonal är kraftigt överdriven. Detta visar på ett behov av mer forskning om butiksmusikens påverkan (Handelsnytt, 2017). Av dessa anledningar blev butiksmusik ett intressant fenomen för vår inriktning.

I samband med vår audiologiska studie vill vi förutom den upplevda ljudmiljön och dess eventuella påverkan även ta reda på hur personal och kunder upplever sin egen hörsel. Vi vill också undersöka deras förhållningssätt till starka ljudnivåer, användandet av hörselskydd samt om de anser sig ha möjlighet att påverka sin ljudmiljö på dessa platser.

1.2 Begrepp

Vad är då en butik? Begreppet kan inbegripa allt från internetbutiker till köpcentrum. I vår studie använder vi återkommande begreppet butik och för tydlighetens skull definierar vi butik som en fysisk lokal där varor kan köpas av besökande kunder och som har öppet för offentligheten under specifika tider. I denna lokal vistas i första hand kunder och personal. I butikerna kan flera personer som räknas som personal vistas. Gruppen vi avser är

representanter för butiken de jobbar för och har som arbetsuppgift att bemöta potentiella kunder. Ibland förekommer begreppen biträden, butiksanställda och butiksarbetare som avser samma *personal* i vår studie.

I takt med ändrade konsumtionsmönster kan även begreppet konsument få en ny innebörd. Via internetbutiker behöver inte en konsument nödvändigtvis besöka en fysisk butikslokal för att uträtta sina ärenden. Butiker avser att besökare ska köpa varor, vilket gör dem till kunder. Vi använder oss av begreppet konsumenter eller kunder för att syfta på de människor som besöker butikslokaler i en viss utsträckning.

1.3 Arbetsmiljö

1.3.1 Föreskrifter

Arbetsmiljölagen säger att ”de arbetshygienska förhållandena när det gäller luft, ljud, ljus, vibrationer och liknande skall vara tillfredsställande” (1977:1160). Utöver detta är arbetsgivare enligt Arbetsmiljöverkets föreskrift (AFS 2001:1) bundna att bedriva ett systematiskt arbetsmiljöarbete för att förebygga olyckor och ohälsa. Vilka ljudmiljöer som uppfattas som tillfredsställande eller påfrestande och som i så fall eventuellt resulterar i fysisk och psykisk påverkan och symptom som exempelvis ljudtrötthet, kommunikationssvårigheter, koncentrationssvårigheter och stress är mycket individuellt. Det kan därför vara svårt att förhålla sig till vad lagen egentligen definierar som tillfredsställande arbetsförhållanden. Då den subjektiva upplevelsen av ljudintryck är så individuell kan det innebära en utmaning att anpassa ljudmiljön på en arbetsplats så att den passar alla (Belojevic, Jakovljevic & Slepcevic, 2003).

1.3.2 Buller

Buller definieras av Arbetsmiljöverket (2005) som “icke önskvärt ljud” och “omfattar både hörselskadligt och störande ljud” (s. 5) samt eventuella psykologiska och fysiologiska effekter av detta. Vidare får den genomsnittliga bullerexponeringsnivån ej överskrida 85 dB under ett åttatimmarspass. Överskrids detta gränsvärde är arbetsgivaren skyldig att vidta omedelbara åtgärder för att minska exponeringen så att den ligger under gränsvärdet.

Gällande regler som är applicerbara ur ett kund- eller besökarperspektiv tillämpas Folkhälsomyndighetens råd om höga ljudnivåer (FoHFMS 2014:15) vid bedömning av om ljudnivån kan vara skadlig av Göteborgs stads Miljöförvaltning. Då gäller en maximal ljudnivå på 110 dBA och 97 dBA i genomsnitt. Butiksspecifika råd saknas, men råd som

egentligen är avsedda för restauranger uppmanas att följas där en kontroll av lokalens ljudisolering ingår (Miljöförvaltningen Göteborgs Stad, 2019). Om ljud sprids till närliggande bostäder tillämpar Göteborgs stads miljöförvaltning Naturvårdsverket riktvärden för buller från industri och liknande verksamheter (Naturvårdsverket, 2015).

1.3.3 Bulleryrken

Tidigare forskning (Chen, Dai, Sun, Lin & Juang, 2007; Idota, Horie, Tsutsui & Inoue, 2010; Venet, Campo, Rumeau, Thomas, & Parietti-Winkler, 2014;) som har studerat ljudmiljöer inom arbetslivet har fokuserat på bullriga arbetsplatser och dessa har visat på tillfälligt sänkta tontrösklar som ett symptom hos personalen. Sjödin (2012) och Fredriksson (2018) har vidgat bullerforskningen genom att studera förlossningsvården och förskola, yrkesgrupper som båda domineras av kvinnor, och har i sina studier visat att både skadliga bullernivåer och stress- och hörselrelaterad ohälsa samt upplevd ljudtrötthet förekommer i de båda yrkena.

1.3.4 Buller och stress

Att som individ hastigt reagera på olika sinnesförnimmelser ligger i vår natur och är en överlevnadsmekanism rotad i människans evolution. Att under längre perioder utsättas för konstant stimuli i form av exempelvis buller innebär dock en påfrestning för kroppen och kan resultera i en ökad produktion av stresshormonet kortisol (Folkhälsomyndigheten, 2017). Folkhälsomyndighetens miljöhälsorapport menar vidare att det i viss utsträckning går att vänja sig vid ljud, speciellt i situationer där de är konstanta, men att denna anpassning inte är fullständig och slutligen kan leda till obalans i kroppen.

1.4 Hörselnedsättning och andra hörselsymptom hos vuxna

1.4.1 Hörselnedsättning

En hörselskada kan ha sitt ursprung i ett flertal olika platser i hörselsystemet och delas vanligtvis upp i kategorierna konduktiv eller sensorineural hörselnedsättning. Vid en konduktiv hörselnedsättning är orsaken till hörselnedsättningen ett ledningshinder någonstans i ytter- eller mellanörat. Vid en sensorineural hörselnedsättning återfinns skadan i innerörat eller längre upp i hörselnerven (Roeser, Valente & Hosford-Dunn, 2007).

Presbyakusis är den vanligast förekommande typen av hörselnedsättning som uppstår till följd av degenerativa förändringar i innerörat och påverkar främst förmågan att uppfatta de högre frekvenserna (Jönsson, 2000). En annan ofta förekommande orsak till hörselnedsättning hos vuxna är exponering för plötsliga starka ljud eller långvarig bullerexponering, något som kan

leda till att hörsel förmågan i innerörat blir tillfälligt eller permanent nedsatt ("Buller", u.å.; Chepesiuk, 2005; Roeser, Valente & Hosford-Dunn, 2007). Andra anledningar till hörselnedsättning kan vara genetiska orsaker eller infektioner.

1.4.2 Tinnitus

En hörselnedsättning kan även ofta resultera i tinnitus, ett symptom som Malmquist och Lundh (2016) definierar som "en förnimmelse av ett mer eller mindre kontinuerligt sus eller annan (vanligen högfrekvent) ton i ett öra eller båda öronen" (s. 462). På svenska kallas tinnitus ibland öronsusning men detta uttryck kan ge en missvisande bild av tillståndet då förnimmelelsen kan bestå av pip, brus, surrande, krasande och/eller visslande ljudintryck (Chepesiuk, 2005; Hörselskadades Riksförbund, u.å.).

1.4.3 Ljudtrötthet

En entydig definition av ljudtrötthet är svår att finna men Friis-Liby och Groth (2006) beskriver tillståndet som att individen inte "orkar med så mycket ljud efter arbetsdagen, vill inte ha radio eller tv på i onödan" (s. 80). Även om ljudtrötthet vanligtvis avtar i och med att individen lämnar arbetsplatsen kan det ändå ha en negativ inverkan på fritiden (Sjödin, 2012). I forskningen tenderar ljudtrötthet att mätas som självrapporterad, beteendemässig och fysiologisk. Symptomet har bl.a. studerats inom kommunikationsintensiva och kvinnodominerade arbetsplatser som inom t.ex. förskola (McGarrigle m.fl., 2014; Fredriksson, 2018).

1.4.4 Ljudöverkänslighet

Ljudöverkänslighet, eller hyperakusi, beskrivs av Andersson m.fl. (2005) som "extrem känslighet för vardagens ljud" (s. 3210), medan Vernon (1987) mer specifikt definierar det med tillägget att det är vardagsljud som i vanliga fall inte besvärar personer.

1.5 Butiksmusik

1.5.1 Bakgrundsmusikens påverkan

Det finns studier som pekar på att musik i butiker ökar kundernas konsumtion (Andersson, Kristensson, Wästlund & Gustafsson, 2012; Lai & Chiang, 2012). I kontrast till detta menar Burkhard m.fl. (2018) att butiksmusik inte har någon inverkan på beslutstagandet i en köpsituation.

I Stenbäck (2016) avhandling framkommer ett exempel på ett butiksbiträde i en klädbutik som ser sig själv som en klubbvärd där valet av musik påverkar den "hippa" ungdomliga atmosfären. Det framkommer även exempel på kunder som både störs av butiksmusik och som trivs i den.

Huang och Shih (2011) har undersökt hur bakgrundsmusik på arbetsplatsen kan påverka koncentrationen hos personal. Studien visade att musik som upplevs som neutral och som varken gillas eller ogillas av lyssnaren är att föredra då detta har minst inverkan på dennes koncentrationsförmåga.

I studier som står att finna ligger ibland fokus på hur bakgrundsmusik kan användas för att väcka köplusten hos kunden, den så kallade "arousal-effekten" (Lai & Chiang, 2012).

Begreppet arousal-effekt kan närmast beskrivas som när hjärnbarken blir mer aktiv och tillgänglig för informationsbearbetning och känslreaktioner på grund av antingen positiva eller negativa stimuli (Egidius, 2008; "Arousal", u.å.). Tempo på bakgrundsmusiken är den faktor som till största delen bidrar till arousal-effekten (Garlin & Owen, 2006). Dock är det svårt att hitta en entydig definition av begreppet.

1.5.2 Butiksmusik – En historisk tillbakablick

Från bondesamhällets tröskningsramsor och spinnvisor till dagens centralstyrda spellistor och Stimlicensierad strömmad musik – fenomenet musik på arbetsplatsen har en lång och gedigen historia bakom sig. Ljunggren m.fl. (2002) beskriver hur fabriköerna i samband med industrialiseringen och löpandebandprincipens monotona rutinarbete såg hur arbetsdisciplinen minskade.

Man började då att experimentera med bakgrundsmusik för att hålla effektiviteten uppe, en idé som snabbt spred sig till andra fabriker i 30-talets USA. Vissa större företag vidareutvecklade detta koncept och anställde "programledare" som hade till uppgift att spela skivor för arbetarna, en slags dåtidens DJ.

1922 skapade den amerikanske generalmajoren och tillika uppfinnaren George Squier ett system för att distribuera förinspelad musik till företag via elnätet. Detta resulterade sedermera i grundandet av företaget Muzak som från 1937 och framåt levererade – och senare även producerade – något de kallade "funktionell musik" (Ljunggren, Bohman & Carlsson, 2002). Idén bakom konceptet Muzak var just att det skulle vara en del av arbetsmiljön, men inget som personal aktivt skulle lyssna på (Bradshaw & Holbrook, 2008).

Dagens butiksmusik är i många fall noggrant utvald och sekvenserad i sin roll som säljhjälpmedel. I vissa butiker är musiken förpassad till bakgrunden för att skapa en behaglig atmosfär, medan den i andra miljöer har en betydligt mer framträdande roll, som till exempel i vissa klädbutiker som riktar sig till en yngre målgrupp (Stenbäck, 2016; Ljunggren, Bohman & Carlsson, 2002).

1.6 Kognition och buller

Kognitionspsykologi studerar olika processer som inbegriper minne, uppmärksamhet, tänkande och språkbearbetning (Reisberg, 2015). Arbetsminnet är ett system som (jämfört med långtidsminnet) håller en relativt liten information tillgänglig medan vi processar och bearbetar denna (Baddeley, 2010). En assistent till arbetsminnet är den *fonologiska loop*en (articulatory rehearsal loop) som hjälper till att behålla ljudinformation i arbetsminnet (Saeki, Baddeley, Hitch & Saito, 2013).

Den komplexa processen för talperception studeras även inom kognitionspsykologi. Vid buller kan talperceptionen störas genom förväxling av olika fonem som liknar varandra. Fenomen som underlättar för talperception är den *fonemiska restaureringseffekten* (phonemic restoration effect) där otydliga och även ohörbara fonem kan uppfattas i sambandet det presenteras i (Srinivasan & Zahorik, 2012). *Kategorisk perception* är också ett underlättande fenomen, som innebär att variationer av ett språkljud, förknippas med ett visst fonem (Goldstone & Hendrickson, 2010).

Hur människan störs av buller beror på kontexten och vad det är för bullerkälla. Klatte, Mies, Sukowski och Schick (2007) visar i en studie att muntlig meningsförståelse (sentence comprehension) och fonologiskt korttidsminne (som numera kallas arbetsminne) påverkas signifikant mer vid ljud av prat (på ett för deltagarna obegripligt språk) än av tågbuller genom att deltagarna störs mer av prat än av tågbuller.

Kerlin m.fl. (2010) beskriver en selektiv förstärkningsmekanism i situationer som kan liknas vid ett cocktailparty där önskat tal förekommer bland andra ljudkällor. Med hjälp av denna mekanism urskiljs och förstärks ljud mellan 4 och 8 kHz där mycket information i tal finns i auditiva cortex.

Hua m.fl. (2014) visar i en studie att det inte råder någon signifikant skillnad mellan grupperna normalhörande och hörselnedsatta med hörapparat vid kognitiva tester som mäter *arbetsminnets kapacitet, exekutiva funktioner och uppfattad ansträngning* då trafikljud

används som bullerkälla. Studier visar dock på att lyssnande i arbetssituationer innebär mer ansträngning för personer med hörselnedsättning jämfört med normalhörande (Kramer, Kapteyn, & Houtgast, 2006; Hua m.fl., 2014). Kramer m.fl. (2006) visar även på att självrapporterade sjukskrivningar är högre hos personer med hörselnedsättning jämfört med normalhörande.

Sarampalis m.fl. (2009) intervjustudie visar att då det finns en hörselnedsättning bland arbetsföra påverkar det dem genom ökad stress. Samma grupp påverkas även känslomässigt genom ångest, förändringar i sociala aktiviteter, ökad isolering och en mer negativ självbild. Även närstående till personerna med hörselnedsättning påverkas.

Tidigare forskning, där tyngdpunkten har legat på buller i urbana ljudlandskap, är entydig och visar på att långvarig exponering har en negativ inverkan på människors hälsotillstånd. Münzel m.fl. (2018) beskriver bland annat hur bullerexponering är kopplat till irritation, stress, sömnstörningar och nedsatt kognitiv prestation men att det även finns samband med allvarligare tillstånd som hjärtinfarkt och stroke.

1.7 Kognition och bakgrundsmusik

Bakgrundsmusik är något som kan påverka kognitionen. Angel, Polzella och Elvers (2010) visar att bakgrundsmusik kan påverka utfallet av kognitiva tester positivt. I studien fick deltagarna lyssna på musik av Mozart och studien kom fram till att *spatialt processande* (*spatial processing*) gick snabbare och *lingvistiskt processande* (*linguistic processing*) blev mer noggrant jämfört med de som fick utföra tester i tystnad. Det antogs alltså att dessa kognitiva aspekter gynnades av bakgrundsmusiken.

I en studie av Hallam, Price och Katsarou (2002) fick barn i åldrarna 10–12 lyssna på olika typer av musik som karaktäriserades som lugn respektive hetsig, aggressiv och obehaglig och samtidigt utföra räkne- och minnestester. Den lugnande musiken förbättrade resultatet i båda testerna och den hetsiga musiken störde deltagarna i minnestesterna. Det antogs att musiken inte direkt påverkade kognitiva funktioner utan istället påverkade humöret och deltagarnas arousal-nivåer. Schellenberg (2005) visar också att om musiken som spelas uppskattas av lyssnaren ökas arousal-nivån.

Särkämö m.fl. (2008) visade att bland patienter, som drabbats av stroke och som har fått lyssna på musik efter eget tycke under sin rehabilitering, har återhämtningen för hjärnområden för verbalt minne och fokuserad uppmärksamhet förbättrats mer än

kontrollgrupperna som fick lyssna på ljudböcker eller varken musik eller ljudböcker. Musikgruppen upplevde sig även som mindre deprimerade och förvirrade än de andra grupperna.

Huruvida bakgrundsmusik kan bidra till stress är forskningen oense. Nisar och Hong (2017) visar att bakgrundsmusik kan skapa distraktion vid utförande av inkongruenta uppgifter vid stressande omständigheter. Evangelista m.fl. (2017) visade däremot att varken närvaron eller frånvaron av klassisk bakgrundsmusik under en föreläsning bidrog till stress eller oro.

1.8 Hörsel och attityd

Det finns egenskaper och faktorer som kan påverka en individs attityd till höga ljudnivåer. Hunter (2017) visar att det är vanligt att ungdomar har en positiv attityd till höga ljudnivåer och att gruppen saknar kännedom om konsekvenser av bullerexponering.

Folkhälsomyndigheten (2017) visar att andelen som lyssnar på musik med hög volym dagligen är högre hos unga vuxna och blir gradvis lägre för äldre. Dock kan inte hela ungdomsgruppen ses som representativ för musiklyssnande på hög ljudnivå utan det är den delen som är benägen att ta högre risker som också lyssnar på högre ljudnivåer och använder hörselskydd vid dessa tillfällen i mindre utsträckning (Bohlin & Erlandsson, 2007; Vogel, van de Looij-Jansen, Mieloo, Burdorf & de Waart, 2012; Widén, Holmes, Johnson, Bohlin & Erlandsson, 2009). Kvinnor associerar risksituationer med koppling till ljud som mer farliga än vad män gör men utsätter sig ändå för samma situationer (Bohlin & Erlandsson, 2007).

2. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

2.1 Syfte

Syftet med studien är att studera den subjektiva upplevelsen av bakgrundsmusik, den självupplevda ljudmiljön och eventuell påverkan hos personal och kunder inom branschen handels. Detta utifrån butiker där musikexponering förekommer.

2.2 Frågeställningar

1. Hur upplever kunder och personal bakgrundsmusiken som spelas i butik?
2. Upplever kunder och/eller personal påverkan på grund av bakgrundsmusiken som spelas i butik?

3. I vilken utsträckning anser sig kunder och personal kunna påverka bakgrundsmusiken som spelas i butik?
4. Finns behov och i så fall möjlighet för personal och kunder att använda hörselskydd i butik?
5. Finns det någon skillnad mellan personal och kunders subjektiva upplevelse och eventuella påverkan av bakgrundsmusiken som spelas i butik?

3. MATERIAL OCH METOD

3.1 Forskningsmetodik och procedur

Frågeställningarna besvarades genom en egendesignad kvantitativ enkätundersökning i pappersformat. Studien är deskriptiv med enklare statistisk analys (Olsson & Sörensen, 2011; Patel & Davidson, 2011). Tvåhundra tolv enkätsvar (110 butiksarbetare och 102 kunder) samlades in, ställdes samman och analyserades. Bakgrunden har sammanställts med utgångspunkt i vetenskapliga artiklar från databasen PubMed. Vid behov har rapporter från olika myndigheter, läroböcker inom audiologi och Nationalencyklopedin använts. Ett gemensamt Google Docs-dokument har använts för ordbehandling.

3.2 Etiska överväganden

Forskningsetiska aspekter som följdes genom arbetet var följande: informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet, nyttjandekravet (Patel & Davidsson, 2011). Butikspersonal och kunder som frivilligt valde att delta efter förfrågan på plats tillhandagavs ett frågeformulär. En informationstext om studiens syfte, samtycke och konfidentialitet tillhandahölls deltagarna. Data kom att samlas in och behandlades av endast oss som arbetar med projektet.

Vår ursprungliga ambition var att vid enkätinsamlingen få godkännande av ansvarig chef i respektive butik. Detta visade sig många gånger vara praktiskt omöjligt då butikschefer ibland uppgav att instanser hierarkiskt ordnade över dem ansvarade för att låta utomstående göra undersökningar i deras butik. Vid andra tillfällen fanns ingen butikschef på plats. Med hänsyn till studiens genomförbarhet och det redan anonyma tillvägagångssättet utslöts denna del då det kraftigt påverkade antalet enkäter som fick lämnas ut. Den ändrade metoden innebar att den muntliga informationen om anonymitet betonades särskilt i mötet med butiksanställda.

3.3 Urval och inklusionskriterier

I denna studie avses konsument som besöker butiker från en gång i veckan eller oftare till några gånger om året och behöver nödvändigtvis inte köpa varor vid dessa tillfällen. Med personal avser vi representanter för butiker och som har som arbetsuppgift att bemöta potentiella kunder som befinner sig i butiken.

Inklusionskriterier för butiksarbetarna var att deltagarna jobbar i butik där bakgrundsmusik observerats. Exklusionskriterier för samma grupp var butiker där det inte spelas bakgrundsmusik och övrig personal som inte bemöter kunder i sitt arbete. Inklusionskriterier för kunder var de individer som för tillfället befann sig i Medicinarelängan, Hälsovetarbacken eller Biomedicinska biblioteket (samtliga lokaler tillhörande Göteborgs universitet) och som tillfrågats om de brukar gå i butiker där bakgrundsmusik spelas.

Tabell 1. Ämnesrubriker för respektive frågenummer som användes i enkät.

Frågenummer	Ämnen
1 - 2	Sysselsättningsgrad/Besöksgrad
3 - 4	Upplevelse av bakgrundsmusik
5	Möjlighet att påverka bakgrundsmusik
6 - 7	Behov/möjlighet av hörselskydd
8 - 9	Attityder till höga ljudnivåer
10	Upplevelse av egen hörsel

3.4 Mätinstrument

Mätinstrumentet (se tabell 1) består av en egendesignad enkät med tio frågor med fasta svarsalternativ. Denna konstruerades eftersom det inte gick att finna en lämplig enkät sett till undersökningsområde och våra frågeställningar. Enkäten ställdes

samma genom diskussion om ämnen som enkäten skulle beröra och lämpliga frågor för att nå dessa. Fredrikssons (2018) enkätstudie studerades som inspiration för att hitta arbetsrelaterade frågor kopplade till ljudmiljö. En pilotstudie genomfördes där sju klasskamrater och närstående fick fylla i ett utkast av enkäten. Dessa gav sedan återkoppling på deras upplevelse av att fylla i enkäten och mindre justeringar av enkäten gjordes. Samma enkät (se bilaga 1) är konstruerad för både butiksarbetare och kunder och lämnas till respektive grupp. Samma enkät användes också till en obemannad station (se 3.5 Tillvägsgångssätt). Frågorna är inriktade på upplevelsen av att antingen jobba i eller besöka en butik med bakgrundsmusik. Informationsblad och enkät ryms på ett tvåsidigt utskrivet A4-

blad. Informationsbladet informerade om studiens syfte, att deltagandet var frivilligt samt att data hanteras konfidentiellt. Deltagare uppmanades därefter att vända blad för enkät.

Deltagare tillfrågas om ålder. I fråga 1 frågades om deltagare jobbar hel- eller deltid eller besökte butik i egenskap av kund med svarsalternativen: *Ja, arbetar **heltid** och svarar på enkäten utifrån min arbetsplats och arbetssituation (gå till fråga 3), Ja, arbetar **deltid** och svarar på enkäten utifrån min arbetsplats och arbetssituation (gå till fråga 3) och Nej, besöker endast butik med bakgrundsmusik i egenskap av kund*. I fråga 2 tillfrågades endast kunder om hur ofta de besöker butik med bakgrundsmusik med svarsalternativen: *En gång i veckan eller oftare, Någon gång i månaden, Några gånger om året och Aldrig, tar aktivt avstånd från att besöka dessa butiker*. Fråga 3 handlade om den generella upplevelsen av ljudmiljön där bakgrundsmusik spelades.

I fråga 4 fick deltagaren fylla i flera av totalt tio svarsalternativ som motsvarade olika tillstånd som oftast upplevdes på butiksarbetares arbetsplats/i butiken för kunder med svarsalternativen: *fokuserad, glad, irriterad, energifylld/peppad, omotiverad, förvirrad, tillfreds/harmonisk, öronsus/pip i öronen, beslutsam, lomhörd, köpsugen, stressad/ansträngd, inspirerad/kreativ, huvudvärk och ljudtrött (mentalt trött p.g.a. ljud)*. Fråga 4 lämnas blankt om oberörd/neutral.

I fråga 5 tillfrågades deltagaren om möjlighet och tillåtelse att påverka bakgrundsmusiken genom till exempel be om att justera volym, stänga av, byta musik etc. med svarsalternativen: *Ja, alltid, Ibland, Aldrig och Vet ej*. I fråga 6–7 frågades om behov respektive möjlighet att använda hörselskydd, med svarsalternativen: *Ja, Ibland/Delvis och Inte alls*. I fråga 8–9 frågades om attityder till att utsätta sig för höga ljudnivåer på fritiden och om hörselskydd används i starka ljudmiljöer på fritiden med svarsalternativen: *Ja, Ibland och Aldrig*. Fråga 10 var en fleralternativsfråga om den upplevda hörseln med svarsalternativen: *Upplever inga problem, Hörselnedsättning, Ljudkänslighet (känslig för vardagsljud), Tinnitus och Ljudtrötthet (mentalt trött p.g.a. ljud)*.

3.5 Tillvägagångssätt

Butiksarbetare valdes ut genom slumpmässigt urval efter muntlig bekräftelse om att delta i enkätundersökningen. Olika butiker i Göteborg besöktes mellan kl. 10 och 14 på vardagar, för att undvika stora folkströmmar, på shoppingstråk och i gallerior där bakgrundsmusik ur installerat högtalarsystem i butiken kunde höras. Där tillfrågades personal om att delta i

studien genom en muntlig sammanfattning av studiens syfte, anonymitet och frivilligt deltagande. Om personal kunde och ville delta tillhandahölls denne en enkät (se bilaga 1). Ifylld enkät lades direkt i en medhavd förvaringslåda. Vissa personalsvar gavs vid ett senare tillfälle än då de tillfrågades och dessa svar samlades in vid överenskommen tid. Personal har svarat utifrån sin egen arbetsplats i butik med bakgrundsmusik och kunder har svarat utifrån sin generella åsikt om sin upplevelse i butiker där bakgrundsmusik förekommer.

Kundsvaren samlades in på två olika sätt. En obemannad station installerades på Biomedicinska biblioteket i Göteborg där deltagare på egen hand kunde plocka upp en enkät från en dokumentsamlare och lägga ifylld enkät i en låda. Tio stycken blanka enkäter placerades i denna dokumentsamlare. Tre av dessa fylldes i och placerades i svarslådan. Kundsvaren samlades också in genom att slumpvist utvalda personer som befann sig i Medicinarelängan eller på Hälsovetarbacken i Göteborg tillfrågades om att delta i studien. Muntlig information om studiens syfte, anonymitet och frivilligt deltagande gavs i en sammanfattad form. Svar som erhöles placerades i medhavd låda.

Deltagare som avböjde noterades med antal och orsak för respektive grupp vilket senare ställdes samman.

Enkäter med insamlade data destrueras efter studiens genomförande.

3.6 Bortfall

3.6.1 Externt bortfall

Av de 244 muntligt informerade och tillfrågade valde 35 personer (14 personal och 21 kunder) att inte svara på enkäten. Av de 14 butiksanställda som valde att inte svara på enkäten uppgav sex av dessa ointresse, fem sade att de inte tilläts delta i studien och hänvisade till företagspolicy eller huvudkontor och tre sade att de inte hade tid eller var för stressade. Av de 21 kunder som valde att inte svara på enkäten var 19 ointresserade och två hade tidsbrist.

3.6.2 Internt bortfall

Inga av de besvarade enkäterna innehöll felaktigt ifyllda svar i den mån att någon enkät förkastades. Därav blev antalet korrekt ifyllda enkätsvar (n) 212 stycken varav 110 var från butiksanställda och 102 från butiksbesökare.

3.7 Bearbetning och analys

Resultatet analyserades genom deskriptiv statistik. Data kodades och matades in i Google Sheets och exporterades därefter till SPSS (version 25.0.0) efter konsultation med statistiker. Statistiker hjälpte oss också att välja lämpliga statistiska analysmetoder. Varje enkät erhöll ett ID-nummer ordnat efter angivet svar om deltagare är personal eller kund. Deltagarnas ålder matades därefter in som kvotskala. Markerat svarsalternativ kodades med en siffra för respektive svarsalternativ. Beroende på svarsalternativ angavs dessa som nominal- eller ordinalskala. Svarsalternativen på fråga 3, 5, 6, 7, 8 och 9 var i ordinalskala med 3 svarsalternativ vardera där svaren kodades in som en siffra från 1 till 3. Fråga 5 hade samma upplägg men med ett fjärde "vet ej-alternativ" där svaren kodades som 4. Fråga 4 och fråga 10 innehöll flersvarsalternativ i positiv, negativ eller neutral bemärkelse där varje svarsalternativsruta kodades in i SPSS som enskild fråga där siffran 1 motsvarade en ikryssad ruta och 2 en icke ikryssad ruta. Resultat redovisas deskriptivt i procent, antal, medelvärde, max- och min-värde och analyserades genom oberoende t-tester som presenteras i tabeller och diagram framtagna i SPSS. Som signifikansgräns har vi valt ett p-värde på 0,05. Resultat som följer i form av stapeldiagram och tabeller visar vad respektive grupp har svarat på samma enkätfråga där vardera grupp (kund eller personal) utgör en totalsumma av 100 % var för sig.

4. RESULTAT

Medelåldern hos de deltagare som angav ålder var 29 år och vid uppdelning av grupperna var medelåldern hos kunder 29 år och hos personal 30 år. Av 212 enkätsvar saknade sex stycken (tre personal och tre kunder) svar på frågan om ålder.

Tabell 2. I tabellen redovisas antal, medelålder, spridningsmått och standardavvikelse av deltagarnas ålder för respektive grupp samt totalt.

	Antal	Medelvärde	Minimum	Maximum	Standardavvikelse
Personal	110 (51,9 %)	29,6	17	62	8,6
Kund	102 (48,1 %)	28,7	19	75	12,1
Total	212 (100 %)	29,2	17	75	10,5

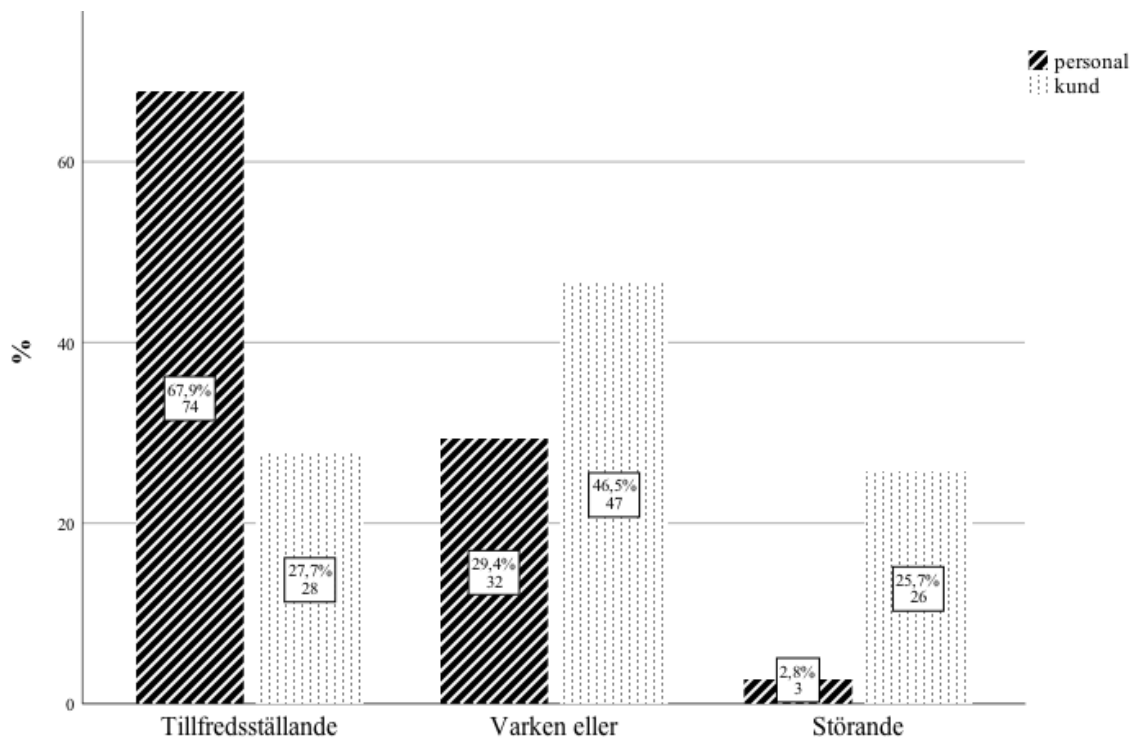
Av butikspersonalen arbetade 62 (56,4 %) heltid och 48 (43,6 %) deltid.

Tabell 3 visar resultat om i vilken utsträckning deltagande kunder besöker butik där det förekommer bakgrundsmusik. Här valde en kund att inte svara och sju (6,9 %) att de besöker butik med bakgrundsmusik några gånger om året. En majoritet besöker butik med bakgrundsmusik någon gång i månaden eller oftare.

Tabell 3. Tabellen visar hur ofta 102 kunder besöker butik med bakgrundsmusik.

	Antal
En gång i veckan eller oftare	46 (45,5 %)
Någon gång i månaden	48 (47,5 %)
Några gånger om året	7 (6,9 %)
Aldrig, tar aktivt avstånd från att besöka dessa butiker	0 (0 %)
Saknat svar	1 (1 %)
Total	102 (100 %)

Resultat av frågan “hur den generella ljudmiljön i butik/arbetsplats med bakgrundsmusik upplevs” (Figur 1) visar att 74 (67,9 %) butikspersonal anser att den generellt upplevda ljudmiljön på deras arbetsplats är tillfredsställande. 32 (29,4 %) anser det vara varken eller och tre (2,8 %) anser det som generellt störande. 28 kunder (27,7 %) upplever den generella ljudmiljön i butik med bakgrundsmusik överlag som tillfredsställande. 47 (46,5 %) anser det vara varken eller och 26 (25,7 %) upplever det som generellt störande. Här kodades svaret *tillfredsställande* som 1, *varken eller* som 2 och *störande* som 3. Medelvärdet på respektive gruppssvar var 1,35 för personal och 1,98 för kunder. Skillnaden mellan grupperna är här signifikant ($p < 0,001$).



Figur 1. Stapeldiagram som visar generell upplevelse av bakgrundsmusik i butik hos butikspersonal och kunder.

I Tabell 4 visas resultat av fråga “Vilka tillstånd stämmer oftast in på hur du påverkas av ljudmiljön i butik/din arbetsplats med bakgrundsmusik?” utifrån vad respektive grupp svarat. Flera fasta svarsalternativ kunde markeras.

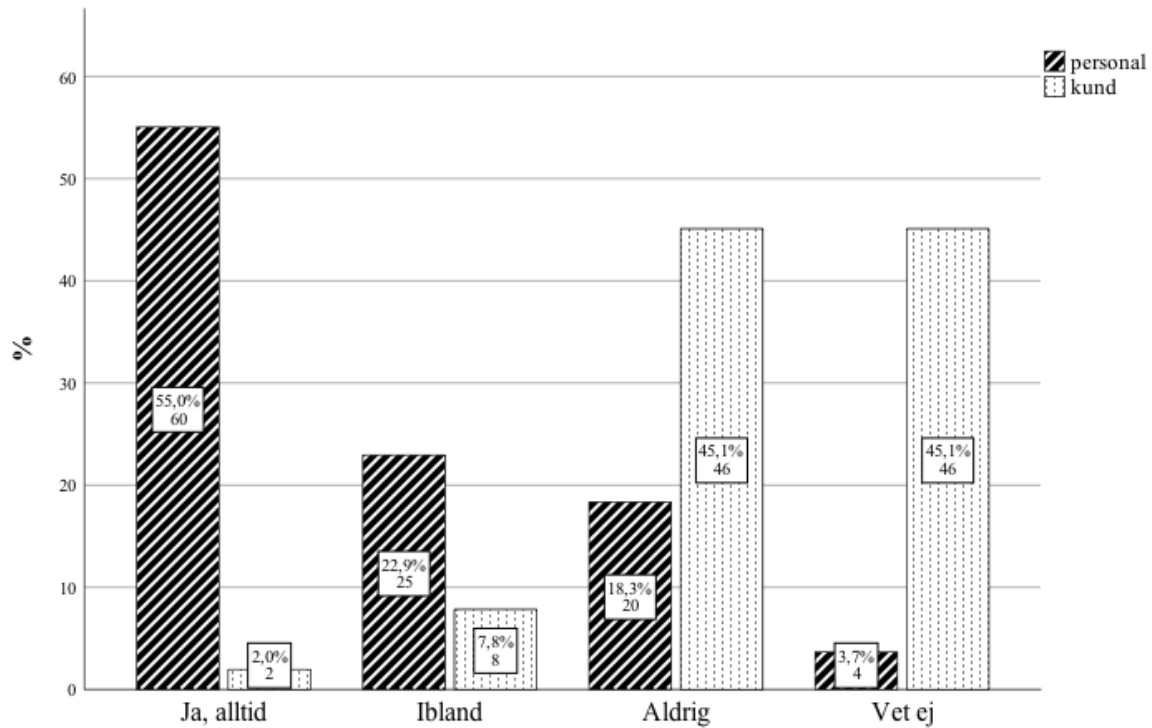
Denna fråga var uppdelad i olika positivt och negativt laddade påståenden. De påståenden som klassats som positiva var: *fokuserad, glad, energifylld/peppad, tillfreds/harmonisk, beslutsam, köpsugen* och *inspirerad/kreativ* (totalt sju stycken). Negativa påståenden var: *irriterad, omotiverad, förvirrad, öronsus/pip i öronen, lomhörd, stressad/ansträngd, huvudvärk* och *ljudtrött* (totalt åtta stycken). Här fanns även alternativet att inte fylla i något alternativ och därmed svara *oberörd/neutral* vilket även presenteras i tabellen. Detta resultat visade en skillnad då de tre flest ikryssade tillstånd av butikspersonal var: *glad* (77,3 %), *energifyllt/peppad* (68,2 %) och *inspirerad/kreativ* (52,7 %) vilket alla är positivt laddade påståenden. De tre flest ikryssade tillstånd av kunder var: *glad* (45,1 %), *stressad/ansträngd* (42,2 %) och *ljudtrött* (40,2 %) vilket är ett positivt och två negativt laddade påståenden.

Tabell 4. Beskrivande statistik över tillstånd som oftast stämmer in på hur kund och personal påverkas av bakgrundsmusik i butik/på arbetsplats. Fasta svarsalternativ där flera alternativ kunde markeras. Positiva påståenden är markerade med “+” och negativa med “-”.

Lämnades frågan blankt var detta lika med åsikten oberörd/neutral (+/-). Resultat är sorterat i rangordning från högt till lågt i procent efter personalens svar.

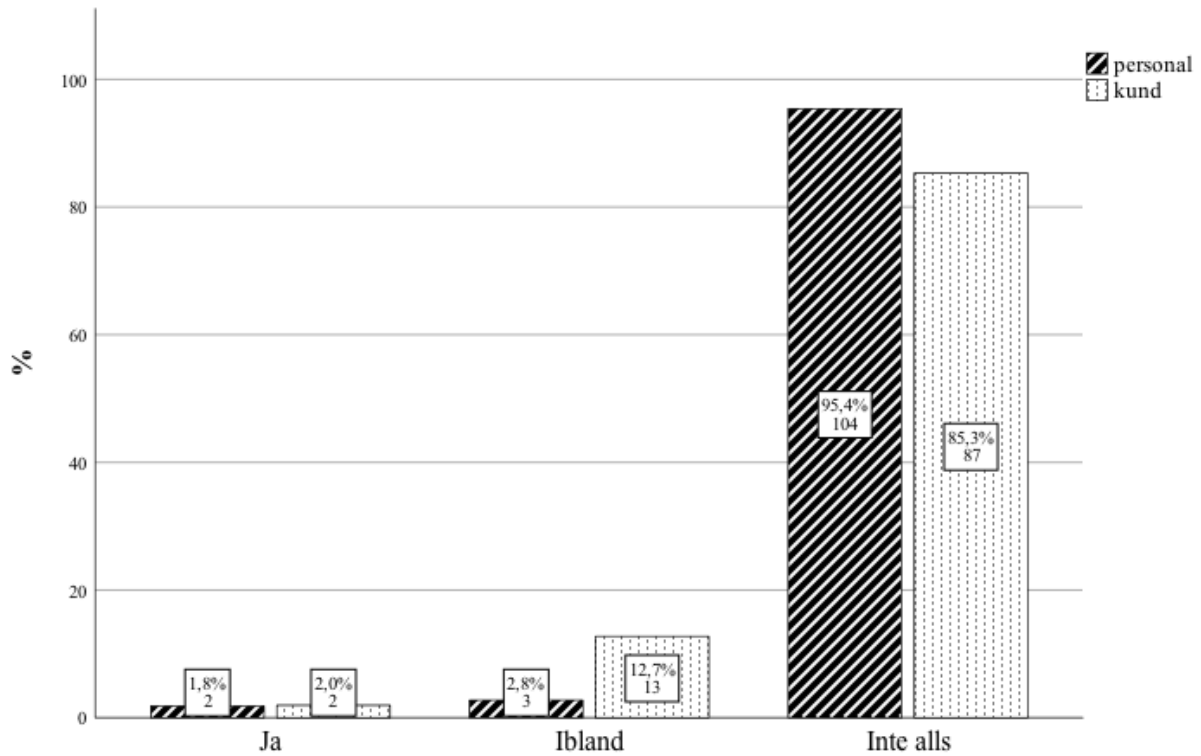
		personal	kund
		Antal	Antal
+	Glad	77,3 % (85)	45,1 % (46)
+	Energifylld / peppad	68,2 % (75)	32,4 % (33)
+	Inspirerad / kreativ	52,7 % (58)	22,5 % (23)
-	Ljudtrött	25,5 % (28)	40,2 % (41)
+	Fokuserad	22,7 % (25)	4,9 % (5)
+	Tillfreds / harmonisk	22,7 % (25)	21,6 % (22)
+	Köpsugen	12,7 % (14)	9,8 % (10)
-	Stressad / ansträngd	12,7 % (14)	42,2 % (43)
-	Irriterad	11,8 % (13)	28,4 % (29)
-	Huvudvärk	6,4 % (7)	13,7 % (14)
-	Omotiverad	3,6 % (4)	4,9 % (5)
+/-	Oberörd / neutral	3,6 % (4)	2,9 % (3)
-	Öronsus / pip i öronen	2,7 % (3)	2,0 % (2)
+	Beslutsam	2,7 % (3)	2,9 % (3)
-	Lomhörd	2,7 % (3)	1,0 % (1)
-	Förvirrad	1,8 % (2)	9,8 % (10)

Figur 2 visar svar på fråga “ifall de deltagande upplever möjlighet/tillåtelse att påverka bakgrundsmusiken som spelas på deras arbetsplats eller i generell butik som besöks med bakgrundsmusik”. Här svarade fyra personal (3,7 %) och 46 kunder (45,1 %) att de generellt inte visste ifall de hade möjlighet/tillåtelse att kunna påverka musiken. Svartalernativet *ja, alltid* kodades som 1, *ibland* som 2 och *aldrig* som 3. Skillnaden mellan grupperna där *vet ej*-svaren exkluderades är signifikant ($p < 0,001$). Medelvärdet hos personal var 1,62 och kund 2,79.



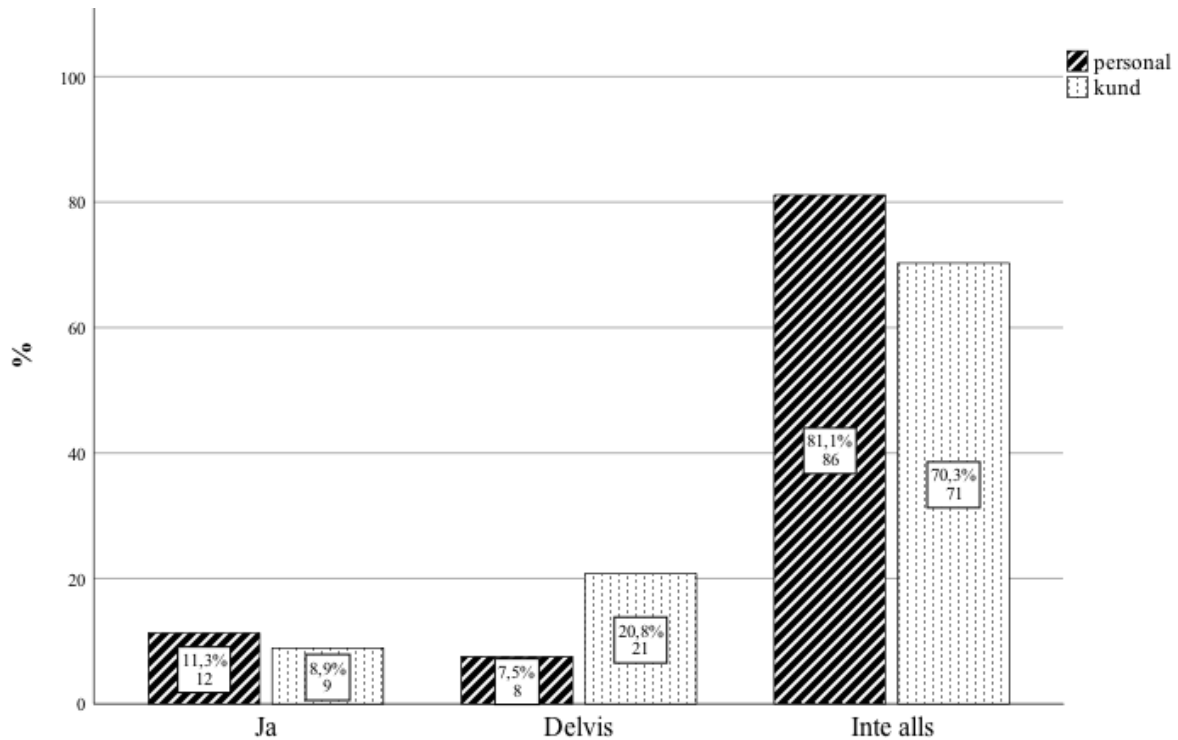
Figur 2. Stapeldiagram som visar generellt upplevd möjlighet/tillåtelse bland kunder och butikspersonal att påverka bakgrundsmusiken i butik/på arbetsplatsen.

Figur 3 visar svar på frågan om “i vilken mån det finns upplevt behov av att använda hörselskydd inom ljudmiljön”. Svartalernativ *ja* är kodat som 1, *ibland* som 2 och *inte alls* som 3. Skillnaden mellan grupperna är signifikant ($p=0,048$) med ett medelvärde på 2,94 hos personal och 2,83 hos kund.



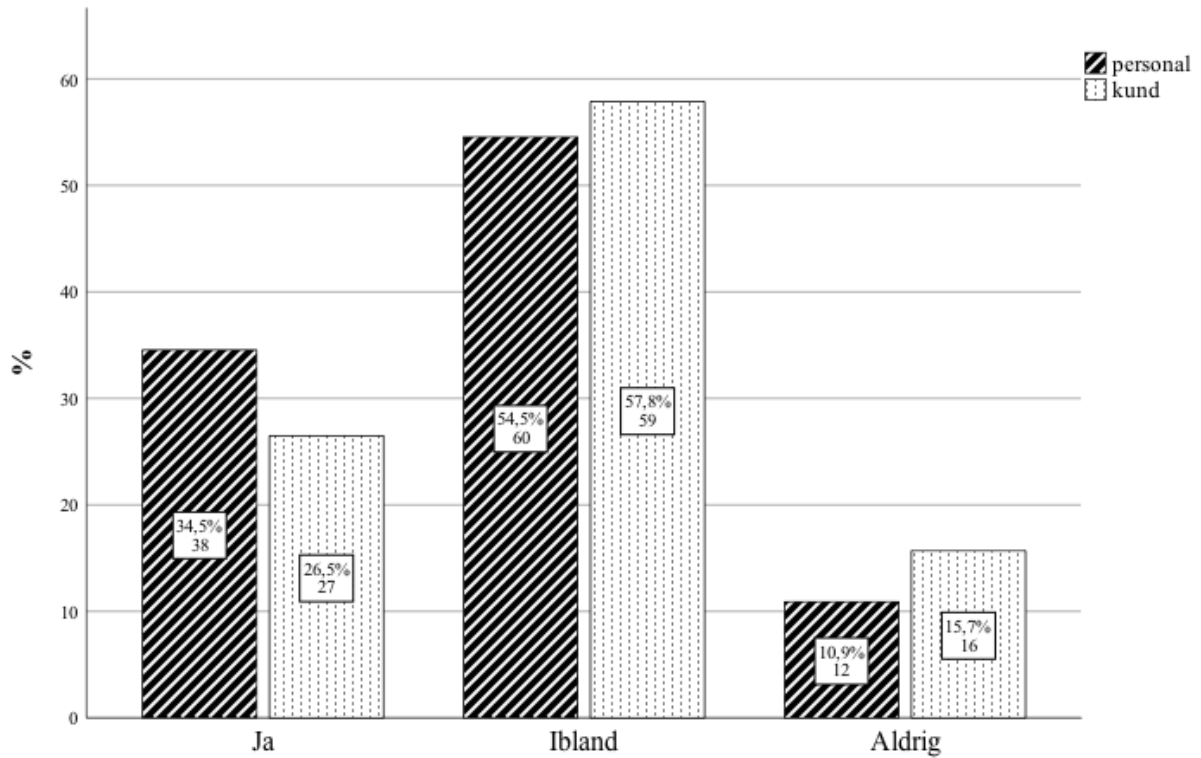
Figur 3. Stapeldiagram som visar upplevt behov bland butikspersonal och kunder att använda hörselskydd i butik/på arbetsplatsen med bakgrundsmusik.

Figur 4 visar resultat från frågan “Upplevd möjlighet att använda hörselskydd i butik/arbetsplats med bakgrundsmusik”. Svar *ja* kodades som 1, *delvis* som 2 och *inte alls* som 3. Skillnaden vid denna fråga var ej signifikant mellan grupperna ($p=0,343$). Medelvärdet hos personal var 2,70 och hos kunder 2,61.



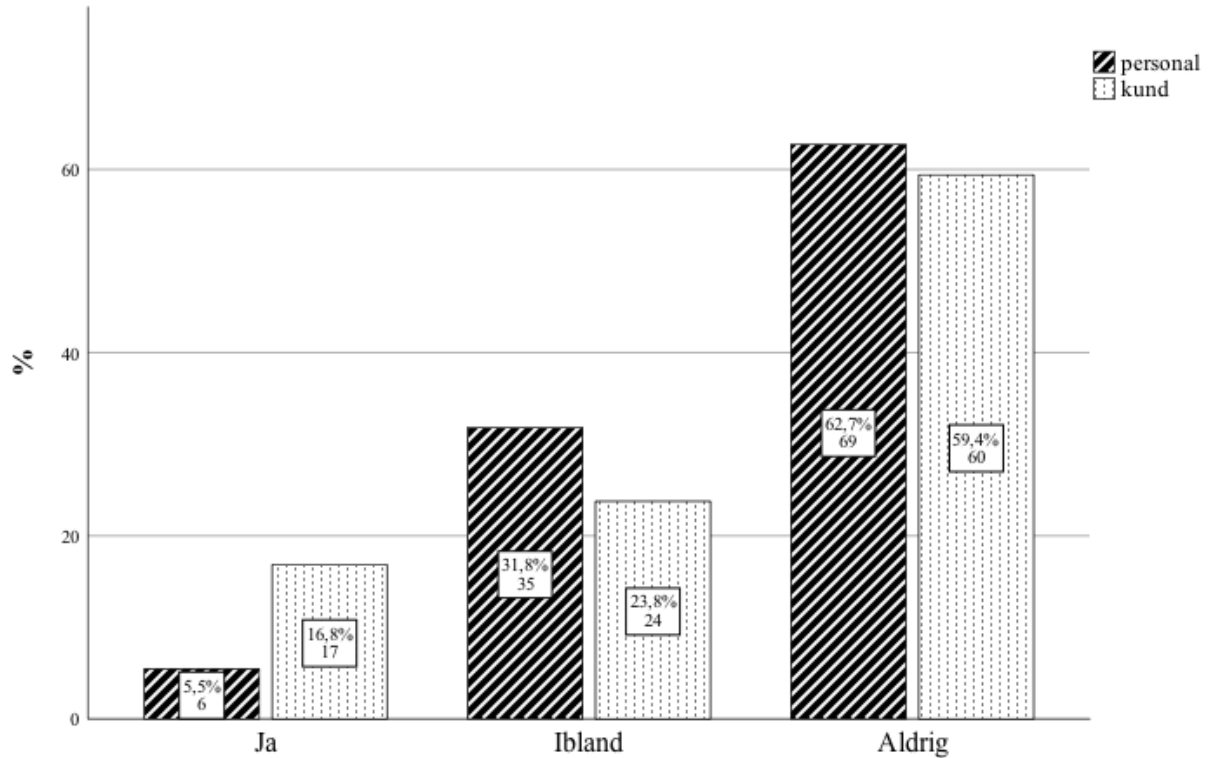
Figur 4. Stapeldiagram som visar upplevd möjlighet bland kund och butikspersonal att använda hörselskydd i butik/på arbetsplatsen med bakgrundsmusik.

För frågan “Utsätter sig frivilligt för höga ljudnivåer på fritiden” (Figur 5) kodades svarsalternativ *ja* som 1, *ibland* som 2 och *nej* som 3. Ingen signifikant skillnad mellan grupperna ($p=0,306$). Medelvärdet hos personal var 1,76 och hos kunder 1,89.



Figur 5. Stapeldiagram över i vilken utsträckning butikspersonal och kunder utsätter sig för höga ljudnivåer på fritiden.

För frågan “Använder du hörselskydd i starka ljudmiljöer på fritiden?” (Figur 6) kodades svarsalternativ *ja* som 1, *ibland* som 2 och *nej* som 3. Ingen signifikant skillnad mellan grupperna ($p=0,124$). Medelvärde hos personal var 2,57, medelvärde hos kund var 2,43.



Figur 6. Stapeldiagram som visar i vilken utsträckning butikspersonal och kunder använder hörselskydd i starka ljudmiljöer på fritiden.

Tabell 5 visar resultat från enkätfrågan kring egenupplevd hörselstatus hos butikspersonal och kunder. Här kunde flera svarsalternativ markeras. Överst i tabellen visas resultat av hur många i respektive grupp som markerade att man inte hade några problem med sin hörsel oavsett om de kryssade i något/några av de resterande fasta alternativen eller inte. Därefter följer resultat av hur många i respektive grupp som anser sig uppleva någon grad av *hörselnedsättning, ljudkänslighet, tinnitus* och/eller *ljudtrötthet*. Resultatet visar generellt samma egenupplevda hörselstatus oavsett grupp. Dock observeras en viss högre procent negativa påståenden hos butikspersonal.

Tabell 5. Tabellen redovisar egenupplevd hörsel hos 110 butikspersonal och 102 kunder. Flera svarsalternativ kunde markeras. Resultat är rangordnat efter personalens svar.

	personal antal	kund antal
Inga problem	67,3 % (74)	70,6 % (72)
Ljudtrötthet	20,9 % (23)	16,7 % (17)
Ljudkänslighet	15,5 % (17)	12,7 % (13)
Tinnitus	14,5 % (16)	8,8 % (9)
Hörselnedsättning	13,6 % (15)	5,9 % (6)

5. DISKUSSION

5.1 Metod

5.1.1 Enkäten

Vi valde att genomföra en kvantitativ enkätstudie där samtliga frågor och svarsalternativ utformades av oss. Även om Fredrikssons (2018) studie användes som inspirationskälla för vissa arbetsrelaterade frågor kopplade till ljudmiljön så är vår enkät inte validerad på något sätt och detta kan ses som en svaghet. Vi valde istället att låta en testgrupp besvara enkäten i en pilotstudie för att få fram en så bra slutprodukt som möjligt.

För att underlätta insamlingen av data och förenkla analysprocessen valdes slutna svarsalternativ vilket medförde att finare nyanser i svaren gick förlorade. Redan under arbetet med projektplanen diskuterades alternativet att ha med ett antal fritextsvar, men denna idé förkastades.

Då enkäten konstruerades valde vi att fråga om åldern hos respondenterna, något som kan ha resulterat i att ett mindre antal svar utelämnades. Hade vi istället valt att fråga om födelseår hade detta kanske resulterat i fler korrekt ifyllda enkäter då frågan möjligtvis uppfattas som mindre privat.

Trots att relativt mycket tid avsattes åt att ta fram en lättförståelig enkät med tydliga frågor och svarsalternativ var det svårt att fånga alla respondenters individuella och subjektiva tolkningar av texten. I ett fåtal fall ombads vi att förtydliga innehållet i enkäten, och detta kan också påverkat respondentens svar. Något som uppmärksammades var valet av uttrycket *lomhörd*, ett ord som i dag kanske anses vara något förlegat och/eller ovanligt.

Svarsfrekvensen var allt som allt mycket hög och förhoppningsvis ett resultat av det medvetna valet att ta fram en så kort och koncis enkät som möjligt och dessutom presentera all informationstext och enkäten på ett dubbelsidigt A4. De eventuella begränsningar enkätupplägget innebar ansåg vi kunde motiveras med den faktiska genomförbarheten; Berggren (2016) rapporterar om upplevd stress inom detaljhandeln och med detta i åtanke ville vi använda en enkät som inte tog allt för mycket tid i anspråk.

Att valet föll på en enkät i pappersformat kan ses som mindre positivt ur ett miljöperspektiv. Beslutet att använda en pappersenkät grundades till stor del på att vi ville kunna genomföra undersökningen på ett enkelt, lättsamt och greppbart sätt. Ett alternativt tillvägagångssätt hade t.ex. varit att presentera frågorna som en webbenkät på medhavda surfplattor. Detta var dessvärre varken tidsmässigt eller ekonomiskt förenligt med projektplanen.

Fråga fyra i enkäten använde ett antal ord, bl.a. “fokuserad”, “förvirrad” och “köpsugen”, som kan tolkas som antingen positivt laddade, negativt laddade, eller neutrala. I fallet med ordet “köpsugen” upplevdes svårigheter med att kategorisera detta på ett korrekt sätt. Utifrån vems synvinkel kan ordet “köpsugen” anses vara något positivt alternativt negativt?

Angående fråga sex och sju i enkäten är det en risk att deltagare påverkas av att de först tillfrågas om behov av att använda hörselskydd och därefter tillfrågas om möjlighet att använda hörselskydd. Deltagarna resonerade möjligtvis att de angav att de inte har möjlighet att använda hörselskydd eftersom de inte upplever behovet och därmed utesluter andra orsaker.

5.1.2 Urval

Under arbetet med enkäten togs tidigt ett beslut att besöka de olika butikerna under tidpunkter på dagen då det var som lugnast. Utifrån egna erfarenheter vad gäller besöksantal i butiker fastställdes ett tidsspann på cirka fyra timmar, och att besöken skulle ske vardagar mellan kl. 10 och 14. Med facit i hand går det att fråga sig om tidpunkten för besöken kan ha påverkat enkätsvaren. Vår undersökning genomfördes under en relativt lugn period på dagen och det kan ha påverkat resultaten. Kan det vara så att både personal och kunder upplever färre negativa aspekter av bakgrundsmusik när det i allmänhet är lugnt i lokalen? Valet av besökstid i butikerna innebar också att en del personal inte hade tid att svara eftersom det vid dessa tillfällen bara fanns en butiksarbetare i lokalen. Att data samlades in under en tid på året när julmusik inte är aktuell kan också ha påverkat resultatet (Carlén, 2018).

Under arbetet med projektplanen diskuterades ofta behovet av en kontrollgrupp. Borde enkäten även lämnats ut i butiker där det aldrig spelas bakgrundsmusik för att ge oss en bild av hur personal i dessa butiker upplever sin ljudmiljö? Skulle i så fall denna information ge oss något vid jämförelse med personal som vistas på en arbetsplats med bakgrundsmusik? Målsättningen var trots allt att få en bild av upplevelsen av just *närvaron* av ljud och den eventuella påverkan det har på individen.

Vid en enkätundersökning kommer det alltid att vara ett visst antal individer som avböjer medverkan. Varför tackade dessa personer nej? Det överlägset mest angivna skälet bland personal var tidsbrist, följt av ointresse bland både personal och kunder där ingen specifik anledning uppgavs, samt ett fåtal tillfällen då personal hänvisade till företagspolicyer. Vid en undersökning är de uteblivna svaren lika viktiga som insamlade data. Var det en viss "typ" av människor som valde att inte svara? Och i hur stor utsträckning kan i så fall dessa uteblivna svar snedvrída det slutliga resultatet?

5.1.3 Genomförande och insamlande av data

Målsättningen var att samla in svar från 100 stycken respondenter ur vardera grupp om personal och kunder. Arbetet med att besöka butiker och där lämna ut enkäter fördelades över ett antal dagar och tillfällen och genomfördes både gemensamt i grupp, men också individuellt där vi var för sig besökte olika butiker i Göteborgsområdet.

5.1.4 Statistisk analys

För att framställa resultatet tydligt valdes att inte använda svaren om ålder och sysselsättningsgrad mer än att ställa upp dessa resultat enskilt. Detta är medvetet gjort men med medförd risk att mer djupgående korrelationer mellan svaren inte lyfts fram.

5.1.5 Alternativa och kompletterande metoder

Enkätens fasta svarsalternativ bidrog till att det insamlade materialet lättare kunde analyseras men, som tidigare nämnts, förelåg en risk att nyanser i respondenternas svar gick förlorade. Under arbetet med att ta fram enkäten diskuterades för- och nackdelar med att ha ett antal öppna svarsalternativ i fritextformat där respondenten mer ingående kunde ange sina svar. I slutändan valdes dock detta alternativ bort för att underlätta analysen av enkätdata.

Under projektets inledningsfas diskuterades möjligheterna till att komplettera enkätundersökningen med någon form av ljudnivåmätning. Att titta närmare på faktiska ljudförhållanden i butiker hade onekligen varit mycket intressant, men efter övervägande insåg vi att detta varit för tidskrävande att genomföra i praktiken. Om butiksarbete kan associeras med ett bulleryrke (Chen, Dai, Sun, Lin, & Juang, 2007; Fredriksson, 2018; Idota, Horie, Tsutsui & Inoue, 2010; Venet, Campo, Rumeau, Thomas & Parietti-Winkler, 2014; Sjödin, 2012) i den mån att den överskrider gränsvärden för bullerexponeringsnivåer (Arbetsmiljöverket, 2005) kan därmed inte bekräftas i vår studie.

Efter färdigställd analys av enkätdata resonerade vi också kring ett antal kompletterande frågor som kunde varit lämpliga i enkäten. En av dessa var att fråga personal och kunder om hur de generellt upplever ljudnivån i butik och om bakgrundsmusiken upplevs som för stark, för svag eller lagom. Mer specifika frågor angående anställningsgrad bland personal och eventuellt upplevd stress utelämnades också.

Vidare dokumenterades inte någon information om vilken typ av butik vi besökt, om det var en större eller mindre verksamhet, om den var en del av en kedja, vad som salufördes, antal anställda, osv. Vi gjorde heller inga iakttagelser gällande typ av bakgrundsmusik som spelades i butikerna. Information av denna sort kunde eventuellt varit av värde för oss under arbetets gång och specifikt i samband med uppsatsens diskussion.

T-test för att undersöka statistiskt signifikant skillnad mellan gruppernas svar utfördes i den mån det ansågs möjligt. Detta diskuterades i samråd med statistiker. En mer djupgående analys av samband mellan *möjlighet av att påverka bakgrundsmusik* och *upplevelse av*

bakgrundsmusik för personal respektive kunder genomfördes inte men skulle kunna vara av intresse.

5.2 Resultat

5.2.1 Jämförelse mellan personal och kunder

Resultatet visade på att en majoritet av tillfrågad personal upplevde sin ljudmiljö som tillfredsställande/varken eller. Av de som tycker att ljudmiljön är störande är kundgruppen signifikant störst då antalet fler kunder svarade *störande* eller *varken eller* i enkäten. Detta kan sättas i relation till Carlén (2018) där butikspersonal tillfrågades om bakgrundsmusik på arbetsplatsen upplevs positivt, negativt eller varken eller. I denna rapport svarade 45 % av tillfrågad personal att de upplever det som positivt och att 31 % upplever det som *varken eller*. Även i vår studie ses att de flesta butiksarbetare har en positiv inställning till bakgrundsmusik.

De tre vanligaste typerna av påverkan som angavs av personal i vår undersökning var *glad*, *energifylld/peppad* och *inspirerad/kreativ*. En liknande trend ses hos Carlén (2018) där personal generellt sett också har en positiv inställning till bakgrundsmusik. De tre vanligaste typerna av påverkan som angavs av kunder var *glad*, *stressad/ansträngd* och *ljudtrött*. Det finns alltså olika typer av påverkan kopplade till de olika grupperna och som är till kundernas nackdel. Dock har vi inte hittat någon tidigare undersökning som tydligt inriktar sig på kunders subjektiva upplevelse av bakgrundsmusik i butik. Fokus verkar istället ligga på att undersöka kunders beteende som grupp i en köpsituation och vilka faktorer som är positiva ur ett konsumtionsperspektiv.

Majoriteten av personalen kan alltid påverka bakgrundsmusiken på sin arbetsplats. Drygt en femtedel kan påverka bakgrundsmusiken ibland och de återstående som utgör knappt en femtedel kan aldrig påverka bakgrundsmusiken. Det motsatta visades bland kunderna där nästan hälften angav att de aldrig kan påverka bakgrundsmusiken i butiker och nästan hälften inte vet om de kan påverka bakgrundsmusiken. Mindre än en tiondel angav att de i någon utsträckning kunde påverka bakgrundsmusiken. Enligt Carlén (2018) upplevs arbetsmiljön som mer positiv hos personal om de själva får styra över valet av musik.

En stor majoritet av både butikspersonalen och kunderna angav att de varken har behov eller möjlighet av att använda hörselskydd i butiker. Det förekom ingen signifikant skillnad mellan det upplevda behovet av att använda hörselskydd mellan de båda grupperna. Då butiksarbete

vanligtvis kräver goda möjligheter till kommunikation kommer inte detta resultat som en överraskning för oss då användningen av hörselskydd kan begränsa kommunikationsförmågan. Detta anser vi går samman med att vår enkätundersökning även visade att majoriteten av kunder och butikspersonal aldrig använder hörselskydd trots att de ibland vistas i starka ljudmiljöer på fritiden. Det fanns ingen signifikant skillnad mellan grupperna gällande dessa attitydfrågor. De båda grupperna har svarat likartat på frågorna om de frivilligt utsätter sig för höga ljudnivåer på fritiden och om de använder hörselskydd i starka ljudmiljöer på fritiden. Detta visar på en liknande grad av risktagande oavsett kund som personal.

Gällande allmän hörselstatus svarade en högre andel personal än kunder att de upplever problem med ljudtrötthet, ljudkänslighet, tinnitus eller hörselnedsättning. Det rör sig förvisso om en liten andel av deltagarna. Vad den skillnaden beror på har vi inte uttrönt i vår studie men mer omfattande studier (jfr. Fredriksson 2018) som ställer fler frågor om hörselstatus kan ge en mer tydlig bild av en grups hörselstatus i jämförelse med en population. Om hörselstatus beror på bullerexponering (Chepesiuk, 2005) och om denna är mer omfattande för butikarbetare än för andra yrken är ett ämne som är intressant för framtida studier.

5.2.2 Tillförlitlighet

Av respondenterna som deltog i vår enkätundersökning arbetade 56 % av personalen heltid och 44 % deltid. I Berggrens rapport (2016) har 27 % av de anställda tidsbegränsad anställning och siffran är högre hos unga. Två tredjedelar av detaljhandeln jobbar deltid. Vi har funderat på om butikspersonal på grund av beroendeställning svarar enligt sin arbetsgivares intressen. Detta skulle kunna förklaras genom att personal inte vågar svara sanningsenligt av rädsla för att bli utbytt mot någon annan. Även om vi tydligt informerade om anonymitet i samband med att enkäter lämnades ut är detta något vi inte helt kan utesluta men samtidigt inte tror är sannolikt. I Berggren (2016) uttrycker butikspersonal att det förekommer stressiga arbetsmiljöer och otrygga anställningar inom branschen. Eftersom gruppen då svarade tvärtemot arbetsgivarens intressen styrker det att vårt resultat kan vara tillförlitligt. Samtidigt tycks det finnas en samstämmighet i resultaten mellan vår studie och resultaten som återfinns hos Carlén (2018) gällande åsikt om bakgrundsmusiken.

Liknande resonemang kan appliceras på de kunder som besöker butiker med bakgrundsmusik. I vilken utsträckning sker dessa besök på grund av nödvändighet och vardagsbehov, kontra intresse för shopping och hur kan detta i så fall påverka individens upplevelse av ljudmiljön?

Kan mängden arbete/besök ligga till grund för hur respondenterna svarat? Har mängden en möjlig negativ/positiv inverkan på hur ljudmiljön i butik upplevs? Kan ålder och kön ha spelat in? Även om ovanstående parametrar inte jämförts med resultatet i vår studie är möjliga skillnader gällande dessa inget vi kan utesluta.

5.2.3 Detaljhandelns arbetsmiljö

Berggren (2016) beskriver detaljhandeln ur arbetstagarnas perspektiv. Detaljhandeln utgörs till stor del av grupperna unga och kvinnor. I vår enkätstudie var medelåldern bland tillfrågad butikspersonal 29,6 år vilket stämmer in på en relativt ung ålder bland personal. Dock valde vi att inte fråga om kön.

I motsats till vad vi hade förväntat oss visar både Carlén (2018) och vår studie att butiksmusik inte upplevs som något störande av de flesta av butiksarbetarna. Carlén (2018) visar att bakgrundsmusik i butik har både positiv och negativ inverkan på butikspersonal, i likhet med vår studie. Vidare ansåg en majoritet att musiken som spelas bidrog till ökad motivation och trivsel i arbetet och att den största gruppen inte ansåg att musiken bidrog till ökad stress och trötthet.

Carléns rapport (2018) visar på ökad psykisk ohälsa i likhet med andra yrkesgrupper samt att arbetande kvinnor är mer drabbade av psykisk ohälsa än arbetande män i detaljhandeln. Organisatoriska faktorer (anställningsform, arbetstid, ledning m.m.) och den psykosociala arbetsmiljön (individens upplevelse av arbetssituationen som ofta delas upp i krav och resurser) är faktorer som påverkar anställdas arbetssituation och hälsa. Enligt Berggren (2016) är det vanligt med tidsbegränsade anställningar, deltidsarbete och bemanningsföretag inom detaljhandeln vilket leder till en stressigare arbetsmiljö och samma rapport menar att 50 % av handelsarbetare tycker att bemanningen på arbetsplatsen är otillräcklig. Andra faktorer som påverkar arbetsmiljön, förutom bristfällig bemanning, är en förväntan att lära upp nyanställda, att fyra av tio upplever att arbetsmiljön är så stressig att anställda minst halva tiden av arbetspasset inte hinner tänka eller prata om något annat än arbetet samt begränsningar i möjligheten att ta korta pauser.

I vår studie har vi betraktat både bakgrundsmusiken och övriga ljudkällor som en del av ljudmiljön på arbetsplatsen för butiksarbetarna. Butiksarbeters arbetsmiljö består inte bara av bakgrundsmusik utan även av kunder som vistas däri. HRF:s ljudmiljöundersökningar (Hörselskadades riksförbund, 2010) visar på att det är just ljud som skapas av andra människor som upplevs som mest störande. Hur någon störs av buller, som kan definieras

som oönskat ljud (Arbetsmiljöverket, 2005), beror på bullerkällan och uppgiften som ska utföras (Klatte, Mies, Sukowski & Schick, 2007). Andelen med hörselnedsättning som jobbar i butik verkar inte utmärka sig jämfört med kunderna enligt vår studie. Men för de med hörselnedsättning kan antas att en högre ansträngning upplevs jämfört med normalhörande (Kramer, Kapteyn, & Houtgast, 2006; Hua m.fl., 2014).

5.2.4 Bakgrundsmusik och stress

Vår studie visade att en låg andel butiksarbetare associerade bakgrundsmusiken med stress (12,7 %). Fler kunder associerade dock bakgrundsmusiken med stress (42,2 %). Sett till forskning som visar att närvaro av bakgrundsmusik inte leder till stress (Evangelista m.fl., 2017) råder det en viss samstämmighet med vårt resultat. Vi har varken undersökt musikgenrer eller personlig musiksmak i vår studie. Det tål att påpekas att Evangelistas m.fl. studie gjordes med avseende på klassisk musik, en genre vi noterade inte spelades i butikerna vi besökte i vår studie. Olika sorters musik kan påverka utfallet av kognitivt krävande situationer (Hallam, Price & Katsarou, 2002). Vi kan därmed inte vara säkra på hur olika genrer påverkar humör, stress och hur detta eventuellt påverkas i kombination med personlig smak i våra undersökta grupper. Nisar och Hong (2017) visar att bakgrundsmusik kan skapa distraktion vid kognitiva utmaningar. Hur butiksanställda uppfattar att bakgrundsmusik distraherar i sina arbetsuppgifter är också något som skulle vara intressant att undersöka. Vårt att notera är att i forskningen som presenteras ovan har deltagarna inte kunnat påverka musiken, vilket en majoritet av tillfrågade butiksarbetare i vår studie kunde. Det kan därför spekuleras i varför kunderna, som inte upplevde att de kunde påverka bakgrundsmusiken lika mycket i vår studie, också upplevde mer stress. Schellenberg (2005) visar att tycke om musiken är en faktor som påverkar hur den upplevs och det går att anta att butiksanställda ibland kan välja musik enligt egen smak.

5.2.5 Styrning och förvaltning

Arbetsmiljölagens (1977:1160) regler om att arbetshygieniska förhållanden (som bland annat inkluderar ljud) ska vara tillfredsställande, samt Arbetsmiljöverkets föreskrift (AFS 2000:1), om att arbetsgivare är bundna att bedriva ett systematiskt arbetsmiljöarbete för att förebygga olyckor, lämnar ett visst tolkningsutrymme. Inom detaljhandeln finner vi få belägg för att bakgrundsmusik, som en del av arbetsmiljön, bidrar till en negativ arbetsmiljö. Resultatet i vår studie ger liknande indikationer. Det förekommer framför allt psykisk ohälsa i detaljhandeln (Berggren, 2016) där utmattningssyndrom är vanligast (Carlén, 2018). Men det är problematiskt att direkt koppla ohälsan som en följd av bakgrundsmusik. Då arbetssituation

och hälsa påverkas av organisatoriska förhållanden och psykosocial arbetsmiljö tror vi att det är mer angeläget att branschen och detaljhandeln i första hand ser över dessa aspekter även om bakgrundsmusik kan vara en bidragande faktor.

Ur ett kund- eller besökarperspektiv förlitar sig Göteborgs stads miljöförvaltning på Folkhälsomyndighetens råd (FoHFMS 2014:15) i bedömningen om höga ljudnivåer kan anses skadliga, även för butikslokaler. Dessa kan ses som något generösa då de inte får överstiga 97 dBA i genomsnitt vilket i princip kan jämföras med ljudnivån vid en rockkonsert. Butiker uppmanas att se till att ljudisoleringen är tillfredställande så att ljud inte stör närliggande bostäder (Miljöförvaltningen Göteborgs Stad, 2019; Naturvårdsverket, 2015). Eftersom det saknas lokala råd som är specifika för buller i butiker för Göteborgs stad (Miljöförvaltningen Göteborgs stad, 2019) och då vår studies resultat visar på att fler kunder än butikspersonal är missnöjda på ljudmiljön i butiker går det att fråga sig om detta skulle behövas. Sådana särskilda råd i kombination med andra föreskrifter skulle kunna vara applicerbara som en del för att designa en, för allmänheten, trivsamt ljudmiljö i staden.

5.2.6 Butiksmusik för vem?

För vem anpassas egentligen ljudmiljön i butiker med bakgrundsmusik? Ligger fokuset främst på att personalen ska trivas i ljudmiljön eller är det snarare så att fokuset ligger i att kunden skall känna köplust och välbehag? Förmodligen är det överlag ett försök till en kombination av dessa två och även om det kan ses som en kompromiss behöver det ena inte utesluta det andra. Syftet med denna studie var att se till den upplevda ljudmiljön i butik med bakgrundsmusik hos personal och kunder samt se ifall dessa två gruppers upplevelse skiljer sig åt. Resultatet av fråga 3 i enkätundersökningen "Hur upplever du oftast ljudmiljön i butik med bakgrundsmusik?" med de fasta svarsalternativen *tillfredsställande*, *varken eller* eller *störande* visar på att majoriteten av personal (67,9 %) och 27,7 % av kunderna tycker det är tillfredsställande. 2,8 % av personal och 25,7 % av kunder svarade att de tycker ljudmiljön är störande medan 29,4 % av personal och 46,5 % av kunderna svarade att de upplever det som varken eller. Här syns en viss skillnad i vad de olika grupperna svarat där personal svarat signifikant mer positivt på frågan än kunderna. Vi fann även vissa skillnader mellan grupperna i hur de påverkas av ljudmiljön. Till exempel har 42,2 % av kunderna svarat att de ofta upplever stress och ansträngning medan endast 12,7 % av butikspersonal upplever detta. Stora skillnader hittas även i påståendena *inspirerad/kreativ* och *energifylld/peppad* av ljudmiljön där butikspersonal har svarat att de upplever dessa tillstånd i betydligt större grad än kunder. Resultaten antyder att butiksarbetare gynnas mer av ljudmiljön än besökare.

En möjlig tolkning av den något negativa bild kunderna ger kan vara att kunder inte upplever samma möjlighet att kunna påverka ljudmiljön, bakgrundsmusiken och volymen. En annan tolkning skulle kunna vara att personal helt enkelt vänjer sig vid och/eller tvingas anpassa sig till ljudmiljön under arbetsdagarna och till skillnad från kunderna inte upplever samma skillnad i ljudmiljö från att exempelvis promenera på en lugn gata och svänga in i en butik där ljudmiljön kan vara stökig med bakgrundsmusik.

5.2.7 Bakgrundsmusik i den offentliga debatten

I den offentliga debatten framkommer ämnet om butiksmusik ur flera synvinklar. Stim (2018) menar på positiva effekter som förbättrad stämning och ökad försäljning när musik spelas i butiker. Branschtidningen Butikstrender (2018), som vänder sig till butiksägare och aktörer i dagligvaruhandeln och servicehandeln, menar att butiksmusik, förutom att bidra till ökad trivsel i butiker, stärker varumärket, får kunder att både må bättre och stanna längre i butiken. Även Carlén (2018) ser generellt positivt på bakgrundsmusiken och lägger mycket fokus på butikernas "varumärkesarbete" och poängterar vikten av Stimlicensiering då friköpt musik lider av "bristande variation". Utifrån dessa yttranden kan vi konstatera att resultatet är det motsatta i vår studie: Andelen kunder som anser att ljudmiljön där bakgrundsmusik råder är tillfredsställande är inte en majoritet. Det är dock viktigt att betona det egenintresse Stim, Butikstrender och Handels kan tänkas ha i frågan gällande bakgrundsmusiken och i motsats till dessa mer gynnsamt inställda perspektiv har vi exempelvis Hörselskadades riksförbund (2010) i andra änden av skalan.

I Storbritannien grundades 1992 kampanjorganisationen Pipedown som arbetar för att minska användandet av bakgrundsmusik i offentliga miljöer och de anser att individen ska ha rätt att själv välja sin ljudmiljö (Pipedown, 2017). I liknande anda har ett antal stora butikskedjor gjort försök med att införa en "tyst timme" i sina butiker av hänsyn till kunder med autism (Oppenheim & Forster, 2017, 12 februari; BBC News, 2018). Är detta åtgärder som skulle kännas motiverade inom handels i Sverige? Tittar vi enbart på resultaten från vår studie kan det uppfattas som något drastiska metoder då en majoritet ändå anser att bakgrundsmusik är av godo.

6. KONKLUSION

Genom att undersöka den subjektiva upplevelsen av bakgrundsmusik med hjälp av en enkät som delats ut till personal och kunder i detaljhandeln i Göteborg har det visats att:

- Majoriteten av personalgruppen upplever bakgrundsmusiken som tillfredsställande/neutral. Av de som tycker att bakgrundsmusiken är störande är kundgruppen signifikant störst.
- Kunder upplever generellt mer negativ påverkan av bakgrundsmusik än butikspersonal.
- Butikspersonal upplever betydligt större möjlighet att kunna påverka bakgrundsmusiken än besökande kunder.
- Både kunder och butikspersonal upplever i stor utsträckning att det inte finns varken behov eller möjlighet att använda hörselskydd i butik med bakgrundsmusik.
- Resultaten kan vara nyttig information till de som är delaktiga i att påverka ljudmiljön i offentliga lokaler samt för framtida forskning.

7. REFERENSER

Andersson, G., Jüris, L., Kaldo, V., Baguley, D. M., Larsen, H. C., & Ekselius, L. (2005). Hyperakusi – ett utforskat område. *Läkartidningen*, 102(44), 3210-3212.

Andersson, P. K., Kristensson, P., Wästlund, E., & Gustafsson, A. (2012). Let the music play or not the influence of background music on consumer behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(6), 553-560. doi:10.1016/j.jretconser.2012.06.010

Angel, L., Polzella, D., & Elvers, G. (2010). Background Music and Cognitive Performance. *Perceptual and Motor Skills*, 110(3_suppl), 1059-1064. doi:10.2466/pms.110.C.1059-1064

Arbetsmiljöverket. (2005). *AFS 2005:16: Buller – Arbetsmiljöverkets föreskrifter om buller samt allmänna råd om tillämpningen av föreskrifterna*. Hämtad 2019-09-22 från <https://www.av.se/globalassets/filer/publikationer/foreskrifter/buller-foreskrifter-afs2005-16.pdf>

Arbetsmiljöverket. (2017). *Arbetsmiljölagen*. Hämtad 2018-09-22 från <https://www.av.se/arbetsmiljoarbete-och-inspektioner/lagar-och-regler-om-arbetsmiljo/arbetsmiljolagen/>

Arousal. (u.å.). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2019-03-28 från <http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/arousal>

Baddeley, A. (2010). Working memory. *Current Biology*, 20(4), R136-R140. doi:10.1016/j.cub.2009.12.014

BBC News. (2018). *Morrisons 'quiet hour' for autistic shopping introduced*. Hämtad 2019-03-26 från <https://www.bbc.com/news/uk-44884183>

Belojevic, G., Jakovljevic, B., & Slepcevic, V. (2003). Noise and mental performance: personality attributes and noise sensitivity. *Noise Health*, 6(21), 77-89.

Berggren, C. (2016). *Hur mår handeln? Om den psykosociala arbetsmiljön i detalj- och partihandeln*. Hämtad 2018-09-22 från <https://www.handels.se/globalassets/centralt/media/pressrum/rapporter/2016/hur-mar-handeln-korr-20-okt-tryck.pdf>

Bohlin, M., & Erlandsson, S. (2007). Risk behaviour and noise exposure among adolescents. *Noise & Health*, 9(36), 55-63.

Bohlin, M. C. , Sorbring, E. , Widén, S. E. & Erlandsson, S. I. (2011). Risks and music: patterns among young women and men in Sweden. *Noise & Health*, 13 (53), 310-319.

Bradshaw, A. & Holbrook, M. B. (2008) Must we have Muzak wherever we go? A critical consideration of the consumer culture. *Consumption Markets & Culture*, 11(1), 25-43, doi: 10.1080/10253860701799959

Buller. (u.å.). I *Nationalencyklopedin*. Hämtad 2019-03-07 från <http://www.ne.se.ezproxy.ub.gu.se/uppslagsverk/encyklopedi/enkel/buller>

Burkhard, A., Elmer, S., Kara, D., Brauchli, C., & Jäncke, L. (2018). The Effect of Background Music on Inhibitory Functions: An ERP Study. *Frontiers in Human Neuroscience*, 12(293), 1-12. doi: 10.3389/fnhum.2018.00293

Butikstrender. (2018). *Så tjänar du på musik i butik*. Hämtad 2018-10-15 från <http://www.butikstrender.se/sa-tjanar-du-pa-musik-i-butik/>

Carlén, S. (2018). *Musik i butik. En studie av hur musik påverkar handelsanställdas arbetsmiljö (Handels rapporter, 2018:5)*. Stockholm: Handelsanställdas förbund.

Chen, C., Dai, Y., Sun, Y., Lin, Y., & Juang, Y. (2007). Evaluation of auditory fatigue in combined noise, heat and workload exposure. *Industrial Health*, 45(4), 527-534. doi:10.2486/indhealth.45.527

Chepesiuk, R. (2005). Decibel Hell – The Effects of Living in a Noisy World. *Environmental Health Perspectives*, 113(1), 34-41. doi:10.1289/ehp.113-a34

Egidius, H. (2008). *Psykologilexikon*. Stockholm: Natur & Kultur.

Evangelista, K., Capili, B., Castro, T., Danque, M., Evangelista, H., Michell, K., Diño, M., Cajayon, S. (2017). Effects of Classical Background Music on Stress, Anxiety, and Knowledge of Filipino Baccalaureate Nursing Students. *International Journal of Nursing Education Scholarship*, 14(1), 44-145. doi:10.1515/ijnes-2016-0076

Folkhälsomyndigheten. (2014). *Allmänna råd om höga ljudnivåer* (FoHMFS 2014:15).

Hämtad 2019-04-10 från <https://www.folkhalsomyndigheten.se/publicerat-material/publikationsarkiv/f/fohmfs-201415>

Folkhälsomyndigheten. (2017). *Miljöhälsorapport 2017*. Hämtad 2019-03-23 från

<https://www.folkhalsomyndigheten.se/contentassets/c44fcc5df7454b64bf2565454bbdf0e3/miljohalsorapport-2017-02096-2016-webb.pdf>

Fredriksson, S. (2018). *Hearing-related symptoms among women: occurrence and risk in relation to occupational noise and stressful working conditions*. Diss. (sammanfattning)

Göteborg : Göteborgs universitet, 2018. Gothenburg. Tillgänglig:

<http://hdl.handle.net/2077/55969>

Friis-Liby, J. & Groth, A. (Red.). (2006). ÖNH-handboken. Lund: Studentlitteratur.

Garlin, F. V., & Owen, K. (2006). Setting the tone with the tune: A meta-analytic review of the effects of background music in retail settings. *Journal of Business Research* 59 (2006) 755–764. doi:10.1016/j.jbusres.2006.01.013

Goldstone, R., & Hendrickson, A. (2010). Categorical perception. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Cognitive Science*, 1(1), 69-78. doi:10.1002/wcs.26

Hallam, S., Price, J., & Katsarou, G. (2002). The Effects of Background Music on Primary School Pupils' Task Performance. *Educational Studies*, 28(2), 111-122.

doi:10.1080/03055690220124551

Handelsnytt. (2015). *Julmusik plågar anställda*. Hämtad 2018-11-09 från

<https://handelsnytt.se/2015/11/26/julmusik-plagar-butiksanstallda>

Handelsnytt. (2017). *Forskaren: "Man kan knäcka en människa med musik"*. Hämtad 2018-

11-09 från <https://handelsnytt.se/2017/12/08/forskaren-man-kan-knacka-en-manniska-med-musik/>

Hua, H., Emilsson, M., Kähäri, K., Widén, S., Möller, C. & Lyxell, B. (2014). The impact of different background noises: effects on cognitive performance and perceived disturbance in employees with aided hearing impairment and normal hearing. *Journal of the American Academy of Audiology*, 25(9), 859-868. doi:10.3766/jaaa.25.9.8

- Hua, H., Emilsson, M., Ellis, R., Widén, S., Möller, C. & Lyxell, B. (2014). Cognitive skills and the effect of noise on perceived effort in employees with aided hearing impairment and normal hearing. *Noise & Health*, 16(69), 79-88. doi:10.4103/1463-1741.132085
- Huang, R. H., & Shih, Y. N., (2011). Effects of background music on concentration of workers. *Work*, 38(2011), 383-387. doi: 10.3233/WOR-2011-1141
- Hunter, A. (2017). Attitudes, Risk Behavior, and Noise Exposure among Young Adults with Hearing Problems: Identifying a Typology. *Seminars in hearing*, 38(04), 332-347.
- Hörselskadades riksförbund. (2010). *Kakofonien – En rapport om störande ljud och samtalsvänliga ljudmiljöer*. Hämtad 2019-03-18 från <https://hrf.se/wp-content/uploads/2016/06/kakofonien.pdf>
- Hörselskadades riksförbund. (u.å.). *Tinnitus*. Hämtad 2019-03-07 från <https://horsellinjen.se/fakta-och-rad/horsel-och-horselskador/tinnitus/>
- Idota, N., Horie, S., Tsutsui, T., & Inoue, J. (2010). Temporary Threshold Shifts at 1500 and 2000 Hz Induced by Loud Voice Signals Communicated Through Earphones in the Pinball Industry. *Annals of Occupational Hygiene*, 54(7), 842-849. doi:10.1093/annhyg/meq048
- Jönsson, R. (2000). Hearing in increasing age. Epidemiological and psychoacoustic aspects. *Göteborgs universitets publikationer*.
- Kerlin, J., Shahin, A., & Miller, L. (2010). Attentional gain control of ongoing cortical speech representations in a "cocktail party". *The Journal of Neuroscience : The Official Journal of the Society for Neuroscience*, 30(2), 620-628. doi:10.1523/JNEUROSCI.3631-09.2010
- Klatte, M., Meis, M., Sukowski, H., & Schick, A. (2007). Effects of irrelevant speech and traffic noise on speech perception and cognitive performance in elementary school children. *Noise and Health*, 9(36), 64-74. doi:10.4103/1463-1741.36982
- Kramer, S., Kapteyn, T., & Houtgast, T. (2006). Occupational performance: Comparing normally-hearing and hearing-impaired employees using the Amsterdam Checklist for Hearing and Work. *International Journal of Audiology*, 2006, Vol.45(9), P.503-512, 45(9), 503-512. doi:10.1080/14992020600754583
- Lai, C. J., & Chiang, C. C. (2012). Effects of placement point of background music on shopping website. *Work*, 41(1), 5419-5421. doi:10.3233/WOR-2012-0840-5419

- Ljunggren, P., Bohman, S., & Karlsson, H. (2002). *Arbetets musik: Visor – buller – skval*. Stockholm: Carlsson Bokförlag.
- Malmquist, J., & Lundh, B. (2016). *Medicinska ord – Det medicinska språket: begrepp, definitioner, termer*. Lund: Studentlitteratur.
- McGarrigle, R., Munro, K., Dawes, P., Stewart, A., Moore, D., Barry, J., & Amitay, S. (2014). Listening effort and fatigue: What exactly are we measuring? A British Society of Audiology Cognition in Hearing Special Interest Group white paper. *International Journal of Audiology*, 2014, Vol.53(7), P.433-445, 53(7), 433-445. doi:10.3109/14992027.2014.890296
- Miljöförvaltningen Göteborgs Stad. (2019). *Buller*. Hämtad 2019-04-09 från <https://goteborg.se/wps/portal/start/foretag/tillstand-och-regler/buller>
- Münzel, T., Schmidt, F. P., Steven, S., Herzog, J., Daiber, A., & Sørensen, M. (2018). Environmental Noise and the Cardiovascular System. *Journal of the American College of Cardiology*, 71 (6), 688-697. doi:10.1016/j.jacc.2017.12.015
- Naturvårdsverket. (2014.) *Vägledning om industri- och annat verksamhetsbuller*. Hämtad 2019-04-10 från <https://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer6400/978-91-620-6538-6.pdf?pid=7411>
- Nisar, H., & Hong, S. J.. (2017). Study of cognitive flexibility at different stress levels with background music. *2017 IEEE Life Sciences Conference (LSC), 2018*, 75-78. doi:10.1109/LSC.2017.8268147
- Olsson, H., & Sörensen, S. (2011). *Forskningsprocessen: Kvalitativa och kvantitativa perspektiv* (3. uppl.). Stockholm: Liber.
- Oppenheim, M. & Forster, K. (2017, 12 februari). Tesco trialling a 'quiet hour' to help autistic customers do their shopping. *The Independent*. Hämtad från <https://www.independent.co.uk/news/uk/home-news/tesco-autism-quiet-hour-crawley-sussex-dimmed-lights-quieter-tannoys-a7576601.html>
- Patel, R., & Davidson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder : Att planera, genomföra och rapportera en undersökning* (4., [uppdaterade] uppl. ed.).
- Pipedown. *Piped music – The facts*. (2017). Hämtad 2019-03-26 från <https://pipedown.org.uk/docs/PipedownFactSheet2017.pdf>

- Reisberg, D. (2015). *Cognition: Exploring the science of the mind* (6th ed.). New York: International student ed.
- Roeser, R.J., Valente, M. & Hosford-Dunn, H. (Red.) (2007). *Audiology: diagnosis*. (2. ed.) New York: Thieme.
- Saeki, E., Baddeley, A., Hitch, D., & Saito, G. (2013). Breaking a habit: A further role of the phonological loop in action control. *Memory & Cognition*, *41*(7), 1065-1078.
doi:10.3758/s13421-013-0320-y
- Sarampalis, A., Kalluri, S., Edwards, B., & Hafter, E. (2009). Objective measures of listening effort: Effects of background noise and noise reduction. (Report). *Journal of Speech, Language, and Hearing Research*, *52*(5), 1230-1240. doi:10.1044/1092-4388(2009/08-0111)
- Schellenberg, E. (2005). Music and Cognitive Abilities. *Current Directions in Psychological Science*, *14*(6), 317-320. doi:10.1111/j.0963-7214.2005.00389.x
- Sjödin, F. (2012). *Noise in the preschool: health and preventive measures*. Diss. (sammanfattning) Umeå : Umeå universitet, 2012.
- Srinivasan, N., & Zahorik, P. (2012). Phonemic restoration effect reversed in a reverberant room. *The Journal of the Acoustical Society of America*, *131*(1), EL28-34.
doi:10.1121/1.3665120
- Stenbäck, O. (2016). *Den ofrivilliga lyssnaren - möten med butiksmusik* (Doktorsavhandling, Göteborgs universitet. Humanistiska fakulteten. Institutionen för kulturvetenskaper.). Göteborg: Acta Universitatis Gothoburgensis. Hämtad från <http://hdl.handle.net/2077/41769>
- Stim. (2018). Använda musik ute i handeln. Hämtad 2018-10-15 från <https://www.stim.se/sv/musik-i-din-verksamhet/vilken-stimlicens-passar-mig/anvanda-musik-ute-i-handeln/>
- Särkämö, T., Tervaniemi, M., Laitinen, S., Forsblom, A., Soinila, S., Mikkonen, M., Autti, T., Silvennoinen, H. M., Heli, M., Erkkilä, J., Laine, M., Peretz, I., Hietanen, M. (2008). Music listening enhances cognitive recovery and mood after middle cerebral artery stroke. *Brain: A Journal of Neurology*, *131*(3), 866–876. doi:10.1093/brain/awn013
- Venet, T., Campo, P., Rumeau, C., Thomas, A., & Parietti-Winkler, C. (2014). One-day measurement to assess the auditory risks encountered by noise-exposed workers.

International Journal of Audiology, 2014, Vol.53(10), 737-744.

doi:10.3109/14992027.2014.913210

Vernon, J. A. (1987). Pathophysiology of tinnitus: a special case – hyperacusis and a proposed treatment. *American Journal of Otolaryngology*, 8(3), 201-202.

Vogel, I., Van de Looij-Jansen, P., Mieloo, C., Burdorf, A., & De Waart, F. (2012). Risky Music-Listening Behaviors and Associated Health-Risk Behaviors. *Pediatrics*, 129(6), 1097-1103.

Widén, S., Holmes, A., Johnson, T., Bohlin, M. & Erlandsson, S. (2009). Hearing, hearing-related risk-taking behavior and attitudes towards noise among young American adults. *International Journal of Audiology*, 48 (8), 537-545.

8. BILAGOR

8.1 Enkät



GÖTEBORGS UNIVERSITET
SAHLGRENSKA AKADEMIN

Enkätundersökning: Den upplevda ljudmiljön hos personal och kunder inom handels i Göteborg

Göteborg, februari 2019

Till verksamma och konsumenter inom handels,

Vi är tre audionomstudenter från Sahlgrenska Akademin i Göteborg som genomför en enkätundersökning om den upplevda ljudmiljön i butikslokaler med bakgrundsmusik. Vi har valt att rikta in oss på verksam personal och regelbundna kunder inom denna bransch.

Vårt syfte med denna studie är att undersöka personal och kunders subjektiva ljudupplevelse av att vistas på dessa platser samt eventuella hörselrelaterade symptom av detta.

Deltagandet är frivilligt, samtliga deltagare förblir anonyma genom hela processen och all data behandlas konfidentiellt och hanteras endast av undertecknade. Inga verksamhets- eller företagsnamn kommer att nämnas i det färdiga arbetet. Efter projektets avslut kommer allt datamaterial arkiveras vid Göteborgs Universitet och kan komma att användas i framtida forskning.

Genom din medverkan ger du samtidigt ditt godkännande att delta i undersökningen. Det är viktigt att du svarar sanningsenligt och självständigt på frågorna utifrån hur du själv känner. Enkäten innehåller 10 frågor med fasta svarsalternativ där inga svar är rätt eller fel. Ifyllandet av enkäten uppskattas ta ca 2-3 minuter.

Vid eventuella frågor och synpunkter kontaktas vår ansvarige handledare:

Kim Kähäri
kim.kahari@neuro.gu.se

Med vänliga hälsningar,

Niklas Eriksson, David Fjellsson och Linus Törnqvist

Enkäten hittar du på baksidan av detta blad!

Kryssa endast i en ruta per fråga om inget annat anges, inte mellan två rutor!

Ålder: _____

1. **Arbetar du i butik där det förekommer bakgrundsmusik?**
 - Ja, arbetar **heltid** och svarar på enkäten utifrån min arbetsplats och arbetssituation (gå till fråga 3)
 - Ja, arbetar **deltid** och svarar på enkäten utifrån min arbetsplats och arbetssituation (gå till fråga 3)
 - Nej, besöker endast butik med bakgrundsmusik i egenskap av kund
2. **Om nej, hur ofta besöker du butiker där det förekommer bakgrundsmusik?**
 - En gång i veckan eller oftare Någon gång i månaden Några gånger om året
 - Aldrig, tar aktivt avstånd från att besöka dessa butiker (gå till fråga 8)
3. **Hur upplever du oftast ljudmiljön i butik/din arbetsplats där det förekommer bakgrundsmusik?**
 - Tillfredsställande Störande Varken eller
4. **Vilka tillstånd stämmer oftast in på hur du påverkas av ljudmiljön i butik/din arbetsplats med bakgrundsmusik? (Här kan flera alternativ markeras eller lämnas blankt om oberörd/neutral.)**
 - Fokuserad Glad Irriterad Energifylld/peppad
 - Omotiverad Förvirrad Tillfreds/harmonisk Öronsus/pip i öronen
 - Beslutsam Lomhörd Köpsugen Stressad/ansträngd
 - Inspirerad/kreativ Huvudvärk Ljudtrött (mentalt trött p.g.a. ljud)
5. **Upplever du möjlighet och tillåtelse att påverka bakgrundsmusiken i en sådan butik/din arbetsplats? (Be om att justera volym, stänga av, byta musik etc.)**
 - Ja, alltid Ibland Aldrig Vet ej
6. **Upplever du behov att använda hörselskydd i en sådan butik/din arbetsplats?**
 - Ja Ibland Inte alls
7. **Upplever du möjlighet att använda hörselskydd i en sådan butik/din arbetsplats?**
 - Ja Delvis Inte alls
8. **Utsätter du dig frivilligt för höga ljudnivåer på fritiden?**
 - Ja Ibland Aldrig
9. **Använder du hörselskydd i starka ljudmiljöer på fritiden?**
 - Ja Ibland Aldrig
10. **Hur upplever du din egen hörsel? (Här kan flera alternativ markeras.)**
 - Upplever inga problem Hörselnedsättning Ljudkänslighet (känslig för vardagsljud)
 - Tinnitus Ljudtrötthet (mentalt trött p.g.a. ljud)

Tack för din medverkan!