

Rebild

"Rebild læser"

Her undersøges, hvorvidt tilgængelighed af nøje udvalgte lydbøger kan åbne den skønlitterære verden for en gruppe mennesker, som ikke har stærke læsetraditioner, men som har forholdsvis meget tid alene.

Mange af kommunens borgere arbejder i erhverv, hvor de er meget alene. Landmænd, skovarbejdere, gartneriarbejdere, kirkegårdsgravere, traktorførere ved maskinstationer og ansatte i frugtplantager. Via et netværk af kontaktpersoner rekrutteres enearbejdere til at deltage i projektet. Ved fællesmøder, dyrskuer, messer og andre begivenheder rekrutteres deltagere og vejledes i valg af titler og i de tekniske aspekter ved at lytte til litteratur. Mp3-afspillere og høretelefoner tilbydes til udlån.

Tovholder



Poul Flou Pedersen
Bibliotekar

Tlf.: 99887743
Mail: ipfpe@rebild.dk

Rebild Bibliotekerne
Hobrovej 90
9530 Støvring

Rebilds interessante læseprojekt blev omtalt i en flot artikel bragt i Politiken den 2. maj 2014:
<http://politiken.dk/kultur/boger/art5565555/12-kommuner-dyster-om-at-blive-Danmarks-bedste-l%C3%A6sekommune>.

Læs Rebilds egenevaluering herunder.

DANMARK LÆSER / REBILD

Rebils deltagelse i Danmark Læser har været spændende, for den har vist os mange andre måder på, hvordan vi kan komme i kontakt med nye og flere læsere.

Vores idé var at tilbyde lydbøger til landmænd, folk på maskinstationer, arbejdere i skove og gartnerier, samt de ansatte i kommunens grønne afdeling. Vi forestillede os, at det kunne være en god idé at høre historier, når man i timevis skal pløje eller slå græs på fodboldbaner.

Vi har i projektet nået nogle få, som er blevet nye læsere og fundet stor glæde herved.

Desværre er det bare ikke lykkedes for os at finde nogen landmænd og andre i disse grønne erhverv, som har haft lyst til at prøve.

Det er ærgerligt, men heldigvis er Mathias Ringsholt fra den grønne afdeling i Rebild Kommune et af eksemplerne på, at vores idé har fundet genklang:



“ Jeg er nærmest blevet helt afhængig af lydbøgerne, som jeg hører fra morgen til aften. Det bliver til nogle stykker på en uge, når jeg arbejder otte timer, så biblioteket er rigtigt blevet sat på arbejde. ”

Mathias og hans kollega, Godik Godiksen, er de eneste af de personer, vi har haft kontakt til, der holder ved og er glade for muligheden.

- Jeg har altid en bog med til mine pauser i min budkørsel, fortæller Godik. Men med lydbøgerne er jeg nu også i godt selskab, når jeg kører bil og fx rengør grønne bede rundt omkring i kommunen. Det er jeg blevet rigtig glad for.

De to har også fuld opbakning til deres læsning i arbejdstiden fra deres leder, Arne Lykkegaard, som også af og til har bistået med lidt teknisk hjælp:

- Det er muligt at bruge arbejdstelefonerne til at høre lydbøger på, og dem låner biblioteket ud. Fra ledelsens side er vi helt indforståede med, at medarbejderne kan smutte omkring biblioteket efter nye forsyninger i arbejdstiden.

Samarbejdspartnere

I vores ansøgning vurderede vi, at en succes med vores idé forudsatte gode kontakter, som har lyst til at samarbejde med os. En sådan god samarbejdspartner fandt vi hos Rebild Kommunes grønne afdeling, hvor ledelsen bakkede op om vores idé.

På et samarbejds møde, hvor alle ansatte deltog, fik vi lov til kort at fortælle om vores idé, og efterfølgende meldte tre interesserede sig. Biblioteket har udlånt og fremskaffet lydbøger, der interesserer, og bistået med det tekniske, når det var nødvendigt.

Et direkte telefonnummer til en bibliotekar er også blevet brugt, og vi har aftalt afhentning af lydbøger udenfor almindelig åbningstid, når det passede deltagerne. Denne fleksibilitet fra begge sider har helt bestemt fremmet læsemønstret.

Tilsvarende tillidsfulde kontakter med landboforeninger, maskinstationer, skovejere og gartnerier har vi desværre ikke haft det store held med at finde.

- Gode samtaler med konsulent i Økologisk Landsforening, Bjarne Hansen, har resulteret i værdifulde kontakter, men disse personer er af forskellige årsager, fx jobskifte, ikke blevet aktive i projektet.

- En skovejere blev betænkelig ved, at hans folk kunne blive distraheret i deres arbejde med farlige motorsave og andre maskiner, mens de klippede juletræsgrønt, og det er jo en helt rimelig indvending.



- Pludselig sygdom hos ejerne af det gartneri, vi gerne ville samarbejde med, var en anden årsag til, at vi ikke kunne komme i gang her.

- En aktiv låner og byrådsmedlem, Tommy Degn, der arbejder som postbud, har også haft lydbøger med på arbejde. Hans erfaring er, at man får mest ud af lydbøgerne på de lange landture, mens byturene har afbrydelser hele tiden. De tekniske udfordringer for Tommy var, at postbilen alene er udstyret med en almindelig cd-spiller, der ikke kan håndtere mp3-filer, og så bliver det noget besværligt.

- Et par kirkegårdsgraveres ønske om at være med i projektet er indtil videre strandet på deres menighedsråds ønske om at anskaffe nye telefoner til alle kirkens ansatte og i den forbindelse gennemgå kirkens forskellige telefonabonnementer.



Kampagneindsats

Vi satsede stor energi på at deltage i Hobro Dyrskue, lørdag den 26. juli 2014, hvor vi ville fortælle om vores ide til landmænd og ansatte på maskinstationer og store gårde.

På en god og centralt beliggende stand parkerede vi vores lille bogbus, som vi havde fyldt med lydbøger og forskellige typer udstyr til at afspille dem på, som vi ønskede at vise frem.

Nok uddelte vi omkring 300 pjecer, men vi måtte nøde de forbigående til at tage pjecen, og ikke ret mange kom af sig selv hen til os, så dagen blev noget af en skuffelse i forhold til de forventninger, vi havde.

Måske havde flere landmænd kun høstarbejde i tankerne på en af sommerens hedeste dage. Vi hørte i hvert fald fra flere, at mejetærskeren stod og ventede, når de kom hjem. Vores fine pjece er udarbejdet af en af kollegerne på biblioteket, og sloganet har vi selv fundet på: Hør, mens du kør'.

Pjecen er blandt andet blevet omdelt til alle menighedsråd i Rebild Provsti, til kirkegårdsgraverens fagmøder, anvendt af Bjarne Hansen fra Økologisk Landsforening, ligesom den er sendt til en stor maskinstation. I vores daglige lånerkontakt på biblioteket har vi naturligvis også anvendt den.

Artikler med "gode eksempler"

Et mål i vores projekt var at få publiceret artikler i fx fagblade, hvor projekt-deltagere fortæller om deres erfaringer. Som man jo nok forstår, har der ikke været meget at skrive hjem om, og de artikler har vi fortsat til gode.

Nordjyske har dog været flinke i deres omtale af projektet, og her er blevet trykt to store artikler, ligesom vores ide er blevet omtalt i Politiken, der tillige lod sin artikel illustrere med en herlig tegning.



Konklusion

Med dette projekt har biblioteket forsøgt at fortælle om sin ide til nogle meget travle erhvervsaktive mennesker, der for især landbrugserhvervets vedkommende tillige føler sig økonomisk pressede. Vi har ikke været heldige at finde de rette kontakter, der kunne hjælpe os videre, og det kræver megen tid at opnå disse.

Desuden er den tekniske side af sagen også en meget vigtig faktor, og den kan let bremse ellers gode intensjoner. Det kan fx være, at de nuværende arbejdstelefoner ikke kan anvendes, eller at afspilleren i ens arbejdsbil ikke er kompatibel med et bekvemt lyd-format.

At de forsøg, vi har lavet, så ikke har fungeret, kan forhåbentlig også være en vigtig lære for projektet.

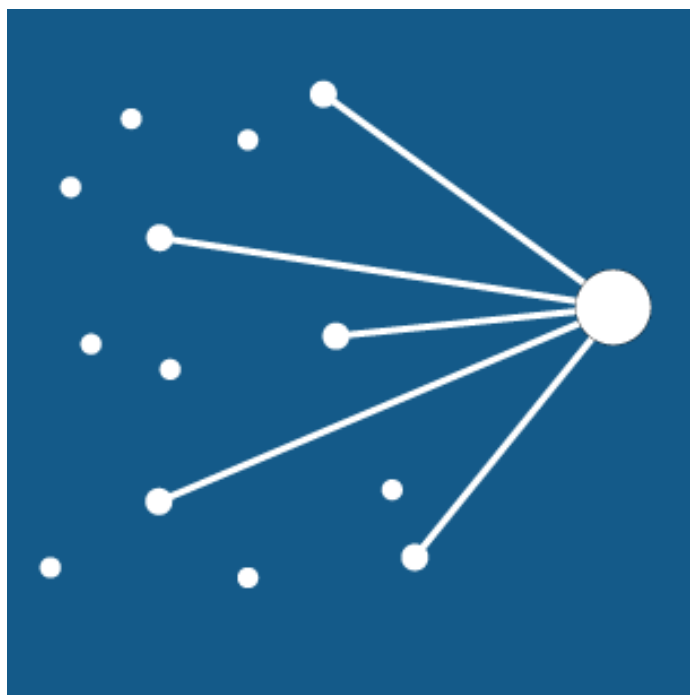
Vi er fortsat overbeviste om, at med de rette kontakter i de forskellige miljøer kan vi stadig nå ud med vores idé, og det vil vi forsøge også efter projektperioden. Det kan lade sig gøre - det er Mathias og Godiks erfaringer også gode eksempler på.





MOOS-BJERRE & LANGE

Biblioteket Sønderborg
Effektmåling af læseindsats
Marts 2015



Indholdsfortegnelse

1. Indledning	3
2. Hovedresultater fra effektmåling	4
2.1 Kampagneeffekt	4
2.2 Nordborgborgernes læseprofil.....	4
3. Kampagneeffekt.....	6
4. Status for Nordborgs borgere i 2015.....	10
5. Forskelle mellem køn og aldersgrupper.....	14

Indledning

Denne effektmålingsrapport vurderer resultaterne af den gennemførte læseindsats i Sønderborg Kommune med fokus på området 6430 Nordborg. Effektmålingen baserer sig på en sammenligning af undersøgelsesresultater i 2015 med undersøgelsesresultater i 2014. Det drejer sig om opgørelse af borgernes læsning *efter* kampagnens afslutning i forhold til baselineundersøgelse af borgernes litterære vaner, interesser og selvvalgte læsefærdigheder for borgerne i Nordborg.

I den aktuelle 2015 undersøgelse er borgernes også adspurgt om deres kendskab til de gennemførte kampagneaktiviteter og deres vurdering af dem.

I det følgende kommer først et sammenfattende afsnit, hvor hovedresultaterne fra de følgende afsnit gengives kort. Efter dette kommer et afsnit med fokus på kampagnernes effekt, efterfulgt af et afsnit om Nordborg borgernes forhold til læsning, som de ser ud i 2015, og til sidst et afsnit om hvilke variationer man kan finde med hensyn til køn og alder. Rapporten afsluttes af et metodeafsnit.

Bemærk, at når der refereres til "de adspurgte", menes der, med mindre andet er nævnt, de af Nordborgs borgere, der er blevet adspurgt i eftermålingen i 2015. De eneste to figurer i denne rapport, hvor data fra andre kilder medtages, er Figur 2 og Figur 4. I Figur 2 sammenlignes Nordborgs borgere med øvrige borgere i Sønderborg Kommune, og i Figur 4 sammenlignes Nordborgs borgere i 2015 med Nordborgs borgere i 2014.

1. Hovedresultater fra effektmåling

Her gengives en kort præsentation af resultaterne af effektmålingen og undersøgelsens øvrige resultater. Der redegøres først for effekten af kampagnerne, herefter for Nordborgs borgeres læseprofil.

1.1 Kampagneeffekt

Det viser sig, at lidt **over halvdelen af Nordborgs borgere kender til mindst én af de kampagner, som biblioteket har stået for**. Det er et bemærkelsesværdigt højt niveau. Bogskulpturer i bybilledet er den mest kendte. Dette er på trods af, at denne kampagne er betydeligt mindre kendt i Nordborg end den er i Sønderborg Kommune i øvrigt.

Alle øvrige kampagnetiltag er dog mere kendte i Nordborg, end de er i Sønderborg Kommune i øvrigt, hvilket synes at være i god overensstemmelse med, at det netop er Nordborg, der har været særligt fokus på. Den anden mest kendte kampagne er direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs hjemmeside. De øvrige kampagner er der et noget lavere kendskab til.

Nordborgs borgere vurderer, at kampagnerne har haft en effekt. Effektens størrelse kommer dog an på, hvilken dimension man spørger til. De fleste mener at kampagnerne har skabt positiv opmærksomhed om læsning. Vurderingerne bliver dog mindre positive når spørgsmålene bliver mere konkrete og personnære – betydeligt færre vurderer, at kampagnerne har givet dem lyst til at læse mere, øget deres interesse for litteratur og læsning, eller fået dem til at læse mere.

Der er endvidere gennemført en række mere avancerede statistiske analyser og tests af eventuelle udviklingstendenser over tid – fra før kampagnetiltagene (2014) til efter afslutning af kampagneforløbet (2015). Der er fundet **en væsentlig, positiv og statistisk signifikant stigning i Nordborgs borgeres interesse for at læse romaner**.

1.2 Nordborgborgernes læseprofil

Nordborgs borgeres foretrukne medier er fjernsyn, internet, radio og avis. En stor andel, især blandt de unge, benytter sig flittigt af sociale medier, mens de ældre aldersgrupper i højere grad holder sig til de traditionelle medier. Internetbrug er desuden højere blandt unge mennesker.

Det er dog **kun små andele af Nordborgs borgere, der hyppigt læser romaner, noveller, og faglitterære bøger/artikler**. Generelt benytter kvinder sig mere af alle typer medier end mænd.

Langt de fleste af Nordborgs borgere **foretrækker at læse romaner som fysiske bøger**. Blandt de unge er der også en vis interesse for at læse/høre romaner på alternative måder, såsom med lydbøger eller e-bøger.

Nordborgs borgere har gennemgående **nemt ved at læse og forstå indholdet i avisartikler, romaner, noveller, og breve fra det offentlige**. De har dog betydeligt sværere ved at høre og forstå indholdet i lydbøger, og indholdet ved oplæsning i radioen.

Nordborgs borgere er **mest interesserede i historier baseret på virkelige hændelser, krimier**, læse romaner samt historie, biografier, slægtshistorier og kærlighedshistorier. Mindre er interessen for noveller, lydbøger, digte, og at høre oplæsning af historier/bøger i radioen.

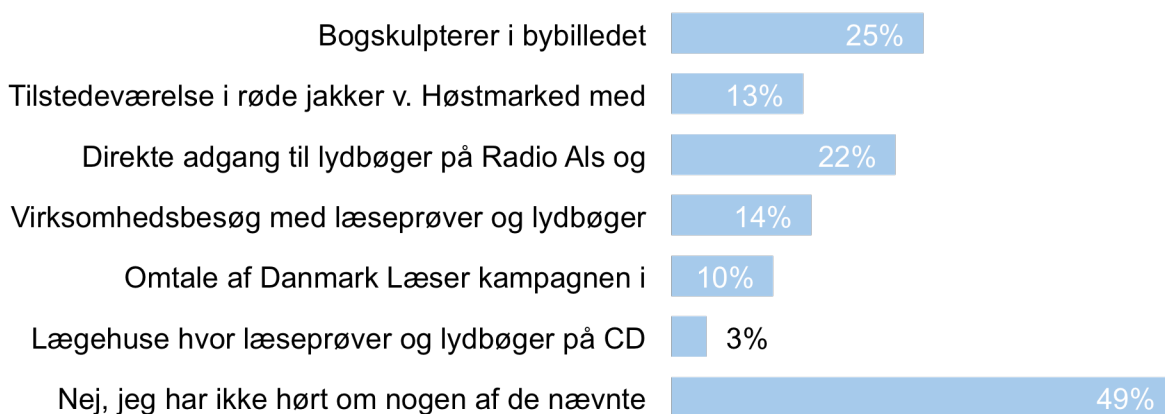
2. Kampagneeffekt

Dette afsnit omhandler kendskab til de kampagner, som biblioteket har benyttet i forsøget på at fremme interesse for læsning og litteratur. I det følgende gennemgås kendskab til kampagnerne, både i Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt, og Nordborgs borgeres selvvaluerede gavn af kampagnerne.

Sidst i dette afsnit redegøres der for ændringer i interessen for at læse romaner fra 2014 til 2015. Der blev i udarbejdelsen af denne rapport testet for en lang række ændringer fra 2014 til 2015, dog viste en stigning i interessen for at læse romaner sig at være den eneste statistisk signifikante.

Figur 1 nedenfor viser de adspurgtes kendskab til kampagner, som biblioteket har stået for.

Figur 1: Andel der kender til følgende tiltag



Figur 1 viser, at næsten halvdelen af de adspurgte, 49%, ikke kender til nogen af de kampagner, som biblioteket har stået for.

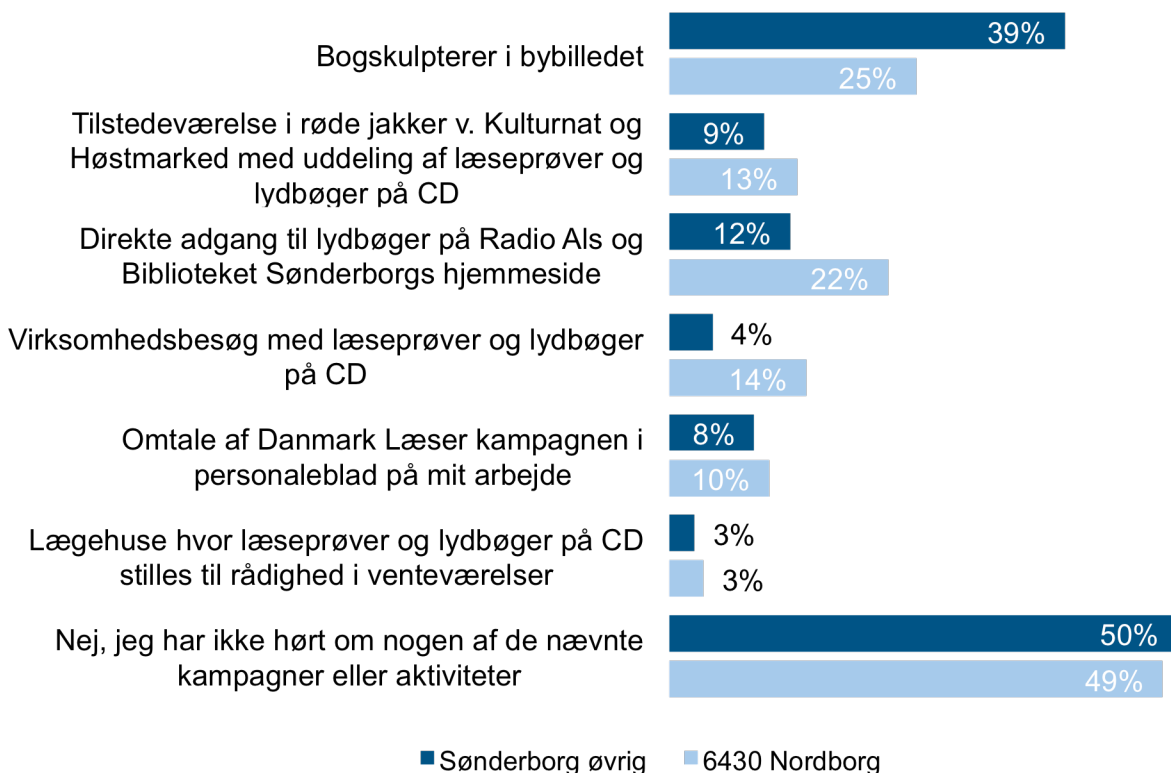
Det mest kendte tiltag er bogskulpturer i bybilledet. En fjerdedel af de adspurgte, 25%, har bemærket dette. Næsten lige så mange, 22%, har hørt om direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs hjemmeside.

14% har bemærket virksomhedsbesøg med læseprøver og lydbøger på CD, og næsten lige så mange, 13%, har bemærket tilstedeværelse af personer i røde jakker ved Høstmarked i Nordborg, med uddeling af læseprøver og lydbøger på CD.

10% af de adspurgte har bemærket omtale af Danmark Læser kampagnen i personaleblade på deres arbejde, mens kun 3% har bemærket lægehuse, hvor læseprøver og lydbøger på CD stilles til rådighed i venteværelser.

Figur 2 nedenfor viser forskelle mellem borgere i 6430 Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt, med hensyn til kendskab til bibliotekets kampagner. Bemærk at denne figur er den eneste i denne rapport, som indeholder besvarelser fra andre end Nordborgs borgere.

Figur 2: Kendskab til følgende tiltag i 6430 Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt



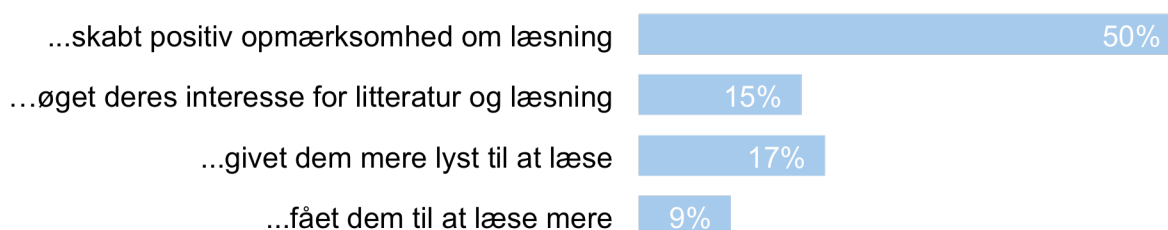
Figur 2 viser, at 39% af de adspurgte i Sønderborg Kommune i øvrigt har bemærket bogskulpturer i bybilledet, mens 14 procentpoint færre af de adspurgte i Nordborg har bemærket disse. Dette kunne tyde på, at bogskulpturerne har været mindre synlige i Nordborg, end de har været i de øvrige byer hvor de har været stillet op (Sønderborg, Gråsten, og Vester Sottrup).

Et andet punkt med stor forskel mellem Nordborg og Sønderborg Kommune i øvrigt er kendskabet til direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs kommune. Mens 12% af de adspurgte i Sønderborg Kommune i øvrigt kender til dette, kender 22% af de adspurgte i Nordborg til dette. Også med hensyn til virksomhedsbesøg med læseprøver og lydbøger på CD er kendskabet i Nordborg større – 4% kender til dette i Sønderborg Kommune i øvrigt, mens 14% kender til dette i Nordborg.

Med hensyn til de øvrige kategorier forekommer der ikke bemærkelsesværdige forskelle med hensyn til kendskab.

Figur 3 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der mener, at den eller de kampagner, de har bemærket, har haft en af følgende positive effekter.

Figur 3: Andel der mener, at den eller de kampagner, de har bemærket, har...



Figur 3 viser, at hele 50% af de adspurgte mener, at bibliotekets kampagner har skabt positiv opmærksomhed om læsning. Når det kommer til mere konkrete og personnære ting, er besvarelserne dog mere forsigtige. 17% angiver, at kampagnerne har givet dem lyst til at læse mere. 15% angiver at kampagnerne har øget deres interesse for litteratur og læsning. Når det kommer til faktisk at læse mere, mener kun 9% at kampagnerne har haft denne effekt.

Figur 4 nedenfor viser ændringen fra nulpunktsmålingen i 2014 til eftermålingen i 2015, med hensyn til Nordborgs borgeres lyst til at læse romaner.

Figur 4: Andel af Nordborgs borgere med interesse for at læse romaner



Figur 4 viser en mulig positiv effekt af de læsefremmende indsats fra 2014 til 2015. Figuren viser, at der ved nulpunktsmålingen i 2014 var 41% af Nordborgs borgere som angav, at de var noget eller meget interesserede i at læse romaner. Ved eftermålingen i 2015 er dette tal steget til 47%, altså en forbedring på 6 procentpoint.

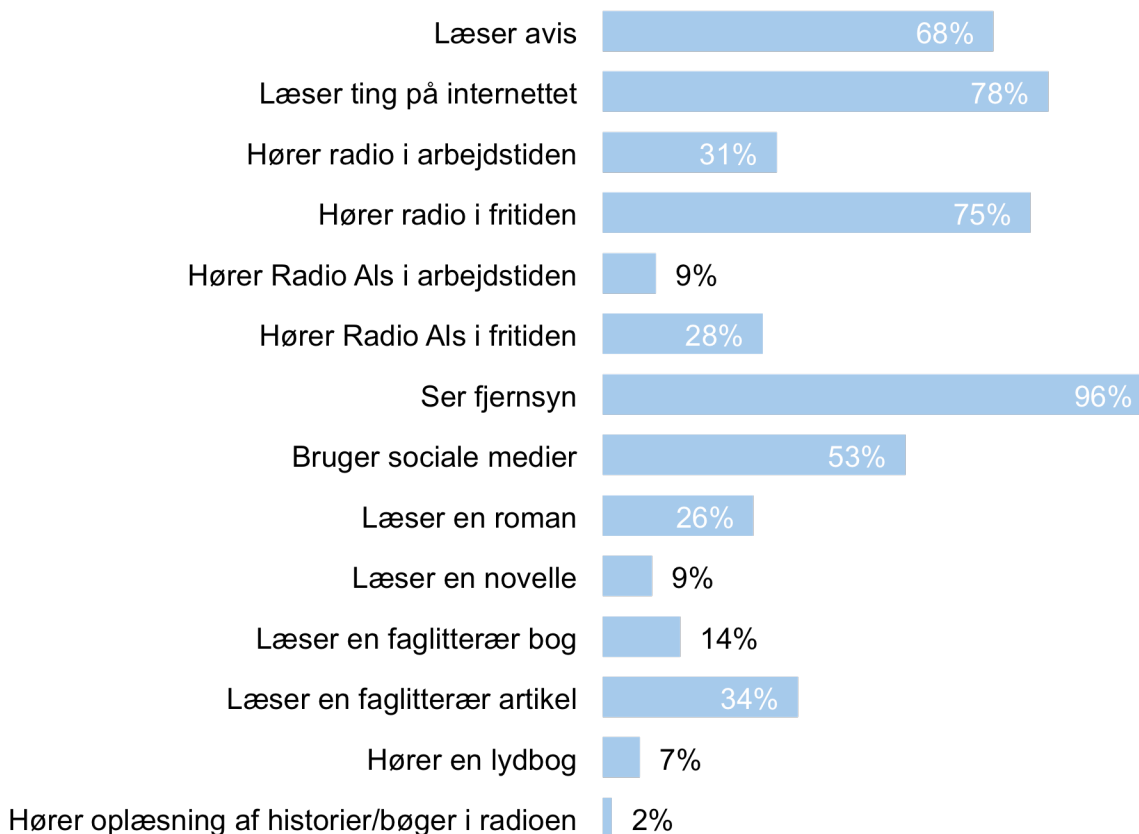
3. Status for Nordborgs borgere i 2015

Dette afsnit omhandler borgerne i Nordborg med hensyn til deres læseprofil i 2015.

Nedenfor gennemgås først hyppighed af benyttelse af forskellige medier, herefter interesse for litteratur og litteraturrelaterede aktiviteter, herefter de adspurgtes foretrukne måde at læse en roman på, og til sidst deres vurdering af, hvor nemt eller svært de forstår forskellige tekster og informationstyper.

Figur 5 nedenfor viser de andele af de adspurgte, der typisk anvender følgende medier en eller flere gange om ugen.

Figur 5: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere



Figur 5 viser, at det hyppigst benyttede medie er fjernsynet. 96% angiver, at de benytter dette en eller flere gange om ugen. Efter dette kommer internettet – 78% angiver, at de læser ting på dette en eller flere gange om ugen.

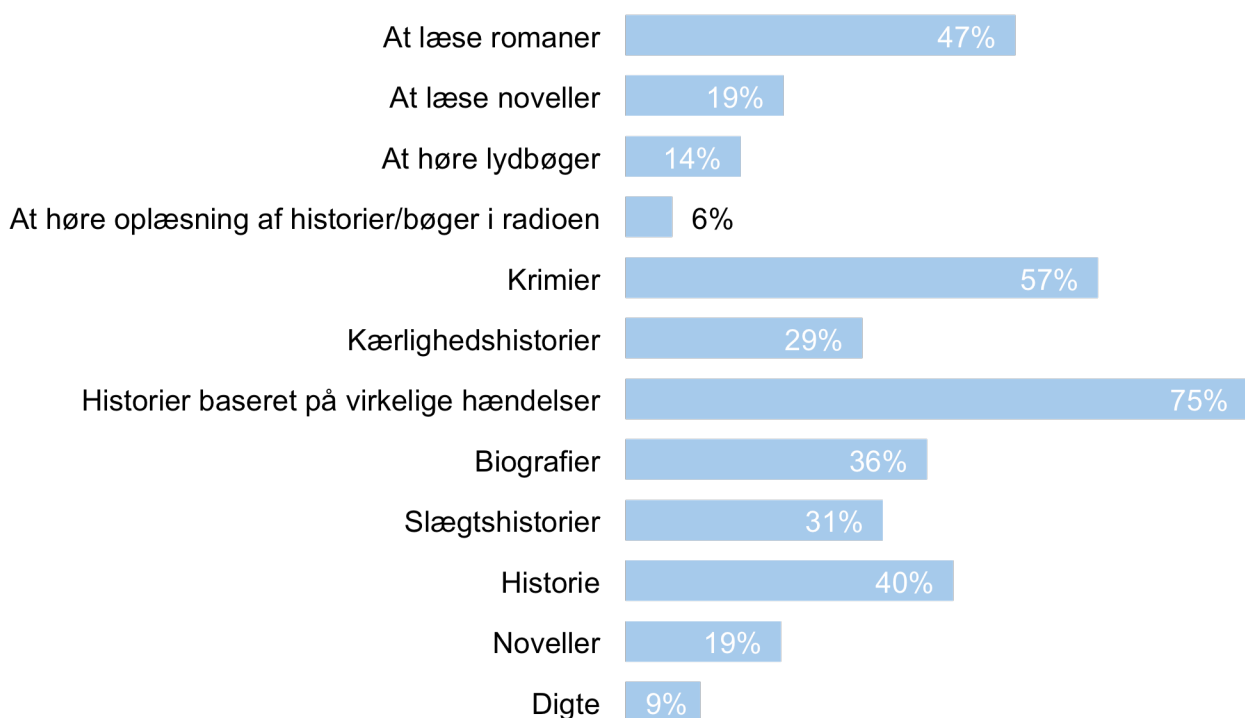
Radio er også et populært medie. 75% angiver at de en gang om ugen eller oftere hører radio i fritiden, mens betydeligt færre, 31%, hører radio i arbejdstiden en gang om ugen eller oftere. Ser man specifikt på Radio Als, fremgår det, at der på ugebasis er 28%, der hører kanalen i fritiden, og 9% der hører den i arbejdstiden.

Et andet populært medie er avisen, med 68% der læser denne ugentligt eller oftere. Over halvdelen af de adspurgte, 53%, benytter sociale medier en eller flere gange om ugen.

34% læser faglitterære artikler, 26% at de læser romaner, 14% at de læser faglitterære bøger, og kun 9% at de læser noveller ugentligt eller oftere. Meget få, 7%, hører lydbøger ugentligt eller oftere, mens kun 2% angiver, at de hører oplæsning af historier/bøger i radioen en eller flere gange om ugen.

Figur 6 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der er interesserede i følgende typer litteratur.

Figur 6: Andel der er noget eller meget interesserede i følgende aktiviteter



Af Figur 6 fremgår det, at mange af de adspurgte, 75%, er interesserede i historier baseret på virkelige hændelser. Stor interesse er der også for krimier, med 57% der angiver, at de

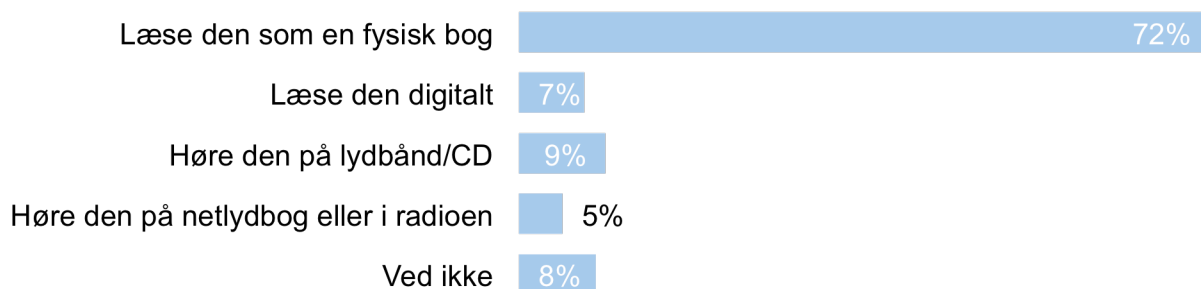
er noget eller meget interesserede. Også populært er det at læse romaner, med 47% der angiver interesse.

Herefter følger historie, biografier, og slægtshistorier, med henholdsvis 40%, 36%, og 31% interesserede. Blandt de mindre populære kategorier findes noveller/at læse noveller, med 19% interesserede, og at høre lydbøger, med 14% interesserede.

Kategorierne hvor færrest angiver, at de er noget eller meget interesserede, er digte, med 9%, og at høre oplæsning af historier/bøger i radioen, med 6%.

Figur 7 nedenfor viser de adspurgtes foretrukne måde at læse/høre en roman på.

Figur 7: Foretrukken måde at læse/høre en roman på



Figur 7 viser, at de adspurgte i alt overvejende grad foretrækker at læse romaner som fysiske bøger. Hele 72% angiver dette som førsteprioritet. De øvrige muligheder ligger nogenlunde lige, med lave andele der foretrækker disse. 9% foretrækker at høre en roman på lydbånd/CD, 7% at læse den digitalt, og 5% at høre den på netlydbog eller i radioen. 8% angiver, at de ikke ved hvordan de foretrækker at læse/høre en roman.

Figur 8 nedenfor viser andelen af de adspurgte, der synes det er nemt at høre/læse og forstå forskellige typer litteratur.

Figur 8: Andel der synes at det er nemt eller meget nemt at gøre følgende



Figur 8 viser, at der inden for de fleste typer litteratur kun er få problemer med forståelsen. 87% angiver at det er nemt eller meget nemt at forstå og læse indholdet i avisartikler. For romaner er det tilsvarende tal 78%, for noveller 63%, og for breve og beskeder fra det offentlige er tallet 60%.

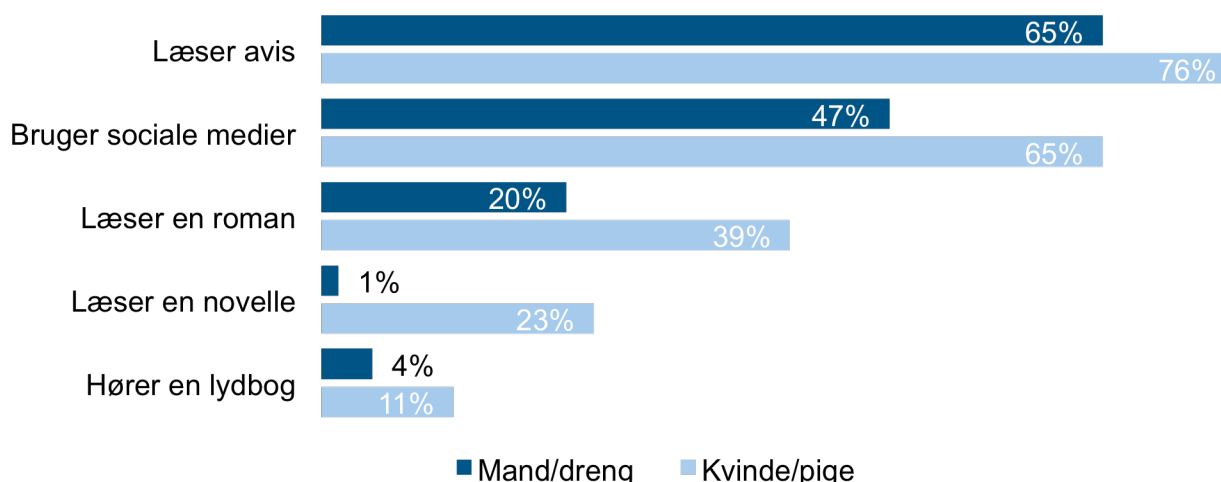
Nordborgs borgere har dog sværere ved at forstå indholdet ved oplæsning. Kun 39% angiver, at de har nemt eller meget nemt ved at høre og forstå indholdet i lydbøger. Dette betyder, at 61% af de adspurgte har svært ved dette. 38% har nemt eller meget nemt ved at høre og forstå indholdet ved oplæsning i radioen, hvilket betyder at 62% har svært ved det samme.

4. Forskelle mellem køn og aldersgrupper

I undersøgelsen er der gennemført nærmere analyse og statistiske tests for variationer på tværs af køn, alder, uddannelse og arbejde. Dog blev der kun fundet interessante og signifikante forskelle med hensyn til køn og alder. Nedenfor gennemgås køns indflydelse på benyttelse af medier, alders indflydelse på benyttelse af medier, og alders indflydelse på foretrukken måde at læse/høre en roman på.

Figur 9 nedenfor viser forskelle i hvor ofte de to køn læser avis, bruger sociale medier, læser romaner, læser noveller, og hører en lydbog.

Figur 9: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere, sammenholdt med køn

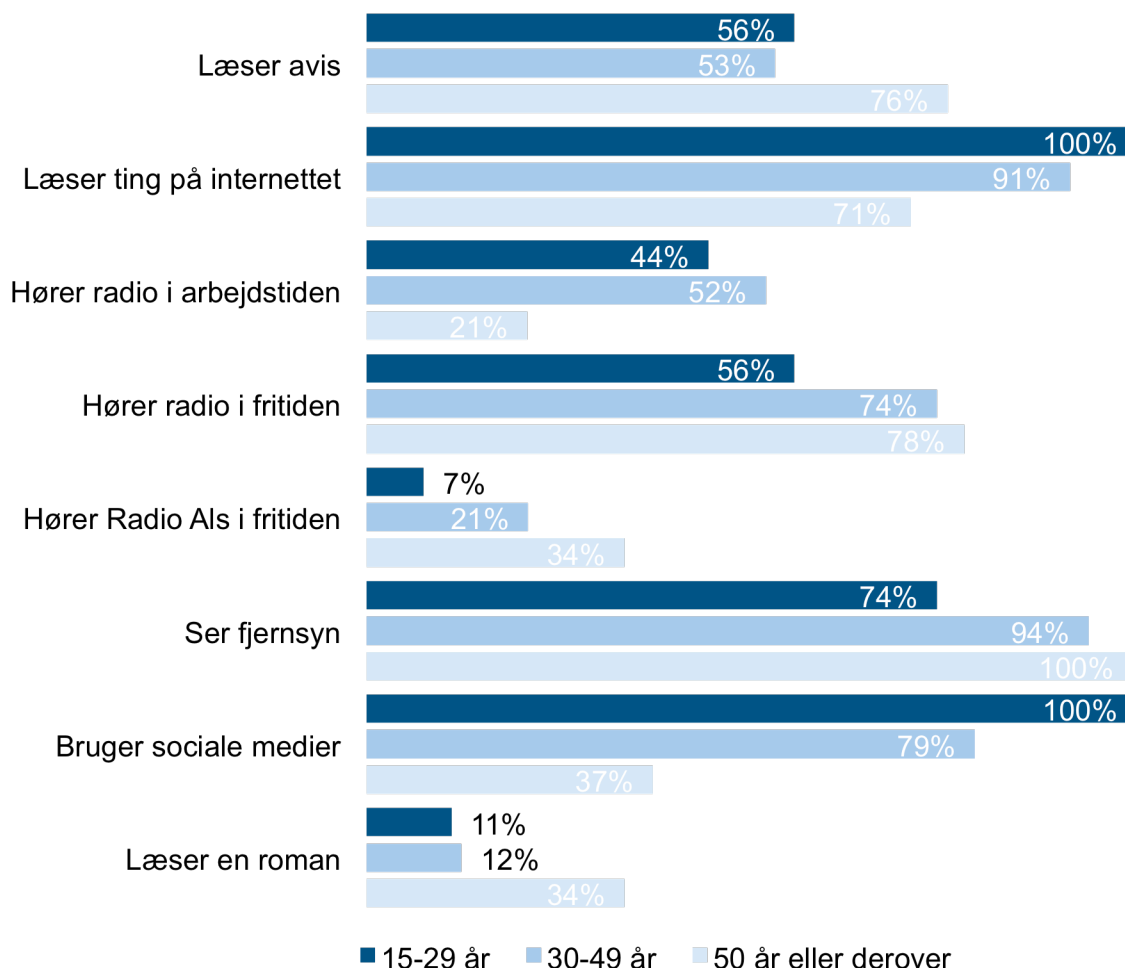


Af Figur 9 fremgår det, at kvinder generelt benytter medier oftere end mænd. Størst er forskellen ved noveller, hvor 22% flere kvinder end mænd læser dem en eller flere gange om ugen. Herefter følger romaner, hvor 19% flere kvinder end mænd læser dem ugentligt eller oftere. Forskellen ved sociale medier er også stor, med 18% flere kvinder end mænd, der benytter disse en eller flere gange om ugen.

Ved aviser findes der en mindre forskel, med 11% flere kvinder end mænd, der læse disse ugentligt eller oftere. Den mindste påviste forskel er ved lydbøger, med 7% flere kvinder end mænd, der hører disse en gang om ugen eller oftere.

Figur 10 nedenfor viser alders indflydelse på hyppigheden af benyttelse af forskellige typer medier.

Figur 10: Andel der typisk gør følgende en gang om ugen eller oftere, sammenholdt med alder



Figur 10 viser store forskelle i de forskellige aldersgruppers medievaner. Blandt de mest bemærkelsesværdige er læsning af ting på internettet og brug af sociale medier. Det fremgår, at 100% af de adspurgte i alderen 15-29 år læser ting på internettet ugentligt eller oftere, mens tallet hos de 50-årige og ældre er nede på 71%. Ligeledes bruger 100% af de adspurgte i alderen 15-29 år sociale medier ugentligt eller oftere, mens tallet for de 50-årige og ældre kun er 37%.

En omvendt tendens ses ved benyttelsen af fjernsyn. Her angiver 100% af de 50-årige og ældre, at de benytter dette ugentligt eller oftere, mens 74% af de 15-29-årige angiver dette.

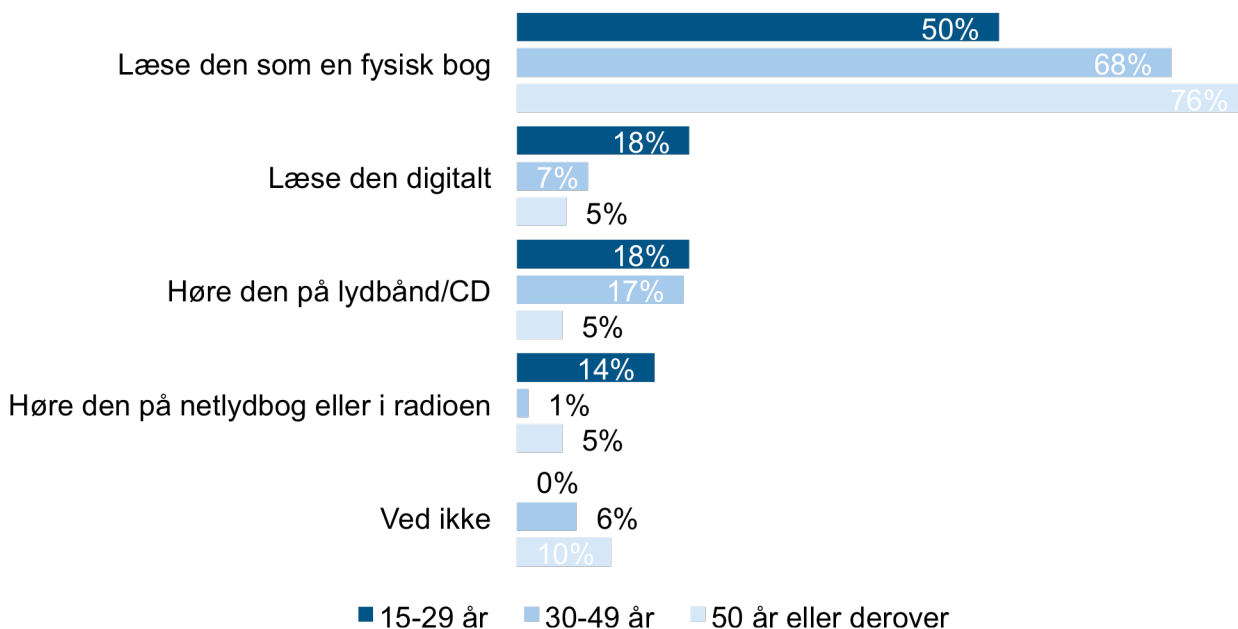
Også med hensyn til radio i fritiden gør dette mønster sig gældende – 78% af de 50-årige og ældre hører radio i fritiden ugentligt eller oftere, mens kun 56% af de 15-29-årige gør dette. Tendensen gør sig også gældende med Radio Als i fritiden. Når det kommer til radio i arbejdstiden er tendensen mindre klar – dette skyldes sandsynligvis, at en stor andel af de 50-årige og ældre ikke har nogen arbejdstid.

Også når det kommer til romaner er det blandt de højere aldersklasser, at den hyppigste benyttelse forekommer. 34% af de 50-årige og ældre angiver, at de læser i en roman ugentligt eller oftere, mens kun 11% af de 15-29-årige angiver dette.

Med hensyn til aviser er sammenhængen mellem alder og brugshyppighed ikke helt så entydig, som den er med nogle af de andre medier. Det kan dog påpeges at 76% af de 50-årige og ældre læser aviser en eller flere gange om ugen, mens betydeligt færre, 56%, af de 15-29-årige gør dette.

Figur 11 nedenfor viser alders indflydelse på ens foretrukne måde at læse/høre en roman på.

Figur 11: Foretrukken måde at læse/høre en roman på, sammenholdt med alder



Figur 11 viser en klar sammenhæng mellem alder og foretrukken måde at læse en roman på. Blandt de 50-årige og ældre foretrækker langt de fleste, 76%, at læse en roman som en fysisk bog. Samme tal for de 15-29-årige er nede på halvdelen, 50%. Til gengæld foretrækker flere i denne gruppe at læse bøger digitalt. 18% af de 15-29-årige foretrækker at læse en roman digitalt, mod kun 5% af de 50-årige og ældre. Ligeledes foretrækker 18% af de 15-29-årige at høre en roman på lydbånd/CD, mod 5% af de 50-årige og ældre.

Også med hensyn til netlydbøger og radio er de unge mere positive – 14% af de 15-29-årige foretrækker at høre en roman således, mod 5% af de 50-årige og ældre.