

Furesø

Jeg læser egentlig ikke, men...

Her undersøges, hvordan partnerskaber, med en lang række lokale aktører og frivillige, kan få flere til at læse via projekter, som – med et glimt i øjet – gør litteraturen tilgængelig i en række definerede målgrupper.

Furesø vil løse de læselåste op med en vifte af projekter under overskriften ”Jeg læser egentlig ikke, men...”. Der skal etableres læseklubber og gratis udlån i virksomheder. Kampagnen markedsføres i boligannoncer med ”Tæt på et velfungerende bibliotek” og ”Læsekommunen Furesø”, og nye tilflyttere bliver budt velkommen til Furesø ved at modtage en bogkasse med et udvalg af relevant litteratur for familien samt en hilsen fra biblioteket. I samarbejde med Pedalartisten, et cykelværksted for udviklingshæmmede, vil biblioteket tilbyde bogkasser, hvor bøgernes indhold er tilpasset familiens behov, bragt direkte til døren. Der skal afholdes en læsefestival, læseevents med pop op-læsning samt læser-flashmobs i samarbejde med Egnsteatret og forfatterskoleelever.

Ydermere skal der sættes bogskabe op i sportshaller i samarbejde med Spejdernes Genbrug, Kulturhuset skal beklædes med bøger, og så skal der bygges en kæmpe bog, i samarbejde med Stiens Træværksted, til børnene, så de kan træde ind i litteraturens verden.

Tovholder

Mette Jonstrup
Leder, Bibliotek og Borgerservice

Tlf.: 4128 6649
Mail: mjo@furesoe.dk

Furesø Bibliotek og Borgerservice
Bymidten 48
3500 Værløse

Læs Furesøs pjece "BogBud - Cykler bogkasser til døren" herunder.

Tak til  Danmark
Læser.dk

BogBud

Cykler bogkasser
til døren

- ⊗ Hæv udlånsstatistikken
- ⊗ Tilbyd borgerne fornem service og bøger de ikke selv ville have valgt
- ⊗ Giv de voksne mentalt handicappede et arbejde med en synlig rolle i samfundet.

Layout Anne Lundsfryd

KONTAKT

Helle Winther Olsen hwo@furesoe.dk
Camille Blomst cbl@furesoe.dk



FURESØ
Bibliotek & Borgerservice

Jeg læser egentlig ikke, men... **Furesø** fandt fidusen

Håndplukket
Skønlitteratur

Miljøbetænksom
udbringning

Social ansvarlighed

FAGLIG, FORNUFTIG OG FREMTIDIG FORMIDLING

Bøger cyklet til døren

Nemt, praktisk og miljøvenligt.

Furesø Bibliotek & Borgerservice har været en af de 12 modelkommuner, der under Marianne Jelveds læsekampagne Danmark Læser har afprøvet nye formidlingsformer for at få danskerne til at læse mere. Furesøs mest nyskabende og let adopter- og scalerbare formidlingsidé er Bogkasserne.

Tegn abonnement på en bogkasse. Biblioteket udvælger bøgerne. Friske cykelbude bringer ud.

Kan du ikke komme til bogen, kommer bogen til dig

Grundstenen er de velkendte kasser à la Aarstiderne. Man tegner abonnement på en kassetype, som en gang om måneden bliver cyklet hjem til dørmåtten ganske gratis. En bogkasse foran hoveddøren er et lige så stærkt statement som en kasse økologiske grønsager. Konceptet matcher den moderne, travle livsstil ved at være praktisk og imødekommende. Samlet er cyklen er servicesignal, der peger ind i fremtiden.

Miljørigtig udbringning ville i arbejdsgruppens optik tilføre en ekstra dimension. Derfor indledte Furesøs biblioteker et samarbejde med cykelværkstedet Pedalartisten, som er et kommunalt beskæftigelsestilbud for voksne udviklingshæmmede.

Her var man ikke et øjeblik i tvivl om værdien af et samarbejde omkring et socialt ansvarligt projekt, og at cykelbudtjenesten for biblioteket kunne være med til at gøre en forskel for cykelværkstedets brugere.

Soleklar succes

Det praktiske blev udviklet i tæt dialog med Pedalartisten og afprøvet som forsøg i tre måneder. Bogkasserne blev strålende modtaget i Furesø. For at tilbuddet skulle ramme bredest muligt ud og nå de ikke-helt-så læsende, annoncerede biblioteket i lokalavisen med klassiske kuponannoncer, og Pedalartistens cykelbude var selv med til at dele 2000 reklamefoldere ud i forretninger, sportshaller og institutioner. 145 abonnenter var løbet ind ved projektstarten.

Brugerne gav biblioteket og Pedalartisten respons i en spørgeskemaundersøgelse.

Det har været spændende for biblioteket at kaste sig ud i et samarbejde med en ny og ultraditionel partner. Samarbejdet med cykelbudene og pædagogerne har været berigende, fyldt med humor og ikke mindst værdighed i forhold til den fælles opgave at bringe bøger og borgere nærmere hinanden.

Både biblioteket og cykelbudene har opnået synlighed i bybilledet.

Bogkassekonceptet er færdig-udviklet og klar til at blive adopteret i andre kommuner.

Kom nemt i gang

Håndtering

Abbonenterne oprettes i BK-modulet i DDE Libra med særligt lånerkort og 2-måneders lån. Der angives tydeligt i navnefeltet /bogkasse, så de nemt kan skilles fra øvrige BK-lånere. Brugere kan ikke selv forny eller se lånerstatus, og hjemkaldelser sendes til den ansvarlige bibliotekar. Husk tilladelse til at opbevare oplysningerne om lån. BK-modulets "sidst udlånt" funktion sikrer mod gentagelser i kasserne.

Pakning og udlån

Til hver abonnent beregnes to kasser m. låg og elastikker. Eksempelvis IKEA plastkasser Samlabox 28x19x14 til 14 kr. incl. låg. Fås i klar eller sort. Kasserne udstyres med en plastboglomme til abonnentstype, navn og adresse. Udlånskvitteringen lægges med i kassen. Øverst i kassen lægges et "titelblad": Kvik-Kassen, Krudt-Kassen osv.

Tidsforbrug

Regn med at bruge ca. 15 min. på udvælgelse og pakning pr. bogkasse. Typisk fire romaner. Hver bibliotekar kan optimalt håndtere 15 abonnenter om måneden. Biblioteket skal endvidere have en koordinator, der varetager al kommunikation med abonnenter og cykelbude. Beregn tidsforbrug 5-6 timer månedeligt.

Kørsel

Kommunen deles op i distrikter – alt efter hvordan og hvorfra abonnenterne tilmelder sig. Bogkassebudene udarbejder selv køreruten. Hver rute/udbringningsdag skal max rumme 40 abonnenter. Afhængig af geografiske afstande varer en kørsel ca. 5-6 timer incl. madpakkepause på ruten.

Cyklen

Overdækket ladcykel med elmotor. Med ekstra batteri. Vores model blev fremstillet af CPH Bikes fra Hareskov. Cyklen kan tage 80 kg. last. Anskaffelsespris: 20.000 kr. Budene blev udstyret med hjelme, veste og regntøj – finansieret via kommunal miljøpulje.



Brugerne siger



Kommentarer fra brugerundersøgelse

- “Det skåner miljøet”
- “Jeg fik støttet et godt projekt og så fik jeg læst nogle bøger”
- “Selv min søn på 17 år er begyndt at læse”
- “Ellers havde vi ikke fået læst de bøger”
- “Føler mig heldig over at have fået dette tilbud”
- “Det var sjovt og det var ikke bøger, jeg ville have valgt selv”
- “Det er vigtigt at også marginaliserede grupper i samfundet får en betydelig og rigtig plads”
- “Har fortalt kolleger som bor i andre kommuner om det. De synes det var en rigtig god ide. Ønskede de havde det i deres kommune”
- “Mine arbejdstider gør at jeg ikke kan nå på biblioteket i åbningstiden, og derfor glæder det mig hvis Pedalartisten hjælper med en meningsfuld opgave, som giver mig stor glæde såvel som at Pedalartisten forhåbentlig har haft glæde af dette job”

Lokalt cykelværksted leverede ladcykler

Kommunens miljøpulje bevilligede bibliotekerne en ladcykel med elmotor til Bogkasseprojektet. Det blev den lokale cykelfabrik i Hareskov, CPHBikes, der fik lov til at designe cyklerne i tæt samarbejde med Pedalartistens daglige ledere Knud og Johan. “Det var sjovt, og jeg synes at konceptet er helt rigtig. Bøger til døren uden forurening. Jeg håber, at det bliver en tendens, der breder sig, det er godt for alle.”

Gitte Klausen
CPHBikes, Hareskov

Minimal miljøbelastning

“Bogkasseprojektet er et fantastisk eksempel på at litteraturen gøres tilgængelig på en ny måde. Når bogkasseprojektet så oven i købet er baseret på, at de udviklingshæmmede foretager udbringningen på elcykel med minimal miljø- og trafikbelastning til følge, synes jeg, projektet nærmer sig det perfekte.”

Stine Rahbek Pedersen
Natur og Miljøafdelingen

Kassernes opbygning

Kom nemt i gang med at lave bogkasser

Hvert bibliotek udpegede en tovholder til at stå for logistik og kommunikation med bude og borgere. Bibliotekarerne i arbejdsgruppen fik en kassetype, som de var ansvarlige for at pakke. Og fordi de kunne se, hvem der skulle modtage kassen brugte de deres faglige og menneskelige evner til at udvælge de bøger, som de mente ville glæde modtageren mest muligt.



Kasser med omtanke

Kulturministeren klippede snoren

Ved første kørsel med bogkasserne tog Kulturminister Marianne Jelved sig tid til at komme til Værløse Bibliotek og holde en bevægende åbningstale. Hun fremhævede det element i konceptet, at en gruppe oversete unge i det danske samfund får et arbejde, der viser dem frem og giver dem livsglæde. Marianne Jelved talte med cykelbudene og de kvitterede for hendes hjertelighed ved at stille spørgsmål som "Er du Dronning Margrethe?" Hun svarede varmt "Nej, det er jeg ikke, men jeg arbejder inde i København, ikke så langt fra hende."

Læring er næring

"Bogkasseprojektet var en spændende opgave. Det gav os nogle gode formidlingsmæssige udfordringer at sammensætte kasserne ud fra de forskellige temaer. Det har været tilfredsstillende at få mulighed for at præsentere et udvalg af de interessante bøger, som modtagerne ikke selv havde hørt om eller efterspurgt. Logistisk kostede det overraskende mange timer i forhold til ruteplanlægning, pakning og udpakning, når bøgerne kom hjem igen."

Vibeke Storch
Børnebibliotekar, Farum Bibliotek

Kasser med omtanke

"Det var dejligt at blive udfordret på sit bogkendskab.

Efter at have fundet litteratur til ældre lånere og plejehjemsbeboere i mere end tyve år, var det inspirerende at skulle sammensætte bogkasser til yngre årgange - den yngste var kun 16 år.

Dagen igennem anbefaler jeg bøger til lånere i udlånet, men det er 98 ud af 100 gange en god bog eller underholdende bøger til ferierejsen - og der anbefaler man altså et sikkert hit.

Det var derfor befriende at pakke Kvik-Kassen med speciel og eksperimenterende litteratur eller nogle af de meget fine romaner, som er udkommet i de sidste par år af unge danske forfattere.

Nyhedskassen blev selvfølgelig det store hit hos abonnenterne, og vi måtte gradbøje "nyheder" for at kunne finde bøger nok til kasserne."

Lene Wendelboe Nielsen
Bibliotekar, Farum Bibliotek

De glade bude

Knud Andersen er opfinder og daglig leder af Pedalartisten, som er et cykelværksted med arbejdstilbud for unge udviklingshæmmede. Han så med det samme, at de unge kunne udføre opgaven, fordi den var meget konkret og meningsfuld.

"En af arbejdsopgaverne for os pædagoger er at finde daglige gøremål, der er så tæt på et almindeligt job, som det her er. Det kan sammenlignes med De grønne Bude, oven i købet kunne vores unge komme ud og få en naturlig plads i bybilledet. Derfor ønskede budene synlige gule veste."

Ved samarbejdets start havde Pedalartisten tre arbejdspladser til de unge, som fra starten var begejstrede. De ville gerne være cykelbude for biblioteket og var stolte af opgaven. Budene blev fundet blandt de socialt anlagte, der glædede sig over muligheden for motion og kontakt. "I prøveforløbet har der været masser af gåpåmod og forståelse i forhold til de knaster en hver opstart med så umage samarbejdspar som bibliotek og et beskæftigelsestilbud for voksne udviklingshæmmede er.

Budene har smilende cyklet byerne rundt.

Gevinsten har været positiv omtale for begge parter.

Den gode historie og reklamen har været medvirkende til at vi nu har syv arbejdspladser." fortæller Knud og fortsætter "Borgerne tog fantastisk godt imod samarbejdet og kunne se det fine i at være medvirkende i at tage et socialt ansvar."



Ud af brugerundersøgelsen kan man se, at 80 procent af abonnenterne støtter op om det sociale aspekt i konceptet. Sammenlagt cyklede budene 840 kilometer på de to ladcykler med elektrisk hjælpemotor. Det svarer til afstanden Furesø til München.

"Vi har været så glade for samarbejdet, den synlighed vi har fået og det store humør, det har givet på værkstedet, selv de røde kinder, når det var koldt."

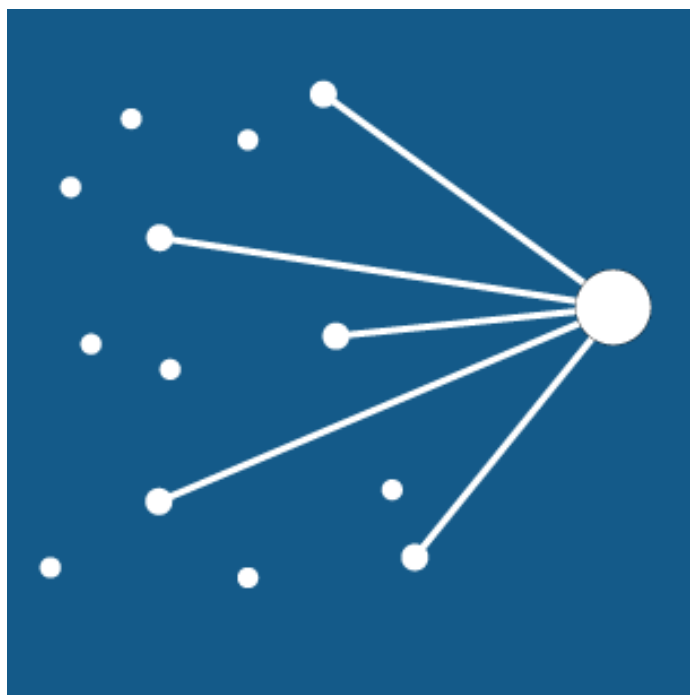
Charmerende cykelbud

Cykelbudet Ursula har været budet i bybilledet. Hun bor i Farum, er 29 år og har en kæreste. "Det var hyggeligt. Man får ikke engang ømme ben, når der er motor på. Man kan godt holde varmen, hvis man tager det rigtige tøj på, når man er ude at cykle en hel dag. Nogle gange har der ligget en lille slikpose til os. Det har været et godt arbejde, at være ude at cykle bøger, ellers fletter jeg cykelhjul og laver servicetjek."



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.

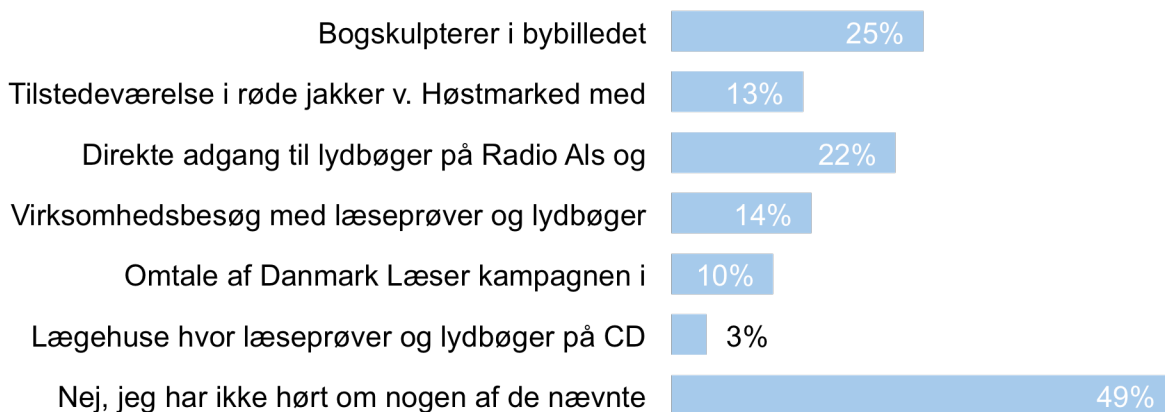
2. Kampagneeffekt

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.

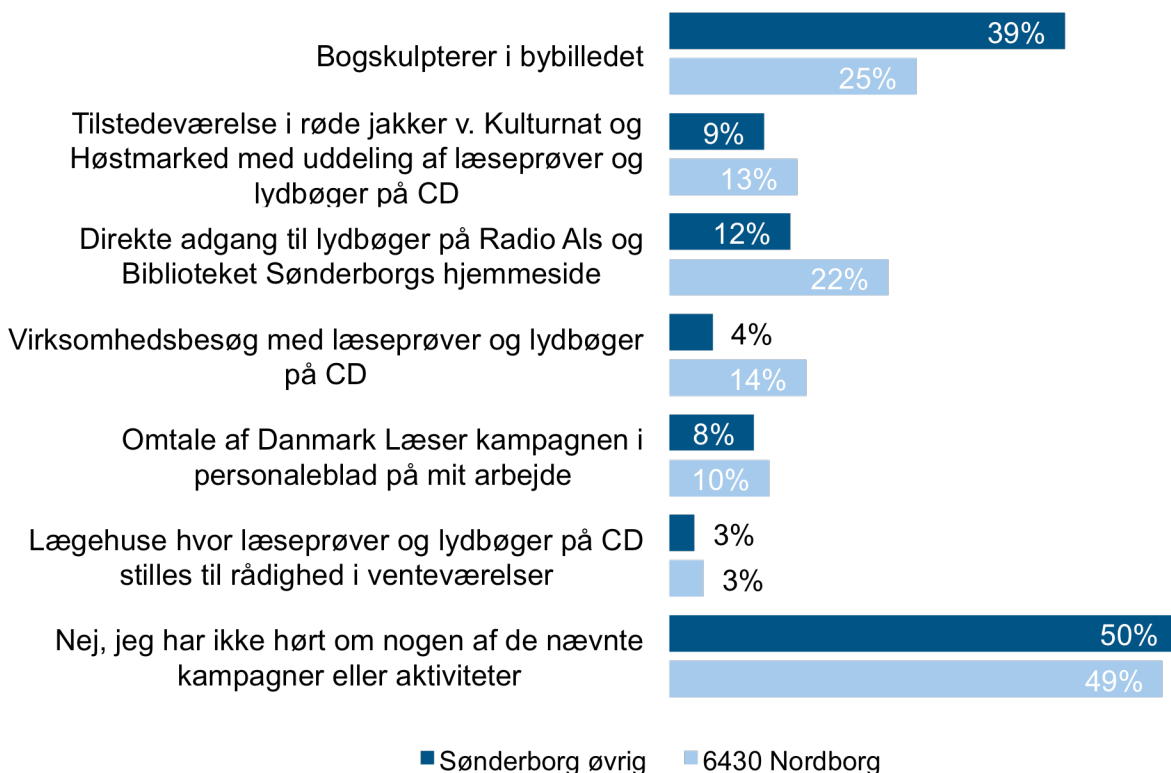
Det mest kendte tiltag er bogskulpturer i bybilledet. En fjerdedel af de adspurgte, 25%, har bemærket dette. Næsten lige så mange, 22%, har hørt om direkte adgang til lydbøger på Radio Als og Biblioteket Sønderborgs hjemmeside.

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



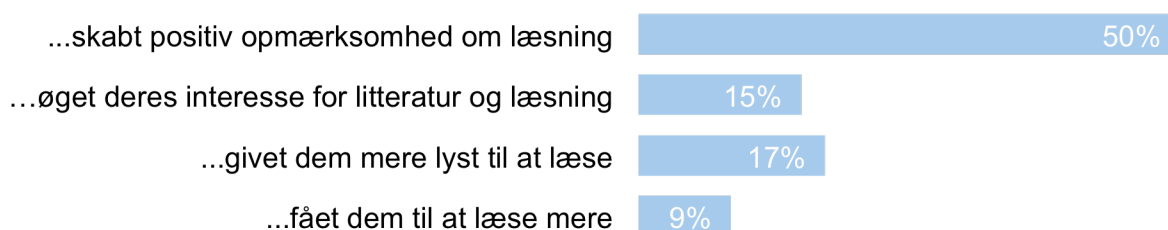
Figur 2 viser, at 39% af de adspurgte i Sønderborg Kommune i øvrigt har bemærket bogskulpturer i bybilledet, mens 14 procentpoint færre af de adspurgte i Nordborg har bemærket disse. Dette kunne tyde på, at bogskulpturerne har været mindre synlige i Nordborg, end de har været i de øvrige byer hvor de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

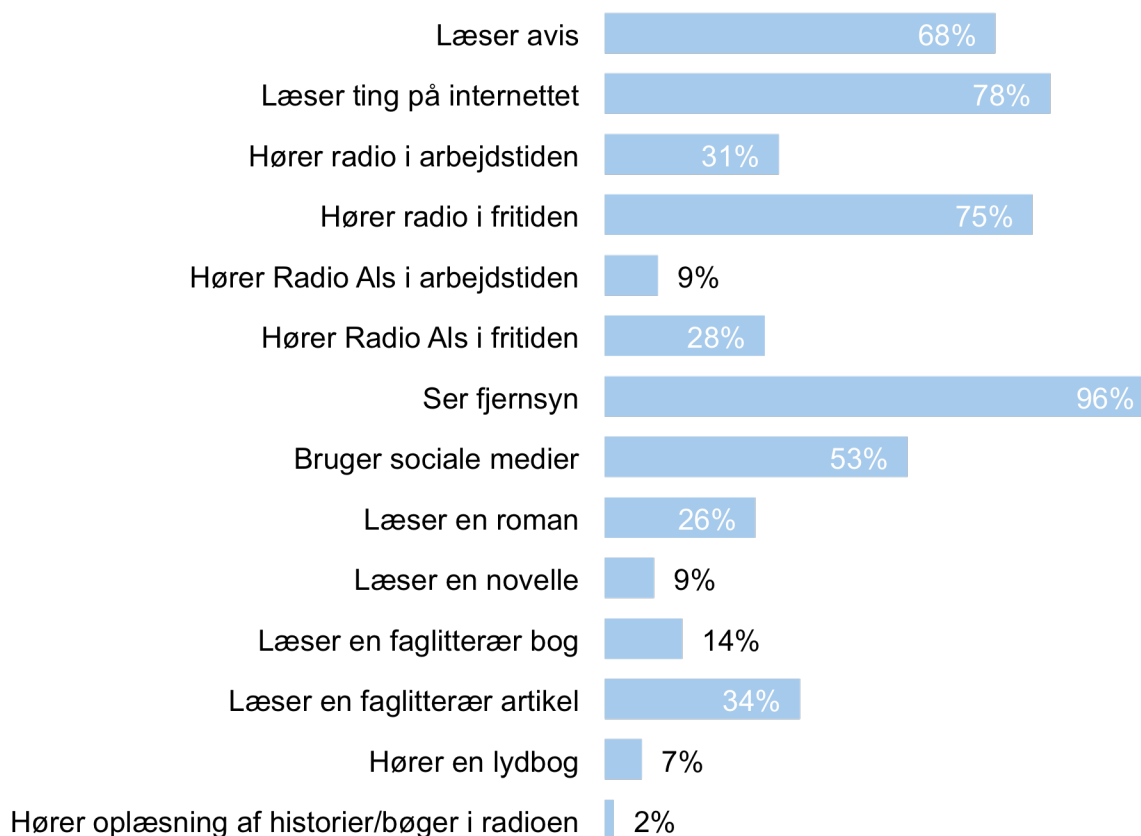
3. Status for Nordborgs borgere i 2015

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.

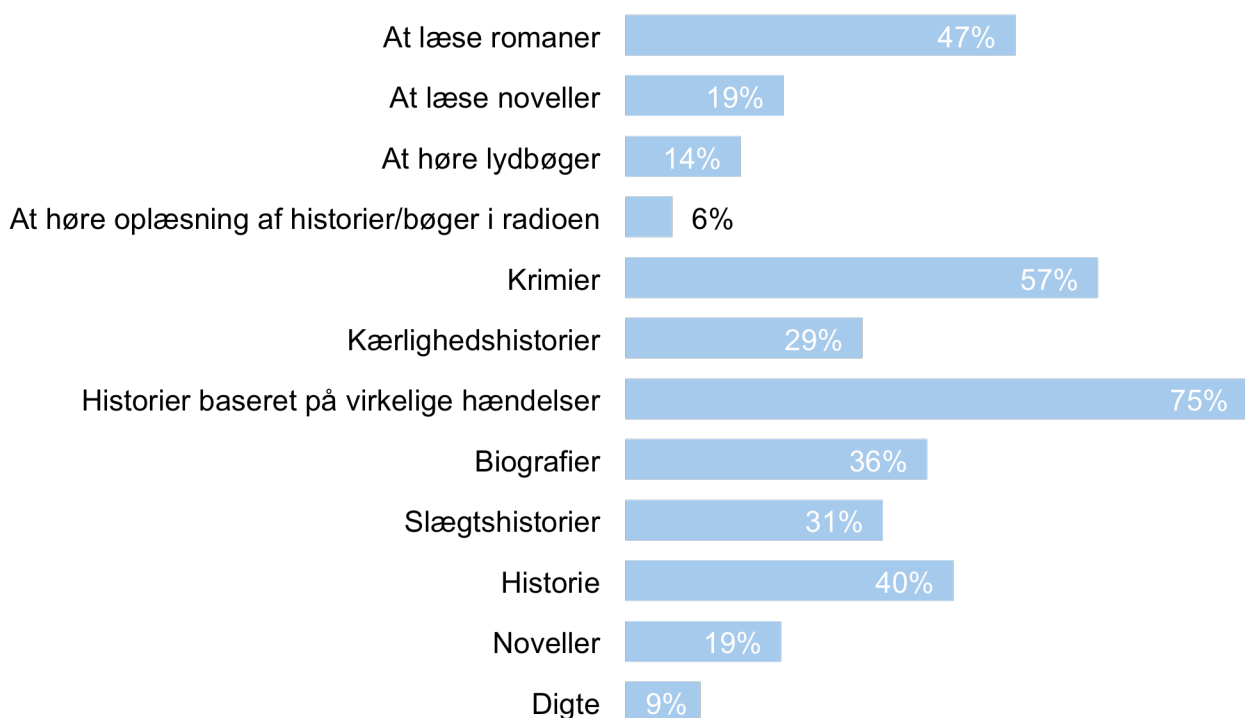
Radio er også et populært medie. 75% angiver at de en gang om ugen eller oftere hører radio i fritiden, mens betydeligt færre, 31%, hører radio i arbejdstiden en gang om ugen eller oftere. Ser man specifikt på Radio Als, fremgår det, at der på ugebasis er 28%, der hører kanalen i fritiden, og 9% der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

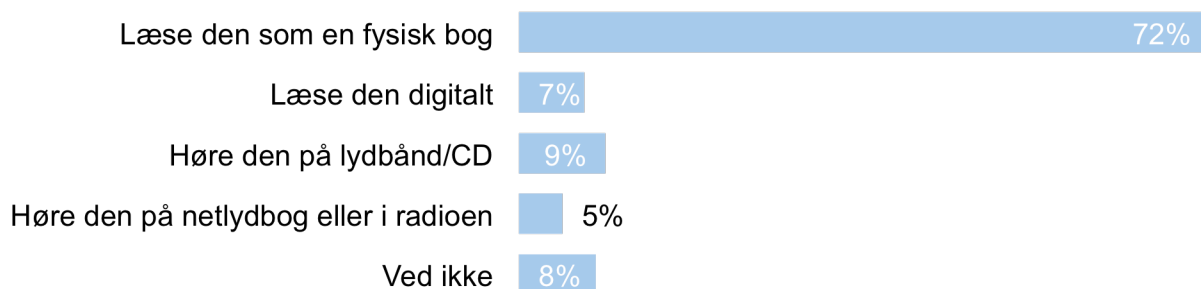
er noget eller meget interesserede. Også populært er det at læse romaner, med 47% der angiver interesse.

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%.

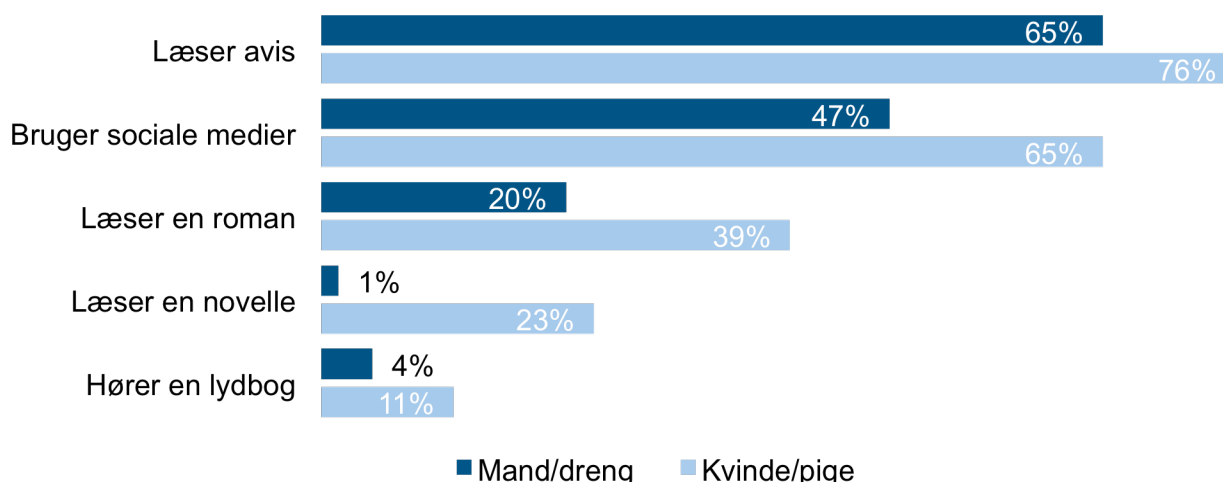
Nordborgs borgere har dog sværere ved at forstå indholdet ved oplæsning. Kun 39% angiver, at de har nemt eller meget nemt ved at høre og forstå indholdet i lydbøger. Dette betyder, at 61% af de adspurgte har svært ved dette. 38% har nemt eller meget nemt ved at høre og forstå indholdet ved oplæsning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

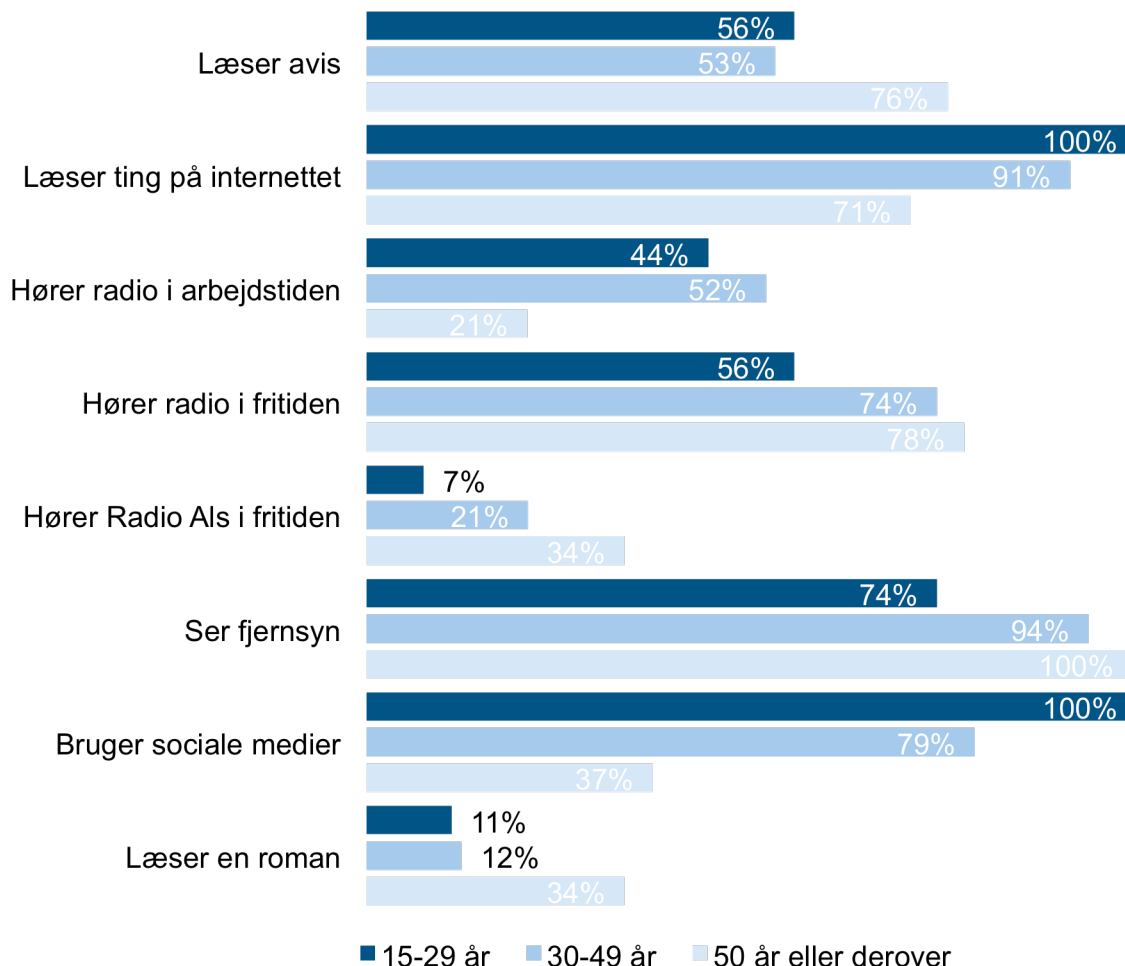


Af Figur 9 fremgår det, at kvinder generelt benytter medier oftere end mænd. Størst er forskellen ved noveller, hvor 22% flere kvinder end mænd læser dem en eller flere gange om ugen. Herefter følger romaner, hvor 19% flere kvinder end mænd læser dem ugentligt eller oftere. Forskellen ved sociale medier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

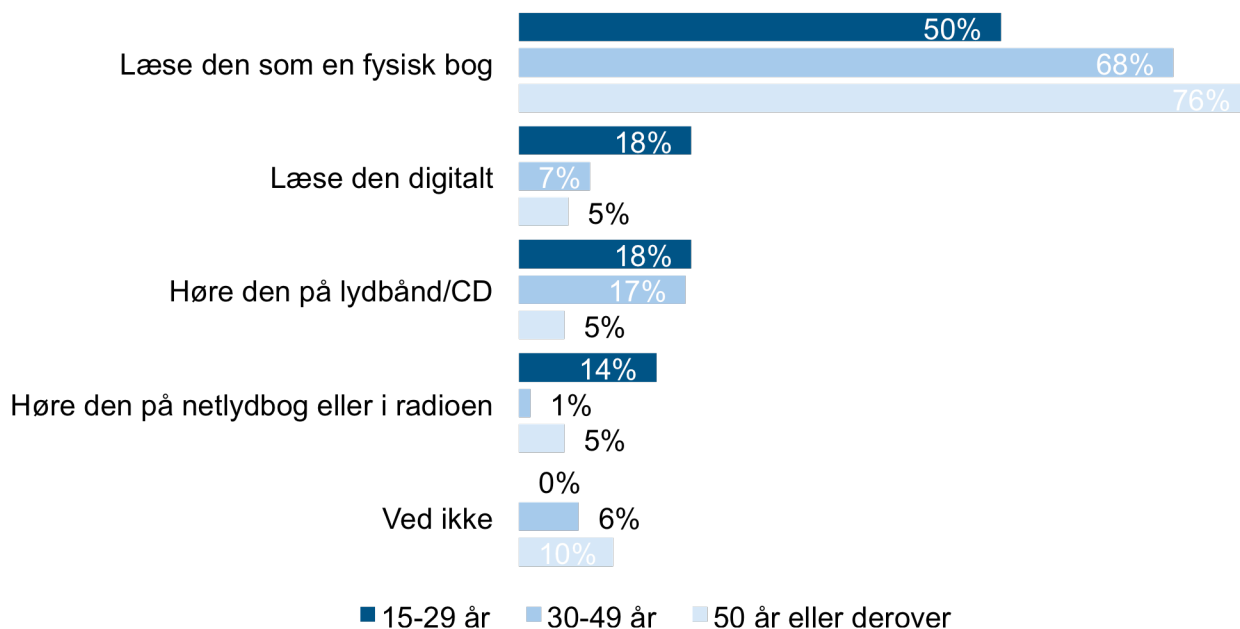
Også med hensyn til radio i fritiden gør dette mønster sig gældende – 78% af de 50-årige og ældre hører radio i fritiden ugentligt eller oftere, mens kun 56% af de 15-29-årige gør dette. Tendensen gør sig også gældende med Radio Als i fritiden. Når det kommer til radio i arbejdstiden er tendensen mindre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