



Appendiks 1

Kvalitativt studie af danskernes brug af demokratisk indhold

Indhold

PROBLEMSTILLING	4
METODE	4
AUTOETNOGRAFISK DAGBOGSØVELSE	4
IN-HOME DYBDEINTERVIEW	5
TELEFONINTERVIEW	6
REKRUTTERING OG SCREENING	6
OVERORDNEDE INDSIGTER	7
#1 DE YNGRE ER I HØJERE GRAD MEDIEUAFHÆNGIGE	7
#2 INSTANT GRATIFICATION	7
#3 SELEKTIVT BRUG MEDFØRER MINDRE BREDDE	7
#4 BARRIERE FOR BETALT INDHOLD	8
MEDIEINDSIGTER	9
RADIO 9	
TV 9	
WEB 9	
AVIS 9	
PUSH BESKEDER	10
NYHEDSAPPS	10
FACEBOOK	10
UGEBLADE	10
ARKETYPEN	12
SØREN OG PETER	12
NØGLEORD	12
MEDIER	12
MOTIVER	12
PERSONKARAKTERISTIK	12
HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?	12
HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?	13
HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?	13
HANS OG PIA	14
NØGLEORD	14
MEDIER	14
MOTIVER	14
PERSONKARAKTERISTIK	14

HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?.....	15
HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?	15
HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?.....	16
METTE.....	17
NØGLEORD	17
MEDIER	18
MOTIVER	18
PERSONKARAKTERISTIK	18
HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?.....	18
HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?	19
HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?.....	19
LISE OG BRIT	20
NØGLEORD	20
MEDIER	20
MOTIVER	20
PERSONKARAKTERISTIK	21
HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?.....	21
HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?	21
HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?.....	22
JULIE OG MAJKEN.....	23
NØGLEORD	23
MEDIER	23
MOTIVER	23
PERSONKARAKTERISTIK	23
HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?.....	23
HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?	24
HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?.....	24
TONNY	25
NØGLEORD	25
MEDIER	25
MOTIVER	26
PERSONKARAKTERISTIK	26
HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?.....	26
HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?	26
HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?.....	27
THOMAS, BRIAN OG CLAIRE.....	28

NØGLEORD	28
MEDIER	28
MANGLENDE MOTIVER	28
MOTIVER	28
PERSONKARAKTERISTIK	28
HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?	29
HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?	29
HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?	30
Bilag 1: Medier	32
LOKALAVISER	32
AVISER	32
WEB 32	
SOCIAL	33
RADIO 33	
APPS 33	
TV 33	
ANDET	34
Bilag 2: Lydfiler	34
Bilag 3: Interviewguide	34

PROBLEMSTILLING

Mediebilledet er i forandring, og forbruget af indhold, der gør danskerne i stand til at agere som oplyste borgere i samfundet, er hermed ligeledes under forandring. Forandringerne sker både i forhold til de medier og platforme, vi bruger til at forsyne os med samfundsrelevant stof og demokratisk indhold, men også den måde som nyheder "pakketeres". Derudover er vores muligheder for at blande os i debatter mere mangfoldige end nogensinde før.

Med indeværende kvalitative undersøgelse har det været formålet at opnå indsigt i, hvordan og hvorfor danskerne forbruger nyheder og samfundsaktuelt stof. Herunder indsigt i graden af involvering i det demokratiske indhold samt hvilke behov og motiver, eller mangel på samme, der driver forbruget.

Denne kvalitative undersøgelse har haft som specifikt analyseformål at afdække:

- Hvordan demokratisk indhold kategoriseres
- Hvilke motiver der er styrende for nyhedsforbruget
- Hvorfor forskellige kategorier til- og fravælges

Undersøgelsen har til formål at danne baggrund for det efterfølgende kvantitative analyse set-up, herunder at bidrage med input til det konkrete design.

METODE

I dette afsnit belyses de metodiske overvejelser, som har dannet baggrund for den kvalitative undersøgelse, hvis formål har været, at afdække behov og motiver for danskernes brug af demokratisk indhold.

I et kvalitativt undersøgelsesdesign vil det ofte være en fordel at kombinere forskellige metoder, for at opnå et retvisende billede af adfærd og holdninger. Det har derfor været MECs anbefaling at kombinere metoderne autoetnografi og dybdeinterview. Dette har haft til formål at give så retvisende et billede som muligt af den enkelte respondents brug af nyhedsmedier og andet demokratisk indhold.

Undersøgelsen bygger således på en antropologisk tilgang, hvor vi via autoetnografiske dagbøger har fået indblik i respondenternes forbrug af nyhedsmedier i hverdagen, for efterfølgende at have en samtale med respondenterne om deres forbrug. Samtalen med respondenterne har taget udgangspunkt i den viden, vi har fået via de autoetnografiske dagbøger. Herved har det været muligt at holde respondenternes svar i samtalen op imod deres besvarelser i dagbogen, hvilket har sikret en nuanceret samtale og et mere retvisende billede af det faktiske forbrug.

Der er i alt blevet afholdt 13 dybdeinterview, heraf ni in-home interview, hvor interviewet blev foretaget i respondentens eget hjem, samt fire telefoninterview hvor respondenterne blev ringet op af interviewer.

AUTOETNOGRAFISK DAGBOGSØVELSE

I en interviewituation kan det være svært for respondenterne at huske præcis, hvilke medier han/hun har brugt, hvornår og med hvilket formål. Det er barrierer som disse, den autoetnografiske øvelse har haft til formål at imødekomme. Vi har bedt alle respondenter om at udfylde en dagbog, hvor de på daglig basis har noteret, hvilke nyhedsmedier de har brugt samt hvilke samfundsaktuelle emner, de har hørt/set/diskuteret/læst om. For at undgå at præge respondenterne i deres dagbogsbesvarelser, er de ikke blevet oplyst om det specifikke formål med undersøgelsen, samt hvem der står bag den.

Den autoetnografiske dagbogsøvelse har givet os mulighed for at få indblik i respondenternes faktiske mediebrug forud for interviewene. Respondenterne har hver især dokumenteret deres mediebrug i ugen op til interviewet, hvor de har noteret, hvilke medier de har brugt, hvilket indhold de har brugt hvornår og med hvilket formål.

Respondenterne har desuden via billeder dokumenteret det indhold, de har brugt i løbet af ugen. Dagbogen er blevet udfyldt via mail, således at vi kunne sikre, at alle respondenter, digital natives såvel som ikke-digitale, kunne være med. Dette ville ikke være tilfældet, hvis dagbogen skulle udfyldes via et mere avanceret digitalt system. Eksempelvis var der en af de ikke-digitale deltagere, som udfyldte dagbogen via sms, da hun ikke brugte computer.

Via dagbogsøvelsen har vi fået indsigt i, hvilke nyhedsmedier respondenterne rent faktisk bruger, i hvilken sammenhæng og med hvilket formål. Den autoetnografiske øvelse har hermed medvirket til et øget vidensniveau for den samlede undersøgelse, da interviewer kunne bruge dagbøgerne som et effektivt udgangspunkt for interviewene. Dagbogen er således brugt som reference og interviewer har kunnet føre samtalen ud fra denne. Dette har betydet, at vi har opnået et mere detaljeret og retvisende indblik i den enkelte respondents brug af forskellige medier, end det havde været muligt uden den autoetnografiske øvelse.

IN-HOME DYBDEINTERVIEW

Efter den indledende autoetnografiske øvelse har vi gennemført dybdeinterview med samme gruppe respondenter, som medvirkede i den autoetnografiske øvelse. Vi har i alt gennemført ni in-home dybdeinterview. Via interviewene har vi opnået et dybdegående og detaljeret indblik i de enkelte individers livsverden herunder adfærd, holdninger og præferencer ift. demokratisk indhold. En af fordelene ved at afholde interviewene i respondenternes eget hjem var, at det gav indsigt i sammenhængen mellem deres mediebrug og deres livsstil. Desuden var det med til at skabe tryghed for respondenterne, da interviewet foregik i vante og hjemlige omgivelser.

Dybdeinterviewene har gjort det muligt at komme bag intellektualiseringer og overfladiske svar, da den enkelte uden påvirkning fra andre respondenter, kunne uddybe og begrunde sine synspunkter. I interviewituationen kunne den enkelte uden påvirkning fra andre respondenter uddybe og begrunde sine synspunkter, hvilket er et af dybdeinterviewets klare styrker. Vi er således nået dybere ind i forståelsen af problemstillingen, end det havde været muligt ved en anden metodisk tilgang.

For at sikre en hvis konsistens på tværs af de enkelte interview, har dybdeinterviewene været forankret i en række forhåndsudvalgte temaer, som har udgjort en semistruktureret interviewguide. Guiden har haft til formål at sikre en strukturering af interviewene, så de nødvendige temaer og spørgsmål blev afdækket på tværs af de enkelte interview. Dette er afgørende for at få en forståelse af emnet samtidig med, at der sikres fleksibilitet. Guiden har ligeledes gjort interviewer i stand til at udnytte den dynamik, der opstår i en interviewituation og forfølge de relevante veje, som det enkelte interview har taget. Interviewer har haft frihed til at gå i dybden med specifikke områder, som viste sig særligt interessante og tage andre veje end planlagt, hvis det havde relevans i forhold til den specifikke respondents perspektiv. Herved har vi sikret en åbenhed over for nuancer, kompleksiteter og flertydighed, hvilket netop er dybdeinterviewets styrke.

Interviewguiden er udarbejdet i dialog med Mindshare samt Angel&Co, hvorved vi har sikret, at interviewer afdækker netop de områder, som er væsentlige at belyse i henhold til undersøgelsens formål.

Som en del af interviewene er der anvendt projektive øvelser samt gjort brug af laddering og probing teknikker med det formål at afdække de mere spontane, ubevidste og emotionelle forhold og perspektiver.

Laddering-teknikken går ud på at benytte en spørgsmålsstruktur, hvor den interviewede føres igennem en række niveauer for forklaringen af, hvilket udbytte, den interviewede får ved at bruge nyheder og samfundsaktuelt indhold. Niveauerne er 1) funktioner, 2) funktionelle fordele, 3) overordnede fordele og 4) emotionelle fordele. Teknikken gør det muligt for interviewerens at komme bagom rationaliseringer (og dermed den politiske korrekthed/over-jeg'ets argumentation) og er anvendt i afsnittet "Årsager til nyhedsforbrug" i interviewguiden.

Alle interview har taget udgangspunkt i samme interviewguide og er foretaget af en erfaren, kvalitativ konsulent for at sikre ensartethed på tværs af interviewene. Interviewene er desuden optaget som lydfil til grundlag for den efterfølgende analyse, ligesom der er taget billeder hos respondenterne.

TELEFONINTERVIEW

Ud over de ni in-home interview er der gennemført fire telefoninterview.

At gøre brug af telefoninterview har været med til at sikre, at en lang række forskellige typer af mennesker er kommet i tale, da vi herved har opnået en bredere geografisk spredning på respondenterne. Vi har via telefoninterview desuden haft mulighed for at inddrage respondenter, som ellers ville være ekskluderet fra undersøgelsen, fordi de enten ikke ønskede eller havde tid til at deltage i et in-home interview. Da det har været afgørende at få mange forskellige typer i tale, har telefoninterviewet vist sig som en fordelagtig metode. Telefoninterviewet giver, ligesom in-home interviewet, mulighed for at forfølge svar og afprøve fortolkninger undervejs. Når dette efterleves, vil undersøgelsen have høj validitet, idet der er stor sikkerhed for, at der fås svar på det, der spørges om.

For at sikre konsistens på tværs af in-home interview og telefoninterview har begge taget udgangspunkt i den samme interviewguide, ligesom samme erfarne kvalitative interviewere har afholdt både in-home og telefoninterview.

I forbindelse med telefoninterview er der teoretisk diskussion om, hvorvidt det er muligt at få respondenterne til at svare lige så uddybende som ved in-home interviewet. Der findes dog ingen enslydende konklusion på dette spørgsmål, men flere studier peger på, at det kan være en fordel med telefoninterview, især ved emner af mere sensitiv karakter¹. Vi oplevede en høj grad af åbenhed fra respondenterne under de gennemførte telefoninterview, muligvis fordi nogle af respondenterne på den måde følte sig mere anonyme, og herved kunne være mere ærlige i forhold til at fortælle om deres holdninger og handlinger.

REKRUTTERING OG SCREENING

Respondenterne til den kvalitative undersøgelse er rekrutteret via analyseinstituttet M3 Research. MEC har selv forestået rekrutteringen af en ikke-digital respondent, idet det ikke har været muligt at rekruttere denne via online spørgeskema. Respondenterne er udvalgt, så de repræsenterer et så bredt spektrum af danskerne, som det er muligt i et kvalitativt undersøgelsesdesign. Det betyder, at vi har spredning på køn, alder, urban vs. provins, familiestatus, indkomstniveau, mediebrug, digital adfærd mv. I alt har 13 respondenter deltaget i undersøgelsen. De specifikke person karakteristika fremgår under afsnittet 'Arketyper'.

¹ <https://dsr.dk/sygeplejersken/arkiv/sy-nr-2008-12/telefoninterview-som-metode-i-brugerundersogelser>

OVERORDNEDE INDSIGTER

Den kvalitative undersøgelse har tydeliggjort, at der ikke hersker én måde at forbruge demokratisk indhold på, men at danskerne derimod er meget forskellige i deres tilgang til og brug af medier, platforme og indhold, ligesom motiverne bag deres valg er mangeartede. Rapporten vil i de følgende afsnit skildre de syv forskellige arketyper, som vi har identificeret, herunder en karakteristik af de enkelte typer (jf. afsnittet 'Arketyper'). Inden der dykkes ned i arketyperne, vil vi belyse en række overordnede tendenser, som vi oplever gør sig gældende på tværs af de forskellige arketyper. Tendenser som i høj grad er et resultat af den digitale udvikling og nye digitale mediers hastigt fremtrædende rolle. Afsnittet vil afslutningsvis belyse de forskellige medieplatformes generelle styrker og svagheder set med mediebrugernes øjne.

#1 DE YNGRE ER I HØJERE GRAD MEDIEUAFHÆNGIGE

Vi oplever en tendens til, at de yngre og teknologivante mediebrugere er mere medieafhængige end den ældre generation. Forstået på den måde, at oplevelsen af indholdets troværdighed ikke i særlig høj grad er afhængig af, hvilket medie/platform indholdet bliver bragt på, men i højere grad af hvem der er afsender af indholdet. Et eksempel på dette kunne være, hvis Politiken poster et opslag på Facebook. Her vil særligt de yngre mediebrugere være tilbøjelige til at opleve dette som lige så troværdigt indhold, som hvis artiklen var trykt i avisen. For den ældre generation har selve mediet/platformen, hvori indholdet udkommer, en større betydning for deres oplevelse af indholdets troværdighed. Flere af de ældre påpeger, at indhold på især Facebook, men også digitalt indhold generelt, ikke har samme seriøsitet og troværdighed, som indhold via analoge medier som avis og TV. En artikel fra Politiken, som bliver bragt på Facebook, vil hermed ikke tilskrives samme grad af seriøsitet, som hvis artiklen blev bragt i avisen. Dette kan tilskrives, at de ældre respondenter opfatter de digitale medier som hurtige, hvilket medfører manglende redigering og grundigt journalistisk arbejde i indholdet.

#2 INSTANT GRATIFICATION

Med den digitale udvikling ses en tendens til, at mediebrugere bliver mere og mere forventende i forhold til at skulle have nyhederne i det øjeblik de sker. Ikke blot de helt unge, men en lang række af respondenterne har taget de digitale medier til sig, som deres foretrukne kilde til indhold og viden. Med de digitale medier er det muligt altid at være på og opdateret. Dette gælder også, når det handler om demokratisk indhold. Det betyder, at hvad der skete i går, ikke er interessant i dag. Det er nyhedsværdiens aktualitet, som er det interessante. Det betyder at aviser, og i højere grad også TV, bliver opfattet som forældede og langsomme medier blandt de mere digitale mediebrugere. Samtidig forsvinder interessen for dybde og baggrundsstof i samspil med, at behovet for instant gratification øges. Behovet for "instant" opleves i takt med en øget interesse for push beskeder på mobilen, korte og hurtige nyheder på nettet etc.

#3 SELEKTIVT BRUG MEDFØRER MINDRE BREDDE

Den digitale udvikling har medført adgang til en overflod af indhold, herunder demokratisk indhold og nyhedsstof. Indhold som er tilgængeligt på tværs af online og offline medier på alle tider af døgnet, hvor og når vi ønsker det. Indhold, som i mange tilfælde er gratis at forbruge, hvilket betyder, at der er en ubegrænset mængde indhold tilgængeligt. Det enorme udbud giver mediebrugere mulighed for at selektere i forhold til hvilket specifikt indhold, de ønsker at konsumere og hvilket de ikke ønsker at bruge tid på. Der kan vælges frit

på alle hylder, på en helt anden måde end før de digitale mediers indtog. Men med denne adgang til frit at vælge og fravælge imellem et uendeligt udbud af indhold, ses også en tendens til, at mediebrugerne udelukkende vælger det specifikke indhold til, som umiddelbart interesserer dem. Hermed opstår risikoen for, at mediebrugerne i stigende grad vil misse det brede billede af, hvad der sker i samfundet, til fordel for udvalgte emner, som har deres interesse. En risiko for tunnelsyn opstår.

#4 BARRIERE FOR BETALT INDHOLD

Med det hastigt voksende udbud af indhold, som følge af de digitale medier, følger også et stort udbud af gratis indhold. Det devaluerer mediebrugernes oplevede værdi af det betalte indhold. Hvorfor betale for indhold ét sted, når man kan få det gratis et andet sted?

MEDIEINDSIGTER

I det følgende vil vi i korte træk belyse de forskellige medieplatformes generelle styrker og svagheder set med mediebrugernes øjne. Til trods for at mediebrugerne anvender forskellige medier med forskelligt formål, er der en række overordnede karakteristika ved det enkelte medie, som går igen på tværs af arketyperne.

RADIO

Radioen er et medie, som bruges på tværs af arketyperne. Radio bruges primært som baggrundsstøj og har den fordel, at det er muligt at skifte mellem at være passiv lyttende til at være aktiv lyttende, afhængig af om det man hører fænger ens interesse. Radionyhederne præsenterer dagens overskrifter i korte træk og giver dermed mediebrugerne mulighed for at føle sig opdaterede, uden at skulle gøre noget aktivt for det. Radioen spiller for flere både en rolle i hjemmet, på arbejdet og i bilen.

TV

TV'et giver ligesom radioen mulighed for at skifte mellem at være aktiv og passiv. Hermed har man mulighed for at foretage sig andre ting, imens fjernsynet kører i baggrunden, eller man kan sætte sig og være aktivt lyttende. Udsendelser i TV, særligt nyhederne, har den fordel i forhold til andre medier, at det leveres gennem billeder, rapportager og personlige fortællinger, hvilket gør det nemt at forstå og sætte sig ind i det indhold, som bliver præsenteret. Demokratisk indhold i TV'et opleves som troværdigt og dybdegående og som værende baseret på journalistisk håndværk. Det er dog langt fra alle mediebrugerne, der ser nyheder eller lignende indhold i TV'et. Dette er der flere årsager til. Tid samt manglende interesse for dybden i nyheder er noget flere kan nikke genkendende til. Men også muligheden for at få nyhederne leveret hurtigere og mere "instant" via andre medier betyder, at TV for nogle vælges fra som kilde til demokratisk indhold.

WEB

Demokratisk indhold på web har den unikke fordel, at det kan give et hurtigt overblik på en lettilgængelig måde og at det bliver opdateret i løbet af dagen, så det er muligt at få de nyeste nyheder. Webnyheder bliver oftest læst mere overfladisk, end hvad der er tilfældet ved den fysiske avis. De fleste af mediebrugerne, som gør brug af webnyheder, skimmer primært overskrifterne igennem med det formål at få et hurtigt overblik. Indimellem læses de artikler, som særligt fanger deres interesse. Artiklerne er korte, og man kan hurtigt klikke sig videre, hvilket tiltaler en stor del af respondenterne. De fleste af respondenterne har vænnet sig til, at nyheder på nettet er gratis, hvorfor de fravælger at betale for det. De har den oplevelse, at det er muligt at finde al den viden, de har behov for, uden at skulle betale for det. Når spærregrensen for gratis-artikler opstår, googler de i stedet videre for at finde nyhederne gratis et andet sted.

AVIS

Avisen er et medie, hvor kløften mellem generationer træder tydeligt frem. Hvor flere fra den ældre generation oplever avisen som et overskueligt medie, som bidrager med et grundigt overblik over dagens nyheder, oplever andre avisen som uoverskuelig og som et medie der kræver tid og overskud – noget, som flere af respondenterne ikke har. Flere af mediebrugerne oplever, at artiklerne kan være tunge og svært tilgængelige,

dette gælder især for de store aviser som Politiken, Berlingske og Jyllands-Posten. Til gengæld er der en generel oplevelse af avisen som et meget seriøst og sagligt medie, måske det mest troværdige af alle mediegrupper. At alle de store aviser koster penge, er dog også en barriere, som flere af respondenterne kan nikke genkendende til. Demokratisk indhold er noget mediebrugerne i stigende grad værner sig til, at de har gratis adgang til. Avisen imødekommer heller ikke behovet for instant gratification og opleves derfor af flere som et medie, der er en smule forældet og langsomt. Til gengæld leverer avisen den bedste dybde og grundighed til de, som vægter dette højt.

PUSH BESKEDER

Push beskeder på mobilen er et relativt nyt fænomen, som tilgodeser den moderne forbruger, som ønsker at holde sig konstant opdateret. Push beskeder imødekommer i særlig grad instant gratification behovet, da mediet bringer nyhederne direkte til mediebrugeren, så snart det sker. På denne måde kan mediebrugerne holde sig opdateret på dagens overskrifter uafhængig af tid og sted og de er sikre på at få de nyeste nyheder først. Men beskederne er kun overskrifter og bringer ikke dybde, hvorfor nogle af respondenterne oplever, at push nyheder i højere grad er et forstyrrende element frem for relevant information.

NYHEDSAPPS

Flere af de store mediehuse, som DR og TV 2, har deres egne nyhedsapps. Mobilen er for en lang række danskere blevet en fast accessory, hvorfor disse apps giver dem mulighed for altid at holde sig konstant opdateret – hvad end man står i køen i Netto eller ligger i sengen om aftenen. Nyhedsapps opfattes primært som en vej til tidsfordriv, når man lige har fem minutter, og som et quick fix på de nyeste overskrifter. Ulempen ved nyhedsapps er dog, at skærmen er så lille, at det kan være svært at læse en artikel, hvorfor disse apps primært bruges til overskrifter.

FACEBOOK

Flere af mediebrugerne bruger Facebook som kilde til deres nyhedsforbrug, men på forskellig måde. Ved at følge nyhedsbureauer eller politikere på Facebook, bliver nogle af mediebrugerne opdateret med dagens nyheder, som bliver leveret direkte til dem i deres nyhedsfeed. Flere genkender også at have Facebookvenner, som deler samfundsaktuelt stof eller nyheder. På den måde bliver Facebook en slags søgemaskine, hvorfra man kan klikke sig videre til andet indhold. Det er dog for de fleste af mediebrugerne et medie, hvor tilfældighed spiller en stor rolle, og hvor de ikke selv aktivt søger efter demokratisk indhold, men hvor det blot bliver leveret til dem via deres nyhedsfeed. At ytre sin mening via kommentarfeltet er der delte meninger om. Mange oplever dette som useriøst og usagligt, og som en platform hvor det i bund og grund handler om at svine hinanden til, og i mindre grad om, at have en saglig dialog. Samtidig er der flere, som har den opfattelse, at det ikke rykker noget at blande sig, og at man som almindelig borger alligevel ikke har mulighed for at påvirke, hvorfor de vælger ikke involvere sig.

UGEBLADE

Ugeblade og magasiner forbindes i høj grad med underholdning og i meget lille grad med demokratisk indhold og nyhedsstof. En del af respondenterne tager afstand fra disse typer af medier, da det i høj grad bliver

forbundet med sladder og sensation og dermed ikke som seriøse nyheder. De fleste indrømmer dog også, at de ikke afholder sig fra at anvende disse medier, men at det er med ren underholdning for øje.

ARKETYPER

I følgende afsnit vil gå i dybden med de syv arketyper undersøgelsen har affødt. Hver beskrivelse vil indeholde en kort karakteristik af hver type samt nogle generelle træk, som gør sig gældende for arketypernes brug af, motiver for og holdning til demokratisk indhold.

SØREN OG PETER

"Jeg holder Børsen, så den læser jeg hver morgen. Det giver mig godt indblik i erhvervsstoffet."

NØGLEORD

Heavy users af demokratisk indhold, forretningsfolk, traditionelle, vane, engagement, økonomi, politik, global, dybde, avislæsere, ikke lokalinteresserede, højtuddannede, 50+ år, bred viden, selektive, analoge medier, tiltro til de etablerede medier.

MEDIER

Børsen, Politiken, P1, Radio 24/7, TV Avisen på DR1, TV 2 Nyhederne, Børsens SMS service, Go' Morgen Danmark, Deadline.

MOTIVER

Personlig interesse. Baggrundsviden som er vigtig for at kunne tage stilling og danne sine egne meninger. Forskellige synspunkter er med til at nuancere ens viden og holdning. Bedre rådgivning og dialog med ens kunder. At føle sig velinformeret giver tilfredsstillelse, gør en i stand til at kunne diskutere med andre og have sine argumenter i orden.

PERSONKARAKTERISTIK

Søren

Søren er 58 år og arbejder som Adm. direktør i et firma med 40 medarbejdere i København. Søren har en lang videregående uddannelse inden for statsvidenskab. Han er gift og bor med sin kone i en Villa i Virum. Børnene er flyttet til byen, så tiden går med at passe hus, gå på jagt, fiske og rejse. Børnebørn er der efterhånden også kommet et par stykker af, så dem bruger Søren også en del af sin fritid på at passe. Søren abonnerer på Politiken og på arbejdet abonnerer han på Børsen.

Peter

Peter er 52 år og bosat i en villa i Birkerød med sin kone og deres 9-årige barn. Ligesom Søren, er Peter også højtuddannet og driver egen virksomhed. Peter har altid gået meget op i golf og er i dag ejer af et rejsebureau og golf eventfirma. Kontoret er placeret i privaten tæt på golfplænerne, så Peter bruger meget tid i hjemmet og har hermed adgang til mange medier i løbet af dagen. Peter abonnerer på Børsen.

HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?

Søren og Peters nyhedsbrug er bygget op på rutiner og vaner og med udgangspunkt i de mere traditionelle medier, særligt med fokus på erhvervsstof og politik. En typisk hverdag for Søren og Peter kan se ud på følgende måde: Peter tænder for fjernsynet som det første om morgenen og ser nyhederne klokken 6:30 på TV 2. Nyhederne kører i baggrunden, mens havregrøden varmes op og allerede her bliver Peter bevidst om, hvad dagens nyheder kommer til at bringe og hvilke nyhedsemner, han resten af dagen skal spidse øre til:

"Jeg synes, at det er spændende at høre, hvad der er sket og skal ske. Så ved man, at nu kommer der noget senere på dagen, hvor jeg lige skal høre ekstra efter" (Peter). For begge respondenter hører det til, at Børsen og Politiken bliver læst til morgenkaffen. "Jeg holder børsen, så den læser jeg hver morgen. Det giver mig godt indblik i erhvervsstoffet, hvilket er godt, da jeg har mange firmaer som kunder" (Søren).

I bilen bliver der lyttet til P1 eller Radio 24/7, forudsagt at de er alene i bilen og har tid til at fordybe sig i, hvad der bliver sagt. Søren uddyber *"P1 er koncentration, der skal man høre efter. Mens P3 er baggrundsstøj, der kan man tænke på andet"* (Søren). For Søren og Peter gælder det, at når nyhederne eller andet samfundsaktuelt stof kører, er det vigtigt at følge med. Det er nemlig vigtigt at være orienteret omkring, hvad der sker i verden og det har deres interesse.

I løbet af dagen holder de sig opdateret gennem push beskeder fra Børsen og hvis der sker noget aktuelt, som folk taler om, kan de finde på at gå på nettet og besøge Politiken.dk, Berlingske.dk eller Børsen.dk for at tjekke op på det.

Om aftenen bliver nyhederne set i fjernsynet som et fast aftenritual sammen med konen.

HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?

For Søren og Peter spiller nyhederne en helt central rolle i deres liv. Det er noget som ren faktisk interesserer dem. Derfor føles det heller ikke som en pligt at følge med, men noget de gør af ren interesse og nydelse. Demokratisk indhold vurderer de som vigtigt at følge med i, for at kunne danne sig en mening og tage stilling. Det giver dem den nødvendige baggrundsviden, som er nødvendig for, at man kan forholde sig kritisk til egne holdninger og få et nuanceret billede af, hvad der er rigtigt og forkert. Desuden er det ifølge Peter *"vigtigt med forskellige synspunkter, da det er med til at nuancere ens viden og holdning"*. At føle sig velinformeret giver dem tilfredsstillelse.

Særligt erhvervsøkonomiske emner og politik har Søren og Peters personlige interesse, hvilket bunder i, at de begge er erhvervsfolk, og at det hermed er væsentligt for dem at følge med i emner, som har indflydelse på erhvervs livet: *"Når man driver en virksomhed, er det vigtigt at vide, hvordan samfundet udvikler sig. Det er godt at være velinformeret, når man skal rådgive sine kunder"* (Søren). Børsen indgår som en fast rutine i deres hverdag, da den ifølge Søren og Peter dækker erhvervsstoffet mere i dybden end andre aviser. De understreger dog samtidig, at den er meget indforstået, og at det derfor kræver, at man ved noget om emnet, for at man finder den interessant. Søren pointerer at *"hvor Politiken er en familieavis, er Børsen en erhvervsavis"* (Søren).

HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?

For Søren og Peter er det vigtigt at komme i dybden og det er netop det, de mener, at den skriftlige avis kan tilbyde dem. Hvor nettet kan tilbyde hurtige nyheder, kan avisen give ro, dybde og overblik, og det tiltaler Søren og Peter. *"Det giver ro at sidde med en avis. Nettet er hurtigere og mere uoverskueligt"* (Søren). Peter holder af at følge en sag over en længere tid og få forskellige vinkler og syn på sagen. For ham er det vigtigt med forskellige synspunkter, for at kunne danne sig et helhedsbillede og en dybde i forståelsen.

Det er dog ikke alle aviser, som er lige interessante for Søren og Peter. Ekstra Bladet, BT og Metro Express bliver kategoriseret i en bunke for sig, som værende "de useriøse formiddagsblade" – aviser, som ikke har interesse for Søren og Peter, da de bliver opfattet som mere useriøse aviser med små korte artikler, som mangler troværdighed og dybde. Troværdighed har meget at skulle sige for Søren og Peter. Derfor har de

kulørte ugeblade som Se og Hør, Kig ind etc. heller ikke den store interesse for dem. Det bliver forbundet med sladder og sensation og *"meget af det er alligevel løgn"*, pointerer Peter.

Som en fast rutine ser Søren og Peter nyhederne om aftenen og gerne flere gange, hvis der er tid til det. Søren ser TV Avisen kl. 21.30 på DR1. For ham er det den rigtige TV-avis, da det er Danmarks Radio, og den han er vokset op med siden han var helt lille. Selvom han godt ved, at det er nogenlunde de samme nyheder, de bringer på TV 2, er der alligevel noget særligt ved DR. *"DR er en statsinstitution og det gennemsyrrer hele deres tilgang"* (Søren).

Facebook bliver for Søren og Peter brugt i lav grad. For Søren handler det mest om, at han ikke bryder sig om, at ens oplysninger bliver givet videre og at mediet er en snagen i hinandens privatliv. Derfor bliver Facebook mest brugt i arbejdsøjemed, f.eks. når der bliver delt information i lukkede grupper. Eller for Peters vedkommende: for at holde hans golfturneringer i kog og derfor deler information på turneringernes Facebooksider. Søren og Peter følger ikke nyhedssider eller politikere på Facebook. For Peter lugter det af populisme, når politikerne ytrer sig på Facebook. De gør det kun for at score billige point og det har ikke særlig meget dybde og indhold i sig, mener han. *"Men meget ofte så melder de jo ikke rigtigt ud alligevel, det er jo sådan pakket lidt ind. Det som får dem til tasterne er, når de tror de kan score nogle point. Jeg ville læse imellem linjerne helt sikkert"* (Peter). Heller ikke borgenes kommentarer på Facebook har interesse for Søren og Peter, da det ofte er mudderkast og useriøst.

Derimod har det at diskutere demokratisk indhold med venner, familie og kollegaer stor interesse for personerne. Det kan f.eks. være på arbejdet, hvis der dukker en nyhed op, som har relevans for dem og deres kunder, eller hvis et interessant emne bliver taget op i TV-avisen. Så kan det sagtens føre til en samfundsaktuel diskussion over kaffen med konen. Det giver dem tilfredsstillelse at diskutere med andre, da de ved, at de er godt dækket ind og har argumenterne i orden.

HANS OG PIA

"Nyheder, det fylder rigtig meget! Det er noget af det, jeg helt sikkert altid ser."

NØGLEORD

Fordybelse, heavy users af nyhedsstof, lokalstof, dybde, kvalitet, analoge medier, tiltro til de etablerede medier, troværdighed, prioritering, engagement, vane og rutine, TV, middelklasse, selektive, sorterer støj fra, sandhedsværdi, bred viden, minimalt digitalt forbrug.

MEDIER

DR1, DR2, TV 2, TV 2 News, Jyllands-Posten, Politiken, lokalaviser, P4, P3, Go' morgen- og Go' Aften Danmark.

MOTIVER

Nysgerrighed, øget bevidsthed, følge med, tryghed, "hvordan kan det, der sker i verden påvirke mig?", oplysning, forstå verden, føle sig opdateret, grundlag for meningsdannelse, velinformerede, ritual, diskutere hvad der sker med andre, følge med i eget fagområde.

PERSONKARAKTERISTIK

Pia

Pia er 56 år. Hun er bosat i et mindre rækkehus i den lille landsby Sorring i Østjylland og har boet alene i de sidste fem år. Hun har en voksen datter, som er bosiddende i København. Hun arbejder som sygeplejer og har gjort det de seneste 30 år i Aarhus Kommune. Som del af et nyt forsøg i Aarhus Kommune er hendes

arbejdsplads blevet overdraget til en privat aktør og hun har været meget involveret i denne proces. Hun bruger kun sin computer i meget ringe grad, er hverken på Facebook eller andre sociale medier og har ikke en smartphone.

Hans

Hans er 61 år. Han bor i en villa i Højbjerg, i udkanten af Aarhus, hvor han bor sammen med sin kone. Han har arbejdet med økonomi som tjenestemand hos kommunen siden 1978. I dag arbejder han i en institution med dagtilbud til børn og unge. Hans har lige haft sølvbryllup og har to voksne børn. Bøger er hans store interesse, særligt historie, krimi og astronomi. Fritiden bruger han på at rejse og derudover bygger han modelskibe samt passer hus og have. Når han skal pensioneres, satser han på at finde et job på 10 - 12 timer om ugen. Han bruger både analoge og digitale medier, men er ikke på Facebook eller andre sociale medier og har ikke en smartphone.

HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?

Demokratisk indhold betegnes af Hans og Pia særligt som indhold, der kommer fra et etableret medie, især TV mediet og de store dagbladsaviser. Hans og Pia bruger især TV mediet, da det er her, de vurderer, at de opnår den bredeste indsigt i, hvad der sker i samfundet. De ser nyhederne på både DR og TV 2 hver dag, i det omfang det er muligt for dem, og det sker allerede, fra når de står op om morgenen. Hans og Pia holder ikke selv avis, men læser den i stedet, når der er tid til det på arbejdet.

Demokratisk indhold defineres ud fra indholdets sandhedsværdi. *"Det skal helst være rigtigt, ellers har det ingen værdi. Hvis ikke du kan stole på det, er det jo ligegyldigt. Så er du ikke opdateret jo"* (Hans). At det er indhold, som kommer fra et stort etableret medie, er med til at højne sandhedsværdien. Som Pia udtrykker det: *"For at det skal være en rigtig nyhed, vil jeg høre ham (red: statsministeren) sige det i fjernsynet. For eksempel folketingets åbning. Jeg elsker at se sådan noget. At sidde og få hele historien med."*

Demokratisk indhold defineres endvidere som indhold, der har været igennem et journalistisk maskineri: *"Helst journalister der er funderet i blade, som har en hvis økonomi og størrelse"* (Hans). Derfor opfattes digitalt indhold, og særligt de sociale medier, ikke som værende af demokratisk værdi i særlig høj grad, da det mangler dybde og "redigering": *"Er overrasket over, at det (Facebook) bliver brugt så meget af politikere. Jeg tænker hold da op, de skal virkelig tænke sig om. Det er jo lige ud i verden"* (Pia).

Demokratisk indhold spiller en stor rolle i Hans og Pias liv. De ser kun i lav grad underholdnings-TV, mens nyhederne prioriteres højt: *"Nyheder, det fylder rigtig meget, det er noget af det jeg helt sikkert altid ser. Ser nyheder før jeg ser andet. Er ikke storforbruger af TV generelt. Jeg ser gerne begge TV-aviser. Både DR1 og TV 2."* (Pia). Både nyhederne på DR og TV 2 er en fast rutine for begge respondenter. Hans tilføjer dog, at han i særlig høj grad stoler på DR, da TV 2 har for mange hurtige overskrifter. *"Det er en mavefornemmelse af, at der måske er for mange hurtige overskrifter på TV 2. Jeg tror mere på DR. DR søndag ser jeg meget gerne. Den er lang og går i dybden"* (Hans).

HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?

Hans og Pia ser det som en selvfølgelighed at skulle følge med i samfundsaktuelle emner, da det danner grundlag for, at man kan danne sine egne holdninger: *"Hvis ikke man ved, hvad der sker i verden, kan man ikke have en mening"* (Hans).

Et motiv som Pia særligt fremhæver er, at hvis man er oplyst, er man bedre i stand til at "passe på sig selv" i en verden, som rykker tættere og tættere sammen. For Hans er det i højere grad nysgerrighed på verden,

som driver hans forbrug. Hans kan godt finde på at prøve nye medier af engang imellem, i håbet om at lære noget nyt, han ikke ville have fået gennem de traditionelle danske medier: *"LA Times, dén er interessant. Det er kriminalitet, det er politik, der sker meget i Californien. Det giver viden om, hvad der sker i verden."*

For Hans og Pia er det vigtigt at komme i dybden med indholdet for at få en større forståelse for, hvordan verden hænger sammen. Som Pia udtrykker det: *"Det er jo vigtigt, at man får et rigtigt verdensbillede"*. Det betyder også, at de bruger en del tid på nyheder i deres hverdag, typisk et par timer dagligt. Hans og Pia vælger nyheder aktivt til og følger fokuseret med, da det er vigtigt for dem at få hele historien og baggrunden med. Det er en fast rutine i hverdagen, som Pia udtrykker: *"Når vi kommer til 18-nyhederne, så følger jeg dem. Jeg sidder og ser det koncentreret. Det er mit tidspunkt, hvor jeg sidder og nyder at se de her nyheder. Det er sådan et helt ritual i hverdagen."*

Også det at kunne diskutere med andre, hvad der sker i verden, motiverer Hans og Pia til at følge med i nyhederne. *"Hvis ikke du ved, hvad der foregår, kan du jo heller ikke forholde dig til andre og snakke med dem om, hvordan og hvad der sker (...). Det er vigtigt at kunne meningsudveksle og det gør jeg da - både med kollegaer og borgere, som jeg jo går iblandt hver dag."* (Pia).

Ud over en generel interesse i samfundet, har Hans og Pia også en særlig interesse i, hvad der rører sig inden for deres eget fagområde. Særligt for Pia er det afgørende at følge med i den debat, der er i medierne inden for hendes fagområde: *"Det område jeg arbejder i, der rører sig jo også noget, sundhed, omsorg og ældre. Det kan ret ofte være i spil i pressen. Det er meget vigtigt! Det betyder jo alt for forståelsens skyld."* For Pia er det vigtigt at følge med i, hvad der bliver fremhævet i medierne, da det er med til at danne en forståelse for hendes fag.

Hans og Pia er også engagerede i at vide, hvad der sker i deres lokalmiljø og interesserer sig i høj grad for lokalstof. De læser begge lokalavisen og hører lokale nyheder på radioen: *"Ellers kan jeg jo ikke være med, jeg kan jo ikke deltage i arrangementer, eller gode tilbud, hvad der rører sig og sådan lige vide hvad sker der omkring mig"* (Pia). For Pia er det vigtigt at læse lokalavisen, da hun ellers risikerer at misse arrangementer og tilbud. Det giver hende tryghed at vide, hvad der sker omkring hende.

HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?

Hans og Pia til- og fravælger både medier og medieindhold meget bevidst. *"Kunne aldrig finde på at læse nyheder på telefonen. Jeg har ikke brug for lige pludselig at gå ind midt på dagen. Jeg vil ikke forstyrres"* (Pia). Hans har ligesom Pia ikke en smartphone eller et ønske om det, hvilket ligeledes er et bevidst valg for ikke at blive forstyrret med indhold, der ikke opfattes som nødvendigt eller oplysende: *"Jeg har jo ikke en iPhone som mange andre folk glaner i."* (Hans).

For Hans og Pia er der medier, der opfattes som troværdige og medier, der opfattes som utroværdige. De stoler fortrinsvis på de etablerede, analoge medier og synes, at der er meget støj via alle de digitale medier. TV mediet og avisen er kendte og trygge medier, og derfor forbindes de også med høj troværdighed. Hans supplerer desuden med webaviserne Jyllands-Posten.dk og Politiken.dk, da han godt kan lide at holde sig opdateret i løbet af dagen: *"Skimmer igen for at se, om der er sket noget siden sidst"* (Hans). Til trods for, at han bruger webavisen, udtrykker han at *"der er ikke nødvendigvis sandhedsværdi i det, og du kan ikke kontrollere det"*.

De digitale medier opleves som værende mindre troværdige. Særligt Pia føler sig langt mere tryk ved de analoge medier og begge har en smule mistillid til de digitale medier, hvorfor de for Pias vedkommende fuldstændig fravælges. Der er desuden så stort et udbud af indhold, at de digitale medier i høj grad vælges fra, for ikke hele tiden at skulle være på: *"Jeg tænker mere det er et spørgsmål om at være god til at sortere"*

fra. Du kan jo få alt, hvad du vil have. Jeg er på det, jeg er fortrolig med. Jeg bruger ikke nettet for eksempel til nyheder. Det er et bevidst valg, for ikke at være hele tiden på på på på altid."

De store etablerede aviser opfattes som et medie med høj troværdighed og ikke mindst dybde, hvilket også er affødt af, at Hans og Pia har en historik med avismediet. *"Jeg synes jo, at det kan noget ved, at man kan gå tilbage til den, bare det at man kan holde den i hånden. Den er jo meget mere nærværende. Jeg er af en generation, som har været vant til at holde avis. Man får et forhold til den. Det gør man ikke, når man ser tingene bare lynhurtigt"* (Pia). Hans har et forhold til avisen, som rækker langt tilbage. Den leverer den saglighed og dybde, som Hans og Pia søger.

Der er dog bestemte afsendere, som bevidst vælges fra, til trods for at avismediet opfattes som troværdigt, fordi afsender ikke vurderes som troværdig. Herunder hører aviserne BT og Ekstra Bladet: *"BT vil jeg ikke kalde en avis. Fordi der er så mange løgnehistorier. Det er ikke nødvendigvis autentisk. Det er overdrivelse fremmer forståelse i min verden. Det er ikke dokumenteret tror jeg"* (Pia). Som Pia også pointerer *"så har de også den mission, at de er den jagende presse. Det bliver lidt kliche-agtigt synes jeg"*. Denne type aviser opfattes som populistiske, og de har ikke den samme seriøsitet som de øvrige aviser.

Gratisaviser er heller ikke noget, som vælges til, da også disse findes for letbenede. *"Den tilfører ikke noget nyt.. overhovedet!"* pointerer Pia, som dog godt kan finde på et kigge i gratisavisen i to minutter, hvis den ligger et sted, hvor hun befinder sig. Det samme er gældende for Hans, som ligeledes mener, at der ikke er nok tyngde i gratisaviser, og at *"gratisaviserne er proppet med reklamer og begrænset, hvad der er af nyheder, og de er tydeligvis hentet ind fra bureauer, det giver en lavere kvalitet, lavere aktuel nyhedsværdi."*

Hans og Pia vælger de sociale medier fra, hermed også som kilde til nyheder og andet demokratisk indhold: *"Har aldrig været på Facebook. Man hører så meget, jeg ved ikke rigtigt, det føles usikkert, ville ikke vide hvordan jeg skulle agere (..) Man skal virkelig ikke tage det for alt for gode varer"* (Hans). Hans og Pia føler sig usikre ved de sociale medier. Gennem medierne hører de mange skrækhistorier om Facebook og det holder dem fra at bevæge sig derind: *"Synes også der sker så mange dårlige ting, man hører om."* (Pia).

Til trods for, at Hans og Pia er engagerede, har de ikke et udpræget behov for at ytre sig og blande sig i debatter, da det kan virke meget krævende. De har dog stadig et håb om, at "den almindelige borger" kan være med til at påvirke samfundsdebatten. *"Skal man påvirke verden, skal man vide, hvad der sker"* udtaler Hans. De har begge prøvet at engagere sig i debatter ved at skrive ind til et medie, da de følte, at emnet var for vigtigt for dem, til at de kunne sidde det overhørig. F.eks. har Pia en gang skrevet en mail til TV 2, fordi hun i fjernsynet så en sag, hvor politiet havde håndteret en henvendelse fra en borger på en meget dårlig måde: *"Jeg sad og blev så gal over, at man ikke er dygtige nok til at tjekke op, når man ringer til 112. Jeg ville måske gerne have, at man tog det op, eller fik en dialog omkring det"*. Da hun selv arbejder i omsorgssektoren, var det noget som påvirkede hende så meget, at hun følte behov for at komme med sit eget input og herved måske starte en offentlig debat om emnet.

METTE

"Jeg kan godt lide at følge et emne til ende. Jeg føler, at jeg udvælger, hvilke nyheder jeg vil læse. "

NØGLEORD

Information overload, selektiv, aktivt til- og fravalg, troværdighed, værdier, kultur, relevans, politisk ståsted afspejler valg af indhold, fokuseret på specifikke emner, internationalt fokus, grundighed, fakta, hellere gå i dybden med lidt end vide lidt om meget, medium user men går i dybden med specifikke emner, journalistisk bearbejde.

MEDIER

P3, Facebook (information, Politiken, DR), Information.dk, Politiken.dk og dr.dk, TV Avisen på DR1 (men sjældent).

MOTIVER

Indsigt, oplysning, overblik over verdenssituationen, kunne bidrage med viden, føle sig oplyst, blive mere bevidst, få udfordret og/eller bekræftet sine holdninger, selvudvikling, øget vidensniveau, større forståelse, udvide sit perspektiv, diskutere med andre.

PERSONKARAKTERISTIK

Mette

Mette er 31 år og bosat i Vejle, hvor hun bor alene. Hun læser til serviceøkonom med fokus på oplevelsesøkonomi og er færdig med første del af studiet i sommeren 2016. Hun arbejder på et spillested i Vejle, men drømmer om at komme til at arbejde med eventplanlægning. I sin fritid interesserer hun sig for syning, madlavning og bagning især med fokus på, hvordan man kan lave god mad på et SU budget. Hun er storbruger af digitale medier og bruger også sin smartphone til at se og læse indhold.

HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?

Mette bruger både analoge og digitale medier og for hende er det i mindre grad selve mediet, som er afgørende for, hvordan indhold kategoriseres. For Mette er det derimod afsender, som har afgørende betydning for, hvordan indhold kategoriseres. Indhold på internettet kan være lige så godt og troværdigt som en fysisk avis eller en udsendelse i TV. Det afgørende er, at indholdet kommer fra en troværdig afsender. Omvendt ville indhold fra f.eks. Ekstra Bladet aldrig blive opfattet som troværdigt og relevant for Mette uafhængigt af, om indholdet kom fra Facebook eller fra en trykt avis. Dét, som er vigtigt, er den oplevede kvalitet af indholdet, at der er et stykke journalistisk arbejde bag: *"Jeg vil gerne have, at der er noget journalistik og bearbejdede bag ved."*

Mette har et meget bevidst forbrug af demokratisk indhold og bruger primært Information og Politiken på Facebook og som webaviser, samt dr.dk. Det er ikke vigtigt konstant at følge med, men til gengæld går hun mere i dybden, når der er et emne, som fanger hendes interesse. De digitale medier tjekkes dagligt, for at følge med i, om der er sket noget nyt i løbet af dagen. Radioen kører i baggrunden på job, den er altid indstillet på P3 og fungerer mere som baggrundsstøj end som kilde til demokratisk indhold. På dr.dk scroller der hen over overskrifterne med formålet om, at få et overblik over dagens nyheder. Hvis der er noget, der fanger Mettes interesse, klikker hun på det. *"Bruger typisk dr.dk, hvor jeg skimmer overskrifter. Scroller hele vejen ned for at få overblik. Hvis noget er interessant klikker jeg ind på det"*. Ifølge Mette er dr.dk en god kilde til at give det brede overblik over, hvad der sker i verden. Det samme gør sig gældende for nyhederne i TV, som dog ikke er en daglig rutine. Omvendt anvendes webaviserne Politiken og Information, samt disses Facebooksider, langt mere i dybden og som de primære kilder til demokratisk indhold. Hun abonnerer dog ikke på webaviserne, da hun er studerende og derfor har et lavt månedligt rådighedsbeløb, som hun prioriterer på at lave aktiviteter sammen med vennerne.

Mette opdeler indholdet i forhold til, hvad hun opfatter som dybdegående og hvad hun opfatter som overfladisk information. Der skelnes desuden imellem medier, som leverer indhold baseret på fakta og medier, som leverer indhold, hvor fakta kan betvivles. Aviser som Ekstra Bladet opfattes som useriøse og uden journalistisk kvalitet og vælges bevidst fra: *"Ekstra Bladet er sådan en slags overskriftavis, som godt kan lide den gode historie. Når en ven på Facebook har delt en artikel fra Ekstra Bladet, hvor jeg tænker, at det, der står, er løgn, så påvirker det mig sådan, at jeg slet ikke gider at læse noget fra dem"*. Mette betvivler Ekstra Bladets troværdighed og finder det derfor ikke relevant.

HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?

Det interesserer Mette at følge med i, hvad der sker i samfundet, og selv om der ikke er faste rutiner for forbruget, følger hun med på daglig basis: *"Jeg tror, at nyheder spiller en større rolle i mit liv end hos andre på min alder. Jeg kan godt lide at følge med i, hvad der sker."* Det opleves som vigtigt *"at følge med i verden og lytte til andre menneskers mening. Så tror jeg, at jeg bliver et bedre menneske"*. At holde sig opdateret og følge med i, hvad der sker i verden, er altså ifølge Mette med til at gøre hende til et bedre menneske. Samtidig synes Mette, at hun let får en følelse af "overload af information" og derfor vælger hun meget bevidst til og fra i det indhold, hun forbruger.

Et væsentligt motiv for at forbruge demokratisk indhold er at få bakket egne holdninger op, men også at blive udfordret på egne holdninger og hermed udvide sit perspektiv. Mette bruger ofte indhold, hvor hun kan identificere sig med afsenders tilgang og vinkling af stoffet: *"Jeg følger Politiken og Information fordi, det er nogle røde aviser. De vinkler deres artikler på en måde, som jeg også er enig i. Man får info om samfundet, med den vinkel jeg er enig i"*. For at få et bredere perspektiv tilvælges de mere brede medier som DR, da de ikke i samme grad er præget af politisk holdning. Ifølge Mette giver DR en mere neutral dækning og bakker ikke nødvendigvis hendes egne holdninger op: *"DR kan ligesom give begge sider, sådan at jeg ikke kun bliver bakket op af mine egne holdninger og de andre aviser. Bliver mere udfordret af at vælge DR, end hvis det kun er Information og Politiken"*.

For Mette gælder det, at der hersker en særlig interesse for det store verdensbillede og mindre interesse for det lokale og danske perspektiv. Fokus er ikke, hvordan påvirker det, der sker, mig, men i højere grad en interesse for, hvordan påvirker det verden: *"Jeg er mest interesseret i internationale nyheder. Det er mit fokus. Det er det, der betyder mest. Det rammer flere mennesker"*.

Mette søger indsigt i de emner, hun interesserer sig for. Derfor vælges bevidst specifikke typer af indhold til, som kræver mere fordybelse, så det er muligt at opnå en højere grad af forståelse for det enkelte emne: *"Jeg læser mere tunge artikler end mine jævnaldrende"*. Det er vigtigt at få den fulde historie med. Hvis ikke man har indblik i den fulde historie, er man ikke nok oplyst og inde i et emne til at kunne danne sin mening: *"Jeg kan godt lide at følge et emne til ende. Jeg føler, at jeg udvælger hvilke nyheder jeg vil læse. F.eks. er flygtninge og indvandrere og tilstanden i Syrien interessant"*. Det betyder, at Mette vælger meget til og fra i forhold til, hvilket indhold der vælges at bruge tid på, da det ikke føles muligt at følge grundigt med i alt.

HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?

Med interessen for, hvad der sker i samfundet, følger et enormt udbud af medier og indhold, som kæmper om pladsen. Her skærer Mette ind til benet og vælger det, som hun finder mest relevant og interessant for ikke at drukne i for meget indhold: *"Får ikke push beskeder. Det er en tanke om, at det tager overhånd. Jeg gider ikke modtage flere sms'er om dagen, med noget der ikke betyder noget for mig. Vil hellere selv aktivt finde de nyheder jeg skal læse"*. Mette foretrækker altså selv at finde de nyheder, hun vil fordybe sig i, frem for at blive "spammet" gennem push beskeder.

Mette oplever at *"mange andre har en 'lukker-alt-ind-holdning', hvor man lige sidder på Facebook, og ser, hvad der sker"*, og det kan hun ikke genkende sig selv i. Hun vælger i stedet bevidst, hvad hun vil tage ind, og er kritisk ift. det indhold, hun forbruger og udtrykker at *"jeg bliver bombarderet fra alle sider. Får nærmest for meget information"*. Mettes tilgang betyder, at hun foretrækker indhold på web, da hun her selv kan vælge til og fra, hvad hun ønsker at læse om, frem for f.eks. TV, hvor det ikke er muligt selv at vælge til og fra. *"Men jeg ser generelt ikke nyheder i TV, fordi der kan jeg ikke udvælge, hvad jeg gerne vil høre"*. Hun udtaler

endvidere, at hun vælger bevidst fra *"fordi jeg ikke kan kapere al den information, hvis jeg i forvejen har haft en lang dag på arbejdet"*.

Mette vælger indhold til, som hun føler, hun kan sætte sig tilstrækkeligt ind i til at forstå sammenhængen. Hun vælger desuden afsendere til, som hun mener, har en højere grad af troværdighed, fordi der er et journalistisk håndværk bag: *"Jeg vil gerne have, at der er noget journalistik og bearbejde bag (...) Jeg tror, at så snart det kommer fra Information, så er der lavet noget bearbejde bag det. Jeg tror, det er mere troværdigt, og jeg går meget op i troværdighed"*. Ligesom specifikke afsendere vælges bevidst til, er der andre afsendere, som skæres helt væk, fordi de vurderes som utroværdige: *"Jeg har blokeret dagens.dk, så jeg ikke ser, når andre deler deres artikler. Det er enormt upålideligt og det er irrelevant information"* (Mette).

Når specifikt demokratisk indhold vælges fra, er det enten fordi det opleves som utroværdigt, eller med baggrund i en følelse af, at det alligevel ikke er muligt at få det fulde overblik over det specifikke emne. For Mette er det vigtigt, at kunne forholde sig kritisk, til den information hun får. Mette forklarer, at hun *"lukker generelt af for politik, blandt andet fordi det er så omfattende. Jeg synes, at man skal sætte sig ind i tingene og være 100% opdateret, før man skal snakke om det. Og politik er for svært at sætte sig ind i."*

Til trods for at det er vigtigt for Mette at anvende indhold med en hvis dybde, er der en økonomisk begrænsning, som betyder, at den fysiske avis vælges fra: *"Jeg vælger ikke at betale for det, selvom jeg godt kan lide det. Det er pga. penge. Jeg er i ulønnet praktik og får kun SU., så jeg vender hver eneste øre, og det er f.eks. en ting, der bliver valgt fra"*.

For Mette handler det om at fokusere på det rette, så selv om hun har mange holdninger til forskellige emner, blander hun sig ikke nødvendigvis i debatter, da det langt hen ad vejen opfattes som spild af tid: *"Jeg deltager ikke rigtig i debatter osv. Jeg har jo en mening om tingene, men tror f.eks. at kommentarer på Facebook kan være sådan lidt ligegyldigt. Så det gider jeg ikke bruge min energi på. Det kan alligevel ikke ændre noget at debattere"*. Især debatter på Facebook opfattes som værende af useriøs karakter, og derfor vælges det fra, da hun ikke har lyst til, at hendes navn skal blive forbundet med det: *"Nogle gange kan det blive rigtig grimt, så har jeg ikke lyst til, at mit navn bliver associeret med en samtale med nogle der snakker grimt eller har nogle forkerte informationer"* (Mette).

LISE OG BRIT

"Jeg har været væk hele formiddagen og sidder derfor nu og får abstinenser, altså hvad er der sket?! Hvem har fået nobelprisen?"

NØGLEORD

Fear of missing out, altid opdaterede, digitale, instant gratification, push beskeder, overflade, gratis, overskrifter, sensation, "lette" nyheder, hurtigt og nemt, nyheder frem for baggrundsstof.

MEDIER

Facebook, push beskeder, TV 2 News, TV 2 Nyhederne, TV avisen på DR1, BT.dk, EB.dk, Jyllands-Posten.dk.

MOTIVER

Pligt, tryghed, føle sig klog, snakke med, føle sig orienteret, tidsfordriv, kan opdatere andre, social kapital, diskutere hvad der sker.

PERSONKARAKTERISTIK

Lise

Lise er 57 år gammel. Hun bor sammen med sine to katte i Sydhavnen i en lille lejlighed. Hun er tidligere buschauffør, men er i dag langtidssygmeldt pga. en sovende hånd samt dårlig ryg. Boligindretning og decoupage har altid interesseret Lise. Hun bruger desuden en del tid på sit arbejde som bestyrelsesformand i den boligblok, hun bor i. Lise mener selv at hun er afhængig af nyheder.

Brit

Brit er en kvinde på 45 år. Hun er uddannet jordbrugsøkonom, men arbejder i dag som manager i et IT-firma. Hun bor sammen med sin kæreste i et hus i Køge. Parret købte huset for to år siden som et håndværkertilbud, hvorfor meget af deres tid bruges på at renovere hus. Brit har en stor passion for at ride og dyrke yoga i sin fritid.

HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?

Lise og Brit er altid opdateret i forhold til, hvad der sker i nyhederne. For Lise og Brit er det vigtigere at være opdateret på det nyeste, end det er at komme i dybden med nyheden. De holder sig bredt orienteret, men går ikke detaljeret ned i baggrundsstof: *"Jeg går ikke i dybden med det, der sker. Det er mere overfladisk. Tror jeg synes, det er ok. Hvis noget virkelig interesserer en, går man i dybden med det"*. (Brit). Lise mener selv, at hun er afhængig af at få nyheder, og hvis hun ikke får dem, får hun abstinenser. *"jeg har været væk hele formiddagen og sidder derfor nu og får abstinenser, altså hvad er der sket nu, og jeg ved ikke engang, hvem der får Nobels fredspris f.eks. som skulle annonceres her kl. 11 i formiddag"* (Lise).

Hvor meget tid, de bruger på demokratisk indhold, varierer fra person til person. Lise tjekker nyhederne seks-syv gange om dagen og udtaler, at hun går meget op ud i nyheder *"jeg er nok lidt sådan en nyhedsfreak"* (Lise), mens Brit bruger en halv til maks. en time på nyheder om dagen. Fælles for dem gælder, at deres brug af nyheder er meget domineret af de digitale medier, hvor både deres smartphone, iPad og computer er i spil, men også nyhederne i TV ses, når tiden er til det.

HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?

Begge respondenter udtrykker, at det er vigtigt at holde sig orienteret og følge med i nyhederne, for ellers kan man ikke gøre noget for at ændre tingene. *"Det er vigtigt, at man ved hvad der foregår i verden. Man kan ikke gøre noget for at ændre tingene, hvis man ikke ved, hvad der foregår... Man kan jo ikke bare lukke øjnene for alt"*. (Brit). Lise er den, blandt hendes venner, som følger mest med i, hvad der sker i nyhederne, det giver hende en form for tilfredsstillelse, at hun er den "kloge" på dette område. Vennerne kommer til hende for at blive orienteret. At hendes venner ikke følger med i, hvad der sker i verden, ser hun lidt ned på. *"Jeg har nogen venner og veninder, som synes, det er lige meget, det synes jeg ikke, det er"* (Lise). Hun understreger ligeledes, at hun synes, at det er ens pligt at følge med i, hvad der sker i samfundet, og hun kan godt gå hen og blive en smule irriteret, hvis folk ikke prioriterer det, som hun gør. *"Jeg kan godt blive lidt irriteret på folk, som ikke følger med. Jeg synes, det er folks pligt at følge med i samfundet, hvad der sker omkring dig"* (Lise).

Brit holder sig, ligesom Lise, også orienteret i løbet af dagen, men hun savner nogle, at diskutere det med. For hende kan det godt gå hen og blive en smule nytteløst at følge meget med i nyhederne, når man alligevel ikke har nogen at diskutere det med. *"Det er begrænset, hvor interessant det er, at jeg sidder og læser en masse ting og ikke kan snakke med nogle om det"* (Brit). Brits kæreste synes, at demokratisk indhold er

uinteressant, hvorfor Brit er tvunget til at skifte væk fra nyhederne, hvis han kommer hjem. Heller ikke på arbejdet, kan Brit diskutere det med nogen, da meget af hendes tid brugt på arbejdet foregår alene. Brit bruger også nyhederne som tidsfordriv engang i mellem. Det er nemt at gå på mobilen og tjekke nyhederne, når man venter på bussen eller står i køen i Netto.

HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?

Lise og Brit er på trods af deres alder meget digitale i deres nyhedsbrug. Særligt mobilen bliver brugt til at holde sig orienteret, hvilket sker gennem push beskeder for TV 2 og DR og via de to mediers nyhedsapps. *"Push beskederne giver mig en idé om, hvis der sker noget, der er vigtigt".* Fordelen ved mobilen er, at man kan holde sig opdateret, lige meget hvor man er, og på alle tidspunkter af døgnet. *"Hvis man lige har 5 min. f.eks. når man venter på toget eller venter på nogle andre"* (Lise). Også fra sengen er mobilen smart, da den er lige ved hånden, og man ikke skal bruge tid på at starte den op. Mobilen er blevet en fast accessory, som følger dem overalt, og som de har udviklet en form for afhængighed til. *"Er afhængig af den. Kan ikke være uden min telefon i et døgn, så ved jeg ikke, hvad der foregår"* (Brit).

Også webnyheder gør Lise og Brit brug af, og her er det oftest BT eller Ekstra Bladet, som besøges, hvilket sker fra en laptop. Valget af netop disse nyhedssider skyldes ifølge personerne, at deres nyheder er nemme at overskue, da det er sensationsjournalistik og store overskrifter, hvilket tiltaler Lise og Brit. Til forskel fra den fysiske avis er fordelene ved webnyhederne, at man hurtigt kan scrolle mellem de forskellige artikler og finde dem, man synes, er interessante. Historierne er korte, og det gør det nemt og hurtigt at føle sig opdateret.

Nyhederne i fjernsynet kræver mindre til forskel fra webnyhederne. Her skal man blot lytte og man kan skifte fra at være passiv til aktiv seer, imens nyhederne står på. *"F.eks. kan jeg stå og stryge og gøre et eller andet, hvis der så kommer noget breaking – så kigger jeg lige.* (Lise). Også Brit nævner fordelene ved at kunne slappe af, mens nyhederne kører. *"Bliver træt i hoved og nakke, når jeg sidder på computeren hele dagen på arbejdet. Når jeg kommer hjem er det rart bare at kunne ligge og se og høre TV-nyheder. Det er nogle andre sanser, der bliver brugt. Jeg slapper meget mere af, end når jeg sidder foran en computer."*

Lise og Brit gør sig kun i gratis nyhedsmedier. De er blevet forvente i forhold til at få gratis nyheder, og føler, at de får nok her, til at de gider betale for flere. *"Jeg har valgt at prioritere, at jeg får nok nyheder uden at betale for dem. Er lidt nærig med mine penge. Det interesserer mig ikke nok til, at jeg gider betale for det, og jeg kan få de oplysninger, jeg gerne vil have andre steder"* (Brit). Respondenterne nævner, at de somme tider oplever, at de ikke kan læse visse artikler på nettet pga. manglende abonnement. Men det irriterer dem ikke nok til, at de gider at betale for det. I stedet googler de emnet og finder informationen andre steder.

Facebook er et velkendt og brugt medie for Lise og Brit. Lise bruger Facebook flere gange om dagen og følger forskellige nyhedsmedier som TV 2 News, Go' Morgen Danmark etc. Også samfundsaktuelt indhold posted af hendes Facebookvenner dukker sommetider op i hendes nyhedsfeed. *"En af mine gamle kollegaer deler en masse artikler omkring alt fra mad til Fødevarestyrelsen til hunde, hun er all around".* Opslag som disse kan få hende til at klikke videre og opleve nye ting. Lise elsker også at kommentere på opslag på Facebook. *"Jeg har gjort det en del på Go' Morgen Danmarks Facebook, fordi en af værterne irriterede mig".* Motivet for at kommentere på andres opslag er, at det er sjovt at være med til at præge tingene og rart at give sin mening til kende. Brit diskuterer derimod ikke aktivt på nettet, da hun ikke ønsker, at hendes navn kommer på nettet. Brit er meget opmærksom på, at det, hun læser på Facebook, ikke har samme troværdighed som de store nyhedsbureauers nyheder. *"DR er mere kontrollerede nyheder, bearbejdede og undersøgt ordentligt. På Facebook behøver der ikke være hold i det".* Derfor er det også et bevidst valg, hvorfra Brit får sine nyheder, hun har sorteret i det, så hun sikrer sig, at det er overskuelige og troværdige nyheder, hun får. *"Jeg sorterer i, hvor jeg får mine nyheder fra. Jeg synes, at jeg har styr på det. Jeg har taget de valg, jeg skal"* (Brit).

JULIE OG MAJKEN

"Jeg ville ønske jeg brugte mere tid på nyheder, men jeg har ikke tiden til det."

NØGLEORD

Karriere, familie eller single, mellemlang eller lang uddannelse, urban, social, instant gratification, optimering af tid, dårlig samvittighed over lavt forbrug af demokratisk indhold, hvad der skete i går er ikke relevant i dag, skal leveres let og tilgængeligt.

MEDIER

Heavy users af radio, P3, push beskeder på mobilen, nyheder i Facebook nyhedsfeed. Medium/light users af TV nyheder og digitale nyheder, lokale nyheder.

MOTIVER

Optimering af tid, man bør holde sig opdateret, vigtigere med nyheder end dybde, føle sig oplyst, pinligt ikke at kunne tale med (føler sig dum).

PERSONKARAKTERISTIK

Julie

Julie er 35 år og bor i en ejerlejlighed på Vesterbro i København sammen med sin mand og to mindre børn. Hun er uddannet jurist og arbejder i dag med forretningsudvikling i det offentlige. Julie er lige flyttet i en ny lejlighed, så størstedelen af fritiden bruger hun og manden på at gøre lejligheden i stand, men også hendes børn, motion, rejser og mad er noget, som fylder meget i hendes liv. Det betyder, at hun lever et travlt liv, hvor der altid er mange bolde i luften, og hvor der er mindre til at fordybe sig i demokratisk indhold. Nyhederne skal leveres på en let og tilgængelig måde for at det prioriteres af Julie.

Majken

Majken er 25 år og bor i en lejlighed på Nørrebro i København, som hun deler med en veninde. Hun har en kort videregående uddannelse og arbejder i dag med tøjdesign i København. Hun har en travl hverdag, hvor der ikke er mange stille stunder, og særligt arbejdet fylder meget i hendes liv. Også venner og sociale arrangementer tager meget af Majkens tid, når hun ikke er fordybet i arbejdet. Ligesom Julie har Majken også behov for lette og tilgængelige nyheder.

HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?

Radio er Julie og Majkens primære nyhedsmedie. Ikke nødvendigvis fordi det er det foretrukne, men fordi det er praktisk i en travl hverdag. Allerede fra de står op bliver radioen tændt og kører i baggrunden på favoritkanalen P3, imens de foretager deres morgenrutiner. At have radioen kørende som baggrundsstøj på arbejdet er heller ikke usædvanligt for Julie og Majken, og de tænder også gerne for radioen igen, når de kommer hjem fra arbejde. At have radioen kørende det meste af dagen sikrer, at de kan holde sig opdateret på de væsentligste overskrifter i nyhedsstrømmen uden selv at skulle opsøge det aktivt og bruge meget tid på det.

TV'et bliver brugt til afslapning om aftenen. For Julies vedkommende sker det, når børnene er lagt, og der er ro i den lille familie. For Majkens vedkommende bliver TV'et tændt om aftenen, når tiden lige er til det. Hos begge er det ofte tilfældigt, hvad de ser. Derfor er det heller ikke et planlagt valg eller en del af rutinen at se nyhederne i fjernsynet, men noget Julie og Majken ser, når det lige passer ind. *"Tænder ikke for TV'et for at se nyhederne, tænder for det, når det lige passer ind, når der er tid til det f.eks. når ungerne er lagt til ro, og vi skal slappe af, og så er det lidt tilfældigt, hvad vi ser"* (Julie).

Julie og Majken er digitale og kan godt finde på at gå på nettet og undersøge nærmere, hvis der opstår nysgerrighed omkring et emne, som vedrører samfundsmæssige forhold. *"Jeg hørte en nyhed i radioen om, at der er mere sukker i den danske sukkervand end den udenlandske. Der blev jeg nysgerrig, og ville gerne vide hvorfor. Så gik jeg ind og googlede det. Og så tager jeg den første og bedste nyheds-side"* (Majken). Men ligesom med TV'et har de ingen faste ruter forbundet med at tjekke nyheder på nettet.

HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?

De er vokset op med, at man "bør" følge med i nyhederne, men tiden er knap for Julie og Majken, hvorfor demokratisk indhold kun i lav grad bliver prioriteret. Et vigtigt motiv, for at holde sig opdateret på demokratisk indhold er, at hvis ikke man følger med, kan man risikere ikke at kunne tale med, når venner, familie eller kollegaer tager et emne op - man har jo ikke lyst til at føle sig uoplyst og "dum". *"Hvis man ikke kan snakke med, føler man sig uoplyst. Det er kedeligt, og man kan føle sig dum"* (Julie).

På trods af frygten for at føle sig uoplyst, gør Julie og Majken ikke noget aktivt for at følge mere med. Majken uddyber: *"Der er noget i mig, som gerne vil vide mere om de små updates, jeg får. Jeg ville da gerne have, at de forklarede lidt mere om hver enkel nyheds-update. Men jeg gør ikke noget aktivt for det, og det skyldes tiden. Og det er jo en dårlig undskyldning. Hvis det interesserer en, må man jo sætte tiden af til det, men så meget interesserer det mig åbenbart ikke"* (Majken). Majken undskylder det begrænsede nyhedsbrug med manglende tid, men indser mens hun taler, at det i virkeligheden nok handler om manglende interesse for det. For hvis interessen var der, ville hun også prioritere det i højere grad. Julie og Majken forsøger i stedet at optimere deres tid på bedst mulig måde, så de kan holde sig opdaterede, uden at det kræver meget tid eller energi fra deres side.

HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?

I løbet af dagen bliver de opdateret med de vigtigste nyheder gennem korte nyhedsudsendelser på P3 og gennem push beskeder på mobilen fra TV 2 nyhederne eller DR. At være opdateret omkring hvad der sker omkring dem, er for Julie og Majken vigtigere end at gå i dybden med nyhederne. Julie og Majken har brug for, at der er nogen, der serverer de vigtigste nyheder for dem på en let spiselig måde, og hvor det ikke tager for lang tid at sætte sig ind i det. Derfor finder Majken det også utrolig tiltalende, da DR3 dukkede op i hendes nyhedsfeed på Facebook, med en lille nyhedsvideo som samlede små nyhedsklip på en let forståelig, humoristisk og visuel flot måde. *"Det med, at jeg ikke skal bruge et kvarter på at sætte mig ind i en tung nyhedstekst på nettet. De fortæller mig hvad jeg skal vide, og så jeg skal ikke bruge mere hjerne i løbet af dagen på det. De forklarer det med billeder, animationer og med humor, og det gør det hele lidt lettere."*

Julie og Majken lever under vilkårene for instant gratification - Hvad der skete i går, er ikke relevant i dag. Julie og Majken vil føle sig opdaterede omkring, hvad der sker nu og her, og det skal gerne serveres på en fremkommelig måde. Det mere tunge og dybdegående indhold bliver frasorteret med den undskyldning, at de ikke har tiden til det.

Ifølge Julie og Majken er P3 en god blanding af musik, snak og nyheder, og det tiltaler dem. *"Hvis man render rundt herhjemme, er P3 hyggeligt baggrundsstøj. Ville aldrig høre en kanal, der kun spillede musik. Så kan jeg lige så godt selv sætte musik på fra Spotify. Kan godt lide snak og debat"* (Julie). Radioen er hyggelig baggrundsstøj som samtidig har den funktion, at den opdaterer dem løbende i forhold til dagens vigtigste nyheder. *"Via radioen får man nu og her opdateringer, hvilket er rart, for så føler man sig opdateret i forhold til, hvad der sker i verden"* (Julie). Et effektivt medie, når man som personerne her, har en travl hverdag, og derfor ikke har tid til at fordybe sig i nyhederne. *"Jeg har ikke særlig meget tid til at se nyheder, så derfor er det ret vigtigt for mig at høre dem i stedet"* (Majken).

Men radioen har sine mangler, da det ifølge respondenterne ikke er særlig nuanceret eller uddybende viden, de får via radioen: *"Det er mere bare heads up"* (Julie). Derfor foretrækker Julie egentlig at få sine nyheder via fjernsynet om aftenen, når der er tid til det. Ligesom med nyhederne gennem radioen kræver nyhederne i TV'et heller ikke, at man skal være aktiv. Her kan man sætte sig tilbage eller lade det køre i baggrunden og dermed få leveret nyhederne, mens man laver andre ting. Fordelen med nyhederne i TV'et er dog, at de går mere i dybden, og at der er billeder på, hvilket betyder, at det er lettere at sætte sig ind i. Julie understreger: *"Jeg koncentrerer mig mere, når jeg ser nyheder i TV end i radioen, det er mere uddybende, hvilket er vigtigt, fordi man får forskellige syn på det, og så kan man nemmere diskutere det med hinanden, når man sidder og ser det sammen"* (Julie). Men det er bestemt ikke hver dag, at Julie har tiden til at se nyhederne i TV'et. Når hverdagen er travl i den lille københavnske familie, bliver nyhederne i TV'et nedprioriteret. Majken ser derimod meget sjældent nyheder i TV, da hun føler at nyhedsopdateringerne, hun får, gennem radio og push beskederne opdaterer hende nok. *"Men det er også fordi, jeg har fået nyhedsopdateringer gennem hele dagen. Så tror jeg egentlige bare, at jeg går ud fra, at så er det nogenlunde det samme, der kommer om aftenen"*.

Push beskeder fra DR eller TV 2 nyhederne er ifølge Julie og Majken en effektiv måde at holde sig konstant opdateret og få de nyeste overskrifter, lige når de sker: *"Nogle gange hører man ikke ordentligt efter radioen, og så er det meget rart at få det gennem en SMS"* (Majken). Push beskeder er hurtigere end TV'et, radioen og avisen til at komme ud med en update, og det er noget, som appellerer til Julie og Majken. At få nyhederne, lige når det sker, er især vigtigt for den unge Majken, hvorfor den trykte avis bliver betragtet som yderst forældet og langsom. *"De daglige nyhedsaviser har ikke en jordisk chance for at opdatere sig i løbet af en dag, og det kan 24/7 opdateringerne (radio, TV og netaviser). Det er vigtigt fordi, hvis der er noget, der er sket i dag kl. 14, har jeg ikke brug for at vide det i morgen. Så vil jeg gerne vide det nu"* (Majken).

Nyhederne på nettet bliver kun sjældent tjekket ud, hvilket i høj grad skyldes at efter en lang dag på arbejdet, hvor meget af tiden er foregået foran en skærm, har de ikke lyst til at se mere på en computerskærm. Majken pointerer, at hun gennem radioen får dagens nyheder, hvorfor hun ikke også behøver at tjekke nettet. Julie er af den overbevisning at *"så snart du sidder med en skærm, er du mere fraværende, der er man sig selv"* (Julie). Julie har ikke lyst til at virke fraværende over for sine børn og mand, hvorfor hun fravælger at hive computeren frem for at tjekke nyheder, når hun er hjemme og sammen med familien.

Julie synes derimod, at en avis er noget andet. Der har man mulighed for at læse med flere, og det virker mindre fraværende. Alligevel er avisen som medie ikke noget, som Julie og Majken finder relevant, hvilket skyldes at den opfattes som uoverskuelig og i et stort format - og så koster den penge. Lokalavisen derimod finder Julie og Majken relevant, da den er gratis, lettilgængelig og kan holde én opdateret omkring, hvad der sker i nærområdet. *"Det er interessant at vide, hvad der sker, så man kan være en del af sit lokalsamfund. F.eks. arrangementer, nye skoler osv."* (Julie).

TONNY

"Nyhederne kører bare i baggrunden, og så plejer jeg lige at spidse ører, hvis der er et eller andet, der lige fanger."

NØGLEORD

Light user - men føler sig fint dækket ind, TV 2 Nyhederne, lettilgængeligt indhold, provins, lokalt interesseret, primært analog, jævnt forbrug, overskrifter, vane.

MEDIER

TV 2 Nyheder, tekst-TV, Jyllands-Posten.dk, bt.dk, den korte avis.dk, lokal radio, Facebook.

MOTIVER

Man bør følge med, tidsfordriv, holde sig orienteret, "være på vagt", tryghed, kunne snakke med naboen, blive hørt, være opdateret på emner som kan påvirke eget liv.

PERSONKARAKTERISTIK

Tonny

Tonny er 40 år og bor i en lille landsby på Djursland, hvor han og hans forlovede har købt en lille nedlagt landejendom. Hans forlovede er sygemeldt med sklerose, og meget af Tonnys arbejde foregår fra hjemmet, da Tonny er fuldtidsansat som handicaphjælper derhjemme. Det betyder, at Tonny bruger meget af sin tid på at passe hjemmet, ordne køkkenhave og drivhuset. I sin fritid er det særligt fisketure, som er Tonnys store interesse. Han har ofte dage, hvor han går ude hele dagen og slet ikke bruger nogle medier.

HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?

Tonnys brug af demokratisk indhold varierer meget, og han har ikke nødvendigvis behov for at følge aktivt med på daglig basis, men forsøger dog at følge med i det omfang, det lige passer ind i hans hverdag: *"Somme tider et par gange om dagen, andre gange to gange om ugen"* forklarer Tonny ift. hvor ofte, han bruger samfundsaktuelt indhold og nyhedsstof.

TV Avisen er Tonnys foretrukne medie, *"for det er den nemmeste måde, man får information om, hvad der foregår rundt om i verden"*. Tonny har en hvis interesse i at følge med i, hvad der sker i samfundet, men føler ikke et behov for at gå meget i dybden med baggrunden for historierne. Dét, som er vigtigt for Tonny, er at få dagens overskrifter, hvilket lettest gøres via TV Avisen om aftenen, når familien alligevel er samlet for at spise aftensmad, og fjernsynet kører på sidelinjen. *"Meget af det vi får, det får vi fra TV og tekst-TV. Er det kun os selv, spiser vi i stuen, tit og ofte lige omkring nyhederne. Det er TV 2 Nyhederne"*.

Radioen bruges på daglig basis, typisk lokalstationen, hvor der både er musik og nyheder. Radioen anvendes primært som underholdning og baggrundsstøj og i mindre grad til demokratisk indhold. Om nyhederne i radioen siger Tonny at *"tit hører jeg det kun i små bidder, for det er lige imens, jeg er ved at vågne. Det kører bare i baggrunden, og så plejer jeg lige at spidse ører, hvis der er et eller andet, der lige fanger"*.

Tonny skelner mellem de mere tunge medier, som de store aviser, og så de mere lette medier, som indhold på web. TV placerer sig et sted i midten, da det opfattes som værende let at gå til, men samtidig kommer det oftest mere i dybden end det indhold, der er på web. Avismediet er ikke noget Tonny gør brug af, da han ikke føler, at han får værdi, som svarer til den udgift, der er forbundet med at købe en avis. Tonny er fint dækket ind med de gratis nyheder, han kan få og føler at kvaliteten i dette indhold er tilfredsstillende ift. hans behov.

HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?

For Tonny føles det som en naturlig ting at følge lidt med i, hvad der sker i samfundet, men det er ikke noget, der som sådan har hans store interesse. Det er mere, så han ikke føler sig helt "kørt af sporet" og fordi man "bør" følge lidt med i, hvad der sker, særligt hvad angår nationalstof og internationalt stof. Lokalstof har i højere grad en personlig interesse, da det ofte har større indflydelse på eget liv.

Det giver en form for tryghed at have viden om, hvad der foregår i samfundet, og hvordan det, der sker, i det store billede eventuelt kan påvirke ens eget liv: *"Det er vigtigt generelt at vide, hvad der foregår i verden. Vi er jo en del af det, ik! Deres beslutninger, nogle af dem, vedrører jo os, også mig i dagligdagen, ik"* (Tonny).

Tonny nævner finanskrisen, som fik betydning for hele verden. Så for at kunne være forberedt på, hvad der evt. kan ske, både på godt og ondt, er det godt at følge med.

Demokratisk indhold er desuden noget, som ofte anvendes som en form for tidsfordriv, hvis han mangler noget at udfylde tiden med: *"Jeg vil ikke sige, det er for at slå tiden ihjel, mere fordi sommetider har jeg lige et pusterum på 10-15 minutter, så kan jeg lige gå ind og se, hvad der sker"* (Tonny).

Det er også vigtigt at holde sig opdateret på denne type indhold, da det kan fungere som facilitator for samtaler med f.eks. naboerne, særligt hvis det er lokalstof eller et andet emne, som kan have betydning for nærområdet: *"Man kan gå og snakke lidt med naboen og venner og sige, det var vældigt godt eller vældigt skidt eller hvad, det nu var"* (Tonny).

HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?

Tonny har ikke så mange holdninger til forskellige typer af indhold eller medier, men har blot behov for at følge med i overskrifterne, uanset hvilken afsender det kommer fra. Det vigtigste er, at det ikke er for kompliceret. Tonny nævner dog, at der godt kan være lidt mere dybde hos DR end TV 2, men for ham har det ikke den store betydning: *"Selvfølgelig er der noget hvor DR TV Avisen, de går lidt mere i dybden, end TV 2 gør på nogle punkter. Men når ugen den er omme, så er det stort set det samme."*

Tonny vælger nogle gange at gå på nettet og læse om et emne, hvis det fanger hans interesse i særlig grad, men det sker ikke ofte, typisk et par gange hver anden uge: *"Det er kun hvis der er noget meget spændende jeg gider sætte mig ned og læse det"*. Når han læser artikler online, er det typisk på bt.dk eller Jyllands-Posten.dk. Begge webaviser er nemme at gå til med store overskrifter, så det er let at få overblik: *"Man fanger lige overskriften, og så er det nemmest"*. Andre gange googler han et emne, hvis han har set noget i nyhederne, som vækkede hans interesse: *"Sommetider så hvis jeg har hørt et eller andet, der er sket, så går jeg bare ind på Google, og så skriver jeg bare, hvad man lige har hørt i overskriften. Så varierer det hvilken avis, man lige fanger"*. Avisernes websites gør det muligt at følge med i de store overskrifter, uden at det er nødvendigt at gå meget i dybden: *"EB og BT det er jo sådan korte nyheder. Det er rart, at man kan skimme igennem og sige, det var interessant, men nu har jeg ikke tid mere"* (Tonny).

Til trods for, at Tonny ind imellem bruger internettet, er han ikke udpræget digital. Det betyder, at han hverken anvender mobilen eller sociale medier til at få demokratisk indhold, da det virker for kompliceret og unødvendigt: *"Har ikke behov for at skulle påmindes via sms beskeder. Jeg er en lille smule analfabet på de her smartphones"*. Når det gælder sociale medier har Tonny ikke den store tiltro til indholdet: *"Vil nok sige at 80% af det der kommer på Facebook, det skal man nok tage med et gran salt"*. Han kan godt blive nysgerrig, hvis hans venner lægger noget indhold ud på Facebook, men det er ikke noget, han selv gør, da det ikke interesserer ham nok til at ville engagere sig på den måde: *"Engang imellem er det da også meget sjovt lige at prøve at se, hvad er det for noget. Men det er ikke noget, jeg går meget op i"*. Tonny følger dog politikeren Morten Messerschmidt på Facebook, da han er enig i mange af hans holdninger og synes, at det er spændende at få indsigt i hans liv. Lige netop her stoler han på indholdet og udtaler at *"generelt tror jeg egentlig, at det er meget sådan reelt, det han (red: Morten Messerschmidt) i hvert fald skriver derinde."*

En af grundene til, at nyhederne på TV foretrækkes er, at det er et let medie at gå til, fordi man ikke skal være aktiv, men får indholdet serveret på en let tilgængelig måde. *"Jeg tror, at det er bare blevet en vanesag"* udtaler Tonny. En anden årsag til, at TV vælges til er, at det er et medie, som giver et godt overblik, fordi man får nyhederne præsenteret via billeder, reportager osv. Det giver et dybere indblik end f.eks. radioen, men er samtidig lettere at gå til end avisen: *"Det, at man lige får billeder på, hvad det er, der sker, og så har de ofte også nogle korrespondenter rundt omkring, der kan fortælle, hvad der foregår i brændpunkterne. På TV, der er der jo tit de lidt mere personlige interview"* (Tonny).

Lokalradio er et medie, som Tonny gerne lytter til, og han har en oplevelse af, at det er godt at følge lidt med i, hvad der sker i lokalområdet, særligt når han bor i en lille kommune, hvor der kan være meget på spil, hvis der bliver taget nogle kommunale beslutninger: *"Lokalnyhederne synes jeg er rare nok at høre. Man får et indblik i, hvad der foregår rundt omkring ørerne på os ik. Norddjurs kommune er jo en lille kommune, så vi er meget afhængige af, hvad der sker i erhvervslivet herude"*.

Tonny er ikke så engagerede, at han ofte deltager i debatter eller på anden måde engagerer sig. Der er en opfattelse af, at mange af de debatter der foregår, særligt på de sociale medier, er uden nogen reel betydning, og at deres bidrag ikke vil gøre en forskel: *"Der er jo rigeligt med folk, der kommenterer. Somme tider tror jeg slet ikke folk, de læser det. Det er kun lige de første fire-fem beskeder, man ser"*. Alligevel har Tonny indimellem blandet sig i en debat, hvis han har følt, at folks kommentarer har været for dumme. *"Engang imellem er det måske meget rart lige at komme ud med ens holdning. Engang imellem er det vel rart at blive hørt"* pointerer Tonny.

THOMAS, BRIAN OG CLAIRE

"Jeg er ikke typen, der fordyber mig i nyhederne, det interesserer mig ikke"

NØGLEORD

Low users, uengagerede, overskrifter, sladder, sensation, breaking news, overflade, forargelse, underholdning, tilfældighed frem for bevidst valg, det skal være nemt og give hurtigt overblik.

MEDIER

Eb.dk (Nationen), lokale radiostationer, TV 2, lokalaviser, DR.dk og DR1, Metro Express, gossi-sider.

MANGLENDE MOTIVER

Hvad har det med mig at gøre?! Føler sig uden indflydelse, manglende tro på "systemet", følelse af at være distanceret ("dem" og "os"), manglende interesse, centreret omkring egen verden, for dyrt, for krævende, ligeglad.

MOTIVER

Tidsfordriv, adspredelse, tale lidt med i kantinen, underholdning, ikke gå glip af noget vigtigt.

PERSONKARAKTERISTIK

Thomas

Thomas er 37 år og bosat i Esbjerg. Han arbejder på C&D Foods i Esbjerg som maskinoperatør 3 x 12 timer i ugen. Han har været koordinator-afløser, men har frasagt det pga. for meget pres, så nu fokuserer han på maskinerne. Thomas er gift og har to børn, som er adopteret. Han bor på en nedlagt landejendom, som han selv renoverer. I fritiden tager han ofte ud og fisker i sin egen båd, som han har købt brugt og bruger tid på at sætte i stand. Han bruger stort set aldrig computer og aldrig ift. nyhedsstof eller andet demokratisk indhold.

Brian

Brian er 32 år og bor i en lejlighed i Aarhus C sammen med sin kæreste. Han har arbejdet i butik de seneste 10 år, tidligere som salgsassistent, men i dag arbejder han med regnskaber. I fritiden bruger han meget tid på computer og hjælper andre, som har brug for rådgivning, både ift. hardware og software. Og så kan han godt lide at surfe rundt på nettet, særligt for at læse om gossip eller biler. Han bruger primært digitale medier samt lidt TV og lokalavis.

Claire

Claire er 26 år. Hun afsluttede sin kandidat som kemiingeniør på DTU i sommeren 2015, og hun er nu arbejdsløs og på dagpenge. Hun bor på et lille kollegieværelse på DTU's kollegie i Lyngby. Fritiden bruger hun sammen med sine venner og på at slappe af, surfe på nettet efter gossip og film, søge job og lave mad. Hun er primært digital, men har også ofte fjernsynet tændt i baggrunden.

HVORDAN KATEGORISERER PERSONERNE DEMOKRATISK INDHOLD I DAG?

Demokratisk indhold opfattes af Thomas, Brian og Claire som tungt, samfundsaktuelt og politisk stof. Det er ikke noget, som fanger deres personlige interesse, og det er derfor sjældent, at de forbruger denne type indhold: *"Fordi at jeg måske ikke er til tunge nyhedssager. Jeg går ikke så meget ind i politik og sådan nogle ting"* (Claire). Det betyder, at det i høj grad er mere eller mindre tilfældigt, når de anvender den type indhold. De tjekker typisk et par overskrifter på internettet i løbet af dagen, gerne på eb.dk eller diverse gossip-sider, eller lader nyhederne i fjernsynet køre i baggrunden, mens de fortager sig andre ting. De mere dybdegående medier som avis vælges helt fra: *"Det der med det meget dybdegående med artikler og sådan, som jeg kan forestille mig Politiken og Information er, har aldrig nogensinde interesseret mig"* (Brian).

TV er det foretrukne medie for Thomas, Brian og Claire, når det gælder samfundsaktuelt stof og demokratisk indhold, og det kører typisk i baggrunden, når de er hjemme. Her kan de få serveret de vigtigste overskrifter i et let spiseligt format, hvor de ikke selv skal være aktive eller opsøgende. Fjernsynet giver lidt mere dybde end f.eks. radio, men det er stadig ikke noget, de bruger aktivt og fokuseret tid på. *"At man lige hurtigt får lidt mere input i stedet for de der 10 sekunder i radioen, at man så måske lige har et par minutter i fjernsynet"* (Thomas). Det er dog sjældent, at de bevidst vælger nyhederne til: *"Jeg tager det bare sådan i løbet af dagen. Når jeg zapper kanalerne igennem"* (Thomas). Claire fortsætter i samme retning: *"Jeg er ikke sådan meget aktiv med at følge nyhederne. Ofte har jeg sådan bare fjernsynet tændt i baggrunden, imens jeg laver mad"* (Claire). For Thomas, Brian og Claire fungerer både TV og radio primært som baggrundsstøj i løbet af dagen, og hvis der engang imellem lige er noget som fænger, spidser de ører i to minutter, og så er de videre til noget andet igen.

Thomas, Brian og Claire har ikke det store kendskab til forskellige typer af medier og indhold, da de ikke forbruger særlig meget demokratisk indhold: *"Jamen hvad fa'en er der. Aviser, der er jo Berlingske, det ved jeg da. Og Politiken. Ja, hvad er der.. TV 2 News og DR og.. TV 2.. hvad fanden er der mere. Jeg ved sgu ikke om der er andre"* (Thomas). At de ikke har den store viden om forskellige typer af indhold bunder også i, at den type indhold ikke spiller nogen særlig rolle i deres omgangskreds: *"Det er ikke så mange, jeg kender, der gider det der nyhedsværk og sætter sig ind i det."* (Thomas).

HVILKE MOTIVER ER STYRENDE FOR DERES NYHEDSFORBRUG?

Demokratisk indhold spiller ikke nogen særlig rolle i Thomas, Brian og Claires liv: *"I mit liv der spiller det (red: nyheder) sgu ikke den helt store rolle. Jeg følger lidt med, men det er sgu ikke ret meget"* (Thomas). De følger overfladisk med i overskrifterne, som de fanger i TV'et eller i radioen på vej til arbejde: *"Jeg hører lidt radio på vej på arbejde, så det er jo fint nok. Så hører jeg lige, hvis der er sket noget spændende. Men de siger jo ikke så meget i de der to eller tre minutter, der kommer"* (Thomas).

Et afgørende motiv for at følge lidt med i nyhederne er, at *"så kan man være med i samtalen"* (Thomas). Thomas, Brian og Claire bruger dog ikke særlig meget tid på at diskutere samfundsaktuelle emner og det er ikke noget, de selv lægger op til. Det er blot, så de kan tale med hen over frokosten på arbejdet. Når der forbruges demokratisk indhold, er det kun i få minutter, men det dækker fint det behov, Thomas, Brian og Claire har. De skal blot have overskrifter, for så føler de sig opdaterede: *"Det er bare lige for hurtigt at være"*

med. Sådan lige være opdateret med hvad der foregår” (Thomas). De har ikke noget behov eller ønske om at gå i dybden og ser ikke sig selv som typen, der gør det. ”Jeg ved godt, at normalt går de mere i dybden i avisen, men jeg er ikke typen, der måske går så meget i dybden i nyheder” (Claire).

Typisk er demokratisk indhold noget, de bruger, hvis de ikke har andet at give sig til: ”Det er bare, når jeg keder mig, tror jeg, så går jeg lige ind og tjekker, om der er nogle spændende overskrifter” (Claire). Thomas nævner, at han kan finde på at kigge i Metro Express, hvis den ligger hos Sunset, når han køber take-away, men at han ikke får noget andet ud af det end tidsfordriv: ”Det er ikke sådan, at jeg læser den. Det er bare lige lidt for, at tiden den skal gå, så man ikke bare kigger ud i den blå luft” (Thomas).

Selv om Thomas, Brian og Claire kun i meget lav grad interesserer sig for demokratisk indhold, har de alligevel en bevidsthed om, at det er godt at følge lidt med, da det sikrer, at man ikke er gået glip af noget helt stort. ”Bare lige så man ikke lige er gået glip af noget helt stort noget” (Claire). Ved at have TV’et kørende i baggrunden, kan de følge lidt med og fange de vigtigste overskrifter, men de behøver ikke at koncentrere sig om det, og de kan foretage sig andre ting, mens det kører: ”Jeg bruger både computeren og TV’et, så jeg har ikke fokus på kun at se TV’et (..) Det er altid noget, der bare kører. Det er ikke noget, jeg sætter mig ned og ser” (Claire).

Thomas, Brian og Claire føler ikke, at deres holdning har nogen betydning i det store billede og særligt Thomas føler ikke, at han kan have nogen indflydelse på det, der sker i samfundet, så hvorfor bruge sin tid på det: ”I princippet så har man jo ingen indflydelse på noget af det, der sker rundt omkring alligevel” (Thomas). Det betyder også, at både Thomas og Brian primært interesserer sig for lokalstof, da de føler, at det er et område, som rent faktisk har en hvis relevans for dem: ”Så vil jeg hellere have nyheder fra lokalområdet end nyheder, som foregår langt væk (..) Det er tættere på mig. Det er mere relevant” (Brian).

HVORFOR VÆLGES/FRAVÆLGES FORSKELLIGE KAT. AF DEMOKRATISK INDHOLD?

Thomas, Brian og Claire har ikke særlige interesseområder inden for demokratisk indhold, men går i høj grad efter underholdningsværdien og Claire udtaler at ”jeg klikker mest ind på ting, jeg synes, ser underholdende ud”, hvilket også gør sig gældende ift. nyhedsstof. Af specifikt indhold, som kan vække deres nysgerrighed, er det særligt det mere sensationsprægede stof: ”Det er jo hvis politikerne, de laver lort i den. Sådan nogle sager kan jeg godt lide at følge med i til et vist punkt” (Thomas). Det vigtigste er, at det ikke er indhold, som er for tungt, men at det er let spiseligt: ”Jeg synes at den (red: eb.dk) er tilpas useriøs. De kommer stadigvæk med de her nyheder rundt omkring i verden, men laver stadigvæk de her lidt humoristiske indslag, hvor man godt kan sidde og grine over det” (Brian). Derfor vælges de medier og det indhold til, som serverer de vigtigste emner i et let format gerne krydret med humor: ”Det skal gerne lige være let at bladre igennem, og det synes jeg, at det (red: eb.dk) er. Små artikler, lidt humor, en lille bitte smule seriøst og så humor igen” (Brian). Hvorimod indhold, som går i dybden, og som kræver tid at sætte sig ind i, fravælges.

Ovenstående betyder, at indhold i overskriftsform er det foretrukne, da det giver det bedste overblik. Her er nyhederne i TV, radioen eller en gratisavis som Metro Express det foretrukne: ”Jeg synes, det giver et godt overblik, og det (red: Metro Express) er sådan nemt at læse” (Claire).

På trods af et minimalt forbrug føler de, at deres behov for viden om, hvad der sker i samfundet, bliver dækket ind. Derfor kan de heller ikke se værdien i at skulle betale for demokratisk indhold: ”Jeg synes ikke, at der er grund til at betale for noget, man ikke bruger alligevel. Hvis jeg vil have nyhederne, så ligger de på nettet” (Brian). Det niveau af viden de har behov for, har de tiltro til, at de får dækket ind på anden vis end via de betalte medier: ”Det stof, de skriver, er for det meste enten noget man hører, eller ser om det i fjernsynet. Ellers så kommer det jo i ugebladet, når det kommer en gang i ugen, hvis det er noget vigtigt noget” (Thomas). De oplever ikke sig selv som den type, der vil betale for at få adgang til viden: ”Jeg er ikke lige den, der gider betale for nyheder” (Claire).

Thomas, Brian og Claire bidrager sjældent til debatter og diskussioner. De kan ikke se, hvad de skal få ud af det, og er skræmte ved tanken om, at andre kan svine deres holdning til. Thomas mener, at hvis man ytrer sin holdning *"så bliver man hurtigt svinet til. Det kan hurtigt vendes og drejes"* (Thomas). Samtidig oplever de ikke, at det har nogen betydning, når man som privat borger blander sig i samfundsdebatten, og de mangler tro på, at det kan gøre en forskel: *"Ja ja den der ytringsfrihed man har her i landet, men det er jo synd at sige, at man har noget, der er jo ikke nogen af os, der har ytringsfrihed her efterhånden alligevel"* (Thomas). Brian har dog deltaget i debatter på Ekstra Bladets Nationen nogle gange, dog ikke med det formål at debattere et emne, men derimod med underholdning for øje: *"Så har jeg brugt Nationen nogle gange. Kun for at svine andre til. Det gør alle de andre jo også. Jeg synes, at det er sjovt"* (Brian).

Ligesom Thomas, Brian og Claire sjældent ytrer deres holdninger offentligt, bruger de heller ikke tid på at diskutere demokratisk stof med deres venner og bekendte. Det skyldes i høj grad, at demokratisk indhold heller ikke er noget, som fylder, eller interesserer omgangskredsen: *"Jeg tror bare, at i den omgangskreds jeg kommer i, der er det ikke noget, man går så meget op i"* (Brian).

Bilag 1: Medier

LOKALAVISER

Lokalavisen Aarhus

Amagerbladet

Fyens Stiftstidende

AVISER

MetroExpress

Information

Børsen

Kristeligt Dagblad

Politikens kultursektion

Jyllands Posten

BT

Mandag Morgen

Weekendavisens kultursektion

Ekstra Bladet

WEB

Dagens.dk

Nordjyske.dk

Denkorteavis.dk

Denfri.dk

Berlingske.dk's blog

Villabyerne.dk

Weekendavisen.dk

Børsen.dk

SOCIAL

Facebookopdatering fra Helle Thorning og Margrethe Vestager

Twitter status fra Lars Løkke

Privatpersons facebookopdatering om et samfundsaktuelt emne

Informations Facebooksite

Politikens Facebooksite

RADIO

Radio 24 syv

P3

The Voice

Nova FM

APPS

DR nyhedernes app

TV

DR2

Deadline

Debatten

TV 2 News

Nyhederne på TV 2

TV avisen på DR

Folketingskanalen

ANDET

Gaffa

Søndag

Billed Bladet

Her&Nu

Ude og hjemme

Se og hør

Kig ind

Bilag 2: Lydfiler

Vedlagt som Zip-fil.

Bilag 3: Interviewguide

Starter på næste side.

INTERVIEWGUIDE

AUTOETNOGRAFISK DAGBOGSØVELSE OG
DYBDEINTERVIEW
MEC, 2015

AUTOETNOGRAFISK DAGBOGSØVELSE

VELKOMST TEKST TIL DAGBOG

Tak fordi du vil deltage i undersøgelsen omkring samfundsaktuelt indhold.

Vi skal i ugen op til interviewet bede dig om at dokumentere, hvilket samfundsaktuelt indhold, du har læst/hørt/set/diskuteret og gennem hvilke kanaler. Du bedes notere dette på daglig basis.

Tag gerne billeder og vedhæft disse for at underbygge dine besvarelser.

Med samfundsaktuelt indhold hører: nyheder, debatter, læserbreve, blogs, artikler, dokumentar, diskussion med venner, familie og kollegaer.

Vi skal bede dig dokumentere følgende på daglig basis:

- Hvilket samfundsaktuelt indhold har du læst/set/hørt/diskuteret i dag?
- Gennem hvilke kanaler (f.eks. TV avisen, radioavisen, Politiken, Facebook, eb.dk)
- Hvor lang tid har du ca. i dag brugt på at læse/se/høre/diskutere samfundaktuelt stof?

SEMISTRUKTURERET INTERVIEW

Der gøres brug af metoden semistruktureret interview. Den semistrukturerede interviewguide vil sikre, at vi får afdækket de nødvendige temaer og spørgsmål, som er afgørende for at få en forståelse af emnet, samtidig med at der sikres konsistens på tværs af de enkelte dybdeinterview. Der eksisterer imidlertid en vis fleksibilitet i interviewituationen, idet interviewer har frihed til at gå i dybden med specielle områder og tage andre veje end planlagt, hvis det har relevans i forhold til at afdække problemstillingen.

Formålet med denne interviewform er at komme i dybden med respondenternes svar og få afdækket hvorfor de svarer som de gør. Interviewer anvender refleksionsøvelser, probing og laddering teknikker til at komme i dybden med de mere ubevidste holdninger og perspektiver.

INTERVIEWGUIDE

1. INTRO/OPVARMNING (5 min)

Interviewer præsenterer sig selv: desuden oplyses om **anonymitet**, **optagelse** og det understreges, at der ikke findes **rigtige** eller **forkerte** svar på de spørgsmål, som vil blive stillet under interviewet.

Interviewer præsenterer formålet med interviewet: Det vi skal tale om i dag er dit forbrug af nyheder. hvad du ser/læser/hører/diskuterer etc. i din hverdag og hvorfor. Vi har en række øvelser vi skal lave med dig.

Interviewer beder hernæst respondenterne præsenterer sig selv:

- Fortæl lidt om dig selv; Hvor bor du? Hvad arbejder du med? Hvad bruger du din hverdag på? Hvad er dine interesser? Beskriv en typisk dag i dit liv.

2. NYHEDERS ROLLE I DERES LIV (10 min)

Vi får her et indtryk af hvem respondenterne er, hvor stor en rolle nyheder spiller i deres liv og hvordan de bruger medier til at holde sig orienteret om samfundet. Samtidig er det med til at løsne samtalen op og få respondenterne i tale.

- Hvilken rolle spiller nyheder i dit liv?
- Er det vigtigt for dig at følge med i samfundsaktuelle forhold? Hvorfor
- Hvilke typer nyheder / samfundsaktuelle emner interesserer du dig særligt for og hvilke interesserer du dig ikke for?
- Hvilke medier bruger du til at holde dig orienteret om dette?
- Synes du, du får set/hørt/læst nok nyheder i din hverdag? Uddyb
- Hvis ikke, hvad er årsagen til du ikke får nok?
- Hvilken type nyheder interesserer du dig mest for? Hvorfor?

3. A DAY IN YOUR LIFE (10 min)

DAY IN YOUR LIFE - ØVELSE: Respondenten får udleveret et stykke **papir** og en **tusch**, og bliver bedt om at tegne en **tidslinje** over deres dag i går - fra de stod op til de gik i seng. På tidslinjen skal de tegne ind **hvornår og hvilke** nyhedsmedier, der indgik i løbet af deres dag. Respondenterne får 3-5 min. til at tegne tidslinjen.

Formålet med denne øvelse er at få et billede af hvordan en tilfældig dag ser ud i respondenternes liv, hvilket indhold de forbruger gennem hvilke kanaler og hvorfor.

Interviewer spørger derefter ind til:

- Forklar din dag i går, fra da du stod op til du gik i seng, hvad har du skrevet ind på tidslinjen?
- Hvilke nyheder så/læste/hørte/diskuterede du?
- Gennem hvilke kanaler/medier?

- Hvorfor er det netop disse medier/kanaler du brugte? Hvorfor ikke andre?
- På hvilket tidspunkt brugte du de forskellige medier?
- Er det her et godt eksempel på en typisk dag i dit liv? Eller plejer det at se anderledes ud? Hvordan? Hvorfor? (*Interviewer tager respondentens dagbog frem og taler ud fra den*)
- Holder du dig primært til enkelte kilder, udgivere og/eller titler? Hvorfor/hvorfor ikke?

FORSTÅELSE AF NYHEDER SOM BEGREB (15 min)

KATEGORI-ØVELSE: Vi placerer forskellige typer af "indhold" på bordet (f.eks. Berlingskes forside, Ekstrabladets forside, sportsartikel fra BT, kultursektionen fra Politiken, eb.dk, b.dk, Facebookpost fra Lars Løkke, Twitterstatus fra Margrethe Vestager, Politikens statusopdatering på Facebook, en privatpersonsstatusopdatering om en aktuel begivenhed, kommentarer til en politikers statusopdatering, Gaffa artikel, artikel om de kongelige i Se og Hør, TV avisen, Radio Avisen, artikel fra gratisavis, nyhedsapp etc.)

*SPONTAN GRUPPERING: Respondenten bliver nu bedt om at **gruppere** "indholdet", som han/hun synes de passer sammen, for derefter at give hver bunke et **navn**.*

Formålet med denne øvelse er at få en forståelse for, hvordan respondenterne differentierer mellem forskelligt indhold (hvad de definerer som nyheder, demokratisk indhold og andet indhold), hvordan de kategoriserer og hvilken rolle det spiller i deres hverdag. Desuden får vi indblik i, om der er forskel på, hvordan deres forbrug i virkeligheden er, og hvordan de ville ønske det var - og hvorfor.

Interviewer observerer respondenterne foretage grupperingerne og der spørger derefter ind til:

- Hvordan har du grupperet "indholdet"?
- Hvorfor har du grupperet det sådan?
- Hvilket navn har du givet hver bunke? Hvorfor disse navne, kan du uddybe det?
- Hvad skiller bunterne fra hinanden?
- Er der forskellige situationer/tidspunkter forbundet med hver bunke? Hvorfor?
- Hvilken bunke synes du er mest interessant/mindst interessant? Hvorfor?
- Hvilken bunke afspejler mest dig og din hverdag? Hvorfor?
- Hvilken bunke ville du ønske afspejlede din hverdag? Hvorfor?
- Hvis forskel, hvorfor er der forskel på dit forbrug og det ønskede forbrug?
- Hvad holder dig tilbage fra at realisere det ønskede forbrug? Probe på:
 - o Tid
 - o Økonomi
 - o Intellektualitet
 - o Sprog
 - o Manglende interesse/prioritering
 - o Informations overload/nyhedsstress
 - o Etc.

NYHEDER VS. IKKE-NYHEDER: Derefter bliver respondenterne bedt om at lave to bunker. En med det som han/hun vil betegne som "nyheder" og en anden som med "ikke-nyheder".

- Hvad har du lagt i den bunke med "nyheder"? Hvorfor disse?
- Hvad har du lagt i bunken med "ikke-nyheder" Hvorfor disse?
- Hvad er afgørende for, om du vil betegne det som nyheder eller ikke-nyheder?
- Hvilken bunke appellerer mest til dig/din hverdag? Hvorfor?

ÅRSAGER TIL NYHEDSFORBUG (10 min)

Formålet er her at få en forståelse for, hvorfor respondenterne forbruger nyheder. Vi ønsker her at komme bag om de mere intellektuelle svar og vil gøre brug af ladderings teknik til at afdække spørgsmålene i dybden.

- Hvorfor forbruger du nyheder?
- Hvilken rolle spiller nyhedsmedier i din hverdag?
- Hvad får du ud af at forbruge nyheder?
- Hvad er målet med det i sidste ende?
- Dækker dit forbrug dit behov for viden om hvad der sker i samfundet? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Føler du, at der er noget du mangler eller noget som kunne være bedre i nyhedsudbuddet i dag?

INVOLVERING I NYHEDER (5 min)

Formålet med dette afsnit er at få forståelse for, hvor meget respondenterne involverer sig i forskellige typer af nyheder og demokratisk indhold. Hvad synes de er interessant at involvere sig i, hvorfor og via hvilke kanaler.

- Deltager du nogensinde i debatter, læserbreve, blogs, kommentarfeltet på sociale medier etc. vedrørende nyheder, samfundsaktuelle emner eller andet? Hvorfor og hvor ofte?
- Prøv at fortæl om sidste gang du gjorde det?
 - o Hvilket emne omhandlede det?
 - o Via hvilken kanal?
- Hvorfor involverede du dig? Hvad fik du ud af det?
- Hvad var andres reaktioner?
- Synes du det er en god ting at involvere sig på den måde eller?
- Hvis ikke du involverer dig, hvorfor ikke?
- Diskuterer du nogensinde nyheder og samfundsaktuelle emner med din omgangskreds? Hvorfor?

GRATIS VS. BETALT (5 min)

- Er der forskel på det indhold man får gratis og det man betaler for? Hvad er forskellen?
- Hvad vil du betegne som gratis indhold?
- Hvad er mest/mindst værd? Hvorfor?
- Hvad er mest interessant og relevant for dig i din hverdag? Hvorfor?

SOCIALE MEDIER SOM KILDE (5 min)

Vi går her i dybden med de sociale mediers rolle som kilde til nyhedsforbrug og distributionsvej for egne meninger og holdninger.

- Hvordan og hvor meget tid bruger du på sociale medier f.eks. Facebook/Twitter?
- Er de sociale medier sommetider kilde til dit nyhedsforbrug? Hvis ja, hvordan? Hvor ofte er de det?
- Prøv at giv et eksempel på, hvor de sociale medier blev en kilde til dit nyhedsforbrug?
- Kan du genkende, at det du læser på de sociale medier kan påvirke dine egne holdninger?
- Bruger du sociale medier til at komme ud med dine egne holdninger?
- Prøv at kom med et eksempel på dette fra dit eget liv?
- Involverer du dig gennem kommentarfeltet på Facebook? Hvorfor?

AFRUNDING (2 min)

Vi skal nu til at runde af. Respondenterne får mulighed for at komme med deres sidste kommentarer inden de får udleveret et gavekort på 400 DKK.

- Har du nogle sidste kommentarer?
- Mange tak for din hjælp

Appendiks 2

Spørgeskema

Kulturstyrelsen – Holdninger til og brug af nyheder og samfundsaktuelt indhold

Borgerpanel: 2.500 respondenter per tre runder, i alt 7.500 interviews

Målgruppe: Alle personer 15+

Introtekst:

Vi vil gerne bede dig om at tage stilling til nogle spørgsmål om dine holdninger til og brug af nyheder og samfundsaktuelt indhold.

1. ADFÆRD

1. MEDIEADFÆRD

Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?

Skala: 1= Aldrig, 2= Sjældnere end halvårligt, 3= En gang hvert halve år, 4= 3 eller 4 gange om året, 5= Ca. en gang om måneden, 6= Ca. en gang om ugen, 7= Næsten dagligt, 8= Flere gange dagligt

(Randomiser svarmuligheder)

1. Læser korte nyhedsfeeds på sociale medier
2. Er på sociale medier (f.eks. Facebook, Snapchat, Twitter, LinkedIn)
3. Søger på Google efter baggrundsviden for nyheder
4. Ser nyhedsudsendelse i fjernsynet (helt/delvist)
5. Ser en dokumentarudsendelse/reportage i fjernsynet
6. Læser en hverdagsavis (papir)
7. Er på en hjemmeside for en hverdagsavis
8. Hører timenyheder på en radiostation
9. Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne vedrørende danske forhold
10. Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne om forhold i andre lande
11. Læser en lokal ugeavis (gratis omdelt)
12. Læser nyhedsartikel i en udenlandsk publikation/avis
13. Modtager og ser nyhedsbeskeder på mobiltelefon/smartphone
14. Læser blogs om nyheder og samfundsstof, f.eks. på avisers eller organisationers blog-universer, debattørers eller skribenters blog-sider el.lign.

2. STOFOMRÅDER

Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?

Skala: 1= Aldrig, 2= Sjældnere end halvårligt, 3= En gang hvert halve år, 4= 3 eller 4 gange om året, 5= Ca. en gang om måneden, 6= Ca. en gang om ugen, 7= Næsten dagligt, 8= Flere gange dagligt

(Randomiser svarmuligheder)

1. Virksomheder, erhverv og finanser
2. Kulturbegivenheder (f.eks. koncert-, musik-, film-, bog-, kunst- eller teateranmeldelser)
3. Sport og sportsbegivenheder
4. Udenrigsstof (f.eks. EU, FN- og NATO-relateret stof)
5. Kendte og kongelige
6. Kriminalstof, forbrydelser og retssager
7. Nyheder i min kommune eller region
8. Danmarks økonomi

3. INFORMATIONSSØGNING

I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner.

Du skal tage stilling til hvert medie ud fra dit eget brug af mediet. Benytter du primært mediet til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner skal du svare 'I meget høj grad'. Bruger du overhovedet ikke mediet til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner skal du svare 'I meget lav grad'.

Skala: 1= I meget høj grad, 2=I høj grad, 3=Hverken/eller, 4=I lav grad, 5=I meget lav grad.

(Randomiser svarmuligheder)

	Benytter mediet til at orientere mig om nyheder og samfundsaktuelle emner					
	I meget høj grad 1	I høj grad 2	Hverken/eller 3	I lav grad 4	I meget lav grad 5	Ved ikke 99
TV:						
DR, TV 2 og de regionale TV 2 stationer						
Andre TV-stationer (f.eks. TV3, Kanal 4, Kanal 5 og lign.)						
Dagblade:						
Landsdækkende morgenaviser (f.eks. Jyllands-Posten, Politiken, Berlingske, Børsen osv.)						
Regionale dagblade (f.eks. Fyens Stiftstidende, Jyske Vestkysten, Nordjyske Stiftstidende osv.)						
Lokale dagblade (f.eks. Horsens Folkeblad, Lokalavisen Vejle osv.)						
Formiddags- og gratisaviser (f.eks. Ekstra Bladet, BT, Metroxpress osv.)						
Ugeaviser:						
Gratis ugeavis, der husstandsomdeles i dit lokalområde						
Radio:						
DR's radiokanaler, Radio24syv						
Andre radiostationer (f.eks. The Voice, Nova FM og lign.)						
Digitale nyhedskilder:						
E-mails, SMS og nyhedsapps fra TV-						

stationer, webaviser og e-nyheder						
Nyhedsmedier, der udelukkende findes på internettet (f.eks. denkorteavis.dk, dagens.dk; Zetland)						
Ugeblade:						
Ugeblade (f.eks. Se & Hør, Hjemmet, Ude og Hjemme, Her & Nu)						
Sociale medier:						
Politikere på sociale medier						
Medier på sociale medier						

4. AKTIVITETER

Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?

(Randomiser svarmuligheder)

Skala: 1= Aldrig, 2= Sjældnere end halvårligt, 3= En gang hvert halve år, 4= 3 eller 4 gange om året, 5= Ca. en gang om måneden, 6= Ca. en gang om ugen, 7= Næsten dagligt, 8= Flere gange dagligt

1. Går på museum
2. Går i teater/til koncert
3. Deltager i politiske møder
4. Skriver læserbreve, kommenterer nyheder eller debatterer samfundsaktuelle sager
5. Går til bestyrelsesmøde i forening, børnehave, skole eller lign.
6. Deltager i demonstration for en politisk sag
7. Dyrker sport i en halv time eller mere

5. SOCIAL MEDIA

Hvilke af nedenstående sociale medier har du en profil på?

(Randomiser svarmuligheder)

1. Facebook
2. Snapchat
3. Twitter
4. Instagram
5. LinkedIn
6. Google+
7. Andre
99. Har ikke en profil på et socialt medie

6. SOCIAL MEDIA AKTIVITETER

Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?

Både fra computer og/eller via smartphone/tablet.

(Randomiser svarmuligheder)

Skala: 1= Aldrig, 2= Sjældnere end halvårligt, 3= En gang hvert halve år, 4= 3 eller 4 gange om året, 5= Ca. en gang om måneden, 6= Ca. en gang om ugen, 7= Næsten dagligt, 8= Flere gange dagligt

1. Læser eller ser blogindlæg
2. Skriver blogindlæg
3. Læser eller ser statusopdateringer på sociale medier (f.eks. Facebook, LinkedIn, Twitter)
4. Lægger video, musik eller tekst ud på sociale medier, så andre kan se det

2. HOLDNINGER

7. HOLDNINGER

I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?

Du bedes besvare spørgsmålene på en skala fra 1 til 5, hvor 1 er 'Helt uenig' og 5 er 'Helt enig'. Har du ikke nogen holdning bedes du svare 'Ved ikke'.

(Randomiser svarmuligheder)

1. Jeg føler mig velorienteret ved at få daglige nyhedsmails/opdateringer på internettet
2. Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. danske politiske forhold
3. Jeg vil nødtigt undvære den daglige avis
4. Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker i min kommune
5. Jeg kan ikke undvære de daglige nyheder på en eller flere TV-kanaler
6. Jeg bruger mindst 1 time på en hverdag til at læse om baggrunden for nyhederne
7. Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. større politiske begivenheder i udlandet
8. Man kan slet ikke følge med i alt, hvad der sker i verden
9. Jeg kan ikke få nok af korte nyheder
10. Jeg vil gerne betale for godt nyhedsstof på internettet
11. Nyheder i aviser og på TV er mere troværdige end på internettet
12. Jeg føler mig velorienteret ved løbende at høre nyheder i radioen
13. Korte nyhedsopdateringer på internettet/mobilen er rigeligt for mig
14. Jeg foretrækker at bruge en søgemaskine til at finde mere baggrundsstof om nyheder
15. Jeg foretrækker at gå i dybden med udvalgte nyhedsemner med særlig interesse for mig
16. Det er vigtigt for mig at være bredt orienteret om nyheder og samfundsaktuelt stof
17. Jeg opsøger ikke aktivt nyhedsstof i min hverdag
18. At se nyheder på TV er mest af alt tidsfordriv
19. Det er vigtigt at få nyheder for at kunne følge med i samfundsdebatten

8. PRIORITERING AF NYHEDSMEDIA

Hvad er det vigtigste nyhedsmedium for dig?

(Randomiser svarmuligheder)

1. TV
2. Dagblade
3. Ugeaviser
4. Radio
5. Digitale nyhedskilder
6. Ugeblade
7. Sociale medier
8. Andet
99. Ved ikke

3. BAGGRUND

9. FAR_ERHVERV

Hvad var din far, da du var 14 år/teenager?

1. Arbejder, ufaglært (ej spec.)
2. Arbejder, ufaglært (spec. arb.)
3. Arbejder, faglært
4. Funkt./tjen.mand, lavere
5. Funkt./tjen.mand, højere
6. Selvst. landbrug
7. Selvst. detail/håndværk
8. Selvst. i øvrigt
9. Ude af erhverv (pensionist/efterlønsmodtager og lign.)
10. Gift uden selverhverv
11. Medhjælpende ægtefælle
12. Arbejdsløs
99. Ved ikke/husker ikke

10. MOR_ERHVERV

Hvad var din mor, da du var 14 år/teenager?

1. Arbejder, ufaglært (ej spec.)
2. Arbejder, ufaglært (spec. arb.)
3. Arbejder, faglært
4. Funkt./tjen.mand, lavere
5. Funkt./tjen.mand, højere
6. Selvst. landbrug
7. Selvst. detail/håndværk
8. Selvst. i øvrigt
9. Ude af erhverv (pensionist/efterlønsmodtager og lign.)
10. Gift uden selverhverv
11. Medhjælpende ægtefælle
12. Arbejdsløs
99. Ved ikke/husker ikke

11. SAMTALE_MIDDAGSBORD

Hvad synes du passer bedst på din opvækst/familie mht. samtaler/snak ved middagsbordet en typisk dag?

(Randomiser svarmuligheder)

1. Vi snakkede om løst og fast fra hverdagen
2. Der blev snakket aktuelle emner/politik
3. Vi snakkede ikke så meget sammen ved middagsbordet
4. Sjældent vi spiste sammen
99. Ingen af disse/ved ikke

12. OPVÆKST_UDSAGN

Tænk på den husstand, du vil betegne som din opvækstfamilie.

Du skal sige, om den pågældende udsagn passer eller ikke passer. Du kan også svare 'Ved ikke'.

(Randomiser svarmuligheder)

1. Vi havde abonnement på en avis
2. Der blev ofte købt en avis
3. Der blev dagligt set TV-nyheder/avisen
4. En af mine forældre var politisk aktiv
5. Det var vigtigt for mine forældre at stemme til valgene

4. KOMPETENCER

I det følgende stilles en række spørgsmål om din viden og interesse i samfundsaktuelle forhold. Du skal give dit umiddelbare svar ud fra din hukommelse. Brug ikke lang tid til at svare – det er det svar, der først falder dig ind, som vi ønsker.

Hvis du ikke kan svare på spørgsmålet eller ikke kan huske det, vælger du 'Ved ikke' og går videre til næste spørgsmål. Det er vigtigt for undersøgelsen at du angiver 'Ved ikke', hvis du ikke kender svaret på spørgsmålet.

(Randomiser svarmuligheder)

13. K_UDSAGN_1

Hvordan er Danmark placeret på listen over lande med mindst økonomisk forskel på rig og fattig i OECD?

1. Som nummer 1
2. Som nummer 2
3. Som nummer 4
4. Som nummer 7
99. Ved ikke

14. K_UDSAGN_2

Hvilket område i de offentlige udgifter var det største i 2015?

1. Sundhedsvæsenet
2. Undervisning
3. Løn til offentligt ansatte
4. Sociale ydelser
99. Ved ikke

15. K_UDSAGN_3

Hvem er Danmarks kulturminister?

1. Inger Støjberg
2. Kristian Jensen
3. Søren Pind
4. Bertel Haarder
99. Ved ikke

16. K_UDSAGN_4

Hvor mange regioner er der i Danmark?

1. 5
2. 7
3. 9
4. 11
99. Ved ikke

17. K_UDSAGN_5

Hvad er "den danske model"?

1. At arbejdsgiverforeninger og fagforeninger i Danmark selv aftaler arbejdsmarkedsoverenskomster
2. At Færøerne og Grønland hver har to mandater i Folketinget
3. At danske virksomheder i høj grad bygger på andelstanken
4. At Forbrugerombudsmanden er en offentlig myndighed, der er helt uafhængig af regeringsindflydelse
99. Ved ikke

18. K_UDSAGN_6

Hvem eller hvad afgør, hvornår der udskrives kommunalvalg?

1. Borgmesteren
2. Et flertal i byrådet uden om borgmesteren
3. Valget afholdes altid samtidig med valget til EU-parlamentet
4. Valget følger faste intervaller i valgloven
99. Ved ikke

19. K_UDSAGN_7

Carl Holst blev i efteråret 2015 nødt til at gå af som forsvarsminister. Hvorfor?

1. Beskyldninger om kontakt til en rockergruppe
2. Læk af private oplysninger om skatteforhold
3. Brug af en ansat i Region Syddanmark til hjælp til sin valgkamp til Folketinget
4. Rod i processen om køb af nye kampfly til Forsvaret
99. Ved ikke

20. K_UDSAGN_8

Hvad er finansloven?

1. Loven om hvordan Finansministeriet skal organiseres
2. Loven om statens budget
3. Loven der fastlægger skatteprocenternes størrelse
4. Loven om finansiering af Nationalbankens virke
99. Ved ikke

21. K_UDSAGN_9

Hvor mange lande er medlem af EU?

1. 19
2. 24
3. 28
4. 35
99. Ved ikke

22. K_UDSAGN_10

Hvem kan klage over artikler eller indslag i pressen?

1. Alle, er har interesse og viden om sagen
2. Alle, der er fyldt 18 år
3. Alle, der kan bevise at fakta eller oplysninger er forkerte
4. Alle, der direkte eller indirekte er omtalt i historien
99. Ved ikke

23. K_UDSAGN_11

Hvilken blok inden for dansk politik hører Det Radikale Venstre til?

1. Blå blok
2. Rød blok
99. Ved ikke

24. K_UDSAGN_12

Hvad hedder EU's præsident?

1. Margrethe Vestager
2. Angela Merkel
3. Donald Tusk
4. Jean Claude Juncker
99. Ved ikke

5. BESTAND

25. ABONNEMENT

Er der i husstanden betalte indholdsabonnemeter, f.eks. på dagblade (papiraviser), TV/film-pakker eller e-nyheder?

De kan være betalt af husstanden selv eller betalt af andre f.eks. en arbejdsgiver.

(Randomiser svarmuligheder)

1. Film og TV-serie abonnement på internettet (f.eks. Netflix, HBO Nordic, Viaplay, TV2 Play, C-More, e.lign.)
2. Avisabonnement – papiravis leveret på adressen (f.eks. Jyllands-Posten, Politiken, Berlingske, Nordjyske Stiftstidende, Fyns Stiftstidende e.lign)
3. Abonnement på e-nyheder på Internettet (f.eks. Berlingske, Jyllands-Posten, Politiken, BT, Ekstrabladet eller lign.)
4. TV-pakker fra kabel-tv/satellit/parabol (f.eks. YouSee, Stofa, TDC, Viasat, Canal Digital, Boxer TV eller lign.)
5. Har ingen betalte nyheds- eller TV-abonnemeter
99. Ved ikke

26. ENHEDER

Er der i husstanden nogle af nedenstående typer elektroniske enheder?

(Randomiser svarmuligheder)

1. Bærbar computer
2. Stationær computer/PC
3. AppleTV
4. Spillekonsol (f.eks. Nintendo Wii / Xbox 360 / Xbox One / PlayStation)
5. Smartphone (en telefon, der bl.a. kan gå på internettet)
6. Tablet (f.eks. Samsung Galaxy eller iPad)
7. HD TV
8. Smart TV (TV med internetforbindelse)
9. Billedrørs-TV
10. Google Chromecast
11. Digitalradio, internetradio eller DAB-radio
12. Har ingen af disse
99. Ved ikke

6. DEMOGRAFI

Køn

Alder

Geografi

Husstandsindkomst

Personlig indkomst

Antal personer i husstand

Uddannelse

Erhverv

Antal hjemmeboende børn inkl. alder

Boligtype (lejer, andel, ejer)

Appendiks 3

Tabeller

Tabel 1 Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser korte nyhedsfeeds på sociale medier						
Aldrig	951	25,5%	639	16,9%	1590	21,2%
Sjældnere end halvårligt	252	6,8%	207	5,5%	459	6,1%
En gang hvert halve år	105	2,8%	90	2,4%	195	2,6%
3 eller 4 gange om året	169	4,5%	139	3,7%	308	4,1%
Ca. en gang om måneden	302	8,1%	292	7,7%	595	7,9%
Ca. en gang om ugen	609	16,3%	628	16,6%	1237	16,5%
Næsten dagligt	929	24,9%	1186	31,3%	2115	28,1%
Flere gange dagligt	408	11,0%	607	16,0%	1015	13,5%
Er på sociale medier						
Aldrig	733	19,7%	482	12,7%	1215	16,2%
Sjældnere end halvårligt	130	3,5%	68	1,8%	198	2,6%
En gang hvert halve år	86	2,3%	48	1,3%	134	1,8%
3 eller 4 gange om året	101	2,7%	66	1,7%	166	2,2%
Ca. en gang om måneden	209	5,6%	116	3,1%	325	4,3%
Ca. en gang om ugen	402	10,8%	244	6,4%	646	8,6%
Næsten dagligt	1019	27,4%	896	23,6%	1915	25,5%
Flere gange dagligt	1044	28,0%	1870	49,4%	2914	38,8%
Søger på Google efter baggrundsviden for nyheder						
Aldrig	410	11,0%	412	10,9%	822	10,9%
Sjældnere end halvårligt	242	6,5%	287	7,6%	529	7,0%
En gang hvert halve år	144	3,9%	170	4,5%	313	4,2%
3 eller 4 gange om året	218	5,9%	277	7,3%	495	6,6%
Ca. en gang om måneden	512	13,7%	598	15,8%	1110	14,8%
Ca. en gang om ugen	943	25,3%	880	23,2%	1824	24,3%
Næsten dagligt	933	25,1%	844	22,3%	1777	23,7%
Flere gange dagligt	322	8,6%	322	8,5%	644	8,6%

Tabel 1	Mand		Kvinde		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Ser nyhedsudsendelse i fjernsynet (helt/delvist)						
Aldrig	201	5,4%	196	5,2%	398	5,3%
Sjældnere end halvårligt	116	3,1%	130	3,4%	245	3,3%
En gang hvert halve år	83	2,2%	85	2,3%	168	2,2%
3 eller 4 gange om året	126	3,4%	138	3,7%	264	3,5%
Ca. en gang om måneden	231	6,2%	319	8,4%	550	7,3%
Ca. en gang om ugen	480	12,9%	524	13,8%	1004	13,4%
Næsten dagligt	1574	42,2%	1533	40,5%	3107	41,3%
Flere gange dagligt	914	24,5%	863	22,8%	1777	23,7%
Ser en dokumentarudsendelse/reportage i fjernsynet						
Aldrig	249	6,7%	182	4,8%	432	5,7%
Sjældnere end halvårligt	170	4,6%	162	4,3%	333	4,4%
En gang hvert halve år	124	3,3%	163	4,3%	288	3,8%
3 eller 4 gange om året	255	6,8%	317	8,4%	572	7,6%
Ca. en gang om måneden	658	17,7%	793	20,9%	1451	19,3%
Ca. en gang om ugen	1417	38,0%	1464	38,6%	2881	38,3%
Næsten dagligt	737	19,8%	607	16,0%	1345	17,9%
Flere gange dagligt	113	3,0%	99	2,6%	212	2,8%
Læser en lokal ugeavis (gratis omdelt)						
Aldrig	450	12,1%	498	13,1%	947	12,6%
Sjældnere end halvårligt	242	6,5%	252	6,7%	495	6,6%
En gang hvert halve år	136	3,6%	153	4,0%	289	3,8%
3 eller 4 gange om året	187	5,0%	211	5,6%	398	5,3%
Ca. en gang om måneden	421	11,3%	495	13,1%	916	12,2%
Ca. en gang om ugen	1859	49,9%	1816	47,9%	3675	48,9%
Næsten dagligt	336	9,0%	274	7,2%	610	8,1%
Flere gange dagligt	94	2,5%	90	2,4%	184	2,4%

Tabel 1 Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser nyhedsartikel i en udenlandsk publikation/avis						
Aldrig	1504	40,4%	1911	50,4%	3415	45,4%
Sjældnere end halvårligt	563	15,1%	599	15,8%	1162	15,5%
En gang hvert halve år	219	5,9%	223	5,9%	442	5,9%
3 eller 4 gange om året	282	7,6%	249	6,6%	531	7,1%
Ca. en gang om måneden	385	10,3%	305	8,1%	690	9,2%
Ca. en gang om ugen	398	10,7%	273	7,2%	671	8,9%
Næsten dagligt	275	7,4%	162	4,3%	437	5,8%
Flere gange dagligt	98	2,6%	66	1,8%	165	2,2%
Modtager og ser nyhedsbeskeder på min mobiltelefon/smartphone						
Aldrig	1390	37,3%	1535	40,5%	2925	38,9%
Sjældnere end halvårligt	241	6,5%	257	6,8%	498	6,6%
En gang hvert halve år	106	2,9%	96	2,5%	202	2,7%
3 eller 4 gange om året	140	3,8%	135	3,6%	276	3,7%
Ca. en gang om måneden	279	7,5%	250	6,6%	529	7,0%
Ca. en gang om ugen	395	10,6%	375	9,9%	770	10,2%
Næsten dagligt	725	19,5%	660	17,4%	1385	18,4%
Flere gange dagligt	448	12,0%	480	12,7%	929	12,4%
Læser blogs om nyheder og samfundsstof						
Aldrig	1334	35,8%	1421	37,5%	2755	36,7%
Sjældnere end halvårligt	429	11,5%	499	13,2%	927	12,3%
En gang hvert halve år	186	5,0%	198	5,2%	384	5,1%
3 eller 4 gange om året	275	7,4%	289	7,6%	565	7,5%
Ca. en gang om måneden	462	12,4%	446	11,8%	908	12,1%
Ca. en gang om ugen	481	12,9%	483	12,8%	964	12,8%
Næsten dagligt	433	11,6%	340	9,0%	774	10,3%
Flere gange dagligt	125	3,4%	112	2,9%	237	3,2%

Tabel 1	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser korte nyhedsfeeds på sociale medier														
Aldrig	171	9,8%	162	15,0%	265	20,7%	315	25,9%	346	31,6%	331	30,2%	1590	21,2%
Sjældnere end halvårligt	129	7,4%	53	4,9%	71	5,6%	81	6,7%	56	5,2%	68	6,2%	459	6,1%
En gang hvert halve år	77	4,4%	36	3,3%	22	1,7%	22	1,8%	25	2,3%	13	1,2%	195	2,6%
3 eller 4 gange om året	104	6,0%	55	5,1%	42	3,3%	52	4,3%	25	2,3%	29	2,7%	308	4,1%
Ca. en gang om måneden	159	9,1%	102	9,4%	111	8,7%	86	7,1%	71	6,5%	66	6,0%	595	7,9%
Ca. en gang om ugen	347	19,8%	208	19,3%	203	15,9%	170	14,0%	155	14,2%	154	14,0%	1237	16,5%
Næsten dagligt	484	27,6%	300	27,8%	376	29,4%	342	28,1%	283	25,9%	329	30,0%	2115	28,1%
Flere gange dagligt	280	16,0%	163	15,1%	188	14,7%	147	12,1%	130	11,9%	106	9,7%	1015	13,5%
Er på sociale medier														
Aldrig	114	6,5%	86	8,0%	146	11,5%	238	19,5%	283	25,9%	348	31,7%	1215	16,2%
Sjældnere end halvårligt	62	3,6%	29	2,7%	29	2,2%	29	2,3%	16	1,5%	33	3,0%	198	2,6%
En gang hvert halve år	65	3,7%	25	2,3%	13	1,1%	12	1,0%	8	0,8%	11	1,0%	134	1,8%
3 eller 4 gange om året	73	4,1%	34	3,2%	20	1,6%	17	1,4%	13	1,2%	10	0,9%	166	2,2%
Ca. en gang om måneden	90	5,1%	56	5,2%	50	3,9%	39	3,2%	45	4,1%	46	4,2%	325	4,3%
Ca. en gang om ugen	112	6,4%	126	11,7%	106	8,3%	107	8,8%	110	10,0%	85	7,8%	646	8,6%
Næsten dagligt	299	17,1%	255	23,7%	374	29,3%	372	30,5%	305	27,9%	310	28,3%	1915	25,5%
Flere gange dagligt	937	53,5%	466	43,2%	539	42,2%	405	33,3%	314	28,7%	253	23,1%	2914	38,8%
Søger på Google efter baggrundsviden for nyheder														
Aldrig	208	11,9%	122	11,3%	119	9,3%	135	11,1%	109	9,9%	129	11,8%	822	10,9%
Sjældnere end halvårligt	151	8,6%	65	6,1%	94	7,4%	86	7,1%	66	6,0%	66	6,0%	529	7,0%
En gang hvert halve år	114	6,5%	54	5,0%	57	4,4%	44	3,6%	20	1,8%	24	2,2%	313	4,2%
3 eller 4 gange om året	176	10,0%	84	7,8%	87	6,8%	65	5,4%	45	4,1%	38	3,5%	495	6,6%
Ca. en gang om måneden	300	17,1%	169	15,7%	206	16,1%	149	12,2%	141	12,9%	145	13,3%	1110	14,8%
Ca. en gang om ugen	399	22,8%	271	25,2%	303	23,7%	294	24,2%	269	24,6%	288	26,3%	1824	24,3%
Næsten dagligt	282	16,1%	223	20,7%	298	23,3%	333	27,4%	337	30,8%	304	27,7%	1777	23,7%
Flere gange dagligt	122	7,0%	89	8,2%	114	8,9%	110	9,0%	108	9,8%	101	9,2%	644	8,6%

Tabel 1	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Ser nyhedsudsendelse i fjernsynet (helt/delvist)														
Aldrig	201	11,5%	89	8,3%	51	4,0%	30	2,5%	15	1,4%	12	1,1%	398	5,3%
Sjældnere end halvårligt	135	7,7%	52	4,8%	31	2,5%	12	0,9%	8	0,7%	8	0,7%	245	3,3%
En gang hvert halve år	98	5,6%	38	3,5%	19	1,5%	10	0,8%	1	0,1%	3	0,3%	168	2,2%
3 eller 4 gange om året	147	8,4%	54	5,1%	38	3,0%	11	0,9%	5	0,5%	9	0,8%	264	3,5%
Ca. en gang om måneden	285	16,3%	128	11,9%	79	6,2%	28	2,3%	16	1,5%	15	1,3%	550	7,3%
Ca. en gang om ugen	373	21,3%	235	21,8%	188	14,7%	117	9,6%	53	4,9%	37	3,4%	1004	13,4%
Næsten dagligt	404	23,1%	376	34,9%	650	50,9%	653	53,6%	545	49,8%	479	43,7%	3107	41,3%
Flere gange dagligt	109	6,2%	106	9,8%	221	17,3%	356	29,3%	451	41,3%	534	48,7%	1777	23,7%
Ser en dokumentarudsendelse/reportage i fjernsynet														
Aldrig	180	10,3%	92	8,5%	57	4,5%	39	3,2%	37	3,4%	25	2,3%	432	5,7%
Sjældnere end halvårligt	163	9,3%	60	5,6%	39	3,0%	28	2,3%	21	1,9%	22	2,0%	333	4,4%
En gang hvert halve år	147	8,4%	55	5,1%	33	2,6%	19	1,5%	16	1,5%	19	1,7%	288	3,8%
3 eller 4 gange om året	255	14,6%	101	9,4%	77	6,1%	66	5,4%	38	3,5%	33	3,1%	572	7,6%
Ca. en gang om måneden	405	23,1%	266	24,7%	272	21,3%	206	16,9%	168	15,4%	135	12,3%	1451	19,3%
Ca. en gang om ugen	426	24,3%	360	33,4%	555	43,4%	563	46,2%	482	44,1%	495	45,2%	2881	38,3%
Næsten dagligt	128	7,3%	120	11,2%	219	17,2%	271	22,3%	297	27,1%	309	28,2%	1345	17,9%
Flere gange dagligt	47	2,7%	23	2,2%	25	2,0%	25	2,0%	34	3,1%	58	5,3%	212	2,8%
Læser en hverdagsavis (papir)														
Aldrig	441	25,2%	283	26,2%	245	19,2%	228	18,7%	148	13,5%	119	10,8%	1463	19,5%
Sjældnere end halvårligt	263	15,0%	143	13,2%	168	13,1%	134	11,0%	91	8,3%	53	4,9%	851	11,3%
En gang hvert halve år	133	7,6%	73	6,8%	80	6,3%	55	4,6%	24	2,2%	15	1,4%	381	5,1%
3 eller 4 gange om året	209	11,9%	103	9,5%	109	8,6%	70	5,7%	38	3,4%	28	2,5%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	285	16,3%	158	14,6%	191	14,9%	133	10,9%	80	7,3%	49	4,5%	895	11,9%
Ca. en gang om ugen	227	13,0%	191	17,7%	243	19,0%	255	20,9%	166	15,2%	111	10,1%	1192	15,9%
Næsten dagligt	147	8,4%	113	10,5%	214	16,8%	287	23,6%	363	33,2%	424	38,7%	1549	20,6%
Flere gange dagligt	47	2,7%	16	1,5%	27	2,1%	56	4,6%	184	16,8%	297	27,1%	627	8,3%

Tabel 1	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er på en hjemmeside for en hverdagsvis														
Aldrig	303	17,3%	161	14,9%	189	14,8%	177	14,6%	175	16,0%	249	22,7%	1254	16,7%
Sjældnere end halvårligt	174	9,9%	81	7,5%	95	7,5%	82	6,7%	73	6,7%	77	7,0%	582	7,7%
En gang hvert halve år	115	6,5%	64	5,9%	41	3,2%	38	3,2%	33	3,0%	35	3,2%	326	4,3%
3 eller 4 gange om året	159	9,1%	73	6,7%	64	5,0%	65	5,3%	43	4,0%	36	3,3%	438	5,8%
Ca. en gang om måneden	286	16,4%	128	11,8%	139	10,9%	106	8,7%	95	8,7%	85	7,8%	839	11,2%
Ca. en gang om ugen	314	17,9%	202	18,8%	164	12,9%	169	13,8%	160	14,6%	157	14,3%	1166	15,5%
Næsten dagligt	269	15,4%	237	22,0%	349	27,4%	366	30,0%	334	30,5%	314	28,6%	1869	24,9%
Flere gange dagligt	132	7,6%	133	12,3%	236	18,5%	215	17,7%	181	16,5%	143	13,1%	1040	13,8%
Hører timenyheder på en radiostation														
Aldrig	338	19,3%	168	15,6%	144	11,3%	130	10,6%	109	10,0%	139	12,7%	1027	13,7%
Sjældnere end halvårligt	162	9,3%	73	6,7%	59	4,6%	56	4,6%	36	3,3%	42	3,8%	427	5,7%
En gang hvert halve år	108	6,2%	46	4,3%	21	1,6%	21	1,8%	7	0,6%	14	1,3%	217	2,9%
3 eller 4 gange om året	152	8,7%	59	5,5%	44	3,4%	23	1,9%	19	1,7%	24	2,2%	321	4,3%
Ca. en gang om måneden	259	14,8%	116	10,7%	100	7,9%	67	5,5%	51	4,6%	41	3,7%	633	8,4%
Ca. en gang om ugen	317	18,1%	216	20,0%	189	14,8%	150	12,4%	110	10,1%	98	9,0%	1081	14,4%
Næsten dagligt	300	17,2%	289	26,8%	448	35,1%	433	35,6%	348	31,8%	349	31,8%	2168	28,8%
Flere gange dagligt	114	6,5%	113	10,4%	272	21,3%	337	27,7%	414	37,9%	389	35,5%	1639	21,8%
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne vedrørende danske forhold														
Aldrig	274	15,6%	166	15,4%	166	13,0%	123	10,1%	88	8,0%	75	6,9%	892	11,9%
Sjældnere end halvårligt	181	10,3%	99	9,2%	102	8,0%	89	7,3%	44	4,0%	51	4,6%	566	7,5%
En gang hvert halve år	122	7,0%	66	6,1%	59	4,6%	40	3,3%	34	3,1%	19	1,7%	340	4,5%
3 eller 4 gange om året	204	11,6%	91	8,5%	102	8,0%	74	6,1%	49	4,4%	37	3,3%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	355	20,2%	195	18,1%	215	16,9%	192	15,8%	131	12,0%	115	10,5%	1203	16,0%
Ca. en gang om ugen	338	19,3%	261	24,2%	342	26,8%	347	28,5%	314	28,7%	279	25,5%	1880	25,0%
Næsten dagligt	216	12,4%	156	14,4%	241	18,9%	287	23,5%	368	33,7%	430	39,2%	1698	22,6%
Flere gange dagligt	62	3,5%	44	4,1%	49	3,8%	66	5,4%	66	6,0%	91	8,3%	379	5,0%

Tabel 1	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne om forhold i andre lande														
Aldrig	281	16,0%	201	18,7%	209	16,3%	169	13,9%	125	11,4%	100	9,1%	1085	14,4%
Sjældnere end halvårligt	211	12,1%	105	9,7%	148	11,6%	123	10,1%	71	6,5%	56	5,1%	715	9,5%
En gang hvert halve år	123	7,0%	83	7,7%	68	5,3%	57	4,7%	48	4,4%	29	2,7%	408	5,4%
3 eller 4 gange om året	202	11,6%	86	7,9%	110	8,6%	95	7,8%	54	4,9%	57	5,2%	604	8,0%
Ca. en gang om måneden	365	20,8%	194	18,0%	244	19,1%	190	15,6%	165	15,0%	141	12,9%	1299	17,3%
Ca. en gang om ugen	337	19,2%	246	22,8%	287	22,5%	326	26,8%	315	28,8%	279	25,5%	1791	23,8%
Næsten dagligt	175	10,0%	129	12,0%	170	13,3%	222	18,3%	268	24,6%	368	33,6%	1333	17,7%
Flere gange dagligt	57	3,3%	33	3,1%	41	3,2%	35	2,9%	47	4,3%	65	6,0%	280	3,7%
Læser en lokal ugeavis (gratis omdelt)														
Aldrig	422	24,1%	213	19,8%	138	10,8%	96	7,9%	51	4,6%	28	2,5%	947	12,6%
Sjældnere end halvårligt	229	13,1%	98	9,1%	78	6,1%	50	4,1%	28	2,6%	13	1,1%	495	6,6%
En gang hvert halve år	152	8,7%	64	6,0%	32	2,5%	23	1,9%	12	1,1%	5	0,5%	289	3,8%
3 eller 4 gange om året	183	10,5%	84	7,8%	58	4,5%	38	3,1%	16	1,4%	19	1,8%	398	5,3%
Ca. en gang om måneden	313	17,9%	177	16,4%	169	13,2%	141	11,6%	71	6,5%	44	4,0%	916	12,2%
Ca. en gang om ugen	302	17,2%	346	32,1%	712	55,7%	757	62,1%	781	71,4%	778	71,0%	3675	48,9%
Næsten dagligt	93	5,3%	82	7,6%	78	6,1%	91	7,5%	109	10,0%	156	14,3%	610	8,1%
Flere gange dagligt	58	3,3%	14	1,3%	13	1,0%	22	1,8%	25	2,3%	53	4,8%	184	2,4%
Læser nyhedsartikel i en udenlandsk publikation/avis														
Aldrig	558	31,9%	415	38,5%	593	46,4%	657	54,0%	566	51,8%	626	57,1%	3415	45,4%
Sjældnere end halvårligt	285	16,3%	148	13,7%	196	15,4%	190	15,6%	183	16,7%	161	14,6%	1162	15,5%
En gang hvert halve år	137	7,8%	80	7,4%	71	5,6%	58	4,8%	48	4,4%	47	4,3%	442	5,9%
3 eller 4 gange om året	165	9,4%	85	7,9%	86	6,7%	73	6,0%	63	5,8%	59	5,4%	531	7,1%
Ca. en gang om måneden	225	12,9%	119	11,0%	110	8,6%	85	7,0%	87	8,0%	64	5,8%	690	9,2%
Ca. en gang om ugen	210	12,0%	125	11,6%	119	9,3%	86	7,0%	74	6,8%	57	5,2%	671	8,9%
Næsten dagligt	122	7,0%	83	7,7%	73	5,7%	46	3,8%	59	5,4%	54	4,9%	437	5,8%
Flere gange dagligt	49	2,8%	23	2,1%	29	2,2%	23	1,9%	12	1,1%	28	2,6%	165	2,2%

Tabel 1	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Modtager og ser nyhedsbeskeder på min mobiltelefon/smartphone														
Aldrig	551	31,4%	356	33,0%	458	35,9%	513	42,1%	482	44,1%	565	51,6%	2925	38,9%
Sjældnere end halvårligt	160	9,1%	76	7,0%	101	7,9%	61	5,0%	51	4,7%	50	4,6%	498	6,6%
En gang hvert halve år	106	6,0%	34	3,1%	21	1,6%	25	2,0%	9	0,8%	9	0,8%	202	2,7%
3 eller 4 gange om året	118	6,7%	45	4,2%	46	3,6%	29	2,3%	22	2,0%	16	1,5%	276	3,7%
Ca. en gang om måneden	168	9,6%	105	9,7%	82	6,4%	68	5,6%	57	5,2%	49	4,5%	529	7,0%
Ca. en gang om ugen	226	12,9%	140	13,0%	138	10,8%	95	7,8%	99	9,1%	72	6,6%	770	10,2%
Næsten dagligt	264	15,0%	200	18,6%	256	20,0%	249	20,5%	211	19,3%	205	18,7%	1385	18,4%
Flere gange dagligt	160	9,1%	123	11,4%	175	13,7%	179	14,7%	162	14,8%	129	11,8%	929	12,4%
Læser blogs om nyheder og samfundsstof														
Aldrig	449	25,6%	344	31,9%	480	37,6%	525	43,1%	482	44,1%	475	43,3%	2755	36,7%
Sjældnere end halvårligt	234	13,3%	131	12,2%	168	13,1%	162	13,3%	123	11,2%	110	10,0%	927	12,3%
En gang hvert halve år	119	6,8%	76	7,1%	65	5,1%	60	4,9%	36	3,3%	27	2,5%	384	5,1%
3 eller 4 gange om året	189	10,8%	100	9,3%	107	8,4%	78	6,4%	46	4,2%	45	4,1%	565	7,5%
Ca. en gang om måneden	298	17,0%	143	13,3%	174	13,7%	118	9,7%	92	8,4%	83	7,6%	908	12,1%
Ca. en gang om ugen	228	13,0%	152	14,1%	145	11,4%	140	11,5%	146	13,3%	153	14,0%	964	12,8%
Næsten dagligt	176	10,0%	100	9,2%	109	8,5%	104	8,6%	132	12,1%	153	14,0%	774	10,3%
Flere gange dagligt	60	3,4%	32	2,9%	29	2,3%	30	2,5%	36	3,3%	50	4,5%	237	3,2%

Tabel 1	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser korte nyhedsfeeds på sociale medier												
Aldrig	508	23%	286	23%	314	20%	325	20%	157	19%	1590	21%
Sjældnere end halvårligt	137	6%	104	8%	98	6%	86	5%	35	4%	459	6%
En gang hvert halve år	55	2%	23	2%	37	2%	50	3%	31	4%	195	3%
3 eller 4 gange om året	88	4%	41	3%	56	4%	80	5%	44	5%	308	4%
Ca. en gang om måneden	164	7%	79	6%	122	8%	142	9%	88	11%	595	8%
Ca. en gang om ugen	351	16%	195	16%	254	16%	274	17%	164	20%	1237	16%
Næsten dagligt	606	27%	348	28%	450	29%	485	29%	227	27%	2115	28%
Flere gange dagligt	317	14%	159	13%	244	16%	214	13%	80	10%	1015	14%
Er på sociale medier												
Aldrig	369	17%	242	20%	231	15%	254	15%	119	14%	1215	16%
Sjældnere end halvårligt	51	2%	49	4%	45	3%	37	2%	15	2%	198	3%
En gang hvert halve år	47	2%	19	2%	24	2%	22	1%	22	3%	134	2%
3 eller 4 gange om året	42	2%	18	1%	37	2%	28	2%	40	5%	166	2%
Ca. en gang om måneden	105	5%	43	4%	67	4%	61	4%	48	6%	325	4%
Ca. en gang om ugen	211	9%	90	7%	143	9%	117	7%	86	10%	646	9%
Næsten dagligt	571	26%	337	27%	370	23%	433	26%	204	25%	1915	25%
Flere gange dagligt	829	37%	436	35%	656	42%	703	42%	290	35%	2914	39%
Søger på Google efter baggrundsviden for nyheder												
Aldrig	247	11%	146	12%	166	11%	174	11%	89	11%	822	11%
Sjældnere end halvårligt	133	6%	106	9%	132	8%	107	6%	50	6%	529	7%
En gang hvert halve år	88	4%	36	3%	70	4%	81	5%	38	5%	313	4%
3 eller 4 gange om året	140	6%	72	6%	103	7%	110	7%	69	8%	495	7%
Ca. en gang om måneden	286	13%	182	15%	246	16%	271	16%	125	15%	1110	15%
Ca. en gang om ugen	526	24%	304	25%	373	24%	403	24%	218	26%	1824	24%
Næsten dagligt	588	26%	280	23%	358	23%	375	23%	177	21%	1777	24%
Flere gange dagligt	217	10%	108	9%	126	8%	134	8%	58	7%	644	9%

Tabel 1	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Ser nyhedsudsendelse i fjernsynet (helt/delvist)												
Aldrig	115	5%	71	6%	83	5%	94	6%	36	4%	398	5%
Sjældnere end halvårligt	54	2%	54	4%	48	3%	64	4%	26	3%	245	3%
En gang hvert halve år	46	2%	21	2%	38	2%	40	2%	23	3%	168	2%
3 eller 4 gange om året	63	3%	32	3%	54	3%	69	4%	47	6%	264	4%
Ca. en gang om måneden	150	7%	74	6%	110	7%	127	8%	90	11%	550	7%
Ca. en gang om ugen	270	12%	159	13%	221	14%	242	15%	112	14%	1004	13%
Næsten dagligt	931	42%	511	41%	679	43%	654	40%	331	40%	3107	41%
Flere gange dagligt	596	27%	312	25%	342	22%	366	22%	161	20%	1777	24%
Ser en dokumentarudsendelse/reportage i fjernsynet												
Aldrig	128	6%	82	7%	76	5%	103	6%	43	5%	432	6%
Sjældnere end halvårligt	76	3%	79	6%	75	5%	80	5%	22	3%	333	4%
En gang hvert halve år	83	4%	38	3%	59	4%	68	4%	40	5%	288	4%
3 eller 4 gange om året	169	8%	78	6%	122	8%	137	8%	66	8%	572	8%
Ca. en gang om måneden	397	18%	223	18%	304	19%	349	21%	178	22%	1451	19%
Ca. en gang om ugen	853	38%	482	39%	618	39%	620	37%	309	37%	2881	38%
Næsten dagligt	442	20%	212	17%	278	18%	259	16%	153	19%	1345	18%
Flere gange dagligt	78	3%	40	3%	44	3%	38	2%	13	2%	212	3%
Læser en hverdagsavis (papir)												
Aldrig	410	18%	240	19%	310	20%	330	20%	173	21%	1463	19%
Sjældnere end halvårligt	207	9%	182	15%	173	11%	210	13%	79	10%	851	11%
En gang hvert halve år	114	5%	51	4%	84	5%	91	6%	40	5%	381	5%
3 eller 4 gange om året	151	7%	79	6%	125	8%	134	8%	67	8%	556	7%
Ca. en gang om måneden	262	12%	131	11%	194	12%	190	11%	118	14%	895	12%
Ca. en gang om ugen	357	16%	205	17%	220	14%	261	16%	150	18%	1192	16%
Næsten dagligt	489	22%	255	21%	339	22%	331	20%	135	16%	1549	21%
Flere gange dagligt	236	11%	91	7%	130	8%	108	7%	62	8%	627	8%

Tabel 1	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er på en hjemmeside for en hverdagsvis												
Aldrig	319	14%	241	20%	270	17%	297	18%	128	15%	1254	17%
Sjældnere end halvårligt	145	7%	116	9%	138	9%	129	8%	54	7%	582	8%
En gang hvert halve år	92	4%	42	3%	65	4%	79	5%	48	6%	326	4%
3 eller 4 gange om året	120	5%	65	5%	90	6%	100	6%	63	8%	438	6%
Ca. en gang om måneden	245	11%	126	10%	178	11%	190	11%	100	12%	839	11%
Ca. en gang om ugen	346	16%	182	15%	254	16%	241	15%	142	17%	1166	16%
Næsten dagligt	584	26%	305	25%	385	24%	403	24%	192	23%	1869	25%
Flere gange dagligt	375	17%	157	13%	194	12%	216	13%	98	12%	1040	14%
Hører timenyheder på en radiostation												
Aldrig	336	15%	169	14%	195	12%	217	13%	110	13%	1027	14%
Sjældnere end halvårligt	137	6%	74	6%	88	6%	89	5%	39	5%	427	6%
En gang hvert halve år	60	3%	28	2%	47	3%	47	3%	35	4%	217	3%
3 eller 4 gange om året	102	5%	48	4%	68	4%	56	3%	48	6%	321	4%
Ca. en gang om måneden	175	8%	83	7%	137	9%	152	9%	85	10%	633	8%
Ca. en gang om ugen	321	14%	150	12%	240	15%	238	14%	131	16%	1081	14%
Næsten dagligt	623	28%	383	31%	455	29%	484	29%	223	27%	2168	29%
Flere gange dagligt	472	21%	298	24%	344	22%	373	23%	153	19%	1639	22%
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne vedrørende danske forhold												
Aldrig	231	10%	156	13%	200	13%	220	13%	85	10%	892	12%
Sjældnere end halvårligt	140	6%	120	10%	122	8%	134	8%	50	6%	566	8%
En gang hvert halve år	90	4%	40	3%	80	5%	81	5%	49	6%	340	5%
3 eller 4 gange om året	148	7%	79	6%	113	7%	127	8%	88	11%	556	7%
Ca. en gang om måneden	311	14%	198	16%	258	16%	286	17%	149	18%	1203	16%
Ca. en gang om ugen	582	26%	307	25%	393	25%	396	24%	202	25%	1880	25%
Næsten dagligt	570	26%	275	22%	339	22%	339	20%	175	21%	1698	23%
Flere gange dagligt	153	7%	59	5%	70	4%	72	4%	26	3%	379	5%

Tabel 1	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne om forhold i andre lande												
Aldrig	290	13%	209	17%	230	15%	244	15%	113	14%	1085	14%
Sjældnere end halvårligt	162	7%	138	11%	177	11%	170	10%	68	8%	715	10%
En gang hvert halve år	102	5%	57	5%	85	5%	112	7%	51	6%	408	5%
3 eller 4 gange om året	147	7%	99	8%	132	8%	137	8%	89	11%	604	8%
Ca. en gang om måneden	354	16%	213	17%	280	18%	306	19%	145	18%	1299	17%
Ca. en gang om ugen	595	27%	281	23%	354	22%	363	22%	198	24%	1791	24%
Næsten dagligt	463	21%	205	17%	260	17%	262	16%	143	17%	1333	18%
Flere gange dagligt	113	5%	31	2%	56	4%	61	4%	19	2%	280	4%
Læser en lokal ugeavis (gratis omdelt)												
Aldrig	279	13%	127	10%	202	13%	233	14%	106	13%	947	13%
Sjældnere end halvårligt	134	6%	102	8%	96	6%	122	7%	41	5%	495	7%
En gang hvert halve år	87	4%	37	3%	61	4%	67	4%	37	4%	289	4%
3 eller 4 gange om året	122	5%	42	3%	94	6%	97	6%	44	5%	398	5%
Ca. en gang om måneden	244	11%	134	11%	189	12%	225	14%	123	15%	916	12%
Ca. en gang om ugen	1090	49%	629	51%	772	49%	786	47%	399	48%	3675	49%
Næsten dagligt	195	9%	132	11%	123	8%	97	6%	63	8%	610	8%
Flere gange dagligt	74	3%	32	3%	37	2%	28	2%	12	1%	184	2%
Læser nyhedsartikel i en udenlandsk publikation/avis												
Aldrig	909	41%	605	49%	728	46%	801	48%	372	45%	3415	45%
Sjældnere end halvårligt	328	15%	227	18%	238	15%	269	16%	100	12%	1162	15%
En gang hvert halve år	130	6%	60	5%	101	6%	98	6%	53	6%	442	6%
3 eller 4 gange om året	172	8%	83	7%	109	7%	113	7%	54	6%	531	7%
Ca. en gang om måneden	222	10%	82	7%	156	10%	145	9%	86	10%	690	9%
Ca. en gang om ugen	226	10%	92	7%	134	9%	118	7%	100	12%	671	9%
Næsten dagligt	171	8%	60	5%	77	5%	78	5%	52	6%	437	6%
Flere gange dagligt	67	3%	25	2%	32	2%	33	2%	8	1%	165	2%

Tabel 1	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Modtager og ser nyhedsbeskeder på min mobiltelefon/smartphone												
Aldrig	903	41%	490	40%	597	38%	650	39%	285	35%	2925	39%
Sjældnere end halvårligt	142	6%	106	9%	101	6%	107	6%	43	5%	498	7%
En gang hvert halve år	72	3%	22	2%	41	3%	44	3%	23	3%	202	3%
3 eller 4 gange om året	88	4%	43	3%	60	4%	52	3%	34	4%	276	4%
Ca. en gang om måneden	109	5%	72	6%	124	8%	130	8%	95	12%	529	7%
Ca. en gang om ugen	205	9%	120	10%	162	10%	167	10%	115	14%	770	10%
Næsten dagligt	404	18%	218	18%	313	20%	300	18%	149	18%	1385	18%
Flere gange dagligt	302	14%	163	13%	176	11%	206	12%	81	10%	929	12%
Læser blogs om nyheder og samfundsstof												
Aldrig	796	36%	491	40%	599	38%	610	37%	258	31%	2755	37%
Sjældnere end halvårligt	275	12%	174	14%	181	11%	215	13%	83	10%	927	12%
En gang hvert halve år	104	5%	59	5%	86	5%	75	5%	60	7%	384	5%
3 eller 4 gange om året	162	7%	79	6%	126	8%	126	8%	72	9%	565	8%
Ca. en gang om måneden	255	11%	125	10%	195	12%	207	13%	127	15%	908	12%
Ca. en gang om ugen	286	13%	159	13%	182	12%	214	13%	123	15%	964	13%
Næsten dagligt	260	12%	119	10%	148	9%	168	10%	79	10%	774	10%
Flere gange dagligt	87	4%	28	2%	58	4%	42	3%	22	3%	237	3%

Tabel 1	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser korte nyhedsfeeds på sociale medier						
Aldrig	792	23,0%	799	19,6%	1590	21,2%
Sjældnere end halvårligt	217	6,3%	242	6,0%	459	6,1%
En gang hvert halve år	75	2,2%	120	3,0%	195	2,6%
3 eller 4 gange om året	128	3,7%	180	4,4%	308	4,1%
Ca. en gang om måneden	245	7,1%	350	8,6%	595	7,9%
Ca. en gang om ugen	559	16,2%	677	16,6%	1237	16,5%
Næsten dagligt	957	27,8%	1158	28,4%	2115	28,1%
Flere gange dagligt	471	13,7%	543	13,4%	1015	13,5%
Er på sociale medier						
Aldrig	611	17,7%	604	14,8%	1215	16,2%
Sjældnere end halvårligt	78	2,3%	120	3,0%	198	2,6%
En gang hvert halve år	60	1,8%	74	1,8%	134	1,8%
3 eller 4 gange om året	61	1,8%	106	2,6%	166	2,2%
Ca. en gang om måneden	147	4,3%	178	4,4%	325	4,3%
Ca. en gang om ugen	310	9,0%	336	8,2%	646	8,6%
Næsten dagligt	915	26,6%	1000	24,6%	1915	25,5%
Flere gange dagligt	1262	36,6%	1652	40,6%	2914	38,8%
Søger på Google efter baggrundsviden for nyheder						
Aldrig	388	11,3%	433	10,6%	822	10,9%
Sjældnere end halvårligt	216	6,3%	313	7,7%	529	7,0%
En gang hvert halve år	123	3,6%	190	4,7%	313	4,2%
3 eller 4 gange om året	213	6,2%	281	6,9%	495	6,6%
Ca. en gang om måneden	471	13,7%	639	15,7%	1110	14,8%
Ca. en gang om ugen	844	24,5%	980	24,1%	1824	24,3%
Næsten dagligt	871	25,3%	906	22,3%	1777	23,7%
Flere gange dagligt	317	9,2%	327	8,0%	644	8,6%

Tabel 1	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Ser nyhedsudsendelse i fjernsynet (helt/delvist)						
Aldrig	186	5,4%	212	5,2%	398	5,3%
Sjældnere end halvårligt	84	2,4%	161	4,0%	245	3,3%
En gang hvert halve år	63	1,8%	106	2,6%	168	2,2%
3 eller 4 gange om året	97	2,8%	167	4,1%	264	3,5%
Ca. en gang om måneden	225	6,5%	326	8,0%	550	7,3%
Ca. en gang om ugen	441	12,8%	563	13,8%	1004	13,4%
Næsten dagligt	1445	42,0%	1662	40,8%	3107	41,3%
Flere gange dagligt	904	26,2%	873	21,5%	1777	23,7%
Ser en dokumentarudsendelse/reportage i fjernsynet						
Aldrig	207	6,0%	225	5,5%	432	5,7%
Sjældnere end halvårligt	129	3,7%	204	5,0%	333	4,4%
En gang hvert halve år	117	3,4%	170	4,2%	288	3,8%
3 eller 4 gange om året	248	7,2%	324	8,0%	572	7,6%
Ca. en gang om måneden	624	18,1%	828	20,3%	1451	19,3%
Ca. en gang om ugen	1347	39,1%	1534	37,7%	2881	38,3%
Næsten dagligt	660	19,2%	685	16,8%	1345	17,9%
Flere gange dagligt	112	3,2%	101	2,5%	212	2,8%
Læser en hverdagsavis (papir)						
Aldrig	647	18,8%	815	20,0%	1463	19,5%
Sjældnere end halvårligt	370	10,7%	481	11,8%	851	11,3%
En gang hvert halve år	153	4,4%	228	5,6%	381	5,1%
3 eller 4 gange om året	232	6,7%	324	8,0%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	403	11,7%	492	12,1%	895	11,9%
Ca. en gang om ugen	565	16,4%	627	15,4%	1192	15,9%
Næsten dagligt	753	21,9%	796	19,6%	1549	20,6%
Flere gange dagligt	322	9,3%	305	7,5%	627	8,3%

Tabel 1	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er på en hjemmeside for en hverdagsvis						
Aldrig	558	16,2%	696	17,1%	1254	16,7%
Sjældnere end halvårligt	239	6,9%	343	8,4%	582	7,7%
En gang hvert halve år	130	3,8%	196	4,8%	326	4,3%
3 eller 4 gange om året	186	5,4%	252	6,2%	438	5,8%
Ca. en gang om måneden	374	10,8%	465	11,4%	839	11,2%
Ca. en gang om ugen	533	15,5%	633	15,5%	1166	15,5%
Næsten dagligt	899	26,1%	970	23,8%	1869	24,9%
Flere gange dagligt	525	15,3%	515	12,7%	1040	13,8%
Hører timenyheder på en radiostation						
Aldrig	504	14,6%	524	12,9%	1027	13,7%
Sjældnere end halvårligt	191	5,5%	236	5,8%	427	5,7%
En gang hvert halve år	79	2,3%	138	3,4%	217	2,9%
3 eller 4 gange om året	147	4,3%	175	4,3%	321	4,3%
Ca. en gang om måneden	263	7,6%	370	9,1%	633	8,4%
Ca. en gang om ugen	484	14,1%	597	14,7%	1081	14,4%
Næsten dagligt	1011	29,4%	1156	28,4%	2168	28,8%
Flere gange dagligt	764	22,2%	875	21,5%	1639	21,8%
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne vedrørende danske forhold						
Aldrig	383	11,1%	509	12,5%	892	11,9%
Sjældnere end halvårligt	236	6,8%	330	8,1%	566	7,5%
En gang hvert halve år	127	3,7%	213	5,2%	340	4,5%
3 eller 4 gange om året	228	6,6%	327	8,0%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	510	14,8%	693	17,0%	1203	16,0%
Ca. en gang om ugen	899	26,1%	981	24,1%	1880	25,0%
Næsten dagligt	854	24,8%	844	20,7%	1698	22,6%
Flere gange dagligt	207	6,0%	172	4,2%	379	5,0%

Tabel 1	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne om forhold i andre lande						
Aldrig	495	14,4%	590	14,5%	1085	14,4%
Sjældnere end halvårligt	277	8,0%	438	10,8%	715	9,5%
En gang hvert halve år	154	4,5%	253	6,2%	408	5,4%
3 eller 4 gange om året	250	7,3%	354	8,7%	604	8,0%
Ca. en gang om måneden	570	16,6%	729	17,9%	1299	17,3%
Ca. en gang om ugen	886	25,7%	904	22,2%	1791	23,8%
Næsten dagligt	675	19,6%	658	16,2%	1333	17,7%
Flere gange dagligt	136	4,0%	143	3,5%	280	3,7%
Læser en lokal ugeavis (gratis omdelt)						
Aldrig	404	11,7%	543	13,4%	947	12,6%
Sjældnere end halvårligt	211	6,1%	283	7,0%	495	6,6%
En gang hvert halve år	122	3,5%	167	4,1%	289	3,8%
3 eller 4 gange om året	162	4,7%	236	5,8%	398	5,3%
Ca. en gang om måneden	384	11,1%	532	13,1%	916	12,2%
Ca. en gang om ugen	1725	50,1%	1950	47,9%	3675	48,9%
Næsten dagligt	336	9,8%	274	6,7%	610	8,1%
Flere gange dagligt	99	2,9%	85	2,1%	184	2,4%
Læser nyhedsartikel i en udenlandsk publikation/avis						
Aldrig	1515	44,0%	1900	46,7%	3415	45,4%
Sjældnere end halvårligt	534	15,5%	628	15,4%	1162	15,5%
En gang hvert halve år	185	5,4%	257	6,3%	442	5,9%
3 eller 4 gange om året	256	7,4%	275	6,8%	531	7,1%
Ca. en gang om måneden	304	8,8%	386	9,5%	690	9,2%
Ca. en gang om ugen	329	9,5%	342	8,4%	671	8,9%
Næsten dagligt	235	6,8%	202	5,0%	437	5,8%
Flere gange dagligt	85	2,5%	80	2,0%	165	2,2%

Tabel 1	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Modtager og ser nyhedsbeskeder på min mobiltelefon/smartphone						
Aldrig	1398	40,6%	1527	37,5%	2925	38,9%
Sjældnere end halvårligt	222	6,5%	276	6,8%	498	6,6%
En gang hvert halve år	89	2,6%	113	2,8%	202	2,7%
3 eller 4 gange om året	129	3,7%	147	3,6%	276	3,7%
Ca. en gang om måneden	183	5,3%	346	8,5%	529	7,0%
Ca. en gang om ugen	336	9,7%	435	10,7%	770	10,2%
Næsten dagligt	626	18,2%	759	18,6%	1385	18,4%
Flere gange dagligt	461	13,4%	468	11,5%	929	12,4%
Læser blogs om nyheder og samfundsstof						
Aldrig	1284	37,3%	1470	36,1%	2755	36,7%
Sjældnere end halvårligt	426	12,4%	501	12,3%	927	12,3%
En gang hvert halve år	159	4,6%	225	5,5%	384	5,1%
3 eller 4 gange om året	245	7,1%	320	7,9%	565	7,5%
Ca. en gang om måneden	381	11,1%	527	13,0%	908	12,1%
Ca. en gang om ugen	449	13,0%	515	12,7%	964	12,8%
Næsten dagligt	392	11,4%	381	9,4%	774	10,3%
Flere gange dagligt	108	3,1%	129	3,2%	237	3,2%

Tabel 1	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Læser korte nyhedsfeeds på sociale medier										
Aldrig	203	22,3%	104	11,9%	453	24,0%	180	18,2%	1590	21,2%
Sjældnere end halvårligt	50	5,5%	70	8,0%	115	6,1%	66	6,7%	459	6,1%
En gang hvert halve år	34	3,8%	31	3,5%	43	2,3%	19	1,9%	195	2,6%
3 eller 4 gange om året	48	5,2%	48	5,6%	56	3,0%	51	5,2%	308	4,1%
Ca. en gang om måneden	59	6,5%	74	8,5%	160	8,5%	95	9,6%	595	7,9%
Ca. en gang om ugen	146	16,1%	155	17,8%	297	15,7%	174	17,6%	1237	16,5%
Næsten dagligt	246	27,0%	265	30,4%	533	28,2%	284	28,7%	2115	28,1%
Flere gange dagligt	123	13,6%	125	14,3%	233	12,3%	119	12,0%	1015	13,5%
Er på sociale medier										
Aldrig	161	17,7%	65	7,4%	364	19,2%	152	15,4%	1215	16,2%
Sjældnere end halvårligt	19	2,1%	36	4,1%	50	2,7%	31	3,1%	198	2,6%
En gang hvert halve år	17	1,8%	31	3,5%	34	1,8%	10	1,0%	134	1,8%
3 eller 4 gange om året	19	2,1%	32	3,7%	39	2,1%	16	1,7%	166	2,2%
Ca. en gang om måneden	32	3,5%	40	4,5%	73	3,8%	40	4,1%	325	4,3%
Ca. en gang om ugen	55	6,1%	55	6,4%	155	8,2%	96	9,7%	646	8,6%
Næsten dagligt	231	25,4%	174	19,9%	500	26,5%	277	28,0%	1915	25,5%
Flere gange dagligt	375	41,3%	440	50,5%	676	35,7%	365	37,0%	2914	38,8%
Søger på Google efter baggrundsviden for nyheder										
Aldrig	157	17,3%	95	10,9%	263	13,9%	93	9,5%	822	10,9%
Sjældnere end halvårligt	70	7,7%	74	8,5%	147	7,8%	80	8,1%	529	7,0%
En gang hvert halve år	43	4,7%	61	7,0%	81	4,3%	40	4,0%	313	4,2%
3 eller 4 gange om året	69	7,6%	77	8,8%	134	7,1%	52	5,3%	495	6,6%
Ca. en gang om måneden	145	16,0%	161	18,5%	263	13,9%	157	15,9%	1110	14,8%
Ca. en gang om ugen	186	20,5%	199	22,8%	446	23,6%	243	24,7%	1824	24,3%
Næsten dagligt	176	19,4%	146	16,8%	419	22,1%	245	24,8%	1777	23,7%
Flere gange dagligt	62	6,8%	58	6,6%	138	7,3%	76	7,7%	644	8,6%

Tabel 1	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Læser korte nyhedsfeeds på sociale medier								
Aldrig	429	22,1%	187	23,2%	35	30,7%	1590	21,2%
Sjældnere end halvårligt	99	5,1%	45	5,7%	13	11,4%	459	6,1%
En gang hvert halve år	42	2,2%	26	3,3%	1	0,8%	195	2,6%
3 eller 4 gange om året	63	3,2%	38	4,7%	4	3,3%	308	4,1%
Ca. en gang om måneden	137	7,1%	61	7,6%	9	7,5%	595	7,9%
Ca. en gang om ugen	323	16,7%	134	16,7%	7	6,3%	1237	16,5%
Næsten dagligt	564	29,1%	203	25,3%	21	18,6%	2115	28,1%
Flere gange dagligt	281	14,5%	109	13,6%	24	21,4%	1015	13,5%
Er på sociale medier								
Aldrig	318	16,4%	121	15,1%	34	29,8%	1215	16,2%
Sjældnere end halvårligt	36	1,9%	17	2,1%	9	8,2%	198	2,6%
En gang hvert halve år	18	0,9%	20	2,5%	5	4,3%	134	1,8%
3 eller 4 gange om året	39	2,0%	19	2,4%	1	1,0%	166	2,2%
Ca. en gang om måneden	83	4,3%	52	6,5%	6	5,2%	325	4,3%
Ca. en gang om ugen	183	9,4%	94	11,7%	7	6,3%	646	8,6%
Næsten dagligt	520	26,8%	202	25,1%	12	10,5%	1915	25,5%
Flere gange dagligt	740	38,2%	278	34,6%	40	34,7%	2914	38,8%
Søger på Google efter baggrundsviden for nyheder								
Aldrig	142	7,3%	45	5,6%	27	23,3%	822	10,9%
Sjældnere end halvårligt	113	5,8%	35	4,4%	9	8,2%	529	7,0%
En gang hvert halve år	64	3,3%	21	2,6%	3	2,9%	313	4,2%
3 eller 4 gange om året	104	5,4%	51	6,4%	8	7,4%	495	6,6%
Ca. en gang om måneden	275	14,2%	95	11,8%	14	12,3%	1110	14,8%
Ca. en gang om ugen	503	25,9%	233	29,0%	13	11,5%	1824	24,3%
Næsten dagligt	549	28,3%	228	28,4%	14	12,5%	1777	23,7%
Flere gange dagligt	189	9,7%	96	11,9%	25	22,0%	644	8,6%

Tabel 1	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Ser nyhedsudsendelse i fjernsynet (helt/delvist)										
Aldrig	84	9,2%	74	8,5%	75	4,0%	39	4,0%	398	5,3%
Sjældnere end halvårligt	26	2,9%	57	6,5%	64	3,4%	32	3,2%	245	3,3%
En gang hvert halve år	22	2,4%	46	5,3%	23	1,2%	15	1,5%	168	2,2%
3 eller 4 gange om året	41	4,5%	60	6,8%	48	2,6%	31	3,1%	264	3,5%
Ca. en gang om måneden	73	8,1%	133	15,3%	104	5,5%	55	5,6%	550	7,3%
Ca. en gang om ugen	146	16,1%	154	17,7%	206	10,9%	124	12,6%	1004	13,4%
Næsten dagligt	343	37,8%	252	28,9%	881	46,6%	415	42,1%	3107	41,3%
Flere gange dagligt	174	19,1%	97	11,1%	489	25,9%	276	28,0%	1777	23,7%
Ser en dokumentarudsendelse/reportage i fjernsynet										
Aldrig	103	11,3%	59	6,7%	98	5,2%	40	4,0%	432	5,7%
Sjældnere end halvårligt	40	4,4%	70	8,1%	87	4,6%	46	4,6%	333	4,4%
En gang hvert halve år	55	6,0%	66	7,6%	62	3,3%	30	3,1%	288	3,8%
3 eller 4 gange om året	92	10,1%	120	13,8%	130	6,9%	68	6,9%	572	7,6%
Ca. en gang om måneden	191	21,0%	200	23,0%	369	19,5%	182	18,4%	1451	19,3%
Ca. en gang om ugen	289	31,8%	258	29,6%	750	39,7%	396	40,1%	2881	38,3%
Næsten dagligt	125	13,7%	87	9,9%	342	18,1%	204	20,7%	1345	17,9%
Flere gange dagligt	14	1,6%	11	1,3%	53	2,8%	21	2,2%	212	2,8%
Læser en hverdagsavis (papir)										
Aldrig	258	28,3%	192	22,0%	425	22,5%	186	18,8%	1463	19,5%
Sjældnere end halvårligt	122	13,5%	125	14,3%	220	11,6%	122	12,3%	851	11,3%
En gang hvert halve år	46	5,1%	70	8,1%	85	4,5%	40	4,1%	381	5,1%
3 eller 4 gange om året	60	6,6%	111	12,7%	120	6,4%	74	7,5%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	90	9,9%	145	16,6%	207	11,0%	119	12,1%	895	11,9%
Ca. en gang om ugen	130	14,3%	123	14,1%	280	14,8%	169	17,2%	1192	15,9%
Næsten dagligt	162	17,8%	87	10,0%	426	22,5%	205	20,8%	1549	20,6%
Flere gange dagligt	42	4,6%	20	2,3%	126	6,7%	71	7,2%	627	8,3%

Tabel 1	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Ser nyhedsudsendelse i fjernsynet (helt/delvist)								
Aldrig	69	3,6%	34	4,3%	23	19,9%	398	5,3%
Sjældnere end halvårligt	35	1,8%	26	3,2%	6	5,7%	245	3,3%
En gang hvert halve år	39	2,0%	20	2,5%	4	3,9%	168	2,2%
3 eller 4 gange om året	48	2,5%	32	4,0%	4	3,7%	264	3,5%
Ca. en gang om måneden	115	6,0%	64	8,0%	5	4,8%	550	7,3%
Ca. en gang om ugen	265	13,7%	100	12,5%	8	7,0%	1004	13,4%
Næsten dagligt	841	43,4%	343	42,7%	31	27,2%	3107	41,3%
Flere gange dagligt	526	27,1%	184	22,9%	32	27,8%	1777	23,7%
Ser en dokumentarudsendelse/reportage i fjernsynet								
Aldrig	80	4,1%	27	3,4%	25	21,7%	432	5,7%
Sjældnere end halvårligt	59	3,0%	25	3,1%	7	5,9%	333	4,4%
En gang hvert halve år	45	2,3%	28	3,4%	3	2,2%	288	3,8%
3 eller 4 gange om året	102	5,3%	51	6,4%	8	7,2%	572	7,6%
Ca. en gang om måneden	333	17,2%	156	19,4%	21	18,6%	1451	19,3%
Ca. en gang om ugen	829	42,7%	335	41,7%	26	22,5%	2881	38,3%
Næsten dagligt	421	21,7%	153	19,1%	13	11,0%	1345	17,9%
Flere gange dagligt	70	3,6%	29	3,6%	13	11,0%	212	2,8%
Læser en hverdagsavis (papir)								
Aldrig	272	14,0%	94	11,7%	36	31,9%	1463	19,5%
Sjældnere end halvårligt	182	9,4%	69	8,5%	12	10,5%	851	11,3%
En gang hvert halve år	87	4,5%	46	5,7%	6	5,1%	381	5,1%
3 eller 4 gange om året	129	6,7%	56	7,0%	5	4,1%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	228	11,8%	96	12,0%	10	9,1%	895	11,9%
Ca. en gang om ugen	355	18,3%	119	14,8%	16	14,0%	1192	15,9%
Næsten dagligt	451	23,2%	204	25,3%	15	13,3%	1549	20,6%
Flere gange dagligt	235	12,1%	119	14,9%	14	12,0%	627	8,3%

Tabel 1	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Er på en hjemmeside for en hverdagsvis										
Aldrig	235	25,8%	119	13,7%	376	19,9%	183	18,6%	1254	16,7%
Sjældnere end halvårligt	65	7,1%	89	10,3%	180	9,5%	81	8,2%	582	7,7%
En gang hvert halve år	50	5,5%	54	6,2%	82	4,3%	31	3,1%	326	4,3%
3 eller 4 gange om året	47	5,1%	92	10,6%	78	4,1%	63	6,4%	438	5,8%
Ca. en gang om måneden	110	12,1%	129	14,8%	193	10,2%	111	11,2%	839	11,2%
Ca. en gang om ugen	132	14,5%	152	17,5%	252	13,3%	143	14,5%	1166	15,5%
Næsten dagligt	177	19,5%	159	18,2%	459	24,3%	258	26,2%	1869	24,9%
Flere gange dagligt	94	10,4%	77	8,9%	270	14,3%	118	11,9%	1040	13,8%
Hører timenyheder på en radiostation										
Aldrig	206	22,7%	135	15,5%	259	13,7%	115	11,7%	1027	13,7%
Sjældnere end halvårligt	58	6,4%	79	9,1%	95	5,0%	67	6,7%	427	5,7%
En gang hvert halve år	40	4,4%	50	5,8%	38	2,0%	18	1,9%	217	2,9%
3 eller 4 gange om året	46	5,0%	67	7,7%	63	3,3%	34	3,4%	321	4,3%
Ca. en gang om måneden	97	10,7%	123	14,1%	121	6,4%	70	7,1%	633	8,4%
Ca. en gang om ugen	117	12,9%	155	17,8%	224	11,8%	138	14,0%	1081	14,4%
Næsten dagligt	204	22,4%	175	20,1%	616	32,6%	309	31,3%	2168	28,8%
Flere gange dagligt	141	15,5%	86	9,9%	473	25,0%	235	23,8%	1639	21,8%
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne vedrørende danske forhold										
Aldrig	198	21,7%	116	13,3%	268	14,2%	109	11,0%	892	11,9%
Sjældnere end halvårligt	80	8,8%	89	10,2%	177	9,3%	74	7,5%	566	7,5%
En gang hvert halve år	43	4,7%	56	6,4%	92	4,9%	51	5,2%	340	4,5%
3 eller 4 gange om året	85	9,4%	97	11,1%	120	6,3%	66	6,7%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	151	16,6%	162	18,5%	300	15,9%	174	17,6%	1203	16,0%
Ca. en gang om ugen	186	20,5%	190	21,8%	463	24,5%	269	27,3%	1880	25,0%
Næsten dagligt	138	15,2%	137	15,7%	403	21,3%	202	20,5%	1698	22,6%
Flere gange dagligt	28	3,1%	26	3,0%	68	3,6%	42	4,2%	379	5,0%

Tabel 1	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Er på en hjemmeside for en hverdagsvis								
Aldrig	235	12,1%	69	8,6%	36	32,0%	1254	16,7%
Sjældnere end halvårligt	118	6,1%	35	4,4%	14	12,5%	582	7,7%
En gang hvert halve år	74	3,8%	35	4,3%	1	0,6%	326	4,3%
3 eller 4 gange om året	114	5,9%	39	4,9%	6	5,7%	438	5,8%
Ca. en gang om måneden	214	11,0%	71	8,9%	11	9,5%	839	11,2%
Ca. en gang om ugen	328	16,9%	146	18,1%	13	11,6%	1166	15,5%
Næsten dagligt	564	29,1%	236	29,4%	16	14,1%	1869	24,9%
Flere gange dagligt	293	15,1%	172	21,4%	16	14,1%	1040	13,8%
Hører timenyheder på en radiostation								
Aldrig	200	10,3%	76	9,5%	35	30,8%	1027	13,7%
Sjældnere end halvårligt	88	4,5%	28	3,5%	12	10,1%	427	5,7%
En gang hvert halve år	34	1,8%	31	3,9%	5	4,1%	217	2,9%
3 eller 4 gange om året	67	3,4%	40	5,0%	5	4,1%	321	4,3%
Ca. en gang om måneden	146	7,5%	68	8,5%	8	7,0%	633	8,4%
Ca. en gang om ugen	300	15,5%	133	16,6%	13	11,5%	1081	14,4%
Næsten dagligt	609	31,4%	236	29,4%	18	15,5%	2168	28,8%
Flere gange dagligt	494	25,5%	190	23,7%	19	16,8%	1639	21,8%
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne vedrørende danske forhold								
Aldrig	123	6,4%	47	5,8%	31	27,6%	892	11,9%
Sjældnere end halvårligt	107	5,5%	31	3,9%	8	7,2%	566	7,5%
En gang hvert halve år	73	3,8%	23	2,9%	2	1,6%	340	4,5%
3 eller 4 gange om året	129	6,7%	52	6,5%	7	6,2%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	289	14,9%	109	13,6%	18	16,0%	1203	16,0%
Ca. en gang om ugen	546	28,2%	213	26,5%	13	11,4%	1880	25,0%
Næsten dagligt	553	28,5%	245	30,5%	20	17,4%	1698	22,6%
Flere gange dagligt	117	6,0%	83	10,4%	14	12,6%	379	5,0%

Tabel 1	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne om forhold i andre lande										
Aldrig	225	24,8%	117	13,4%	349	18,5%	143	14,4%	1085	14,4%
Sjældnere end halvårligt	101	11,1%	106	12,1%	219	11,6%	109	11,1%	715	9,5%
En gang hvert halve år	52	5,8%	69	7,9%	116	6,1%	49	5,0%	408	5,4%
3 eller 4 gange om året	89	9,8%	104	11,9%	154	8,1%	74	7,5%	604	8,0%
Ca. en gang om måneden	153	16,8%	180	20,6%	304	16,1%	194	19,6%	1299	17,3%
Ca. en gang om ugen	165	18,1%	188	21,6%	423	22,4%	243	24,6%	1791	23,8%
Næsten dagligt	105	11,6%	91	10,4%	284	15,0%	151	15,3%	1333	17,7%
Flere gange dagligt	19	2,0%	17	1,9%	42	2,2%	25	2,5%	280	3,7%
Læser en lokal ugeavis (gratis omdelt)										
Aldrig	167	18,4%	184	21,1%	195	10,3%	95	9,6%	947	12,6%
Sjældnere end halvårligt	76	8,4%	92	10,6%	106	5,6%	49	5,0%	495	6,6%
En gang hvert halve år	49	5,4%	64	7,4%	49	2,6%	24	2,4%	289	3,8%
3 eller 4 gange om året	54	5,9%	90	10,4%	77	4,1%	50	5,0%	398	5,3%
Ca. en gang om måneden	103	11,3%	157	18,0%	199	10,5%	92	9,3%	916	12,2%
Ca. en gang om ugen	362	39,8%	232	26,6%	1044	55,2%	578	58,5%	3675	48,9%
Næsten dagligt	74	8,2%	44	5,0%	178	9,4%	85	8,6%	610	8,1%
Flere gange dagligt	23	2,6%	7	0,8%	43	2,2%	16	1,6%	184	2,4%
Læser nyhedsartikel i en udenlandsk publikation/avis										
Aldrig	526	57,8%	303	34,8%	1107	58,6%	486	49,2%	3415	45,4%
Sjældnere end halvårligt	104	11,5%	165	19,0%	269	14,2%	168	17,1%	1162	15,5%
En gang hvert halve år	50	5,5%	77	8,8%	78	4,1%	56	5,7%	442	5,9%
3 eller 4 gange om året	49	5,3%	83	9,5%	102	5,4%	72	7,3%	531	7,1%
Ca. en gang om måneden	67	7,3%	99	11,3%	122	6,5%	83	8,4%	690	9,2%
Ca. en gang om ugen	62	6,9%	89	10,2%	113	6,0%	61	6,1%	671	8,9%
Næsten dagligt	41	4,5%	49	5,7%	73	3,9%	46	4,6%	437	5,8%
Flere gange dagligt	11	1,2%	6	0,7%	25	1,3%	15	1,6%	165	2,2%

Tabel 1	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne om forhold i andre lande								
Aldrig	169	8,7%	45	5,6%	36	31,9%	1085	14,4%
Sjældnere end halvårligt	129	6,6%	43	5,3%	9	7,8%	715	9,5%
En gang hvert halve år	82	4,2%	37	4,7%	3	2,8%	408	5,4%
3 eller 4 gange om året	134	6,9%	42	5,3%	7	6,4%	604	8,0%
Ca. en gang om måneden	327	16,9%	128	16,0%	14	12,2%	1299	17,3%
Ca. en gang om ugen	539	27,8%	217	27,0%	15	13,2%	1791	23,8%
Næsten dagligt	469	24,2%	218	27,2%	14	12,5%	1333	17,7%
Flere gange dagligt	90	4,6%	72	9,0%	15	13,2%	280	3,7%
Læser en lokal ugeavis (gratis omdelt)								
Aldrig	188	9,7%	88	11,0%	31	27,5%	947	12,6%
Sjældnere end halvårligt	112	5,8%	50	6,3%	8	7,4%	495	6,6%
En gang hvert halve år	58	3,0%	37	4,7%	7	6,3%	289	3,8%
3 eller 4 gange om året	75	3,8%	50	6,2%	2	1,9%	398	5,3%
Ca. en gang om måneden	239	12,3%	115	14,3%	11	9,6%	916	12,2%
Ca. en gang om ugen	1043	53,8%	379	47,2%	37	32,5%	3675	48,9%
Næsten dagligt	165	8,5%	56	7,0%	8	7,1%	610	8,1%
Flere gange dagligt	59	3,0%	27	3,4%	9	7,8%	184	2,4%
Læser nyhedsartikel i en udenlandsk publikation/avis								
Aldrig	763	39,4%	169	21,1%	60	52,5%	3415	45,4%
Sjældnere end halvårligt	321	16,6%	123	15,4%	11	9,7%	1162	15,5%
En gang hvert halve år	122	6,3%	54	6,7%	6	4,8%	442	5,9%
3 eller 4 gange om året	142	7,3%	77	9,6%	6	5,2%	531	7,1%
Ca. en gang om måneden	191	9,8%	119	14,9%	9	7,6%	690	9,2%
Ca. en gang om ugen	203	10,5%	135	16,9%	8	6,7%	671	8,9%
Næsten dagligt	150	7,8%	75	9,3%	3	3,0%	437	5,8%
Flere gange dagligt	46	2,4%	49	6,1%	12	10,4%	165	2,2%

Tabel 1	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Modtager og ser nyhedsbeskeder på min mobiltelefon/smartphone										
Aldrig	423	46,5%	290	33,2%	791	41,9%	377	38,2%	2925	38,9%
Sjældnere end halvårligt	63	7,0%	82	9,4%	119	6,3%	75	7,6%	498	6,6%
En gang hvert halve år	25	2,8%	49	5,6%	42	2,2%	12	1,2%	202	2,7%
3 eller 4 gange om året	28	3,1%	57	6,6%	61	3,2%	36	3,7%	276	3,7%
Ca. en gang om måneden	71	7,8%	65	7,5%	129	6,8%	67	6,8%	529	7,0%
Ca. en gang om ugen	71	7,8%	106	12,1%	183	9,7%	99	10,1%	770	10,2%
Næsten dagligt	145	16,0%	147	16,9%	337	17,8%	186	18,9%	1385	18,4%
Flere gange dagligt	82	9,0%	76	8,7%	228	12,1%	134	13,6%	929	12,4%
Læser blogs om nyheder og samfundsstof										
Aldrig	397	43,7%	254	29,1%	831	43,9%	379	38,4%	2755	36,7%
Sjældnere end halvårligt	103	11,3%	127	14,5%	259	13,7%	129	13,0%	927	12,3%
En gang hvert halve år	46	5,1%	64	7,4%	91	4,8%	52	5,3%	384	5,1%
3 eller 4 gange om året	64	7,0%	97	11,1%	94	5,0%	71	7,2%	565	7,5%
Ca. en gang om måneden	118	13,0%	132	15,1%	188	10,0%	124	12,6%	908	12,1%
Ca. en gang om ugen	86	9,4%	103	11,8%	225	11,9%	108	10,9%	964	12,8%
Næsten dagligt	79	8,7%	80	9,2%	148	7,8%	96	9,7%	774	10,3%
Flere gange dagligt	17	1,8%	15	1,8%	54	2,9%	28	2,8%	237	3,2%

Tabel 1	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Modtager og ser nyhedsbeskeder på min mobiltelefon/smartphone								
Aldrig	727	37,5%	264	32,9%	53	46,7%	2925	38,9%
Sjældnere end halvårligt	103	5,3%	46	5,7%	10	9,1%	498	6,6%
En gang hvert halve år	46	2,4%	25	3,1%	2	1,9%	202	2,7%
3 eller 4 gange om året	61	3,2%	30	3,8%	1	1,2%	276	3,7%
Ca. en gang om måneden	123	6,3%	66	8,2%	8	7,1%	529	7,0%
Ca. en gang om ugen	205	10,6%	99	12,3%	8	6,7%	770	10,2%
Næsten dagligt	411	21,2%	143	17,9%	16	13,7%	1385	18,4%
Flere gange dagligt	263	13,6%	130	16,1%	16	13,6%	929	12,4%
Læser blogs om nyheder og samfundsstof								
Aldrig	612	31,6%	227	28,3%	55	47,8%	2755	36,7%
Sjældnere end halvårligt	221	11,4%	81	10,1%	8	6,9%	927	12,3%
En gang hvert halve år	76	3,9%	46	5,8%	9	7,6%	384	5,1%
3 eller 4 gange om året	151	7,8%	74	9,2%	14	12,7%	565	7,5%
Ca. en gang om måneden	253	13,1%	89	11,1%	3	3,1%	908	12,1%
Ca. en gang om ugen	292	15,1%	141	17,6%	10	8,6%	964	12,8%
Næsten dagligt	256	13,2%	110	13,7%	5	4,1%	774	10,3%
Flere gange dagligt	77	4,0%	35	4,4%	11	9,3%	237	3,2%

Tabel 1	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Læser korte nyhedsfeeds på sociale medier										
Aldrig	150	17,9%	359	20,6%	299	22,2%	107	19,5%	1590	21,2%
Sjældnere end halvårligt	47	5,6%	113	6,5%	63	4,6%	28	5,2%	459	6,1%
En gang hvert halve år	25	3,0%	46	2,6%	41	3,0%	13	2,3%	195	2,6%
3 eller 4 gange om året	45	5,4%	70	4,0%	54	4,0%	21	3,8%	308	4,1%
Ca. en gang om måneden	66	7,9%	123	7,0%	108	8,0%	46	8,4%	595	7,9%
Ca. en gang om ugen	149	17,9%	295	16,9%	227	16,9%	94	17,1%	1237	16,5%
Næsten dagligt	221	26,5%	518	29,6%	379	28,1%	159	29,0%	2115	28,1%
Flere gange dagligt	132	15,8%	223	12,8%	177	13,1%	81	14,7%	1015	13,5%
Er på sociale medier										
Aldrig	111	13,3%	304	17,4%	221	16,4%	66	11,9%	1215	16,2%
Sjældnere end halvårligt	22	2,7%	42	2,4%	22	1,7%	14	2,6%	198	2,6%
En gang hvert halve år	24	2,8%	24	1,4%	25	1,9%	6	1,0%	134	1,8%
3 eller 4 gange om året	24	2,9%	17	1,0%	36	2,7%	15	2,8%	166	2,2%
Ca. en gang om måneden	25	3,0%	62	3,5%	69	5,1%	18	3,3%	325	4,3%
Ca. en gang om ugen	54	6,5%	129	7,4%	124	9,2%	49	9,0%	646	8,6%
Næsten dagligt	192	22,9%	458	26,2%	362	26,9%	166	30,3%	1915	25,5%
Flere gange dagligt	383	45,8%	711	40,7%	488	36,2%	215	39,1%	2914	38,8%
Søger på Google efter baggrundsviden for nyheder										
Aldrig	109	13,0%	208	11,9%	130	9,6%	47	8,6%	822	10,9%
Sjældnere end halvårligt	75	9,0%	132	7,6%	87	6,4%	35	6,4%	529	7,0%
En gang hvert halve år	47	5,6%	87	5,0%	58	4,3%	16	2,9%	313	4,2%
3 eller 4 gange om året	56	6,7%	106	6,1%	88	6,5%	33	5,9%	495	6,6%
Ca. en gang om måneden	112	13,4%	278	15,9%	202	15,0%	81	14,8%	1110	14,8%
Ca. en gang om ugen	210	25,1%	417	23,8%	349	25,9%	136	24,8%	1824	24,3%
Næsten dagligt	167	20,0%	407	23,3%	317	23,5%	145	26,4%	1777	23,7%
Flere gange dagligt	60	7,2%	113	6,5%	117	8,7%	56	10,2%	644	8,6%

Tabel 1	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Læser korte nyhedsfeeds på sociale medier								
Aldrig	70	17,1%	367	25,0%	1590	21,2%	1590	21,2%
Sjældnere end halvårligt	52	12,6%	85	5,8%	459	6,1%	459	6,1%
En gang hvert halve år	14	3,5%	25	1,7%	195	2,6%	195	2,6%
3 eller 4 gange om året	19	4,5%	54	3,7%	308	4,1%	308	4,1%
Ca. en gang om måneden	31	7,5%	117	8,0%	595	7,9%	595	7,9%
Ca. en gang om ugen	64	15,5%	216	14,7%	1237	16,5%	1237	16,5%
Næsten dagligt	101	24,4%	430	29,3%	2115	28,1%	2115	28,1%
Flere gange dagligt	62	14,9%	173	11,8%	1015	13,5%	1015	13,5%
Er på sociale medier								
Aldrig	52	12,7%	284	19,3%	1215	16,2%	1215	16,2%
Sjældnere end halvårligt	31	7,5%	28	1,9%	198	2,6%	198	2,6%
En gang hvert halve år	16	3,8%	20	1,4%	134	1,8%	134	1,8%
3 eller 4 gange om året	10	2,5%	28	1,9%	166	2,2%	166	2,2%
Ca. en gang om måneden	30	7,3%	61	4,1%	325	4,3%	325	4,3%
Ca. en gang om ugen	44	10,7%	124	8,4%	646	8,6%	646	8,6%
Næsten dagligt	80	19,4%	353	24,1%	1915	25,5%	1915	25,5%
Flere gange dagligt	149	36,0%	568	38,8%	2914	38,8%	2914	38,8%
Søger på Google efter baggrundsviden for nyheder								
Aldrig	25	6,0%	220	15,0%	822	10,9%	822	10,9%
Sjældnere end halvårligt	47	11,3%	95	6,5%	529	7,0%	529	7,0%
En gang hvert halve år	16	4,0%	55	3,7%	313	4,2%	313	4,2%
3 eller 4 gange om året	23	5,6%	113	7,7%	495	6,6%	495	6,6%
Ca. en gang om måneden	46	11,0%	216	14,7%	1110	14,8%	1110	14,8%
Ca. en gang om ugen	102	24,6%	316	21,5%	1824	24,3%	1824	24,3%
Næsten dagligt	101	24,4%	327	22,3%	1777	23,7%	1777	23,7%
Flere gange dagligt	54	13,0%	124	8,5%	644	8,6%	644	8,6%

Tabel 1	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Ser nyhedsudsendelse i fjernsynet (helt/delvist)										
Aldrig	95	11,3%	76	4,4%	39	2,9%	36	3,4%	398	5,3%
Sjældnere end halvårligt	45	5,4%	56	3,2%	30	2,3%	23	2,2%	245	3,3%
En gang hvert halve år	31	3,7%	33	1,9%	33	2,4%	21	2,0%	168	2,2%
3 eller 4 gange om året	42	5,0%	46	2,6%	48	3,5%	41	3,9%	264	3,5%
Ca. en gang om måneden	89	10,6%	122	7,0%	94	7,0%	53	5,0%	550	7,3%
Ca. en gang om ugen	116	13,8%	209	12,0%	197	14,6%	141	13,2%	1004	13,4%
Næsten dagligt	263	31,5%	716	41,0%	580	43,1%	505	47,5%	3107	41,3%
Flere gange dagligt	156	18,6%	489	28,0%	328	24,3%	244	22,9%	1777	23,7%
Ser en dokumentarudsendelse/reportage i fjernsynet										
Aldrig	86	10,3%	87	5,0%	45	3,3%	37	3,5%	432	5,7%
Sjældnere end halvårligt	52	6,2%	69	3,9%	45	3,4%	39	3,7%	333	4,4%
En gang hvert halve år	53	6,4%	65	3,7%	54	4,0%	30	2,9%	288	3,8%
3 eller 4 gange om året	73	8,7%	135	7,7%	96	7,2%	72	6,8%	572	7,6%
Ca. en gang om måneden	148	17,7%	319	18,2%	264	19,6%	208	19,6%	1451	19,3%
Ca. en gang om ugen	254	30,4%	694	39,7%	570	42,3%	449	42,3%	2881	38,3%
Næsten dagligt	143	17,1%	333	19,1%	243	18,0%	194	18,3%	1345	17,9%
Flere gange dagligt	26	3,1%	46	2,6%	29	2,2%	33	3,1%	212	2,8%
Læser en hverdagsavis (papir)										
Aldrig	236	28,2%	378	21,6%	217	16,1%	136	12,8%	1463	19,5%
Sjældnere end halvårligt	112	13,4%	202	11,6%	139	10,3%	114	10,7%	851	11,3%
En gang hvert halve år	50	6,0%	83	4,7%	68	5,0%	68	6,4%	381	5,1%
3 eller 4 gange om året	63	7,5%	127	7,3%	101	7,5%	93	8,7%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	118	14,2%	161	9,2%	174	12,9%	144	13,6%	895	11,9%
Ca. en gang om ugen	115	13,8%	264	15,1%	228	16,9%	184	17,3%	1192	15,9%
Næsten dagligt	100	12,0%	384	22,0%	304	22,6%	232	21,9%	1549	20,6%
Flere gange dagligt	42	5,0%	149	8,5%	117	8,7%	93	8,7%	627	8,3%

Tabel 1	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Ser nyhedsudsendelse i fjernsynet (helt/delvist)								
Aldrig	20	3,1%	10	2,5%	122	8,3%	398	5,3%
Sjældnere end halvårligt	14	2,2%	31	7,5%	45	3,1%	245	3,3%
En gang hvert halve år	8	1,3%	14	3,4%	28	1,9%	168	2,2%
3 eller 4 gange om året	16	2,5%	7	1,7%	64	4,4%	264	3,5%
Ca. en gang om måneden	57	8,9%	30	7,3%	106	7,2%	550	7,3%
Ca. en gang om ugen	73	11,5%	51	12,3%	218	14,8%	1004	13,4%
Næsten dagligt	305	47,6%	169	40,9%	568	38,7%	3107	41,3%
Flere gange dagligt	146	22,7%	100	24,3%	315	21,5%	1777	23,7%
Ser en dokumentarudsendelse/reportage i fjernsynet								
Aldrig	25	3,9%	13	3,1%	139	9,5%	432	5,7%
Sjældnere end halvårligt	25	3,9%	39	9,5%	64	4,3%	333	4,4%
En gang hvert halve år	17	2,6%	11	2,6%	57	3,9%	288	3,8%
3 eller 4 gange om året	42	6,5%	24	5,7%	130	8,9%	572	7,6%
Ca. en gang om måneden	128	20,0%	81	19,7%	303	20,7%	1451	19,3%
Ca. en gang om ugen	256	40,0%	147	35,7%	510	34,8%	2881	38,3%
Næsten dagligt	134	20,9%	73	17,6%	225	15,3%	1345	17,9%
Flere gange dagligt	15	2,3%	25	6,1%	39	2,7%	212	2,8%
Læser en hverdagsavis (papir)								
Aldrig	78	12,2%	42	10,2%	376	25,6%	1463	19,5%
Sjældnere end halvårligt	56	8,7%	53	12,8%	176	12,0%	851	11,3%
En gang hvert halve år	32	5,0%	23	5,5%	58	3,9%	381	5,1%
3 eller 4 gange om året	45	7,1%	21	5,0%	106	7,2%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	90	14,0%	47	11,3%	161	11,0%	895	11,9%
Ca. en gang om ugen	130	20,3%	51	12,5%	220	15,0%	1192	15,9%
Næsten dagligt	156	24,4%	122	29,6%	251	17,1%	1549	20,6%
Flere gange dagligt	53	8,2%	54	13,1%	119	8,1%	627	8,3%

Tabel 1	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Er på en hjemmeside for en hverdagsvis										
Aldrig	186	22,3%	351	20,1%	190	14,1%	87	8,1%	1254	16,7%
Sjældnere end halvårligt	69	8,3%	141	8,1%	94	7,0%	76	7,2%	582	7,7%
En gang hvert halve år	57	6,8%	95	5,5%	62	4,6%	32	3,0%	326	4,3%
3 eller 4 gange om året	54	6,5%	94	5,4%	85	6,3%	57	5,4%	438	5,8%
Ca. en gang om måneden	100	12,0%	194	11,1%	135	10,0%	130	12,2%	839	11,2%
Ca. en gang om ugen	134	16,1%	264	15,1%	248	18,4%	173	16,3%	1166	15,5%
Næsten dagligt	150	18,0%	415	23,8%	357	26,5%	323	30,3%	1869	24,9%
Flere gange dagligt	84	10,1%	193	11,1%	176	13,1%	185	17,4%	1040	13,8%
Hører timenyheder på en radiostation										
Aldrig	187	22,4%	242	13,8%	150	11,1%	82	7,7%	1027	13,7%
Sjældnere end halvårligt	52	6,2%	105	6,0%	71	5,3%	47	4,5%	427	5,7%
En gang hvert halve år	46	5,5%	58	3,3%	30	2,2%	17	1,6%	217	2,9%
3 eller 4 gange om året	54	6,5%	68	3,9%	52	3,9%	40	3,7%	321	4,3%
Ca. en gang om måneden	84	10,0%	151	8,6%	110	8,1%	71	6,6%	633	8,4%
Ca. en gang om ugen	123	14,8%	234	13,4%	211	15,6%	170	16,0%	1081	14,4%
Næsten dagligt	189	22,6%	500	28,6%	391	29,0%	383	36,0%	2168	28,8%
Flere gange dagligt	101	12,1%	390	22,3%	332	24,6%	254	23,9%	1639	21,8%
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne vedrørende danske forhold										
Aldrig	140	16,8%	201	11,5%	121	9,0%	82	7,7%	892	11,9%
Sjældnere end halvårligt	63	7,5%	151	8,7%	90	6,7%	66	6,2%	566	7,5%
En gang hvert halve år	45	5,3%	82	4,7%	66	4,9%	46	4,4%	340	4,5%
3 eller 4 gange om året	71	8,5%	124	7,1%	81	6,0%	88	8,3%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	139	16,7%	282	16,2%	230	17,1%	168	15,8%	1203	16,0%
Ca. en gang om ugen	185	22,1%	446	25,5%	370	27,4%	286	26,9%	1880	25,0%
Næsten dagligt	159	19,1%	396	22,7%	321	23,8%	266	25,1%	1698	22,6%
Flere gange dagligt	33	3,9%	64	3,7%	69	5,1%	61	5,8%	379	5,0%

Tabel 1	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Er på en hjemmeside for en hverdagsvis								
Aldrig	65	10,1%	27	6,5%	348	23,7%	1254	16,7%
Sjældnere end halvårligt	44	6,8%	35	8,6%	123	8,4%	582	7,7%
En gang hvert halve år	22	3,5%	15	3,6%	42	2,9%	326	4,3%
3 eller 4 gange om året	39	6,1%	17	4,0%	92	6,3%	438	5,8%
Ca. en gang om måneden	75	11,7%	49	11,9%	155	10,6%	839	11,2%
Ca. en gang om ugen	86	13,4%	50	12,1%	211	14,4%	1166	15,5%
Næsten dagligt	189	29,5%	108	26,0%	328	22,3%	1869	24,9%
Flere gange dagligt	122	19,0%	112	27,1%	168	11,5%	1040	13,8%
Hører timenyheder på en radiostation								
Aldrig	42	6,5%	28	6,7%	298	20,3%	1027	13,7%
Sjældnere end halvårligt	18	2,8%	52	12,6%	82	5,6%	427	5,7%
En gang hvert halve år	15	2,4%	4	0,9%	46	3,2%	217	2,9%
3 eller 4 gange om året	23	3,6%	20	4,7%	65	4,4%	321	4,3%
Ca. en gang om måneden	57	8,8%	29	6,9%	133	9,1%	633	8,4%
Ca. en gang om ugen	94	14,6%	52	12,5%	199	13,5%	1081	14,4%
Næsten dagligt	221	34,4%	126	30,6%	358	24,4%	2168	28,8%
Flere gange dagligt	172	26,8%	104	25,1%	286	19,5%	1639	21,8%
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne vedrørende danske forhold								
Aldrig	47	7,4%	27	6,5%	274	18,7%	892	11,9%
Sjældnere end halvårligt	36	5,6%	49	11,8%	112	7,6%	566	7,5%
En gang hvert halve år	24	3,8%	4	1,0%	72	4,9%	340	4,5%
3 eller 4 gange om året	48	7,4%	31	7,4%	113	7,7%	556	7,4%
Ca. en gang om måneden	118	18,5%	57	13,7%	208	14,2%	1203	16,0%
Ca. en gang om ugen	175	27,3%	92	22,3%	327	22,3%	1880	25,0%
Næsten dagligt	154	24,0%	102	24,8%	299	20,4%	1698	22,6%
Flere gange dagligt	40	6,2%	51	12,3%	62	4,2%	379	5,0%

Tabel 1	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total		
	Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne om forhold i andre lande											
Aldrig	147	17,6%	260	14,9%	173	12,8%	112	10,5%	1085	14,4%	
Sjældnere end halvårligt	76	9,1%	185	10,6%	125	9,3%	83	7,8%	715	9,5%	
En gang hvert halve år	49	5,8%	101	5,8%	71	5,2%	61	5,8%	408	5,4%	
3 eller 4 gange om året	77	9,2%	142	8,1%	114	8,4%	96	9,0%	604	8,0%	
Ca. en gang om måneden	153	18,4%	291	16,7%	221	16,4%	198	18,6%	1299	17,3%	
Ca. en gang om ugen	203	24,3%	416	23,8%	334	24,8%	257	24,2%	1791	23,8%	
Næsten dagligt	108	12,9%	315	18,0%	269	19,9%	204	19,2%	1333	17,7%	
Flere gange dagligt	23	2,7%	38	2,1%	42	3,1%	53	5,0%	280	3,7%	
Læser en lokal ugeavis (gratis omdelt)											
Aldrig	166	19,8%	216	12,4%	125	9,3%	84	7,9%	947	12,6%	
Sjældnere end halvårligt	63	7,6%	113	6,5%	75	5,6%	63	6,0%	495	6,6%	
En gang hvert halve år	55	6,6%	44	2,5%	45	3,3%	38	3,5%	289	3,8%	
3 eller 4 gange om året	65	7,7%	80	4,6%	66	4,9%	53	5,0%	398	5,3%	
Ca. en gang om måneden	114	13,6%	187	10,7%	165	12,3%	128	12,1%	916	12,2%	
Ca. en gang om ugen	302	36,1%	914	52,3%	733	54,4%	586	55,2%	3675	48,9%	
Næsten dagligt	50	6,0%	152	8,7%	119	8,8%	83	7,8%	610	8,1%	
Flere gange dagligt	21	2,6%	41	2,3%	19	1,4%	28	2,6%	184	2,4%	
Læser nyhedsartikel i en udenlandsk publikation/avis											
Aldrig	386	46,2%	952	54,5%	629	46,7%	397	37,3%	3415	45,4%	
Sjældnere end halvårligt	105	12,6%	287	16,4%	185	13,7%	188	17,7%	1162	15,5%	
En gang hvert halve år	57	6,8%	88	5,0%	73	5,4%	68	6,4%	442	5,9%	
3 eller 4 gange om året	59	7,1%	88	5,0%	111	8,2%	98	9,2%	531	7,1%	
Ca. en gang om måneden	86	10,3%	122	7,0%	130	9,7%	99	9,3%	690	9,2%	
Ca. en gang om ugen	71	8,5%	117	6,7%	117	8,7%	114	10,7%	671	8,9%	
Næsten dagligt	55	6,6%	67	3,8%	83	6,2%	69	6,5%	437	5,8%	
Flere gange dagligt	17	2,0%	25	1,5%	18	1,4%	30	2,9%	165	2,2%	

Tabel 1	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne om forhold i andre lande								
Aldrig	63	9,8%	26	6,4%	305	20,8%	1085	14,4%
Sjældnere end halvårligt	54	8,4%	49	11,8%	144	9,8%	715	9,5%
En gang hvert halve år	31	4,8%	19	4,5%	76	5,2%	408	5,4%
3 eller 4 gange om året	49	7,6%	24	5,7%	103	7,0%	604	8,0%
Ca. en gang om måneden	134	21,0%	69	16,8%	233	15,9%	1299	17,3%
Ca. en gang om ugen	168	26,2%	91	22,1%	321	21,9%	1791	23,8%
Næsten dagligt	119	18,6%	89	21,6%	229	15,6%	1333	17,7%
Flere gange dagligt	23	3,6%	46	11,1%	55	3,8%	280	3,7%
Læser en lokal ugeavis (gratis omdelt)								
Aldrig	54	8,5%	38	9,1%	265	18,1%	947	12,6%
Sjældnere end halvårligt	34	5,2%	49	12,0%	97	6,6%	495	6,6%
En gang hvert halve år	20	3,0%	26	6,4%	62	4,2%	289	3,8%
3 eller 4 gange om året	40	6,2%	15	3,7%	78	5,3%	398	5,3%
Ca. en gang om måneden	93	14,5%	52	12,6%	176	12,0%	916	12,2%
Ca. en gang om ugen	334	52,1%	183	44,4%	622	42,4%	3675	48,9%
Næsten dagligt	52	8,2%	25	6,0%	130	8,9%	610	8,1%
Flere gange dagligt	15	2,3%	24	5,8%	36	2,4%	184	2,4%
Læser nyhedsartikel i en udenlandsk publikation/avis								
Aldrig	213	33,2%	98	23,6%	740	50,4%	3415	45,4%
Sjældnere end halvårligt	111	17,3%	82	19,8%	205	14,0%	1162	15,5%
En gang hvert halve år	48	7,5%	31	7,5%	78	5,3%	442	5,9%
3 eller 4 gange om året	47	7,4%	32	7,8%	96	6,5%	531	7,1%
Ca. en gang om måneden	77	12,0%	46	11,0%	130	8,9%	690	9,2%
Ca. en gang om ugen	76	11,9%	52	12,7%	123	8,4%	671	8,9%
Næsten dagligt	49	7,7%	45	11,0%	70	4,7%	437	5,8%
Flere gange dagligt	20	3,1%	28	6,7%	26	1,8%	165	2,2%

Tabel 1	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total		
	Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Modtager og ser nyhedsbeskeder på min mobiltelefon/smartphone											
Aldrig	391	46,8%	798	45,7%	481	35,7%	315	29,7%	2925	38,9%	
Sjældnere end halvårligt	52	6,3%	119	6,8%	91	6,7%	62	5,8%	498	6,6%	
En gang hvert halve år	36	4,3%	45	2,6%	33	2,5%	19	1,8%	202	2,7%	
3 eller 4 gange om året	36	4,3%	46	2,6%	63	4,6%	37	3,4%	276	3,7%	
Ca. en gang om måneden	58	7,0%	111	6,4%	102	7,6%	91	8,5%	529	7,0%	
Ca. en gang om ugen	74	8,8%	165	9,4%	160	11,9%	110	10,3%	770	10,2%	
Næsten dagligt	114	13,6%	285	16,3%	267	19,8%	256	24,1%	1385	18,4%	
Flere gange dagligt	74	8,8%	179	10,2%	151	11,2%	175	16,4%	929	12,4%	
Læser blogs om nyheder og samfundsstof											
Aldrig	297	35,5%	698	40,0%	470	34,9%	341	32,1%	2755	36,7%	
Sjældnere end halvårligt	88	10,5%	238	13,6%	152	11,3%	136	12,8%	927	12,3%	
En gang hvert halve år	55	6,6%	82	4,7%	69	5,1%	61	5,8%	384	5,1%	
3 eller 4 gange om året	68	8,1%	117	6,7%	112	8,3%	90	8,4%	565	7,5%	
Ca. en gang om måneden	114	13,7%	180	10,3%	175	13,0%	141	13,3%	908	12,1%	
Ca. en gang om ugen	103	12,3%	217	12,4%	185	13,7%	146	13,7%	964	12,8%	
Næsten dagligt	87	10,4%	164	9,4%	151	11,2%	110	10,4%	774	10,3%	
Flere gange dagligt	24	2,9%	50	2,9%	33	2,5%	37	3,5%	237	3,2%	

Tabel 1	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Modtager og ser nyhedsbeskeder på min mobiltelefon/smartphone								
Aldrig	184	28,7%	104	25,2%	652	44,5%	2925	38,9%
Sjældnere end halvårligt	37	5,8%	47	11,5%	89	6,1%	498	6,6%
En gang hvert halve år	14	2,2%	13	3,2%	42	2,9%	202	2,7%
3 eller 4 gange om året	31	4,9%	11	2,6%	53	3,6%	276	3,7%
Ca. en gang om måneden	52	8,1%	26	6,2%	89	6,1%	529	7,0%
Ca. en gang om ugen	74	11,5%	49	11,9%	139	9,5%	770	10,2%
Næsten dagligt	149	23,2%	75	18,2%	239	16,3%	1385	18,4%
Flere gange dagligt	101	15,7%	88	21,2%	162	11,1%	929	12,4%
Læser blogs om nyheder og samfundsstof								
Aldrig	190	29,6%	108	26,2%	650	44,3%	2755	36,7%
Sjældnere end halvårligt	66	10,2%	74	17,8%	173	11,8%	927	12,3%
En gang hvert halve år	38	6,0%	18	4,4%	60	4,1%	384	5,1%
3 eller 4 gange om året	51	8,0%	34	8,2%	93	6,4%	565	7,5%
Ca. en gang om måneden	99	15,4%	40	9,7%	158	10,8%	908	12,1%
Ca. en gang om ugen	105	16,3%	55	13,4%	154	10,5%	964	12,8%
Næsten dagligt	72	11,2%	53	12,9%	135	9,2%	774	10,3%
Flere gange dagligt	21	3,2%	30	7,3%	42	2,9%	237	3,2%

Tabel 1	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser korte nyhedsfeeds på sociale medier														
Aldrig	233	18,2%	301	18,6%	452	30,4%	179	31,5%	71	9,7%	250	15,8%	1487	20,4%
Sjældnere end halvårligt	62	4,9%	63	3,9%	88	5,9%	100	17,5%	28	3,8%	103	6,5%	444	6,1%
En gang hvert halve år	22	1,7%	22	1,4%	18	1,2%	28	4,9%	14	1,9%	83	5,2%	187	2,6%
3 eller 4 gange om året	35	2,8%	41	2,5%	33	2,2%	30	5,2%	24	3,3%	139	8,8%	302	4,2%
Ca. en gang om måneden	115	9,0%	88	5,4%	97	6,5%	35	6,2%	50	6,8%	201	12,7%	585	8,0%
Ca. en gang om ugen	261	20,4%	240	14,9%	200	13,5%	89	15,7%	149	20,2%	275	17,3%	1214	16,7%
Næsten dagligt	408	31,9%	533	33,0%	401	27,0%	84	14,8%	261	35,5%	386	24,4%	2074	28,5%
Flere gange dagligt	144	11,2%	329	20,4%	198	13,3%	24	4,2%	138	18,8%	149	9,4%	982	13,5%
Er på sociale medier														
Aldrig	134	10,5%	218	13,5%	379	25,4%	116	20,4%	96	13,0%	197	12,4%	1139	15,7%
Sjældnere end halvårligt	12	1,0%	16	1,0%	37	2,5%	58	10,3%	9	1,3%	56	3,5%	189	2,6%
En gang hvert halve år	11	0,8%	10	0,6%	6	0,4%	22	3,9%	15	2,1%	68	4,3%	132	1,8%
3 eller 4 gange om året	6	0,5%	12	0,8%	17	1,1%	15	2,6%	15	2,0%	96	6,1%	161	2,2%
Ca. en gang om måneden	32	2,5%	48	3,0%	59	3,9%	15	2,6%	39	5,3%	126	7,9%	318	4,4%
Ca. en gang om ugen	73	5,7%	131	8,1%	125	8,4%	40	7,0%	97	13,3%	170	10,7%	635	8,7%
Næsten dagligt	350	27,3%	396	24,5%	419	28,2%	93	16,4%	212	28,9%	407	25,6%	1877	25,8%
Flere gange dagligt	663	51,8%	786	48,6%	447	30,0%	209	36,8%	251	34,2%	467	29,5%	2823	38,8%
Søger på Google efter baggrundsviden for nyheder														
Aldrig	170	13,3%	93	5,8%	116	7,8%	167	29,4%	36	4,8%	150	9,4%	731	10,0%
Sjældnere end halvårligt	126	9,8%	70	4,3%	66	4,4%	109	19,2%	30	4,1%	114	7,2%	514	7,1%
En gang hvert halve år	80	6,2%	50	3,1%	23	1,6%	44	7,8%	20	2,7%	91	5,7%	308	4,2%
3 eller 4 gange om året	126	9,9%	87	5,4%	51	3,4%	41	7,3%	28	3,8%	152	9,6%	485	6,7%
Ca. en gang om måneden	240	18,7%	232	14,3%	192	12,9%	66	11,6%	70	9,5%	283	17,9%	1083	14,9%
Ca. en gang om ugen	296	23,2%	434	26,8%	439	29,5%	73	12,9%	173	23,5%	373	23,5%	1789	24,6%
Næsten dagligt	184	14,4%	476	29,4%	434	29,2%	44	7,7%	269	36,6%	337	21,2%	1743	24,0%
Flere gange dagligt	58	4,5%	176	10,9%	168	11,3%	23	4,1%	110	15,0%	86	5,4%	621	8,5%

Tabel 1	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Ser nyhedsudsendelse i fjernsynet (helt/delvist)														
Aldrig	71	5,5%	28	1,7%	15	1,0%	106	18,7%	14	2,0%	83	5,2%	316	4,3%
Sjældnere end halvårligt	33	2,6%	19	1,2%	7	0,4%	94	16,5%	8	1,1%	70	4,4%	231	3,2%
En gang hvert halve år	26	2,0%	9	0,6%	8	0,5%	36	6,4%	14	1,9%	75	4,7%	168	2,3%
3 eller 4 gange om året	44	3,4%	21	1,3%	12	0,8%	26	4,5%	22	3,0%	123	7,7%	247	3,4%
Ca. en gang om måneden	170	13,3%	54	3,3%	21	1,4%	54	9,5%	35	4,8%	198	12,5%	531	7,3%
Ca. en gang om ugen	288	22,5%	189	11,7%	64	4,3%	77	13,7%	100	13,6%	257	16,2%	976	13,4%
Næsten dagligt	517	40,4%	757	46,8%	733	49,2%	138	24,3%	312	42,4%	595	37,5%	3052	42,0%
Flere gange dagligt	132	10,3%	541	33,4%	629	42,3%	37	6,4%	230	31,2%	185	11,6%	1753	24,1%
Ser en dokumentarudsendelse/reportage i fjernsynet														
Aldrig	73	5,7%	23	1,4%	17	1,2%	105	18,4%	19	2,6%	105	6,6%	343	4,7%
Sjældnere end halvårligt	69	5,4%	26	1,6%	19	1,3%	100	17,6%	13	1,8%	89	5,6%	316	4,3%
En gang hvert halve år	70	5,5%	25	1,6%	12	0,8%	52	9,2%	13	1,7%	110	6,9%	281	3,9%
3 eller 4 gange om året	151	11,8%	72	4,4%	32	2,2%	52	9,2%	46	6,3%	190	12,0%	543	7,5%
Ca. en gang om måneden	351	27,4%	323	19,9%	190	12,7%	105	18,5%	89	12,0%	360	22,7%	1417	19,5%
Ca. en gang om ugen	448	35,0%	796	49,2%	723	48,6%	106	18,7%	285	38,8%	484	30,5%	2843	39,1%
Næsten dagligt	107	8,4%	316	19,5%	441	29,7%	35	6,1%	206	28,0%	221	13,9%	1326	18,2%
Flere gange dagligt	12	1,0%	36	2,2%	54	3,6%	13	2,2%	64	8,7%	26	1,7%	204	2,8%
Læser en hverdagsavis (papir)														
Aldrig	390	30,4%	348	21,5%	50	3,4%	249	43,9%	55	7,5%	247	15,6%	1339	18,4%
Sjældnere end halvårligt	236	18,4%	226	14,0%	47	3,2%	115	20,3%	37	5,1%	166	10,5%	828	11,4%
En gang hvert halve år	92	7,2%	92	5,7%	12	0,8%	42	7,4%	26	3,5%	106	6,7%	371	5,1%
3 eller 4 gange om året	116	9,1%	148	9,1%	41	2,8%	23	4,1%	41	5,6%	170	10,7%	540	7,4%
Ca. en gang om måneden	159	12,4%	281	17,4%	91	6,1%	36	6,3%	74	10,1%	229	14,5%	870	12,0%
Ca. en gang om ugen	168	13,1%	339	21,0%	202	13,5%	53	9,4%	154	21,0%	262	16,5%	1178	16,2%
Næsten dagligt	112	8,7%	170	10,5%	650	43,6%	37	6,6%	229	31,2%	333	21,0%	1531	21,0%
Flere gange dagligt	8	0,6%	13	0,8%	396	26,6%	11	2,0%	117	15,9%	72	4,5%	617	8,5%

Tabel 1	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er på en hjemmeside for en hverdagsvis														
Aldrig	273	21,3%	174	10,8%	179	12,1%	214	37,8%	69	9,4%	233	14,7%	1144	15,7%
Sjældnere end halvårligt	143	11,2%	85	5,3%	78	5,2%	102	18,1%	28	3,8%	124	7,8%	560	7,7%
En gang hvert halve år	84	6,6%	42	2,6%	38	2,5%	38	6,7%	18	2,5%	100	6,3%	321	4,4%
3 eller 4 gange om året	96	7,5%	73	4,5%	58	3,9%	22	3,9%	30	4,0%	144	9,1%	423	5,8%
Ca. en gang om måneden	191	14,9%	150	9,2%	119	8,0%	47	8,3%	90	12,2%	227	14,3%	824	11,3%
Ca. en gang om ugen	202	15,7%	280	17,3%	214	14,4%	53	9,4%	123	16,7%	274	17,3%	1147	15,8%
Næsten dagligt	205	16,0%	472	29,2%	501	33,6%	66	11,7%	232	31,5%	361	22,7%	1836	25,2%
Flere gange dagligt	86	6,7%	341	21,1%	301	20,2%	23	4,1%	146	19,8%	124	7,8%	1020	14,0%
Hører timenyheder på en radiostation														
Aldrig	186	14,5%	183	11,3%	99	6,6%	190	33,5%	50	6,8%	215	13,6%	923	12,7%
Sjældnere end halvårligt	77	6,0%	72	4,4%	35	2,3%	83	14,6%	27	3,7%	115	7,2%	408	5,6%
En gang hvert halve år	39	3,0%	29	1,8%	12	0,8%	29	5,2%	14	1,9%	92	5,8%	215	3,0%
3 eller 4 gange om året	56	4,4%	35	2,2%	30	2,0%	26	4,5%	30	4,0%	133	8,4%	310	4,3%
Ca. en gang om måneden	127	9,9%	126	7,8%	67	4,5%	35	6,2%	60	8,1%	196	12,3%	610	8,4%
Ca. en gang om ugen	233	18,2%	217	13,4%	164	11,0%	71	12,5%	118	16,0%	260	16,4%	1062	14,6%
Næsten dagligt	356	27,8%	522	32,3%	514	34,5%	85	15,0%	281	38,2%	380	23,9%	2138	29,4%
Flere gange dagligt	206	16,1%	434	26,9%	567	38,1%	49	8,6%	156	21,2%	196	12,3%	1608	22,1%
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne vedrørende danske forhold														
Aldrig	188	14,7%	90	5,6%	34	2,3%	219	38,6%	28	3,9%	212	13,4%	772	10,6%
Sjældnere end halvårligt	160	12,5%	71	4,4%	22	1,5%	120	21,1%	30	4,1%	142	8,9%	544	7,5%
En gang hvert halve år	99	7,7%	59	3,6%	13	0,9%	34	6,0%	24	3,2%	104	6,5%	332	4,6%
3 eller 4 gange om året	148	11,6%	89	5,5%	35	2,4%	43	7,6%	34	4,6%	183	11,6%	533	7,3%
Ca. en gang om måneden	301	23,5%	258	15,9%	126	8,4%	70	12,3%	97	13,1%	331	20,9%	1182	16,3%
Ca. en gang om ugen	277	21,7%	571	35,3%	428	28,8%	43	7,5%	190	25,9%	351	22,1%	1860	25,6%
Næsten dagligt	95	7,5%	400	24,7%	666	44,8%	32	5,7%	259	35,2%	229	14,5%	1681	23,1%
Flere gange dagligt	11	0,9%	80	4,9%	163	11,0%	7	1,3%	73	10,0%	34	2,1%	368	5,1%

Tabel 1	De Overfladiske		De velinformede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser en artikel med baggrundsviden om et aktuelt emne om forhold i andre lande														
Aldrig	270	21,1%	119	7,4%	63	4,2%	244	43,0%	43	5,8%	225	14,2%	964	13,3%
Sjældnere end halvårligt	212	16,6%	125	7,7%	43	2,9%	125	22,0%	26	3,6%	159	10,0%	691	9,5%
En gang hvert halve år	110	8,6%	72	4,4%	19	1,3%	41	7,3%	21	2,8%	128	8,1%	391	5,4%
3 eller 4 gange om året	140	10,9%	114	7,0%	57	3,8%	38	6,8%	48	6,5%	200	12,6%	596	8,2%
Ca. en gang om måneden	282	22,1%	346	21,4%	182	12,2%	45	7,9%	100	13,6%	319	20,1%	1275	17,5%
Ca. en gang om ugen	201	15,7%	498	30,8%	464	31,2%	41	7,2%	224	30,5%	340	21,4%	1768	24,3%
Næsten dagligt	58	4,5%	294	18,2%	553	37,1%	25	4,4%	213	29,0%	178	11,2%	1320	18,2%
Flere gange dagligt	7	0,6%	49	3,0%	107	7,2%	8	1,4%	60	8,2%	37	2,4%	269	3,7%
Læser en lokal ugeavis (gratis omdelt)														
Aldrig	216	16,9%	186	11,5%	55	3,7%	168	29,6%	22	3,0%	194	12,2%	841	11,6%
Sjældnere end halvårligt	110	8,6%	90	5,6%	34	2,3%	107	18,8%	27	3,7%	100	6,3%	467	6,4%
En gang hvert halve år	65	5,1%	43	2,6%	24	1,6%	39	6,9%	23	3,2%	92	5,8%	287	3,9%
3 eller 4 gange om året	94	7,4%	73	4,5%	25	1,7%	23	4,1%	29	4,0%	141	8,9%	387	5,3%
Ca. en gang om måneden	196	15,3%	214	13,2%	107	7,2%	52	9,2%	72	9,8%	251	15,9%	893	12,3%
Ca. en gang om ugen	555	43,3%	903	55,8%	1044	70,1%	139	24,5%	365	49,7%	620	39,1%	3626	49,8%
Næsten dagligt	38	3,0%	96	5,9%	155	10,4%	29	5,1%	130	17,7%	152	9,6%	601	8,3%
Flere gange dagligt	6	0,5%	12	0,7%	45	3,0%	10	1,8%	65	8,9%	35	2,2%	173	2,4%
Læser nyhedsartikel i en udenlandsk publikation/avis														
Aldrig	789	61,6%	718	44,4%	624	41,9%	356	62,7%	208	28,3%	566	35,7%	3260	44,8%
Sjældnere end halvårligt	180	14,1%	277	17,1%	258	17,3%	99	17,4%	88	12,0%	232	14,6%	1133	15,6%
En gang hvert halve år	59	4,6%	115	7,1%	78	5,3%	33	5,9%	31	4,3%	117	7,4%	433	6,0%
3 eller 4 gange om året	61	4,8%	110	6,8%	120	8,1%	18	3,2%	54	7,4%	159	10,0%	523	7,2%
Ca. en gang om måneden	89	7,0%	146	9,1%	143	9,6%	25	4,4%	79	10,8%	197	12,4%	679	9,3%
Ca. en gang om ugen	71	5,5%	141	8,7%	130	8,7%	24	4,3%	108	14,8%	189	11,9%	663	9,1%
Næsten dagligt	29	2,2%	78	4,8%	98	6,6%	8	1,3%	116	15,8%	101	6,3%	428	5,9%
Flere gange dagligt	2	0,2%	33	2,0%	37	2,5%	6	1,0%	50	6,8%	26	1,6%	153	2,1%

Tabel 1	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Modtager og ser nyhedsbeskeder på min mobiltelefon/smartphone														
Aldrig	612	47,8%	636	39,3%	617	41,5%	307	54,1%	152	20,7%	458	28,9%	2783	38,3%
Sjældnere end halvårligt	106	8,3%	81	5,0%	69	4,6%	90	15,8%	35	4,7%	98	6,2%	479	6,6%
En gang hvert halve år	29	2,3%	21	1,3%	16	1,1%	25	4,5%	14	1,9%	93	5,8%	198	2,7%
3 eller 4 gange om året	48	3,7%	28	1,8%	32	2,1%	19	3,4%	31	4,3%	109	6,9%	268	3,7%
Ca. en gang om måneden	81	6,3%	71	4,4%	69	4,6%	29	5,1%	52	7,1%	214	13,5%	516	7,1%
Ca. en gang om ugen	122	9,6%	143	8,8%	132	8,8%	29	5,0%	114	15,5%	221	13,9%	760	10,5%
Næsten dagligt	182	14,2%	361	22,3%	294	19,8%	37	6,6%	214	29,1%	272	17,1%	1361	18,7%
Flere gange dagligt	98	7,7%	276	17,0%	260	17,5%	31	5,5%	123	16,7%	122	7,7%	910	12,5%
Læser blogs om nyheder og samfundsstof														
Aldrig	587	45,9%	574	35,5%	546	36,7%	317	55,8%	121	16,5%	463	29,2%	2608	35,8%
Sjældnere end halvårligt	199	15,5%	197	12,2%	153	10,3%	112	19,7%	56	7,6%	185	11,6%	901	12,4%
En gang hvert halve år	74	5,7%	85	5,3%	41	2,8%	28	5,0%	29	3,9%	121	7,6%	378	5,2%
3 eller 4 gange om året	114	8,9%	105	6,5%	89	6,0%	29	5,1%	39	5,3%	174	11,0%	550	7,6%
Ca. en gang om måneden	135	10,5%	208	12,9%	162	10,9%	34	6,1%	99	13,5%	258	16,3%	897	12,3%
Ca. en gang om ugen	106	8,3%	222	13,7%	241	16,2%	25	4,3%	151	20,5%	210	13,2%	955	13,1%
Næsten dagligt	53	4,2%	174	10,7%	197	13,2%	17	2,9%	176	23,9%	145	9,2%	762	10,5%
Flere gange dagligt	12	0,9%	52	3,2%	59	3,9%	6	1,1%	64	8,7%	30	1,9%	224	3,1%

Tabel 2	Mand		Kvinde		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Virksomheder, erhverv og finanser						
Aldrig	396	10,6%	777	20,5%	1174	15,6%
Sjældnere end halvårligt	305	8,2%	515	13,6%	820	10,9%
En gang hvert halve år	197	5,3%	229	6,0%	425	5,7%
3 eller 4 gange om året	294	7,9%	388	10,2%	682	9,1%
Ca. en gang om måneden	558	15,0%	633	16,7%	1191	15,9%
Ca. en gang om ugen	860	23,1%	733	19,4%	1593	21,2%
Næsten dagligt	908	24,4%	459	12,1%	1366	18,2%
Flere gange dagligt	207	5,6%	55	1,5%	262	3,5%
Kulturbegivenheder						
Aldrig	407	10,9%	354	9,3%	761	10,1%
Sjældnere end halvårligt	334	9,0%	305	8,0%	639	8,5%
En gang hvert halve år	223	6,0%	203	5,4%	426	5,7%
3 eller 4 gange om året	399	10,7%	380	10,0%	779	10,4%
Ca. en gang om måneden	686	18,4%	778	20,5%	1465	19,5%
Ca. en gang om ugen	1006	27,0%	1044	27,6%	2050	27,3%
Næsten dagligt	568	15,3%	645	17,0%	1213	16,1%
Flere gange dagligt	101	2,7%	80	2,1%	181	2,4%
Sport og sportsbegivenheder						
Aldrig	539	14,5%	947	25,0%	1486	19,8%
Sjældnere end halvårligt	262	7,0%	515	13,6%	777	10,3%
En gang hvert halve år	133	3,6%	211	5,6%	344	4,6%
3 eller 4 gange om året	199	5,3%	304	8,0%	502	6,7%
Ca. en gang om måneden	346	9,3%	532	14,1%	879	11,7%
Ca. en gang om ugen	656	17,6%	575	15,2%	1231	16,4%
Næsten dagligt	1087	29,2%	605	16,0%	1692	22,5%
Flere gange dagligt	504	13,5%	99	2,6%	603	8,0%

Tabel 2	Mand		Kvinde		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Udenrigsstof						
Aldrig	353	9,5%	563	14,9%	916	12,2%
Sjældnere end halvårligt	253	6,8%	382	10,1%	635	8,5%
En gang hvert halve år	180	4,8%	203	5,4%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	286	7,7%	331	8,7%	617	8,2%
Ca. en gang om måneden	468	12,6%	609	16,1%	1077	14,3%
Ca. en gang om ugen	848	22,8%	813	21,5%	1661	22,1%
Næsten dagligt	1077	28,9%	776	20,5%	1853	24,7%
Flere gange dagligt	260	7,0%	112	3,0%	372	4,9%
Kendte og kongelige						
Aldrig	838	22,5%	470	12,4%	1307	17,4%
Sjældnere end halvårligt	577	15,5%	417	11,0%	995	13,2%
En gang hvert halve år	275	7,4%	261	6,9%	536	7,1%
3 eller 4 gange om året	461	12,4%	493	13,0%	954	12,7%
Ca. en gang om måneden	652	17,5%	854	22,5%	1507	20,1%
Ca. en gang om ugen	627	16,8%	903	23,8%	1530	20,4%
Næsten dagligt	239	6,4%	350	9,2%	588	7,8%
Flere gange dagligt	55	1,5%	41	1,1%	96	1,3%
Kriminalstof, forbrydelser og retssager						
Aldrig	295	7,9%	319	8,4%	614	8,2%
Sjældnere end halvårligt	227	6,1%	276	7,3%	503	6,7%
En gang hvert halve år	195	5,2%	167	4,4%	363	4,8%
3 eller 4 gange om året	291	7,8%	297	7,8%	588	7,8%
Ca. en gang om måneden	593	15,9%	710	18,7%	1302	17,3%
Ca. en gang om ugen	1075	28,9%	1123	29,6%	2198	29,2%
Næsten dagligt	883	23,7%	817	21,6%	1700	22,6%
Flere gange dagligt	166	4,5%	80	2,1%	246	3,3%

Tabel 2	Mand		Kvinde		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Nyheder i min kommune eller region						
Aldrig	219	5,9%	244	6,4%	463	6,2%
Sjældnere end halvårligt	175	4,7%	177	4,7%	352	4,7%
En gang hvert halve år	112	3,0%	153	4,0%	265	3,5%
3 eller 4 gange om året	243	6,5%	249	6,6%	492	6,5%
Ca. en gang om måneden	467	12,5%	545	14,4%	1012	13,5%
Ca. en gang om ugen	1259	33,8%	1305	34,4%	2564	34,1%
Næsten dagligt	1055	28,3%	982	25,9%	2036	27,1%
Flere gange dagligt	195	5,2%	135	3,6%	330	4,4%
Danmarks økonomi						
Aldrig	317	8,5%	546	14,4%	864	11,5%
Sjældnere end halvårligt	236	6,3%	403	10,6%	639	8,5%
En gang hvert halve år	181	4,9%	236	6,2%	418	5,6%
3 eller 4 gange om året	296	7,9%	382	10,1%	678	9,0%
Ca. en gang om måneden	578	15,5%	646	17,1%	1225	16,3%
Ca. en gang om ugen	898	24,1%	827	21,8%	1724	22,9%
Næsten dagligt	1003	26,9%	677	17,9%	1679	22,4%
Flere gange dagligt	215	5,8%	72	1,9%	287	3,8%

Tabel 2	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Virksomheder, erhverv og finanser														
Aldrig	339	19,3%	196	18,1%	198	15,5%	187	15,4%	128	11,7%	125	11,4%	1174	15,6%
Sjældnere end halvårligt	228	13,0%	127	11,8%	133	10,4%	131	10,7%	91	8,3%	110	10,1%	820	10,9%
En gang hvert halve år	162	9,2%	80	7,4%	64	5,0%	48	4,0%	38	3,5%	34	3,1%	425	5,7%
3 eller 4 gange om året	229	13,1%	110	10,2%	120	9,4%	102	8,4%	63	5,8%	59	5,3%	682	9,1%
Ca. en gang om måneden	315	18,0%	185	17,1%	193	15,1%	191	15,7%	162	14,8%	144	13,2%	1191	15,9%
Ca. en gang om ugen	279	15,9%	216	20,0%	275	21,6%	263	21,6%	274	25,0%	286	26,1%	1593	21,2%
Næsten dagligt	155	8,8%	120	11,1%	244	19,1%	251	20,6%	291	26,6%	307	28,0%	1366	18,2%
Flere gange dagligt	45	2,6%	46	4,2%	49	3,9%	44	3,7%	46	4,2%	31	2,8%	262	3,5%
Kulturbegivenheder														
Aldrig	221	12,6%	137	12,7%	134	10,5%	116	9,5%	83	7,5%	70	6,4%	761	10,1%
Sjældnere end halvårligt	171	9,8%	109	10,1%	106	8,3%	111	9,1%	72	6,6%	69	6,3%	639	8,5%
En gang hvert halve år	128	7,3%	78	7,2%	80	6,3%	64	5,2%	43	4,0%	32	3,0%	426	5,7%
3 eller 4 gange om året	215	12,3%	151	14,0%	138	10,8%	125	10,3%	85	7,8%	64	5,9%	779	10,4%
Ca. en gang om måneden	401	22,9%	216	20,0%	272	21,3%	234	19,2%	198	18,1%	144	13,1%	1465	19,5%
Ca. en gang om ugen	384	21,9%	246	22,8%	345	27,0%	373	30,6%	353	32,3%	349	31,8%	2050	27,3%
Næsten dagligt	178	10,2%	112	10,4%	177	13,8%	175	14,3%	237	21,7%	335	30,5%	1213	16,1%
Flere gange dagligt	53	3,0%	29	2,7%	25	2,0%	20	1,7%	21	2,0%	32	2,9%	181	2,4%
Sport og sportsbegivenheder														
Aldrig	379	21,7%	236	21,9%	250	19,6%	229	18,8%	189	17,3%	202	18,4%	1486	19,8%
Sjældnere end halvårligt	218	12,5%	140	13,0%	130	10,1%	92	7,6%	81	7,5%	115	10,5%	777	10,3%
En gang hvert halve år	120	6,9%	57	5,3%	49	3,9%	48	3,9%	37	3,4%	32	2,9%	344	4,6%
3 eller 4 gange om året	163	9,3%	85	7,9%	85	6,6%	57	4,7%	60	5,5%	53	4,9%	502	6,7%
Ca. en gang om måneden	272	15,6%	143	13,3%	127	10,0%	113	9,3%	109	10,0%	113	10,3%	879	11,7%
Ca. en gang om ugen	236	13,5%	163	15,1%	229	17,9%	233	19,2%	189	17,3%	181	16,5%	1231	16,4%
Næsten dagligt	254	14,5%	165	15,3%	277	21,7%	329	27,0%	337	30,8%	331	30,2%	1692	22,5%
Flere gange dagligt	108	6,2%	89	8,2%	130	10,2%	116	9,5%	91	8,3%	69	6,3%	603	8,0%

Tabel 2	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Udenrigsstof														
Aldrig	302	17,2%	180	16,7%	158	12,3%	130	10,7%	87	7,9%	60	5,5%	916	12,2%
Sjældnere end halvårligt	199	11,4%	122	11,3%	104	8,2%	97	8,0%	55	5,1%	57	5,2%	635	8,5%
En gang hvert halve år	158	9,0%	70	6,5%	65	5,1%	44	3,6%	23	2,1%	24	2,1%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	229	13,1%	105	9,8%	96	7,5%	86	7,1%	57	5,2%	43	4,0%	617	8,2%
Ca. en gang om måneden	303	17,3%	172	15,9%	182	14,2%	164	13,4%	132	12,0%	125	11,4%	1077	14,3%
Ca. en gang om ugen	328	18,7%	215	19,9%	284	22,2%	310	25,5%	281	25,7%	243	22,2%	1661	22,1%
Næsten dagligt	180	10,3%	161	15,0%	315	24,6%	329	27,0%	394	36,1%	473	43,2%	1853	24,7%
Flere gange dagligt	52	3,0%	54	5,0%	74	5,8%	58	4,7%	64	5,9%	70	6,4%	372	4,9%
Kendte og kongelige														
Aldrig	353	20,2%	249	23,0%	247	19,3%	211	17,3%	143	13,1%	106	9,6%	1307	17,4%
Sjældnere end halvårligt	241	13,8%	134	12,4%	184	14,4%	207	17,0%	130	11,9%	98	9,0%	995	13,2%
En gang hvert halve år	154	8,8%	85	7,9%	109	8,6%	79	6,5%	67	6,1%	42	3,8%	536	7,1%
3 eller 4 gange om året	235	13,4%	133	12,3%	181	14,2%	150	12,3%	135	12,3%	120	11,0%	954	12,7%
Ca. en gang om måneden	303	17,3%	200	18,5%	245	19,2%	240	19,7%	264	24,2%	254	23,2%	1507	20,1%
Ca. en gang om ugen	261	14,9%	189	17,5%	219	17,2%	246	20,2%	274	25,1%	341	31,1%	1530	20,4%
Næsten dagligt	163	9,3%	73	6,7%	76	5,9%	74	6,1%	73	6,6%	130	11,8%	588	7,8%
Flere gange dagligt	41	2,4%	16	1,5%	16	1,2%	10	,8%	8	,7%	5	,5%	96	1,3%
Kriminalstof, forbrydelser og retssager														
Aldrig	210	12,0%	111	10,3%	110	8,6%	78	6,4%	59	5,4%	46	4,2%	614	8,2%
Sjældnere end halvårligt	160	9,1%	96	8,9%	69	5,4%	73	6,0%	55	5,1%	50	4,5%	503	6,7%
En gang hvert halve år	124	7,1%	71	6,6%	57	4,5%	42	3,5%	32	3,0%	35	3,2%	363	4,8%
3 eller 4 gange om året	199	11,3%	112	10,4%	98	7,7%	85	7,0%	54	4,9%	40	3,7%	588	7,8%
Ca. en gang om måneden	329	18,8%	195	18,1%	209	16,4%	211	17,3%	187	17,1%	170	15,5%	1302	17,3%
Ca. en gang om ugen	451	25,7%	287	26,6%	378	29,6%	371	30,5%	342	31,3%	369	33,7%	2198	29,2%
Næsten dagligt	211	12,0%	176	16,3%	298	23,4%	312	25,7%	342	31,3%	361	32,9%	1700	22,6%
Flere gange dagligt	68	3,9%	29	2,7%	57	4,5%	45	3,7%	22	2,1%	25	2,2%	246	3,3%

Tabel 2	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Nyheder i min kommune eller region														
Aldrig	224	12,8%	98	9,1%	69	5,4%	44	3,6%	21	1,9%	7	,6%	463	6,2%
Sjældnere end halvårligt	163	9,3%	73	6,8%	42	3,3%	40	3,3%	20	1,8%	14	1,2%	352	4,7%
En gang hvert halve år	126	7,2%	55	5,1%	39	3,0%	25	2,0%	14	1,3%	6	,6%	265	3,5%
3 eller 4 gange om året	198	11,3%	93	8,6%	90	7,1%	62	5,1%	27	2,5%	20	1,9%	492	6,5%
Ca. en gang om måneden	341	19,5%	188	17,4%	187	14,7%	131	10,8%	93	8,5%	71	6,5%	1012	13,5%
Ca. en gang om ugen	415	23,7%	331	30,7%	501	39,2%	464	38,1%	426	39,0%	428	39,0%	2564	34,1%
Næsten dagligt	222	12,7%	195	18,1%	304	23,8%	393	32,3%	438	40,0%	485	44,2%	2036	27,1%
Flere gange dagligt	63	3,6%	45	4,1%	45	3,5%	58	4,8%	55	5,0%	66	6,0%	330	4,4%
Danmarks økonomi														
Aldrig	309	17,7%	160	14,8%	147	11,5%	119	9,8%	73	6,7%	55	5,0%	864	11,5%
Sjældnere end halvårligt	218	12,4%	106	9,9%	105	8,2%	98	8,1%	54	4,9%	58	5,3%	639	8,5%
En gang hvert halve år	161	9,2%	91	8,4%	68	5,3%	50	4,1%	24	2,2%	23	2,1%	418	5,6%
3 eller 4 gange om året	222	12,7%	126	11,7%	122	9,5%	88	7,2%	61	5,6%	59	5,4%	678	9,0%
Ca. en gang om måneden	341	19,5%	193	17,9%	203	15,9%	200	16,4%	152	13,9%	135	12,3%	1225	16,3%
Ca. en gang om ugen	293	16,7%	229	21,3%	305	23,9%	307	25,2%	303	27,7%	287	26,2%	1724	22,9%
Næsten dagligt	156	8,9%	136	12,6%	270	21,2%	313	25,7%	376	34,4%	429	39,1%	1679	22,4%
Flere gange dagligt	50	2,9%	37	3,5%	57	4,4%	43	3,5%	50	4,6%	50	4,6%	287	3,8%

Tabel 2	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Virksomheder, erhverv og finanser												
Aldrig	332	15%	213	17%	245	16%	273	16%	111	13%	1174	16%
Sjældnere end halvårligt	215	10%	148	12%	165	11%	202	12%	90	11%	820	11%
En gang hvert halve år	100	4%	81	7%	90	6%	89	5%	66	8%	425	6%
3 eller 4 gange om året	185	8%	108	9%	141	9%	161	10%	88	11%	682	9%
Ca. en gang om måneden	324	15%	170	14%	287	18%	272	16%	137	17%	1191	16%
Ca. en gang om ugen	511	23%	237	19%	330	21%	321	19%	193	23%	1593	21%
Næsten dagligt	452	20%	234	19%	273	17%	282	17%	126	15%	1366	18%
Flere gange dagligt	107	5%	42	3%	44	3%	55	3%	14	2%	262	3%
Kulturbegivenheder												
Aldrig	196	9%	148	12%	157	10%	175	11%	86	10%	761	10%
Sjældnere end halvårligt	127	6%	153	12%	134	9%	156	9%	69	8%	639	8%
En gang hvert halve år	114	5%	69	6%	92	6%	93	6%	59	7%	426	6%
3 eller 4 gange om året	199	9%	128	10%	167	11%	183	11%	101	12%	779	10%
Ca. en gang om måneden	403	18%	220	18%	319	20%	338	20%	185	22%	1465	19%
Ca. en gang om ugen	640	29%	329	27%	434	28%	434	26%	214	26%	2050	27%
Næsten dagligt	461	21%	167	14%	241	15%	236	14%	107	13%	1213	16%
Flere gange dagligt	84	4%	21	2%	31	2%	40	2%	5	1%	181	2%
Sport og sportsbegivenheder												
Aldrig	423	19%	273	22%	288	18%	343	21%	158	19%	1486	20%
Sjældnere end halvårligt	218	10%	158	13%	164	10%	166	10%	71	9%	777	10%
En gang hvert halve år	93	4%	48	4%	80	5%	73	4%	50	6%	344	5%
3 eller 4 gange om året	138	6%	70	6%	107	7%	110	7%	79	10%	502	7%
Ca. en gang om måneden	260	12%	133	11%	174	11%	212	13%	100	12%	879	12%
Ca. en gang om ugen	367	16%	198	16%	278	18%	245	15%	142	17%	1231	16%
Næsten dagligt	527	24%	261	21%	350	22%	363	22%	190	23%	1692	23%
Flere gange dagligt	200	9%	92	7%	133	8%	143	9%	35	4%	603	8%

Tabel 2	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Udenrigsstof												
Aldrig	229	10%	175	14%	194	12%	218	13%	100	12%	916	12%
Sjældnere end halvårligt	147	7%	127	10%	139	9%	153	9%	70	8%	635	8%
En gang hvert halve år	97	4%	59	5%	88	6%	89	5%	50	6%	383	5%
3 eller 4 gange om året	153	7%	88	7%	148	9%	153	9%	76	9%	617	8%
Ca. en gang om måneden	280	13%	158	13%	232	15%	258	16%	149	18%	1077	14%
Ca. en gang om ugen	538	24%	273	22%	330	21%	341	21%	180	22%	1661	22%
Næsten dagligt	623	28%	303	25%	378	24%	376	23%	172	21%	1853	25%
Flere gange dagligt	159	7%	50	4%	66	4%	69	4%	28	3%	372	5%
Kendte og kongelige												
Aldrig	385	17%	236	19%	241	15%	315	19%	130	16%	1307	17%
Sjældnere end halvårligt	314	14%	182	15%	196	12%	210	13%	93	11%	995	13%
En gang hvert halve år	131	6%	92	7%	115	7%	123	7%	75	9%	536	7%
3 eller 4 gange om året	269	12%	144	12%	205	13%	217	13%	120	15%	954	13%
Ca. en gang om måneden	443	20%	234	19%	322	20%	340	21%	168	20%	1507	20%
Ca. en gang om ugen	455	20%	241	20%	347	22%	323	20%	164	20%	1530	20%
Næsten dagligt	194	9%	90	7%	124	8%	113	7%	67	8%	588	8%
Flere gange dagligt	34	2%	15	1%	25	2%	14	1%	7	1%	96	1%
Kriminalstof, forbrydelser og retssager												
Aldrig	166	7%	122	10%	124	8%	146	9%	56	7%	614	8%
Sjældnere end halvårligt	123	6%	103	8%	101	6%	110	7%	66	8%	503	7%
En gang hvert halve år	98	4%	44	4%	77	5%	91	5%	53	6%	363	5%
3 eller 4 gange om året	160	7%	85	7%	135	9%	126	8%	82	10%	588	8%
Ca. en gang om måneden	362	16%	211	17%	274	17%	309	19%	146	18%	1302	17%
Ca. en gang om ugen	680	31%	350	28%	459	29%	469	28%	241	29%	2198	29%
Næsten dagligt	536	24%	278	23%	363	23%	352	21%	170	21%	1700	23%
Flere gange dagligt	100	5%	40	3%	42	3%	53	3%	10	1%	246	3%

Tabel 2	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Nyheder i min kommune eller region												
Aldrig	135	6%	97	8%	84	5%	106	6%	40	5%	463	6%
Sjældnere end halvårligt	106	5%	67	5%	73	5%	77	5%	29	4%	352	5%
En gang hvert halve år	91	4%	35	3%	49	3%	47	3%	43	5%	265	4%
3 eller 4 gange om året	125	6%	69	6%	113	7%	100	6%	85	10%	492	7%
Ca. en gang om måneden	273	12%	155	13%	211	13%	246	15%	126	15%	1012	13%
Ca. en gang om ugen	926	42%	417	34%	452	29%	529	32%	239	29%	2564	34%
Næsten dagligt	483	22%	336	27%	508	32%	472	28%	236	29%	2036	27%
Flere gange dagligt	86	4%	57	5%	84	5%	78	5%	26	3%	330	4%
Danmarks økonomi												
Aldrig	216	10%	163	13%	179	11%	214	13%	91	11%	864	11%
Sjældnere end halvårligt	156	7%	136	11%	139	9%	144	9%	64	8%	639	9%
En gang hvert halve år	94	4%	61	5%	95	6%	96	6%	71	9%	418	6%
3 eller 4 gange om året	195	9%	86	7%	152	10%	162	10%	82	10%	678	9%
Ca. en gang om måneden	320	14%	187	15%	277	18%	292	18%	149	18%	1225	16%
Ca. en gang om ugen	542	24%	282	23%	354	22%	358	22%	188	23%	1724	23%
Næsten dagligt	579	26%	271	22%	337	21%	328	20%	165	20%	1679	22%
Flere gange dagligt	122	5%	48	4%	41	3%	60	4%	15	2%	287	4%

Tabel 2	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Virksomheder, erhverv og finanser						
Aldrig	542	15,8%	631	15,5%	1174	15,6%
Sjældnere end halvårligt	352	10,2%	468	11,5%	820	10,9%
En gang hvert halve år	171	5,0%	255	6,3%	425	5,7%
3 eller 4 gange om året	291	8,5%	391	9,6%	682	9,1%
Ca. en gang om måneden	497	14,4%	694	17,1%	1191	15,9%
Ca. en gang om ugen	761	22,1%	832	20,4%	1593	21,2%
Næsten dagligt	687	19,9%	679	16,7%	1366	18,2%
Flere gange dagligt	142	4,1%	120	3,0%	262	3,5%
Kulturbegivenheder						
Aldrig	341	9,9%	420	10,3%	761	10,1%
Sjældnere end halvårligt	256	7,4%	382	9,4%	639	8,5%
En gang hvert halve år	179	5,2%	247	6,1%	426	5,7%
3 eller 4 gange om året	329	9,6%	449	11,0%	779	10,4%
Ca. en gang om måneden	628	18,2%	836	20,5%	1465	19,5%
Ca. en gang om ugen	980	28,5%	1070	26,3%	2050	27,3%
Næsten dagligt	631	18,3%	582	14,3%	1213	16,1%
Flere gange dagligt	98	2,9%	83	2,0%	181	2,4%
Sport og sportsbegivenheder						
Aldrig	695	20,2%	791	19,4%	1486	19,8%
Sjældnere end halvårligt	356	10,3%	421	10,3%	777	10,3%
En gang hvert halve år	137	4,0%	207	5,1%	344	4,6%
3 eller 4 gange om året	208	6,0%	294	7,2%	502	6,7%
Ca. en gang om måneden	392	11,4%	486	12,0%	879	11,7%
Ca. en gang om ugen	581	16,9%	650	16,0%	1231	16,4%
Næsten dagligt	791	23,0%	901	22,1%	1692	22,5%
Flere gange dagligt	284	8,2%	319	7,8%	603	8,0%

Tabel 2	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Udenrigsstof						
Aldrig	401	11,7%	515	12,7%	916	12,2%
Sjældnere end halvårligt	257	7,5%	378	9,3%	635	8,5%
En gang hvert halve år	148	4,3%	236	5,8%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	241	7,0%	376	9,2%	617	8,2%
Ca. en gang om måneden	441	12,8%	636	15,6%	1077	14,3%
Ca. en gang om ugen	827	24,0%	835	20,5%	1661	22,1%
Næsten dagligt	929	27,0%	924	22,7%	1853	24,7%
Flere gange dagligt	201	5,8%	171	4,2%	372	4,9%
Kendte og kongelige						
Aldrig	618	18,0%	689	16,9%	1307	17,4%
Sjældnere end halvårligt	475	13,8%	519	12,8%	995	13,2%
En gang hvert halve år	218	6,3%	318	7,8%	536	7,1%
3 eller 4 gange om året	411	11,9%	543	13,3%	954	12,7%
Ca. en gang om måneden	679	19,7%	828	20,3%	1507	20,1%
Ca. en gang om ugen	711	20,6%	820	20,1%	1530	20,4%
Næsten dagligt	288	8,4%	300	7,4%	588	7,8%
Flere gange dagligt	44	1,3%	52	1,3%	96	1,3%
Kriminalstof, forbrydelser og retssager						
Aldrig	286	8,3%	328	8,1%	614	8,2%
Sjældnere end halvårligt	205	5,9%	299	7,3%	503	6,7%
En gang hvert halve år	141	4,1%	222	5,5%	363	4,8%
3 eller 4 gange om året	245	7,1%	343	8,4%	588	7,8%
Ca. en gang om måneden	573	16,6%	729	17,9%	1302	17,3%
Ca. en gang om ugen	1045	30,4%	1152	28,3%	2198	29,2%
Næsten dagligt	815	23,7%	885	21,7%	1700	22,6%
Flere gange dagligt	134	3,9%	112	2,7%	246	3,3%

Tabel 2	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Nyheder i min kommune eller region						
Aldrig	230	6,7%	232	5,7%	463	6,2%
Sjældnere end halvårligt	154	4,5%	199	4,9%	352	4,7%
En gang hvert halve år	120	3,5%	145	3,6%	265	3,5%
3 eller 4 gange om året	195	5,7%	296	7,3%	492	6,5%
Ca. en gang om måneden	433	12,6%	579	14,2%	1012	13,5%
Ca. en gang om ugen	1353	39,3%	1211	29,7%	2564	34,1%
Næsten dagligt	823	23,9%	1213	29,8%	2036	27,1%
Flere gange dagligt	135	3,9%	195	4,8%	330	4,4%
Danmarks økonomi						
Aldrig	376	10,9%	487	12,0%	864	11,5%
Sjældnere end halvårligt	267	7,7%	373	9,2%	639	8,5%
En gang hvert halve år	150	4,4%	268	6,6%	418	5,6%
3 eller 4 gange om året	283	8,2%	394	9,7%	678	9,0%
Ca. en gang om måneden	511	14,8%	714	17,5%	1225	16,3%
Ca. en gang om ugen	837	24,3%	887	21,8%	1724	22,9%
Næsten dagligt	856	24,9%	823	20,2%	1679	22,4%
Flere gange dagligt	163	4,7%	124	3,0%	287	3,8%

Tabel 2	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?										
Virksomheder, erhverv og finanser										
Aldrig	267	29,3%	146	16,8%	332	17,5%	150	15,2%	1174	15,6%
Sjældnere end halvårligt	125	13,8%	115	13,2%	232	12,3%	114	11,6%	820	10,9%
En gang hvert halve år	47	5,2%	77	8,9%	127	6,7%	49	4,9%	425	5,7%
3 eller 4 gange om året	93	10,2%	131	15,0%	155	8,2%	88	8,9%	682	9,1%
Ca. en gang om måneden	132	14,5%	156	17,9%	288	15,2%	144	14,6%	1191	15,9%
Ca. en gang om ugen	127	14,0%	139	15,9%	383	20,3%	227	23,0%	1593	21,2%
Næsten dagligt	104	11,4%	85	9,7%	332	17,6%	187	19,0%	1366	18,2%
Flere gange dagligt	14	1,5%	22	2,5%	41	2,2%	28	2,8%	262	3,5%
Kulturbegivenheder										
Aldrig	172	19,0%	85	9,8%	260	13,8%	82	8,3%	761	10,1%
Sjældnere end halvårligt	100	11,0%	84	9,6%	218	11,5%	95	9,6%	639	8,5%
En gang hvert halve år	64	7,0%	61	7,0%	126	6,7%	58	5,8%	426	5,7%
3 eller 4 gange om året	105	11,5%	128	14,7%	213	11,3%	88	8,9%	779	10,4%
Ca. en gang om måneden	166	18,2%	209	24,0%	368	19,4%	205	20,8%	1465	19,5%
Ca. en gang om ugen	192	21,2%	203	23,3%	444	23,5%	303	30,7%	2050	27,3%
Næsten dagligt	92	10,1%	85	9,8%	241	12,8%	144	14,5%	1213	16,1%
Flere gange dagligt	18	2,0%	16	1,8%	21	1,1%	14	1,4%	181	2,4%
Sport og sportsbegivenheder										
Aldrig	234	25,7%	159	18,3%	427	22,6%	196	19,8%	1486	19,8%
Sjældnere end halvårligt	92	10,1%	112	12,8%	187	9,9%	104	10,5%	777	10,3%
En gang hvert halve år	38	4,2%	53	6,0%	84	4,5%	48	4,9%	344	4,6%
3 eller 4 gange om året	58	6,4%	94	10,8%	111	5,9%	65	6,6%	502	6,7%
Ca. en gang om måneden	123	13,5%	129	14,8%	161	8,5%	121	12,3%	879	11,7%
Ca. en gang om ugen	123	13,6%	130	14,9%	278	14,7%	181	18,3%	1231	16,4%
Næsten dagligt	172	19,0%	133	15,2%	467	24,7%	212	21,4%	1692	22,5%
Flere gange dagligt	68	7,5%	63	7,2%	175	9,3%	62	6,3%	603	8,0%

Tabel 2	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?								
Virksomheder, erhverv og finanser								
Aldrig	200	10,3%	38	4,7%	41	36,3%	1174	15,6%
Sjældnere end halvårligt	184	9,5%	41	5,1%	7	6,4%	820	10,9%
En gang hvert halve år	96	5,0%	22	2,7%	6	5,5%	425	5,7%
3 eller 4 gange om året	152	7,9%	56	7,0%	8	7,0%	682	9,1%
Ca. en gang om måneden	331	17,1%	129	16,1%	11	9,7%	1191	15,9%
Ca. en gang om ugen	471	24,3%	230	28,7%	15	13,4%	1593	21,2%
Næsten dagligt	421	21,7%	225	28,0%	13	11,1%	1366	18,2%
Flere gange dagligt	83	4,3%	62	7,7%	12	10,5%	262	3,5%
Kulturbegivenheder								
Aldrig	109	5,6%	24	3,0%	29	25,0%	761	10,1%
Sjældnere end halvårligt	101	5,2%	31	3,8%	10	9,1%	639	8,5%
En gang hvert halve år	86	4,4%	26	3,2%	6	5,0%	426	5,7%
3 eller 4 gange om året	161	8,3%	77	9,6%	8	6,7%	779	10,4%
Ca. en gang om måneden	373	19,2%	130	16,2%	14	12,3%	1465	19,5%
Ca. en gang om ugen	620	32,0%	265	33,0%	24	20,6%	2050	27,3%
Næsten dagligt	428	22,1%	210	26,2%	13	11,3%	1213	16,1%
Flere gange dagligt	62	3,2%	40	4,9%	11	9,9%	181	2,4%
Sport og sportsbegivenheder								
Aldrig	321	16,6%	107	13,3%	43	37,4%	1486	19,8%
Sjældnere end halvårligt	184	9,5%	90	11,2%	9	7,7%	777	10,3%
En gang hvert halve år	81	4,2%	37	4,6%	3	2,3%	344	4,6%
3 eller 4 gange om året	121	6,2%	46	5,8%	7	6,1%	502	6,7%
Ca. en gang om måneden	244	12,6%	91	11,3%	10	8,8%	879	11,7%
Ca. en gang om ugen	348	18,0%	160	19,9%	12	10,7%	1231	16,4%
Næsten dagligt	479	24,7%	211	26,3%	18	15,6%	1692	22,5%
Flere gange dagligt	161	8,3%	61	7,6%	13	11,5%	603	8,0%

Tabel 2	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?										
Udenrigsstof										
Aldrig	212	23,3%	105	12,1%	286	15,1%	113	11,5%	916	12,2%
Sjældnere end halvårligt	106	11,7%	90	10,4%	198	10,5%	89	9,0%	635	8,5%
En gang hvert halve år	55	6,1%	70	8,1%	97	5,1%	57	5,7%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	88	9,7%	126	14,4%	153	8,1%	79	8,0%	617	8,2%
Ca. en gang om måneden	144	15,8%	138	15,9%	265	14,0%	154	15,6%	1077	14,3%
Ca. en gang om ugen	149	16,4%	184	21,1%	437	23,1%	239	24,2%	1661	22,1%
Næsten dagligt	140	15,4%	127	14,5%	398	21,1%	223	22,6%	1853	24,7%
Flere gange dagligt	15	1,6%	30	3,5%	57	3,0%	33	3,3%	372	4,9%
Kendte og kongelige										
Aldrig	207	22,8%	140	16,1%	383	20,2%	154	15,6%	1307	17,4%
Sjældnere end halvårligt	122	13,4%	129	14,8%	265	14,0%	126	12,8%	995	13,2%
En gang hvert halve år	57	6,3%	67	7,7%	133	7,0%	77	7,8%	536	7,1%
3 eller 4 gange om året	100	11,0%	133	15,2%	250	13,2%	116	11,7%	954	12,7%
Ca. en gang om måneden	170	18,7%	175	20,1%	330	17,4%	194	19,6%	1507	20,1%
Ca. en gang om ugen	171	18,8%	163	18,7%	380	20,1%	233	23,6%	1530	20,4%
Næsten dagligt	70	7,7%	60	6,9%	133	7,1%	74	7,5%	588	7,8%
Flere gange dagligt	11	1,2%	5	0,6%	16	0,9%	13	1,3%	96	1,3%
Kriminalstof, forbrydelser og retssager										
Aldrig	124	13,6%	79	9,1%	171	9,0%	70	7,1%	614	8,2%
Sjældnere end halvårligt	73	8,0%	62	7,1%	132	7,0%	71	7,2%	503	6,7%
En gang hvert halve år	38	4,1%	75	8,6%	89	4,7%	46	4,7%	363	4,8%
3 eller 4 gange om året	77	8,5%	100	11,5%	133	7,0%	82	8,3%	588	7,8%
Ca. en gang om måneden	157	17,3%	173	19,8%	294	15,6%	165	16,7%	1302	17,3%
Ca. en gang om ugen	230	25,3%	233	26,7%	558	29,5%	303	30,7%	2198	29,2%
Næsten dagligt	192	21,1%	126	14,5%	455	24,1%	224	22,7%	1700	22,6%
Flere gange dagligt	20	2,2%	23	2,7%	58	3,1%	27	2,8%	246	3,3%

Tabel 2	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?								
Udenrigsstof								
Aldrig	132	6,8%	34	4,2%	35	30,9%	916	12,2%
Sjældnere end halvårligt	109	5,6%	28	3,5%	13	11,7%	635	8,5%
En gang hvert halve år	79	4,1%	21	2,6%	4	3,1%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	124	6,4%	44	5,4%	3	2,7%	617	8,2%
Ca. en gang om måneden	271	14,0%	89	11,1%	15	13,4%	1077	14,3%
Ca. en gang om ugen	474	24,5%	165	20,5%	13	11,4%	1661	22,1%
Næsten dagligt	617	31,9%	329	40,9%	18	15,9%	1853	24,7%
Flere gange dagligt	131	6,8%	93	11,6%	12	10,8%	372	4,9%
Kendte og kongelige								
Aldrig	252	13,0%	141	17,5%	31	27,1%	1307	17,4%
Sjældnere end halvårligt	240	12,4%	99	12,3%	14	12,1%	995	13,2%
En gang hvert halve år	131	6,8%	65	8,1%	7	5,7%	536	7,1%
3 eller 4 gange om året	232	12,0%	111	13,8%	13	11,3%	954	12,7%
Ca. en gang om måneden	443	22,9%	174	21,7%	20	17,7%	1507	20,1%
Ca. en gang om ugen	422	21,8%	145	18,0%	16	13,7%	1530	20,4%
Næsten dagligt	192	9,9%	54	6,7%	5	4,3%	588	7,8%
Flere gange dagligt	26	1,4%	16	1,9%	9	8,1%	96	1,3%
Kriminalstof, forbrydelser og retssager								
Aldrig	98	5,0%	45	5,5%	28	24,8%	614	8,2%
Sjældnere end halvårligt	108	5,5%	50	6,2%	8	7,2%	503	6,7%
En gang hvert halve år	79	4,1%	30	3,8%	5	4,5%	363	4,8%
3 eller 4 gange om året	127	6,5%	60	7,5%	10	8,8%	588	7,8%
Ca. en gang om måneden	362	18,7%	140	17,4%	11	9,8%	1302	17,3%
Ca. en gang om ugen	586	30,3%	266	33,1%	23	19,8%	2198	29,2%
Næsten dagligt	504	26,0%	179	22,2%	20	17,3%	1700	22,6%
Flere gange dagligt	75	3,9%	34	4,3%	9	7,7%	246	3,3%

Tabel 2	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?										
Nyheder i min kommune eller region										
Aldrig	102	11,2%	78	9,0%	115	6,1%	42	4,3%	463	6,2%
Sjældnere end halvårligt	55	6,0%	75	8,6%	91	4,8%	42	4,3%	352	4,7%
En gang hvert halve år	30	3,3%	65	7,5%	68	3,6%	33	3,4%	265	3,5%
3 eller 4 gange om året	78	8,5%	97	11,1%	125	6,6%	57	5,8%	492	6,5%
Ca. en gang om måneden	161	17,7%	161	18,4%	211	11,2%	133	13,4%	1012	13,5%
Ca. en gang om ugen	253	27,8%	244	28,0%	653	34,5%	357	36,2%	2564	34,1%
Næsten dagligt	204	22,5%	125	14,4%	556	29,4%	282	28,5%	2036	27,1%
Flere gange dagligt	26	2,9%	26	3,0%	72	3,8%	41	4,1%	330	4,4%
Danmarks økonomi										
Aldrig	200	22,0%	120	13,8%	249	13,2%	112	11,3%	864	11,5%
Sjældnere end halvårligt	102	11,2%	84	9,7%	187	9,9%	91	9,2%	639	8,5%
En gang hvert halve år	54	6,0%	63	7,3%	114	6,0%	54	5,5%	418	5,6%
3 eller 4 gange om året	98	10,8%	124	14,3%	182	9,6%	80	8,1%	678	9,0%
Ca. en gang om måneden	146	16,1%	190	21,8%	284	15,0%	173	17,5%	1225	16,3%
Ca. en gang om ugen	158	17,3%	176	20,2%	446	23,6%	247	25,0%	1724	22,9%
Næsten dagligt	135	14,8%	95	10,9%	374	19,8%	207	21,0%	1679	22,4%
Flere gange dagligt	16	1,8%	17	2,0%	54	2,8%	23	2,4%	287	3,8%

Tabel 2	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?								
Nyheder i min kommune eller region								
Aldrig	72	3,7%	28	3,4%	26	22,9%	463	6,2%
Sjældnere end halvårligt	55	2,8%	29	3,6%	5	4,8%	352	4,7%
En gang hvert halve år	39	2,0%	23	2,9%	5	4,3%	265	3,5%
3 eller 4 gange om året	86	4,4%	41	5,1%	8	7,4%	492	6,5%
Ca. en gang om måneden	229	11,8%	104	12,9%	13	11,6%	1012	13,5%
Ca. en gang om ugen	714	36,8%	315	39,2%	28	24,1%	2564	34,1%
Næsten dagligt	637	32,9%	215	26,8%	17	15,3%	2036	27,1%
Flere gange dagligt	106	5,5%	49	6,1%	11	9,6%	330	4,4%
Danmarks økonomi								
Aldrig	112	5,8%	34	4,3%	36	31,4%	864	11,5%
Sjældnere end halvårligt	132	6,8%	34	4,2%	10	8,4%	639	8,5%
En gang hvert halve år	96	4,9%	30	3,7%	6	5,2%	418	5,6%
3 eller 4 gange om året	153	7,9%	32	3,9%	8	7,0%	678	9,0%
Ca. en gang om måneden	315	16,3%	107	13,3%	9	8,0%	1225	16,3%
Ca. en gang om ugen	476	24,5%	210	26,1%	12	10,4%	1724	22,9%
Næsten dagligt	566	29,2%	284	35,3%	19	17,0%	1679	22,4%
Flere gange dagligt	89	4,6%	73	9,0%	14	12,5%	287	3,8%

Tabel 2	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?										
Virksomheder, erhverv og finanser										
Aldrig	182	21,7%	308	17,6%	159	11,8%	102	9,6%	1174	15,6%
Sjældnere end halvårligt	110	13,1%	215	12,3%	149	11,1%	87	8,1%	820	10,9%
En gang hvert halve år	52	6,3%	109	6,3%	58	4,3%	66	6,2%	425	5,7%
3 eller 4 gange om året	94	11,2%	168	9,6%	117	8,7%	89	8,4%	682	9,1%
Ca. en gang om måneden	160	19,1%	267	15,3%	234	17,3%	171	16,1%	1191	15,9%
Ca. en gang om ugen	132	15,8%	377	21,6%	326	24,2%	257	24,2%	1593	21,2%
Næsten dagligt	89	10,7%	274	15,7%	265	19,7%	250	23,5%	1366	18,2%
Flere gange dagligt	17	2,0%	28	1,6%	39	2,9%	41	3,9%	262	3,5%
Kulturbegivenheder										
Aldrig	107	12,8%	177	10,2%	113	8,4%	76	7,1%	761	10,1%
Sjældnere end halvårligt	62	7,4%	165	9,4%	111	8,2%	77	7,3%	639	8,5%
En gang hvert halve år	58	6,9%	118	6,8%	68	5,1%	57	5,3%	426	5,7%
3 eller 4 gange om året	95	11,4%	171	9,8%	154	11,4%	116	10,9%	779	10,4%
Ca. en gang om måneden	177	21,2%	318	18,2%	273	20,3%	204	19,2%	1465	19,5%
Ca. en gang om ugen	216	25,8%	496	28,4%	356	26,4%	316	29,7%	2050	27,3%
Næsten dagligt	99	11,9%	271	15,5%	246	18,3%	191	18,0%	1213	16,1%
Flere gange dagligt	21	2,6%	31	1,8%	26	1,9%	27	2,5%	181	2,4%
Sport og sportsbegivenheder										
Aldrig	231	27,6%	401	22,9%	227	16,9%	139	13,1%	1486	19,8%
Sjældnere end halvårligt	88	10,5%	208	11,9%	133	9,9%	81	7,7%	777	10,3%
En gang hvert halve år	40	4,8%	97	5,5%	53	3,9%	50	4,7%	344	4,6%
3 eller 4 gange om året	76	9,1%	99	5,6%	87	6,4%	75	7,1%	502	6,7%
Ca. en gang om måneden	120	14,3%	172	9,9%	176	13,0%	115	10,8%	879	11,7%
Ca. en gang om ugen	99	11,9%	287	16,4%	243	18,0%	186	17,5%	1231	16,4%
Næsten dagligt	128	15,3%	389	22,2%	313	23,2%	306	28,7%	1692	22,5%
Flere gange dagligt	54	6,4%	95	5,5%	116	8,6%	111	10,5%	603	8,0%

Tabel 2	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?								
Virksomheder, erhverv og finanser								
Aldrig	44	6,9%	19	4,6%	359	24,5%	1174	15,6%
Sjældnere end halvårligt	37	5,8%	44	10,6%	179	12,2%	820	10,9%
En gang hvert halve år	38	5,9%	22	5,2%	80	5,5%	425	5,7%
3 eller 4 gange om året	57	8,9%	30	7,2%	126	8,6%	682	9,1%
Ca. en gang om måneden	100	15,5%	43	10,3%	217	14,8%	1191	15,9%
Ca. en gang om ugen	172	26,9%	84	20,3%	245	16,7%	1593	21,2%
Næsten dagligt	158	24,7%	116	28,0%	214	14,6%	1366	18,2%
Flere gange dagligt	35	5,4%	56	13,7%	46	3,2%	262	3,5%
Kulturbegivenheder								
Aldrig	43	6,8%	19	4,5%	227	15,5%	761	10,1%
Sjældnere end halvårligt	41	6,3%	44	10,6%	139	9,5%	639	8,5%
En gang hvert halve år	33	5,2%	25	6,0%	67	4,5%	426	5,7%
3 eller 4 gange om året	73	11,4%	39	9,4%	131	8,9%	779	10,4%
Ca. en gang om måneden	129	20,2%	70	16,8%	292	19,9%	1465	19,5%
Ca. en gang om ugen	196	30,6%	114	27,6%	357	24,3%	2050	27,3%
Næsten dagligt	107	16,7%	81	19,7%	218	14,8%	1213	16,1%
Flere gange dagligt	19	2,9%	22	5,2%	36	2,5%	181	2,4%
Sport og sportsbegivenheder								
Aldrig	68	10,5%	34	8,3%	386	26,3%	1486	19,8%
Sjældnere end halvårligt	56	8,7%	53	12,8%	158	10,8%	777	10,3%
En gang hvert halve år	29	4,5%	23	5,6%	52	3,6%	344	4,6%
3 eller 4 gange om året	45	7,1%	27	6,5%	93	6,4%	502	6,7%
Ca. en gang om måneden	71	11,1%	36	8,7%	190	12,9%	879	11,7%
Ca. en gang om ugen	117	18,3%	72	17,5%	227	15,5%	1231	16,4%
Næsten dagligt	185	28,9%	100	24,2%	272	18,5%	1692	22,5%
Flere gange dagligt	71	11,0%	67	16,3%	89	6,0%	603	8,0%

Tabel 2	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Udenrigsstof										
Aldrig	140	16,8%	221	12,6%	114	8,5%	81	7,6%	916	12,2%
Sjældnere end halvårligt	75	9,0%	165	9,4%	98	7,3%	76	7,1%	635	8,5%
En gang hvert halve år	45	5,3%	97	5,6%	66	4,9%	50	4,7%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	96	11,5%	129	7,4%	120	8,9%	80	7,5%	617	8,2%
Ca. en gang om måneden	131	15,7%	268	15,3%	189	14,0%	143	13,4%	1077	14,3%
Ca. en gang om ugen	169	20,2%	379	21,7%	322	23,9%	266	25,0%	1661	22,1%
Næsten dagligt	149	17,9%	429	24,5%	380	28,2%	298	28,0%	1853	24,7%
Flere gange dagligt	30	3,6%	59	3,4%	59	4,4%	70	6,6%	372	4,9%
Kendte og kongelige										
Aldrig	178	21,4%	280	16,0%	206	15,3%	161	15,2%	1307	17,4%
Sjældnere end halvårligt	112	13,4%	238	13,6%	173	12,8%	127	11,9%	995	13,2%
En gang hvert halve år	67	8,0%	132	7,5%	89	6,6%	79	7,4%	536	7,1%
3 eller 4 gange om året	92	11,1%	226	12,9%	195	14,5%	132	12,4%	954	12,7%
Ca. en gang om måneden	166	19,8%	349	20,0%	271	20,1%	232	21,8%	1507	20,1%
Ca. en gang om ugen	149	17,8%	375	21,5%	287	21,3%	240	22,6%	1530	20,4%
Næsten dagligt	62	7,4%	131	7,5%	114	8,5%	78	7,3%	588	7,8%
Flere gange dagligt	10	1,2%	17	1,0%	13	0,9%	14	1,3%	96	1,3%
Kriminalstof, forbrydelser og retssager										
Aldrig	93	11,1%	126	7,2%	81	6,0%	59	5,5%	614	8,2%
Sjældnere end halvårligt	61	7,3%	124	7,1%	76	5,7%	52	4,9%	503	6,7%
En gang hvert halve år	50	6,0%	95	5,4%	51	3,8%	53	5,0%	363	4,8%
3 eller 4 gange om året	78	9,3%	134	7,6%	123	9,1%	77	7,3%	588	7,8%
Ca. en gang om måneden	148	17,8%	307	17,6%	233	17,3%	190	17,9%	1302	17,3%
Ca. en gang om ugen	218	26,0%	520	29,8%	402	29,8%	341	32,0%	2198	29,2%
Næsten dagligt	169	20,2%	394	22,5%	346	25,7%	248	23,3%	1700	22,6%
Flere gange dagligt	19	2,3%	47	2,7%	35	2,6%	43	4,1%	246	3,3%

Tabel 2	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?								
Udenrigsstof								
Aldrig	45	7,0%	22	5,3%	294	20,0%	916	12,2%
Sjældnere end halvårligt	35	5,5%	38	9,2%	148	10,1%	635	8,5%
En gang hvert halve år	39	6,1%	23	5,5%	64	4,4%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	47	7,3%	26	6,3%	119	8,1%	617	8,2%
Ca. en gang om måneden	91	14,2%	37	8,9%	218	14,9%	1077	14,3%
Ca. en gang om ugen	150	23,4%	96	23,3%	280	19,1%	1661	22,1%
Næsten dagligt	188	29,3%	124	30,2%	285	19,4%	1853	24,7%
Flere gange dagligt	47	7,3%	47	11,5%	59	4,0%	372	4,9%
Kendte og kongelige								
Aldrig	107	16,8%	64	15,4%	311	21,2%	1307	17,4%
Sjældnere end halvårligt	97	15,2%	68	16,5%	179	12,2%	995	13,2%
En gang hvert halve år	47	7,3%	34	8,2%	89	6,1%	536	7,1%
3 eller 4 gange om året	74	11,6%	47	11,5%	188	12,8%	954	12,7%
Ca. en gang om måneden	138	21,6%	76	18,5%	274	18,7%	1507	20,1%
Ca. en gang om ugen	109	17,0%	69	16,8%	301	20,5%	1530	20,4%
Næsten dagligt	57	8,8%	37	9,1%	110	7,5%	588	7,8%
Flere gange dagligt	11	1,7%	17	4,0%	15	1,1%	96	1,3%
Kriminalstof, forbrydelser og retssager								
Aldrig	34	5,3%	15	3,7%	205	14,0%	614	8,2%
Sjældnere end halvårligt	49	7,7%	44	10,6%	98	6,7%	503	6,7%
En gang hvert halve år	25	4,0%	22	5,4%	66	4,5%	363	4,8%
3 eller 4 gange om året	46	7,2%	29	6,9%	101	6,9%	588	7,8%
Ca. en gang om måneden	105	16,3%	56	13,6%	262	17,9%	1302	17,3%
Ca. en gang om ugen	183	28,5%	121	29,3%	414	28,2%	2198	29,2%
Næsten dagligt	166	25,9%	92	22,3%	284	19,4%	1700	22,6%
Flere gange dagligt	33	5,1%	34	8,2%	35	2,4%	246	3,3%

Tabel 2	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total		
	Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Nyheder i min kommune eller region											
Aldrig	81	9,7%	85	4,8%	51	3,8%	34	3,2%	463	6,2%	
Sjældnere end halvårligt	40	4,7%	85	4,9%	46	3,4%	33	3,1%	352	4,7%	
En gang hvert halve år	44	5,3%	69	4,0%	43	3,2%	31	2,9%	265	3,5%	
3 eller 4 gange om året	76	9,1%	96	5,5%	93	6,9%	61	5,7%	492	6,5%	
Ca. en gang om måneden	142	17,0%	241	13,8%	179	13,3%	121	11,4%	1012	13,5%	
Ca. en gang om ugen	238	28,5%	613	35,1%	480	35,6%	430	40,5%	2564	34,1%	
Næsten dagligt	191	22,9%	481	27,5%	406	30,1%	301	28,3%	2036	27,1%	
Flere gange dagligt	24	2,9%	78	4,5%	49	3,6%	53	5,0%	330	4,4%	
Danmarks økonomi											
Aldrig	140	16,8%	191	10,9%	111	8,2%	78	7,3%	864	11,5%	
Sjældnere end halvårligt	84	10,1%	168	9,6%	100	7,4%	66	6,2%	639	8,5%	
En gang hvert halve år	48	5,7%	105	6,0%	66	4,9%	51	4,8%	418	5,6%	
3 eller 4 gange om året	99	11,9%	155	8,9%	118	8,8%	101	9,5%	678	9,0%	
Ca. en gang om måneden	165	19,8%	276	15,8%	237	17,6%	173	16,3%	1225	16,3%	
Ca. en gang om ugen	152	18,2%	442	25,3%	335	24,9%	292	27,5%	1724	22,9%	
Næsten dagligt	127	15,2%	367	21,0%	331	24,6%	258	24,3%	1679	22,4%	
Flere gange dagligt	20	2,4%	43	2,5%	48	3,6%	44	4,1%	287	3,8%	

Tabel 2	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?								
Nyheder i min kommune eller region								
Aldrig	25	3,9%	13	3,0%	175	11,9%	463	6,2%
Sjældnere end halvårligt	27	4,1%	42	10,2%	80	5,5%	352	4,7%
En gang hvert halve år	23	3,6%	17	4,0%	37	2,5%	265	3,5%
3 eller 4 gange om året	36	5,6%	24	5,9%	107	7,3%	492	6,5%
Ca. en gang om måneden	80	12,4%	46	11,1%	204	13,9%	1012	13,5%
Ca. en gang om ugen	219	34,2%	135	32,6%	448	30,6%	2564	34,1%
Næsten dagligt	194	30,3%	104	25,2%	359	24,5%	2036	27,1%
Flere gange dagligt	37	5,8%	33	7,9%	57	3,9%	330	4,4%
Danmarks økonomi								
Aldrig	42	6,5%	16	3,9%	286	19,5%	864	11,5%
Sjældnere end halvårligt	31	4,9%	38	9,2%	152	10,4%	639	8,5%
En gang hvert halve år	44	6,9%	24	5,9%	79	5,4%	418	5,6%
3 eller 4 gange om året	48	7,5%	27	6,5%	130	8,8%	678	9,0%
Ca. en gang om måneden	89	13,9%	45	11,0%	238	16,3%	1225	16,3%
Ca. en gang om ugen	169	26,4%	72	17,4%	261	17,8%	1724	22,9%
Næsten dagligt	180	28,0%	141	34,0%	276	18,8%	1679	22,4%
Flere gange dagligt	38	5,9%	50	12,1%	44	3,0%	287	3,8%

Tabel 2	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Virksomheder, erhverv og finanser														
Aldrig	312	24,3%	122	7,6%	56	3,7%	268	47,2%	42	5,7%	245	15,5%	1045	14,4%
Sjældnere end halvårligt	229	17,9%	139	8,6%	74	4,9%	118	20,7%	54	7,3%	186	11,7%	799	11,0%
En gang hvert halve år	112	8,8%	66	4,1%	31	2,1%	49	8,7%	27	3,7%	129	8,1%	414	5,7%
3 eller 4 gange om året	170	13,3%	142	8,8%	61	4,1%	30	5,2%	50	6,8%	214	13,5%	667	9,2%
Ca. en gang om måneden	213	16,7%	294	18,2%	191	12,8%	37	6,6%	110	15,0%	327	20,6%	1173	16,1%
Ca. en gang om ugen	161	12,6%	439	27,2%	454	30,5%	33	5,9%	190	25,9%	292	18,4%	1570	21,6%
Næsten dagligt	75	5,8%	339	20,9%	545	36,7%	28	4,9%	204	27,8%	165	10,4%	1356	18,6%
Flere gange dagligt	9	0,7%	75	4,7%	76	5,1%	4	0,8%	58	7,8%	29	1,8%	251	3,5%
Kulturbegivenheder														
Aldrig	151	11,8%	92	5,7%	34	2,3%	167	29,5%	32	4,3%	172	10,9%	649	8,9%
Sjældnere end halvårligt	164	12,8%	108	6,7%	44	2,9%	114	20,1%	28	3,8%	158	10,0%	616	8,5%
En gang hvert halve år	103	8,0%	81	5,0%	33	2,2%	46	8,1%	36	5,0%	114	7,2%	413	5,7%
3 eller 4 gange om året	207	16,2%	150	9,3%	71	4,8%	64	11,2%	49	6,7%	223	14,1%	763	10,5%
Ca. en gang om måneden	311	24,3%	367	22,7%	215	14,4%	82	14,5%	127	17,3%	332	21,0%	1434	19,7%
Ca. en gang om ugen	247	19,3%	543	33,6%	523	35,2%	62	11,0%	249	33,8%	402	25,4%	2026	27,9%
Næsten dagligt	88	6,9%	245	15,2%	508	34,1%	21	3,7%	180	24,5%	160	10,1%	1201	16,5%
Flere gange dagligt	10	0,8%	31	1,9%	60	4,1%	12	2,0%	34	4,6%	25	1,6%	171	2,4%
Sport og sportsbegivenheder														
Aldrig	354	27,6%	260	16,1%	177	11,9%	227	40,0%	82	11,1%	263	16,6%	1362	18,7%
Sjældnere end halvårligt	168	13,1%	152	9,4%	128	8,6%	119	20,9%	48	6,6%	138	8,7%	754	10,4%
En gang hvert halve år	66	5,1%	62	3,8%	44	3,0%	34	6,0%	35	4,7%	94	5,9%	334	4,6%
3 eller 4 gange om året	88	6,9%	102	6,3%	61	4,1%	20	3,5%	54	7,3%	168	10,6%	493	6,8%
Ca. en gang om måneden	166	12,9%	175	10,8%	140	9,4%	34	6,0%	73	9,9%	273	17,2%	861	11,8%
Ca. en gang om ugen	178	13,9%	302	18,7%	268	18,0%	55	9,8%	146	19,8%	261	16,5%	1210	16,6%
Næsten dagligt	204	15,9%	385	23,8%	501	33,7%	58	10,1%	221	30,1%	305	19,2%	1673	23,0%
Flere gange dagligt	57	4,5%	179	11,1%	168	11,3%	21	3,6%	76	10,4%	85	5,4%	587	8,1%

Tabel 2	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Udenrigsstof														
Aldrig	210	16,4%	60	3,7%	19	1,3%	250	44,1%	37	5,0%	218	13,7%	794	10,9%
Sjældnere end halvårligt	208	16,2%	62	3,9%	22	1,4%	113	19,9%	28	3,8%	180	11,4%	613	8,4%
En gang hvert halve år	99	7,7%	44	2,7%	15	1,0%	52	9,2%	34	4,7%	127	8,0%	371	5,1%
3 eller 4 gange om året	185	14,4%	104	6,4%	34	2,3%	30	5,3%	46	6,3%	202	12,7%	601	8,3%
Ca. en gang om måneden	229	17,9%	267	16,5%	122	8,2%	48	8,5%	97	13,2%	291	18,3%	1054	14,5%
Ca. en gang om ugen	232	18,1%	482	29,8%	358	24,0%	45	7,9%	179	24,4%	346	21,8%	1642	22,6%
Næsten dagligt	108	8,5%	488	30,2%	775	52,1%	20	3,6%	255	34,6%	190	12,0%	1836	25,2%
Flere gange dagligt	10	0,8%	110	6,8%	144	9,7%	9	1,6%	59	8,0%	32	2,0%	363	5,0%
Kendte og kongelige														
Aldrig	264	20,6%	234	14,4%	154	10,3%	209	36,7%	67	9,1%	258	16,3%	1185	16,3%
Sjældnere end halvårligt	220	17,2%	203	12,5%	163	11,0%	125	22,0%	54	7,3%	209	13,2%	973	13,4%
En gang hvert halve år	102	8,0%	113	7,0%	80	5,4%	52	9,2%	41	5,6%	137	8,6%	525	7,2%
3 eller 4 gange om året	189	14,8%	205	12,7%	183	12,3%	52	9,2%	85	11,5%	223	14,0%	937	12,9%
Ca. en gang om måneden	251	19,6%	350	21,6%	374	25,2%	46	8,2%	118	16,1%	340	21,4%	1479	20,3%
Ca. en gang om ugen	196	15,3%	367	22,7%	400	26,9%	61	10,8%	195	26,6%	292	18,4%	1510	20,8%
Næsten dagligt	55	4,3%	131	8,1%	122	8,2%	16	2,9%	146	19,8%	108	6,8%	578	7,9%
Flere gange dagligt	3	0,2%	17	1,0%	12	0,8%	6	1,0%	29	3,9%	20	1,3%	86	1,2%
Kriminalstof, forbrydelser og retssager														
Aldrig	117	9,1%	38	2,3%	16	1,1%	162	28,6%	28	3,8%	144	9,1%	504	6,9%
Sjældnere end halvårligt	117	9,1%	64	4,0%	39	2,6%	108	19,0%	20	2,8%	131	8,3%	480	6,6%
En gang hvert halve år	83	6,5%	42	2,6%	36	2,4%	50	8,8%	25	3,4%	114	7,2%	349	4,8%
3 eller 4 gange om året	157	12,2%	85	5,2%	48	3,2%	47	8,3%	49	6,6%	191	12,0%	575	7,9%
Ca. en gang om måneden	286	22,4%	282	17,4%	206	13,9%	75	13,2%	98	13,4%	323	20,4%	1271	17,5%
Ca. en gang om ugen	353	27,6%	572	35,4%	526	35,3%	80	14,1%	228	31,0%	414	26,1%	2172	29,9%
Næsten dagligt	148	11,5%	463	28,6%	558	37,5%	39	6,8%	237	32,3%	240	15,1%	1684	23,2%
Flere gange dagligt	20	1,6%	72	4,5%	59	4,0%	6	1,1%	50	6,8%	30	1,9%	238	3,3%

Tabel 2	De Overfladiske		De velinformede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte ser, hører eller læser du om følgende stofområder?														
Nyheder i min kommune eller region														
Aldrig	51	4,0%	20	1,2%	4	0,3%	142	25,0%	12	1,7%	128	8,0%	357	4,9%
Sjældnere end halvårligt	77	6,0%	27	1,7%	9	0,6%	106	18,7%	10	1,3%	106	6,7%	334	4,6%
En gang hvert halve år	72	5,7%	22	1,3%	5	0,4%	50	8,7%	14	2,0%	93	5,9%	257	3,5%
3 eller 4 gange om året	128	10,0%	67	4,1%	19	1,3%	57	10,1%	29	4,0%	172	10,9%	473	6,5%
Ca. en gang om måneden	291	22,7%	191	11,8%	73	4,9%	61	10,8%	76	10,4%	291	18,4%	984	13,5%
Ca. en gang om ugen	476	37,2%	721	44,6%	534	35,9%	94	16,5%	236	32,1%	471	29,7%	2531	34,8%
Næsten dagligt	173	13,5%	502	31,1%	720	48,4%	48	8,4%	286	38,9%	287	18,1%	2016	27,7%
Flere gange dagligt	13	1,0%	68	4,2%	123	8,2%	10	1,7%	71	9,7%	38	2,4%	322	4,4%
Danmarks økonomi														
Aldrig	190	14,8%	55	3,4%	25	1,7%	243	42,7%	34	4,6%	193	12,2%	738	10,2%
Sjældnere end halvårligt	198	15,4%	77	4,7%	28	1,9%	124	21,9%	22	3,0%	168	10,6%	617	8,5%
En gang hvert halve år	118	9,3%	61	3,8%	10	0,7%	50	8,9%	30	4,1%	133	8,4%	404	5,5%
3 eller 4 gange om året	179	14,0%	136	8,4%	39	2,6%	35	6,3%	46	6,3%	228	14,3%	663	9,1%
Ca. en gang om måneden	292	22,8%	273	16,9%	144	9,7%	42	7,5%	119	16,1%	335	21,2%	1206	16,6%
Ca. en gang om ugen	202	15,7%	517	31,9%	448	30,1%	42	7,4%	176	23,9%	319	20,1%	1703	23,4%
Næsten dagligt	95	7,4%	419	25,9%	697	46,8%	26	4,5%	243	33,0%	187	11,8%	1666	22,9%
Flere gange dagligt	8	0,6%	80	4,9%	97	6,5%	5	0,9%	66	8,9%	23	1,4%	278	3,8%

Tabel 3	Mand		Kvinde		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
DR, TV 2 og de regionale TV 2 stationer						
I meget høj grad	1665	44,7%	1810	47,8%	3475	46,2%
I høj grad	1124	30,2%	1119	29,5%	2242	29,8%
Hverken/eller	470	12,6%	379	10,0%	849	11,3%
I lav grad	148	4,0%	184	4,8%	331	4,4%
I meget lav grad	217	5,8%	187	4,9%	404	5,4%
Ved ikke	101	2,7%	111	2,9%	212	2,8%
Andre TV-stationer						
I meget høj grad	281	7,5%	318	8,4%	599	8,0%
I høj grad	587	15,8%	601	15,9%	1189	15,8%
Hverken/eller	857	23,0%	713	18,8%	1570	20,9%
I lav grad	609	16,4%	679	17,9%	1289	17,2%
I meget lav grad	1246	33,4%	1328	35,0%	2574	34,3%
Ved ikke	144	3,9%	150	3,9%	294	3,9%
Landsdækkende morgenaviser						
I meget høj grad	543	14,6%	461	12,2%	1004	13,4%
I høj grad	632	17,0%	496	13,1%	1127	15,0%
Hverken/eller	729	19,6%	624	16,5%	1353	18,0%
I lav grad	483	13,0%	551	14,5%	1034	13,8%
I meget lav grad	1183	31,7%	1458	38,5%	2640	35,1%
Ved ikke	157	4,2%	199	5,2%	356	4,7%

Tabel 3	Mand		Kvinde		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Regionale dagblade						
I meget høj grad	320	8,6%	272	7,2%	592	7,9%
I høj grad	498	13,4%	386	10,2%	884	11,8%
Hverken/eller	703	18,9%	635	16,8%	1338	17,8%
I lav grad	544	14,6%	562	14,8%	1106	14,7%
I meget lav grad	1457	39,1%	1696	44,8%	3153	42,0%
Ved ikke	203	5,5%	237	6,3%	440	5,9%
Lokale dagblade						
I meget høj grad	280	7,5%	288	7,6%	568	7,6%
I høj grad	608	16,3%	551	14,5%	1159	15,4%
Hverken/eller	757	20,3%	653	17,2%	1410	18,8%
I lav grad	551	14,8%	567	15,0%	1118	14,9%
I meget lav grad	1323	35,5%	1473	38,9%	2796	37,2%
Ved ikke	205	5,5%	258	6,8%	463	6,2%
Formiddags- og gratisaviser						
I meget høj grad	343	9,2%	274	7,2%	617	8,2%
I høj grad	697	18,7%	637	16,8%	1333	17,7%
Hverken/eller	822	22,1%	714	18,8%	1535	20,4%
I lav grad	608	16,3%	654	17,3%	1262	16,8%
I meget lav grad	1098	29,5%	1327	35,0%	2425	32,3%
Ved ikke	158	4,2%	183	4,8%	341	4,5%

Tabel 3	Mand		Kvinde		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner						
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Gratis ugeavis, der husstandsdeles i dit lokalområde						
I meget høj grad	522	14,0%	714	18,8%	1236	16,5%
I høj grad	990	26,6%	992	26,2%	1983	26,4%
Hverken/eller	902	24,2%	730	19,3%	1632	21,7%
I lav grad	471	12,7%	443	11,7%	915	12,2%
I meget lav grad	694	18,6%	752	19,8%	1445	19,2%
Ved ikke	146	3,9%	157	4,1%	303	4,0%
DR's radiokanaler, Radio24syv						
I meget høj grad	765	20,5%	703	18,5%	1467	19,5%
I høj grad	874	23,5%	733	19,3%	1607	21,4%
Hverken/eller	772	20,7%	654	17,3%	1426	19,0%
I lav grad	400	10,7%	457	12,1%	857	11,4%
I meget lav grad	745	20,0%	1024	27,0%	1768	23,5%
Ved ikke	170	4,6%	218	5,8%	388	5,2%
Andre radiostationer						
I meget høj grad	207	5,5%	301	8,0%	508	6,8%
I høj grad	551	14,8%	575	15,2%	1125	15,0%
Hverken/eller	761	20,4%	699	18,4%	1460	19,4%
I lav grad	526	14,1%	559	14,7%	1084	14,4%
I meget lav grad	1475	39,6%	1411	37,2%	2885	38,4%
Ved ikke	207	5,5%	244	6,4%	451	6,0%

Tabel 3	Mand		Kvinde		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
E-mails, SMS og nyhedsapps fra TV-stationer, webaviser og e-nyheder						
I meget høj grad	374	10,0%	479	12,6%	853	11,4%
I høj grad	740	19,9%	740	19,5%	1480	19,7%
Hverken/eller	842	22,6%	727	19,2%	1568	20,9%
I lav grad	434	11,6%	455	12,0%	889	11,8%
I meget lav grad	1104	29,6%	1152	30,4%	2256	30,0%
Ved ikke	232	6,2%	236	6,2%	468	6,2%
Nyhedsmedier, der udelukkende findes på internettet						
I meget høj grad	216	5,8%	186	4,9%	402	5,3%
I høj grad	502	13,5%	440	11,6%	942	12,5%
Hverken/eller	774	20,8%	762	20,1%	1537	20,5%
I lav grad	526	14,1%	518	13,7%	1044	13,9%
I meget lav grad	1433	38,5%	1563	41,3%	2996	39,9%
Ved ikke	274	7,4%	319	8,4%	593	7,9%
Ugeblade						
I meget høj grad	130	3,5%	238	6,3%	368	4,9%
I høj grad	294	7,9%	429	11,3%	723	9,6%
Hverken/eller	584	15,7%	661	17,4%	1245	16,6%
I lav grad	422	11,3%	634	16,7%	1056	14,1%
I meget lav grad	2043	54,9%	1608	42,5%	3652	48,6%
Ved ikke	252	6,8%	218	5,8%	470	6,3%

Tabel 3	Mand		Kvinde		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Politikere på sociale medier						
I meget høj grad	145	3,9%	175	4,6%	320	4,3%
I høj grad	405	10,9%	440	11,6%	844	11,2%
Hverken/eller	752	20,2%	836	22,1%	1588	21,1%
I lav grad	483	13,0%	563	14,8%	1046	13,9%
I meget lav grad	1675	45,0%	1489	39,3%	3164	42,1%
Ved ikke	265	7,1%	287	7,6%	552	7,3%
Medier på sociale medier						
I meget høj grad	246	6,6%	441	11,6%	687	9,1%
I høj grad	561	15,1%	816	21,5%	1376	18,3%
Hverken/eller	848	22,8%	802	21,2%	1650	22,0%
I lav grad	457	12,3%	459	12,1%	916	12,2%
I meget lav grad	1358	36,5%	1012	26,7%	2370	31,5%
Ved ikke	255	6,9%	259	6,8%	514	6,8%

Tabel 3	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
DR, TV 2 og de regionale TV 2 stationer														
I meget høj grad	460	26,2%	343	31,9%	604	47,3%	674	55,4%	663	60,6%	730	66,6%	3475	46,2%
I høj grad	507	28,9%	357	33,1%	404	31,6%	370	30,4%	328	30,0%	276	25,2%	2242	29,8%
Hverken/eller	357	20,4%	180	16,7%	127	9,9%	95	7,8%	51	4,6%	39	3,6%	849	11,3%
I lav grad	142	8,1%	66	6,1%	51	4,0%	28	2,3%	21	1,9%	23	2,1%	331	4,4%
I meget lav grad	175	10,0%	88	8,1%	62	4,9%	28	2,3%	28	2,6%	23	2,1%	404	5,4%
Ved ikke	110	6,3%	44	4,1%	29	2,3%	22	1,8%	3	,3%	4	,4%	212	2,8%
Andre TV-stationer														
I meget høj grad	181	10,4%	83	7,7%	88	6,9%	94	7,7%	61	5,5%	92	8,4%	599	8,0%
I høj grad	293	16,7%	162	15,1%	176	13,8%	196	16,1%	180	16,5%	181	16,5%	1189	15,8%
Hverken/eller	418	23,9%	237	21,9%	253	19,8%	269	22,1%	194	17,7%	200	18,2%	1570	20,9%
I lav grad	235	13,4%	160	14,9%	243	19,0%	222	18,2%	208	19,0%	220	20,1%	1289	17,2%
I meget lav grad	508	29,0%	386	35,8%	476	37,3%	403	33,1%	425	38,9%	376	34,3%	2574	34,3%
Ved ikke	116	6,7%	50	4,6%	41	3,2%	33	2,7%	26	2,3%	27	2,5%	294	3,9%
Landsdækkende morgenaviser														
I meget høj grad	129	7,4%	59	5,4%	89	6,9%	105	8,6%	236	21,6%	386	35,2%	1004	13,4%
I høj grad	283	16,1%	176	16,3%	207	16,2%	167	13,7%	167	15,3%	128	11,7%	1127	15,0%
Hverken/eller	432	24,7%	243	22,6%	236	18,5%	208	17,1%	121	11,0%	113	10,3%	1353	18,0%
I lav grad	232	13,2%	163	15,1%	168	13,1%	193	15,8%	154	14,1%	125	11,4%	1034	13,8%
I meget lav grad	549	31,4%	366	34,0%	525	41,1%	505	41,5%	385	35,2%	311	28,3%	2640	35,1%
Ved ikke	127	7,2%	71	6,6%	53	4,1%	40	3,3%	31	2,8%	34	3,1%	356	4,7%

Tabel 3	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Regionale dagblade														
I meget høj grad	89	5,1%	36	3,3%	53	4,1%	70	5,7%	149	13,6%	196	17,9%	592	7,9%
I høj grad	212	12,1%	158	14,7%	153	12,0%	132	10,9%	112	10,3%	116	10,6%	884	11,8%
Hverken/eller	429	24,5%	240	22,2%	209	16,3%	205	16,8%	128	11,7%	127	11,6%	1338	17,8%
I lav grad	266	15,2%	155	14,3%	199	15,6%	203	16,7%	141	12,9%	141	12,9%	1106	14,7%
I meget lav grad	611	34,9%	417	38,7%	600	47,0%	558	45,8%	514	47,0%	454	41,4%	3153	42,0%
Ved ikke	144	8,2%	73	6,8%	63	4,9%	50	4,1%	48	4,4%	61	5,6%	440	5,9%
Lokale dagblade														
I meget høj grad	90	5,2%	47	4,3%	55	4,3%	86	7,0%	132	12,1%	158	14,4%	568	7,6%
I høj grad	234	13,4%	177	16,4%	195	15,3%	191	15,7%	162	14,9%	199	18,2%	1159	15,4%
Hverken/eller	409	23,3%	252	23,4%	247	19,4%	214	17,6%	162	14,8%	126	11,5%	1410	18,8%
I lav grad	253	14,4%	174	16,1%	213	16,7%	206	16,9%	136	12,4%	136	12,4%	1118	14,9%
I meget lav grad	620	35,4%	357	33,1%	505	39,5%	467	38,3%	442	40,4%	405	37,0%	2796	37,2%
Ved ikke	145	8,3%	73	6,7%	62	4,8%	54	4,4%	58	5,4%	71	6,5%	463	6,2%
Formiddags- og gratisaviser														
I meget høj grad	149	8,5%	61	5,6%	93	7,3%	92	7,5%	106	9,7%	117	10,7%	617	8,2%
I høj grad	354	20,2%	214	19,9%	251	19,7%	204	16,8%	161	14,7%	148	13,5%	1333	17,7%
Hverken/eller	438	25,0%	263	24,4%	272	21,3%	236	19,4%	167	15,3%	158	14,5%	1535	20,4%
I lav grad	258	14,7%	176	16,3%	210	16,4%	202	16,6%	208	19,1%	208	19,0%	1262	16,8%
I meget lav grad	425	24,3%	304	28,2%	405	31,7%	449	36,9%	414	37,9%	427	39,0%	2425	32,3%
Ved ikke	127	7,3%	60	5,5%	46	3,6%	34	2,8%	37	3,4%	38	3,5%	341	4,5%

Tabel 3	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner														
Gratis ugeavis, der husstandsdeles i dit lokalområde														
I meget høj grad	100	5,7%	82	7,6%	163	12,8%	219	18,0%	298	27,3%	374	34,1%	1236	16,5%
I høj grad	274	15,6%	226	21,0%	346	27,1%	377	31,0%	381	34,9%	378	34,5%	1983	26,4%
Hverken/eller	457	26,1%	280	25,9%	306	23,9%	264	21,7%	194	17,8%	131	12,0%	1632	21,7%
I lav grad	246	14,0%	144	13,4%	184	14,4%	150	12,3%	87	7,9%	105	9,5%	915	12,2%
I meget lav grad	531	30,3%	284	26,4%	240	18,8%	173	14,2%	118	10,8%	99	9,0%	1445	19,2%
Ved ikke	144	8,2%	62	5,7%	38	3,0%	35	2,9%	15	1,3%	9	,8%	303	4,0%
DR's radiokanaler, Radio24syv														
I meget høj grad	222	12,7%	132	12,2%	279	21,8%	266	21,8%	286	26,2%	282	25,7%	1467	19,5%
I høj grad	305	17,4%	245	22,7%	289	22,6%	279	22,9%	261	23,9%	228	20,8%	1607	21,4%
Hverken/eller	435	24,9%	256	23,7%	249	19,5%	226	18,5%	143	13,1%	117	10,7%	1426	19,0%
I lav grad	216	12,4%	137	12,7%	135	10,6%	133	10,9%	121	11,1%	115	10,5%	857	11,4%
I meget lav grad	439	25,0%	244	22,6%	274	21,5%	268	22,0%	247	22,6%	296	27,0%	1768	23,5%
Ved ikke	133	7,6%	65	6,0%	51	4,0%	46	3,8%	34	3,1%	58	5,3%	388	5,2%
Andre radiostationer														
I meget høj grad	173	9,9%	88	8,2%	105	8,3%	62	5,1%	51	4,7%	28	2,5%	508	6,8%
I høj grad	359	20,5%	217	20,1%	266	20,8%	169	13,8%	68	6,2%	47	4,3%	1125	15,0%
Hverken/eller	452	25,8%	262	24,3%	260	20,3%	226	18,6%	140	12,8%	120	11,0%	1460	19,4%
I lav grad	235	13,4%	156	14,4%	174	13,6%	208	17,0%	168	15,4%	144	13,1%	1084	14,4%
I meget lav grad	404	23,0%	289	26,8%	419	32,8%	503	41,3%	616	56,4%	655	59,7%	2885	38,4%
Ved ikke	128	7,3%	66	6,1%	53	4,2%	51	4,2%	50	4,6%	103	9,4%	451	6,0%

Tabel 3	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner														
E-mails, SMS og nyhedsapps fra TV-stationer, webaviser og e-nyheder														
I meget høj grad	187	10,7%	103	9,6%	129	10,1%	136	11,2%	137	12,6%	160	14,6%	853	11,4%
I høj grad	346	19,7%	234	21,7%	230	18,0%	234	19,2%	228	20,8%	208	19,0%	1480	19,7%
Hverken/eller	439	25,1%	276	25,6%	277	21,7%	235	19,3%	190	17,4%	151	13,8%	1568	20,9%
I lav grad	207	11,8%	119	11,1%	174	13,6%	143	11,8%	107	9,8%	139	12,7%	889	11,8%
I meget lav grad	433	24,7%	268	24,8%	400	31,3%	406	33,4%	377	34,4%	373	34,1%	2256	30,0%
Ved ikke	140	8,0%	77	7,1%	68	5,3%	63	5,2%	55	5,0%	64	5,9%	468	6,2%
Nyhedsmedier, der udelukkende findes på internettet														
I meget høj grad	123	7,0%	58	5,4%	52	4,1%	52	4,3%	52	4,8%	64	5,9%	402	5,3%
I høj grad	330	18,9%	167	15,5%	128	10,1%	114	9,4%	91	8,3%	111	10,1%	942	12,5%
Hverken/eller	456	26,0%	283	26,2%	270	21,2%	223	18,3%	175	16,0%	130	11,8%	1537	20,5%
I lav grad	248	14,2%	158	14,7%	191	14,9%	181	14,9%	137	12,5%	129	11,8%	1044	13,9%
I meget lav grad	459	26,2%	329	30,5%	549	43,0%	567	46,5%	553	50,6%	541	49,3%	2996	39,9%
Ved ikke	136	7,8%	84	7,8%	87	6,8%	81	6,7%	84	7,7%	121	11,1%	593	7,9%
Ugeblade														
I meget høj grad	89	5,1%	31	2,9%	40	3,1%	52	4,3%	62	5,6%	94	8,6%	368	4,9%
I høj grad	231	13,2%	97	9,0%	89	7,0%	93	7,7%	96	8,8%	116	10,6%	723	9,6%
Hverken/eller	423	24,1%	227	21,1%	214	16,8%	154	12,7%	123	11,2%	104	9,5%	1245	16,6%
I lav grad	240	13,7%	168	15,6%	188	14,7%	178	14,6%	143	13,1%	139	12,7%	1056	14,1%
I meget lav grad	630	36,0%	474	43,9%	679	53,2%	666	54,7%	616	56,3%	586	53,5%	3652	48,6%
Ved ikke	138	7,9%	81	7,5%	67	5,2%	74	6,1%	54	4,9%	57	5,2%	470	6,3%

Tabel 3	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner														
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Politikere på sociale medier														
I meget høj grad	125	7,1%	49	4,6%	44	3,4%	33	2,7%	29	2,7%	40	3,6%	320	4,3%
I høj grad	300	17,1%	163	15,2%	118	9,2%	94	7,7%	74	6,8%	95	8,7%	844	11,2%
Hverken/eller	514	29,4%	268	24,8%	268	21,0%	183	15,0%	181	16,6%	173	15,8%	1588	21,1%
I lav grad	230	13,1%	180	16,7%	177	13,9%	161	13,2%	144	13,2%	153	14,0%	1046	13,9%
I meget lav grad	448	25,6%	336	31,1%	588	46,0%	654	53,7%	587	53,7%	552	50,4%	3164	42,1%
Ved ikke	135	7,7%	82	7,6%	82	6,5%	92	7,6%	77	7,1%	83	7,6%	552	7,3%
Medier på sociale medier														
I meget høj grad	289	16,5%	110	10,2%	111	8,7%	60	4,9%	68	6,2%	49	4,5%	687	9,1%
I høj grad	494	28,2%	264	24,5%	223	17,5%	181	14,9%	114	10,4%	101	9,2%	1376	18,3%
Hverken/eller	472	26,9%	294	27,2%	282	22,1%	245	20,1%	194	17,8%	163	14,9%	1650	22,0%
I lav grad	180	10,3%	124	11,5%	170	13,3%	154	12,7%	129	11,8%	159	14,5%	916	12,2%
I meget lav grad	191	10,9%	220	20,4%	416	32,5%	500	41,1%	516	47,2%	527	48,1%	2370	31,5%
Ved ikke	126	7,2%	67	6,2%	75	5,9%	78	6,4%	72	6,6%	96	8,8%	514	6,8%

Tabel 3	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
DR, TV 2 og de regionale TV 2 stationer												
I meget høj grad	1065	47,9%	561	45,4%	729	46,3%	755	45,6%	365	44,3%	3475	46,2%
I høj grad	647	29,1%	363	29,4%	505	32,1%	483	29,2%	246	29,8%	2242	29,8%
Hverken/eller	220	9,9%	157	12,8%	181	11,5%	187	11,3%	104	12,6%	849	11,3%
I lav grad	98	4,4%	60	4,8%	61	3,9%	67	4,1%	44	5,4%	331	4,4%
I meget lav grad	126	5,7%	62	5,1%	60	3,8%	114	6,9%	42	5,1%	404	5,4%
Ved ikke	70	3,1%	31	2,5%	38	2,4%	49	3,0%	24	2,9%	212	2,8%
Andre TV-stationer												
I meget høj grad	163	7,3%	89	7,2%	130	8,3%	131	7,9%	87	10,5%	599	8,0%
I høj grad	346	15,5%	204	16,5%	259	16,4%	227	13,7%	154	18,6%	1189	15,8%
Hverken/eller	432	19,4%	291	23,6%	360	22,9%	322	19,4%	165	20,0%	1570	20,9%
I lav grad	368	16,6%	213	17,3%	270	17,2%	290	17,5%	147	17,8%	1289	17,2%
I meget lav grad	818	36,8%	393	31,9%	492	31,2%	626	37,8%	244	29,6%	2574	34,3%
Ved ikke	98	4,4%	44	3,5%	63	4,0%	60	3,6%	29	3,5%	294	3,9%
Landsdækkende morgenaviser												
I meget høj grad	456	20,5%	136	11,0%	142	9,0%	193	11,7%	77	9,3%	1004	13,4%
I høj grad	347	15,6%	180	14,6%	230	14,6%	225	13,6%	144	17,5%	1127	15,0%
Hverken/eller	354	15,9%	218	17,7%	319	20,2%	281	16,9%	182	22,0%	1353	18,0%
I lav grad	281	12,6%	146	11,8%	233	14,8%	268	16,2%	106	12,9%	1034	13,8%
I meget lav grad	674	30,3%	497	40,3%	578	36,7%	619	37,4%	273	33,1%	2640	35,1%
Ved ikke	113	5,1%	56	4,5%	74	4,7%	69	4,2%	43	5,3%	356	4,7%

Tabel 3	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Regionale dagblade												
I meget høj grad	100	4,5%	55	4,5%	239	15,2%	90	5,4%	108	13,1%	592	7,9%
I høj grad	162	7,3%	126	10,2%	283	18,0%	138	8,3%	174	21,1%	884	11,8%
Hverken/eller	301	13,5%	228	18,5%	332	21,1%	292	17,7%	183	22,2%	1338	17,8%
I lav grad	322	14,5%	174	14,1%	212	13,5%	274	16,5%	124	15,0%	1106	14,7%
I meget lav grad	1162	52,2%	582	47,2%	437	27,7%	776	46,9%	197	23,9%	3153	42,0%
Ved ikke	178	8,0%	68	5,5%	71	4,5%	85	5,2%	38	4,6%	440	5,9%
Lokale dagblade												
I meget høj grad	155	6,9%	118	9,6%	101	6,4%	152	9,2%	42	5,1%	568	7,6%
I høj grad	301	13,5%	200	16,2%	249	15,8%	268	16,2%	141	17,2%	1159	15,4%
Hverken/eller	356	16,0%	232	18,8%	330	20,9%	296	17,9%	197	23,8%	1410	18,8%
I lav grad	333	15,0%	158	12,8%	236	15,0%	278	16,8%	113	13,7%	1118	14,9%
I meget lav grad	923	41,5%	470	38,1%	542	34,4%	580	35,0%	281	34,0%	2796	37,2%
Ved ikke	158	7,1%	55	4,4%	117	7,4%	82	5,0%	51	6,2%	463	6,2%
Formiddags- og gratisaviser												
I meget høj grad	238	10,7%	117	9,5%	105	6,6%	109	6,6%	49	6,0%	617	8,2%
I høj grad	421	18,9%	236	19,1%	251	15,9%	260	15,7%	165	20,0%	1333	17,7%
Hverken/eller	406	18,2%	270	21,9%	326	20,7%	328	19,8%	206	24,9%	1535	20,4%
I lav grad	385	17,3%	180	14,6%	275	17,5%	307	18,6%	115	14,0%	1262	16,8%
I meget lav grad	670	30,1%	382	30,9%	544	34,6%	575	34,7%	254	30,8%	2425	32,3%
Ved ikke	106	4,8%	49	4,0%	74	4,7%	77	4,7%	35	4,2%	341	4,5%

Tabel 3	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner												
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Gratis ugeavis, der husstandsdeles i dit lokalområde												
I meget høj grad	378	17,0%	241	19,5%	260	16,5%	252	15,2%	106	12,8%	1236	16,5%
I høj grad	576	25,9%	347	28,2%	411	26,1%	403	24,3%	244	29,6%	1983	26,4%
Hverken/eller	452	20,3%	264	21,4%	360	22,8%	359	21,7%	198	24,0%	1632	21,7%
I lav grad	268	12,1%	136	11,1%	214	13,6%	205	12,4%	91	11,1%	915	12,2%
I meget lav grad	459	20,6%	200	16,2%	269	17,1%	366	22,1%	151	18,3%	1445	19,2%
Ved ikke	92	4,1%	45	3,7%	62	3,9%	70	4,2%	34	4,2%	303	4,0%
DR's radiokanaler, Radio24syv												
I meget høj grad	502	22,6%	269	21,8%	277	17,6%	291	17,6%	128	15,5%	1467	19,5%
I høj grad	498	22,4%	266	21,6%	351	22,3%	317	19,2%	176	21,3%	1607	21,4%
Hverken/eller	382	17,1%	232	18,8%	306	19,5%	317	19,2%	188	22,9%	1426	19,0%
I lav grad	226	10,1%	129	10,4%	203	12,9%	203	12,2%	98	11,8%	857	11,4%
I meget lav grad	494	22,2%	276	22,4%	355	22,6%	442	26,7%	201	24,4%	1768	23,5%
Ved ikke	125	5,6%	61	4,9%	83	5,2%	85	5,1%	35	4,2%	388	5,2%
Andre radiostationer												
I meget høj grad	144	6,5%	80	6,5%	105	6,6%	129	7,8%	50	6,1%	508	6,8%
I høj grad	243	10,9%	219	17,8%	264	16,8%	248	15,0%	151	18,3%	1125	15,0%
Hverken/eller	385	17,3%	226	18,3%	332	21,1%	307	18,5%	210	25,4%	1460	19,4%
I lav grad	320	14,4%	169	13,7%	237	15,0%	228	13,8%	131	15,9%	1084	14,4%
I meget lav grad	990	44,5%	462	37,4%	535	34,0%	654	39,5%	245	29,7%	2885	38,4%
Ved ikke	144	6,5%	77	6,3%	101	6,4%	90	5,4%	38	4,7%	451	6,0%

Tabel 3	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner												
E-mails, SMS og nyhedsapps fra TV-stationer, webaviser og e-nyheder												
I meget høj grad	298	13,4%	147	11,9%	158	10,0%	165	10,0%	85	10,3%	853	11,4%
I høj grad	432	19,4%	250	20,3%	313	19,9%	304	18,4%	180	21,8%	1480	19,7%
Hverken/eller	429	19,3%	247	20,0%	352	22,3%	323	19,5%	218	26,4%	1568	20,9%
I lav grad	241	10,8%	119	9,6%	217	13,8%	207	12,5%	106	12,8%	889	11,8%
I meget lav grad	681	30,6%	391	31,7%	429	27,2%	561	33,9%	193	23,4%	2256	30,0%
Ved ikke	144	6,5%	80	6,5%	105	6,7%	95	5,7%	44	5,3%	468	6,2%
Nyhedsmedier, der udelukkende findes på internettet												
I meget høj grad	150	6,8%	71	5,7%	64	4,0%	82	5,0%	35	4,3%	402	5,3%
I høj grad	272	12,2%	181	14,7%	196	12,5%	173	10,4%	120	14,5%	942	12,5%
Hverken/eller	423	19,0%	247	20,0%	330	20,9%	308	18,6%	230	27,9%	1537	20,5%
I lav grad	323	14,5%	157	12,7%	233	14,8%	227	13,7%	104	12,6%	1044	13,9%
I meget lav grad	870	39,1%	486	39,4%	617	39,2%	744	45,0%	279	33,9%	2996	39,9%
Ved ikke	187	8,4%	93	7,5%	135	8,6%	121	7,3%	57	6,9%	593	7,9%
Ugeblade												
I meget høj grad	105	4,7%	73	5,9%	91	5,7%	69	4,2%	30	3,7%	368	4,9%
I høj grad	188	8,5%	138	11,2%	180	11,5%	126	7,6%	90	10,9%	723	9,6%
Hverken/eller	325	14,6%	199	16,2%	282	17,9%	266	16,0%	173	21,0%	1245	16,6%
I lav grad	287	12,9%	168	13,6%	221	14,0%	252	15,2%	129	15,7%	1056	14,1%
I meget lav grad	1166	52,4%	581	47,1%	699	44,4%	842	50,9%	363	44,0%	3652	48,6%
Ved ikke	153	6,9%	74	6,0%	102	6,5%	101	6,1%	40	4,8%	470	6,3%

Tabel 3	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Politikere på sociale medier												
I meget høj grad	97	4,4%	71	5,7%	68	4,3%	59	3,6%	25	3,1%	320	4,3%
I høj grad	260	11,7%	114	9,2%	167	10,6%	165	9,9%	138	16,8%	844	11,2%
Hverken/eller	422	19,0%	258	20,9%	362	23,0%	344	20,8%	201	24,4%	1588	21,1%
I lav grad	297	13,4%	154	12,5%	227	14,4%	264	16,0%	103	12,5%	1046	13,9%
I meget lav grad	986	44,3%	534	43,3%	635	40,3%	707	42,7%	302	36,6%	3164	42,1%
Ved ikke	162	7,3%	102	8,3%	116	7,4%	116	7,0%	55	6,7%	552	7,3%
Medier på sociale medier												
I meget høj grad	191	8,6%	116	9,4%	152	9,7%	163	9,9%	65	7,8%	687	9,1%
I høj grad	398	17,9%	210	17,0%	291	18,5%	295	17,8%	183	22,2%	1376	18,3%
Hverken/eller	445	20,0%	260	21,1%	371	23,6%	366	22,1%	208	25,2%	1650	22,0%
I lav grad	283	12,7%	140	11,4%	189	12,0%	208	12,6%	95	11,5%	916	12,2%
I meget lav grad	759	34,1%	419	34,0%	462	29,3%	515	31,1%	215	26,1%	2370	31,5%
Ved ikke	150	6,7%	88	7,1%	110	7,0%	108	6,5%	59	7,2%	514	6,8%

Tabel 3	Øst		Vest		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner						
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
DR, TV 2 og de regionale TV 2 stationer						
I meget høj grad	1617	47,0%	1858	45,6%	3475	46,2%
I høj grad	997	28,9%	1246	30,6%	2242	29,8%
Hverken/eller	382	11,1%	467	11,5%	849	11,3%
I lav grad	159	4,6%	172	4,2%	331	4,4%
I meget lav grad	189	5,5%	215	5,3%	404	5,4%
Ved ikke	100	2,9%	113	2,8%	212	2,8%
Andre TV-stationer						
I meget høj grad	244	7,1%	355	8,7%	599	8,0%
I høj grad	532	15,4%	657	16,1%	1189	15,8%
Hverken/eller	728	21,1%	842	20,7%	1570	20,9%
I lav grad	584	16,9%	705	17,3%	1289	17,2%
I meget lav grad	1214	35,3%	1359	33,4%	2574	34,3%
Ved ikke	142	4,1%	152	3,7%	294	3,9%
Landsdækkende morgenaviser						
I meget høj grad	586	17,0%	418	10,3%	1004	13,4%
I høj grad	504	14,6%	623	15,3%	1127	15,0%
Hverken/eller	581	16,9%	771	19,0%	1353	18,0%
I lav grad	428	12,4%	606	14,9%	1034	13,8%
I meget lav grad	1176	34,1%	1465	36,0%	2640	35,1%
Ved ikke	168	4,9%	188	4,6%	356	4,7%

Tabel 3	Øst		Vest		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Regionale dagblade						
I meget høj grad	150	4,3%	443	10,9%	592	7,9%
I høj grad	261	7,6%	623	15,3%	884	11,8%
Hverken/eller	543	15,8%	795	19,5%	1338	17,8%
I lav grad	501	14,5%	605	14,9%	1106	14,7%
I meget lav grad	1743	50,6%	1410	34,6%	3153	42,0%
Ved ikke	246	7,2%	194	4,8%	440	5,9%
Lokale dagblade						
I meget høj grad	264	7,7%	303	7,5%	568	7,6%
I høj grad	476	13,8%	683	16,8%	1159	15,4%
Hverken/eller	605	17,6%	806	19,8%	1410	18,8%
I lav grad	492	14,3%	626	15,4%	1118	14,9%
I meget lav grad	1396	40,5%	1400	34,4%	2796	37,2%
Ved ikke	211	6,1%	252	6,2%	463	6,2%
Formiddags- og gratisaviser						
I meget høj grad	348	10,1%	269	6,6%	617	8,2%
I høj grad	637	18,5%	697	17,1%	1333	17,7%
Hverken/eller	686	19,9%	849	20,9%	1535	20,4%
I lav grad	563	16,4%	699	17,2%	1262	16,8%
I meget lav grad	1057	30,7%	1368	33,6%	2425	32,3%
Ved ikke	153	4,4%	188	4,6%	341	4,5%

Tabel 3	Øst		Vest		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner						
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Gratis ugeavis, der husstandsdeles i dit lokalområde						
I meget høj grad	614	17,8%	622	15,3%	1236	16,5%
I høj grad	900	26,1%	1082	26,6%	1983	26,4%
Hverken/eller	732	21,3%	900	22,1%	1632	21,7%
I lav grad	403	11,7%	511	12,6%	915	12,2%
I meget lav grad	659	19,1%	787	19,3%	1445	19,2%
Ved ikke	135	3,9%	168	4,1%	303	4,0%
DR's radiokanaler, Radio24syv						
I meget høj grad	766	22,2%	702	17,2%	1467	19,5%
I høj grad	738	21,4%	869	21,4%	1607	21,4%
Hverken/eller	629	18,3%	796	19,6%	1426	19,0%
I lav grad	359	10,4%	498	12,2%	857	11,4%
I meget lav grad	767	22,3%	1001	24,6%	1768	23,5%
Ved ikke	184	5,3%	203	5,0%	388	5,2%
Andre radiostationer						
I meget høj grad	220	6,4%	288	7,1%	508	6,8%
I høj grad	436	12,7%	689	16,9%	1125	15,0%
Hverken/eller	625	18,1%	835	20,5%	1460	19,4%
I lav grad	490	14,2%	594	14,6%	1084	14,4%
I meget lav grad	1455	42,3%	1430	35,1%	2885	38,4%
Ved ikke	218	6,3%	233	5,7%	451	6,0%

Tabel 3	Øst		Vest		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner						
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
E-mails, SMS og nyhedsapps fra TV-stationer, webaviser og e-nyheder						
I meget høj grad	437	12,7%	416	10,2%	853	11,4%
I høj grad	662	19,2%	818	20,1%	1480	19,7%
Hverken/eller	687	20,0%	881	21,6%	1568	20,9%
I lav grad	362	10,5%	527	12,9%	889	11,8%
I meget lav grad	1073	31,1%	1183	29,1%	2256	30,0%
Ved ikke	223	6,5%	245	6,0%	468	6,2%
Nyhedsmedier, der udelukkende findes på internettet						
I meget høj grad	214	6,2%	188	4,6%	402	5,3%
I høj grad	429	12,4%	514	12,6%	942	12,5%
Hverken/eller	686	19,9%	851	20,9%	1537	20,5%
I lav grad	480	13,9%	564	13,9%	1044	13,9%
I meget lav grad	1358	39,4%	1639	40,3%	2996	39,9%
Ved ikke	278	8,1%	315	7,7%	593	7,9%
Ugeblade						
I meget høj grad	169	4,9%	199	4,9%	368	4,9%
I høj grad	303	8,8%	419	10,3%	723	9,6%
Hverken/eller	539	15,7%	706	17,3%	1245	16,6%
I lav grad	460	13,4%	596	14,7%	1056	14,1%
I meget lav grad	1746	50,7%	1906	46,8%	3652	48,6%
Ved ikke	226	6,6%	243	6,0%	470	6,3%

Tabel 3	Øst		Vest		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Politikere på sociale medier						
I meget høj grad	157	4,6%	163	4,0%	320	4,3%
I høj grad	365	10,6%	480	11,8%	844	11,2%
Hverken/eller	683	19,8%	904	22,2%	1588	21,1%
I lav grad	454	13,2%	591	14,5%	1046	13,9%
I meget lav grad	1521	44,2%	1643	40,4%	3164	42,1%
Ved ikke	263	7,6%	289	7,1%	552	7,3%
Medier på sociale medier						
I meget høj grad	299	8,7%	388	9,5%	687	9,1%
I høj grad	591	17,2%	786	19,3%	1376	18,3%
Hverken/eller	710	20,6%	940	23,1%	1650	22,0%
I lav grad	426	12,4%	490	12,0%	916	12,2%
I meget lav grad	1181	34,3%	1189	29,2%	2370	31,5%
Ved ikke	237	6,9%	278	6,8%	514	6,8%

Tabel 3	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner										
DR, TV 2 og de regionale TV 2 stationer										
I meget høj grad	362	39,9%	262	30,0%	945	50,0%	503	50,9%	3475	46,2%
I høj grad	248	27,2%	267	30,6%	569	30,1%	286	28,9%	2242	29,8%
Hverken/eller	151	16,6%	157	18,1%	176	9,3%	105	10,7%	849	11,3%
I lav grad	36	4,0%	71	8,1%	73	3,9%	30	3,1%	331	4,4%
I meget lav grad	76	8,4%	71	8,2%	77	4,1%	44	4,5%	404	5,4%
Ved ikke	36	4,0%	44	5,0%	50	2,6%	19	2,0%	212	2,8%
Andre TV-stationer										
I meget høj grad	101	11,1%	41	4,7%	169	8,9%	84	8,5%	599	8,0%
I høj grad	145	16,0%	155	17,8%	322	17,0%	156	15,8%	1189	15,8%
Hverken/eller	244	26,9%	199	22,8%	409	21,7%	215	21,8%	1570	20,9%
I lav grad	128	14,1%	136	15,6%	318	16,8%	174	17,6%	1289	17,2%
I meget lav grad	243	26,8%	291	33,4%	592	31,3%	332	33,7%	2574	34,3%
Ved ikke	47	5,2%	50	5,8%	80	4,2%	27	2,7%	294	3,9%
Landsdækkende morgenaviser										
I meget høj grad	57	6,3%	47	5,4%	152	8,1%	91	9,2%	1004	13,4%
I høj grad	85	9,4%	128	14,7%	216	11,4%	134	13,6%	1127	15,0%
Hverken/eller	199	21,9%	218	25,0%	332	17,6%	171	17,3%	1353	18,0%
I lav grad	105	11,5%	143	16,4%	285	15,1%	131	13,3%	1034	13,8%
I meget lav grad	393	43,3%	274	31,4%	806	42,7%	425	43,1%	2640	35,1%
Ved ikke	69	7,6%	61	7,0%	98	5,2%	36	3,6%	356	4,7%

Tabel 3	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner								
DR, TV 2 og de regionale TV 2 stationer								
I meget høj grad	974	50,2%	378	47,1%	52	45,2%	3475	46,2%
I høj grad	618	31,9%	234	29,1%	21	18,4%	2242	29,8%
Hverken/eller	160	8,3%	92	11,5%	7	6,5%	849	11,3%
I lav grad	79	4,1%	39	4,9%	2	2,2%	331	4,4%
I meget lav grad	86	4,4%	44	5,4%	6	5,2%	404	5,4%
Ved ikke	21	1,1%	16	2,0%	26	22,4%	212	2,8%
Andre TV-stationer								
I meget høj grad	130	6,7%	51	6,4%	23	20,1%	599	8,0%
I høj grad	312	16,1%	84	10,4%	16	13,7%	1189	15,8%
Hverken/eller	350	18,0%	139	17,2%	15	13,0%	1570	20,9%
I lav grad	381	19,6%	142	17,6%	10	8,9%	1289	17,2%
I meget lav grad	727	37,5%	367	45,7%	21	18,6%	2574	34,3%
Ved ikke	39	2,0%	21	2,6%	29	25,6%	294	3,9%
Landsdækkende morgenaviser								
I meget høj grad	374	19,3%	265	33,0%	17	14,6%	1004	13,4%
I høj grad	397	20,5%	164	20,4%	4	3,2%	1127	15,0%
Hverken/eller	298	15,4%	114	14,2%	21	18,3%	1353	18,0%
I lav grad	272	14,0%	86	10,7%	13	11,0%	1034	13,8%
I meget lav grad	557	28,7%	154	19,2%	30	26,7%	2640	35,1%
Ved ikke	41	2,1%	21	2,6%	30	26,1%	356	4,7%

Tabel 3	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner										
Regionale dagblade										
I meget høj grad	65	7,2%	29	3,3%	156	8,3%	72	7,3%	592	7,9%
I høj grad	58	6,4%	97	11,1%	229	12,1%	111	11,2%	884	11,8%
Hverken/eller	198	21,8%	217	24,9%	317	16,8%	160	16,2%	1338	17,8%
I lav grad	111	12,2%	132	15,2%	265	14,0%	142	14,4%	1106	14,7%
I meget lav grad	404	44,4%	334	38,3%	808	42,8%	446	45,2%	3153	42,0%
Ved ikke	73	8,0%	63	7,2%	116	6,1%	56	5,7%	440	5,9%
Lokale dagblade										
I meget høj grad	64	7,1%	18	2,0%	182	9,6%	80	8,1%	568	7,6%
I høj grad	103	11,3%	115	13,2%	295	15,6%	166	16,8%	1159	15,4%
Hverken/eller	179	19,7%	200	23,0%	358	18,9%	180	18,2%	1410	18,8%
I lav grad	108	11,9%	142	16,3%	250	13,2%	136	13,8%	1118	14,9%
I meget lav grad	377	41,5%	327	37,6%	682	36,1%	367	37,2%	2796	37,2%
Ved ikke	78	8,6%	69	7,9%	124	6,6%	57	5,8%	463	6,2%
Formiddags- og gratisaviser										
I meget høj grad	83	9,1%	46	5,3%	174	9,2%	88	8,9%	617	8,2%
I høj grad	142	15,6%	189	21,7%	352	18,6%	187	18,9%	1333	17,7%
Hverken/eller	224	24,6%	222	25,4%	369	19,5%	198	20,0%	1535	20,4%
I lav grad	124	13,7%	132	15,2%	308	16,3%	156	15,8%	1262	16,8%
I meget lav grad	275	30,3%	227	26,1%	598	31,6%	323	32,8%	2425	32,3%
Ved ikke	61	6,7%	56	6,4%	90	4,8%	35	3,6%	341	4,5%

Tabel 3	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner								
Regionale dagblade								
I meget høj grad	212	10,9%	47	5,9%	11	9,7%	592	7,9%
I høj grad	284	14,6%	100	12,4%	7	6,1%	884	11,8%
Hverken/eller	295	15,2%	132	16,5%	18	16,1%	1338	17,8%
I lav grad	310	16,0%	133	16,6%	13	11,3%	1106	14,7%
I meget lav grad	770	39,7%	357	44,5%	34	29,9%	3153	42,0%
Ved ikke	69	3,5%	33	4,2%	31	26,9%	440	5,9%
Lokale dagblade								
I meget høj grad	171	8,8%	40	4,9%	13	11,0%	568	7,6%
I høj grad	357	18,4%	113	14,1%	10	8,6%	1159	15,4%
Hverken/eller	336	17,3%	139	17,3%	19	16,3%	1410	18,8%
I lav grad	318	16,4%	148	18,4%	16	14,2%	1118	14,9%
I meget lav grad	682	35,2%	332	41,4%	28	24,6%	2796	37,2%
Ved ikke	74	3,8%	31	3,9%	29	25,4%	463	6,2%
Formiddags- og gratisaviser								
I meget høj grad	166	8,6%	48	5,9%	13	11,2%	617	8,2%
I høj grad	355	18,3%	101	12,6%	7	6,2%	1333	17,7%
Hverken/eller	354	18,3%	143	17,8%	26	22,5%	1535	20,4%
I lav grad	359	18,5%	170	21,2%	13	11,2%	1262	16,8%
I meget lav grad	659	34,0%	313	38,9%	30	25,9%	2425	32,3%
Ved ikke	45	2,3%	28	3,5%	26	22,9%	341	4,5%

Tabel 3	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelser		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner										
Gratis ugeavis, der husstandsdeles i dit lokalområde										
I meget høj grad	153	16,8%	53	6,1%	393	20,8%	214	21,7%	1236	16,5%
I høj grad	192	21,1%	149	17,1%	575	30,4%	277	28,0%	1983	26,4%
Hverken/eller	201	22,1%	233	26,7%	380	20,1%	225	22,8%	1632	21,7%
I lav grad	94	10,4%	135	15,5%	186	9,9%	96	9,7%	915	12,2%
I meget lav grad	207	22,7%	238	27,3%	291	15,4%	153	15,5%	1445	19,2%
Ved ikke	63	6,9%	64	7,3%	66	3,5%	23	2,3%	303	4,0%
DR's radiokanaler, Radio24syv										
I meget høj grad	119	13,1%	106	12,1%	367	19,4%	183	18,5%	1467	19,5%
I høj grad	133	14,6%	172	19,8%	378	20,0%	233	23,6%	1607	21,4%
Hverken/eller	191	21,0%	216	24,8%	360	19,0%	183	18,6%	1426	19,0%
I lav grad	103	11,4%	108	12,4%	219	11,6%	104	10,5%	857	11,4%
I meget lav grad	287	31,6%	210	24,1%	460	24,3%	247	25,0%	1768	23,5%
Ved ikke	76	8,4%	59	6,8%	107	5,7%	38	3,8%	388	5,2%
Andre radiostationer										
I meget høj grad	76	8,3%	53	6,1%	138	7,3%	63	6,4%	508	6,8%
I høj grad	133	14,6%	158	18,1%	302	16,0%	176	17,8%	1125	15,0%
Hverken/eller	228	25,1%	223	25,6%	382	20,2%	174	17,6%	1460	19,4%
I lav grad	125	13,7%	127	14,5%	284	15,0%	131	13,2%	1084	14,4%
I meget lav grad	277	30,4%	249	28,6%	664	35,1%	394	39,9%	2885	38,4%
Ved ikke	71	7,8%	61	7,0%	120	6,4%	50	5,0%	451	6,0%

Tabel 3	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner								
Gratis ugeavis, der husstandsdeles i dit lokalområde								
I meget høj grad	320	16,5%	81	10,1%	22	19,1%	1236	16,5%
I høj grad	593	30,6%	179	22,3%	19	16,5%	1983	26,4%
Hverken/eller	394	20,3%	180	22,5%	19	16,9%	1632	21,7%
I lav grad	259	13,4%	136	16,9%	9	7,7%	915	12,2%
I meget lav grad	336	17,3%	201	25,1%	20	17,3%	1445	19,2%
Ved ikke	36	1,9%	25	3,1%	26	22,6%	303	4,0%
DR's radiokanaler, Radio24syv								
I meget høj grad	465	24,0%	210	26,2%	18	15,8%	1467	19,5%
I høj grad	497	25,6%	184	22,9%	11	9,3%	1607	21,4%
Hverken/eller	316	16,3%	141	17,6%	18	16,1%	1426	19,0%
I lav grad	218	11,2%	93	11,6%	12	10,6%	857	11,4%
I meget lav grad	392	20,2%	145	18,0%	28	24,4%	1768	23,5%
Ved ikke	51	2,6%	29	3,7%	27	23,9%	388	5,2%
Andre radiostationer								
I meget høj grad	124	6,4%	41	5,1%	12	10,4%	508	6,8%
I høj grad	275	14,2%	72	8,9%	11	9,6%	1125	15,0%
Hverken/eller	325	16,7%	109	13,6%	19	16,8%	1460	19,4%
I lav grad	288	14,8%	121	15,0%	10	8,4%	1084	14,4%
I meget lav grad	846	43,7%	422	52,5%	34	29,4%	2885	38,4%
Ved ikke	81	4,2%	39	4,8%	29	25,4%	451	6,0%

Tabel 3	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner										
E-mails, SMS og nyhedsapps fra TV-stationer, webaviser og e-nyheder										
I meget høj grad	91	10,0%	68	7,8%	204	10,8%	115	11,6%	853	11,4%
I høj grad	141	15,5%	184	21,1%	337	17,8%	221	22,4%	1480	19,7%
Hverken/eller	217	23,9%	212	24,3%	405	21,4%	191	19,4%	1568	20,9%
I lav grad	89	9,8%	106	12,2%	235	12,4%	103	10,5%	889	11,8%
I meget lav grad	296	32,5%	227	26,1%	588	31,1%	309	31,3%	2256	30,0%
Ved ikke	76	8,4%	74	8,5%	123	6,5%	49	4,9%	468	6,2%
Nyhedsmedier, der udelukkende findes på internettet										
I meget høj grad	57	6,3%	47	5,4%	81	4,3%	46	4,6%	402	5,3%
I høj grad	100	11,0%	133	15,3%	207	11,0%	126	12,7%	942	12,5%
Hverken/eller	207	22,7%	214	24,6%	385	20,4%	192	19,5%	1537	20,5%
I lav grad	103	11,3%	126	14,5%	250	13,2%	122	12,4%	1044	13,9%
I meget lav grad	356	39,2%	278	32,0%	808	42,7%	426	43,1%	2996	39,9%
Ved ikke	86	9,4%	72	8,3%	160	8,5%	76	7,7%	593	7,9%
Ugeblade										
I meget høj grad	76	8,4%	26	3,0%	112	5,9%	41	4,1%	368	4,9%
I høj grad	106	11,6%	89	10,2%	183	9,7%	108	11,0%	723	9,6%
Hverken/eller	162	17,9%	185	21,2%	353	18,7%	160	16,2%	1245	16,6%
I lav grad	125	13,7%	141	16,1%	244	12,9%	159	16,1%	1056	14,1%
I meget lav grad	368	40,5%	363	41,6%	871	46,1%	477	48,3%	3652	48,6%
Ved ikke	72	7,9%	68	7,8%	127	6,7%	43	4,3%	470	6,3%

Tabel 3	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner								
E-mails, SMS og nyhedsapps fra TV-stationer, webaviser og e-nyheder								
I meget høj grad	254	13,1%	107	13,3%	15	13,1%	853	11,4%
I høj grad	429	22,1%	154	19,2%	15	13,3%	1480	19,7%
Hverken/eller	366	18,9%	157	19,6%	20	17,6%	1568	20,9%
I lav grad	236	12,2%	113	14,1%	7	5,8%	889	11,8%
I meget lav grad	570	29,4%	237	29,5%	29	25,4%	2256	30,0%
Ved ikke	83	4,3%	35	4,4%	28	24,7%	468	6,2%
Nyhedsmedier, der udelukkende findes på internettet								
I meget høj grad	117	6,0%	43	5,3%	11	10,0%	402	5,3%
I høj grad	257	13,3%	111	13,8%	8	7,2%	942	12,5%
Hverken/eller	364	18,8%	156	19,5%	19	16,2%	1537	20,5%
I lav grad	303	15,6%	131	16,3%	8	7,3%	1044	13,9%
I meget lav grad	779	40,2%	315	39,2%	35	30,4%	2996	39,9%
Ved ikke	118	6,1%	47	5,9%	33	29,0%	593	7,9%
Ugeblade								
I meget høj grad	76	3,9%	24	2,9%	13	11,5%	368	4,9%
I høj grad	182	9,4%	43	5,4%	12	10,2%	723	9,6%
Hverken/eller	280	14,5%	88	10,9%	16	13,9%	1245	16,6%
I lav grad	269	13,9%	106	13,1%	14	12,4%	1056	14,1%
I meget lav grad	1045	53,9%	497	61,9%	31	26,8%	3652	48,6%
Ved ikke	86	4,4%	46	5,7%	29	25,2%	470	6,3%

Tabel 3	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner										
Politikere på sociale medier										
I meget høj grad	40	4,4%	46	5,3%	63	3,3%	30	3,0%	320	4,3%
I høj grad	82	9,0%	135	15,5%	151	8,0%	91	9,2%	844	11,2%
Hverken/eller	217	23,8%	230	26,4%	413	21,8%	213	21,5%	1588	21,1%
I lav grad	107	11,8%	132	15,1%	261	13,8%	130	13,2%	1046	13,9%
I meget lav grad	379	41,7%	255	29,3%	845	44,7%	458	46,4%	3164	42,1%
Ved ikke	84	9,3%	73	8,4%	157	8,3%	66	6,7%	552	7,3%
Medier på sociale medier										
I meget høj grad	120	13,2%	92	10,5%	146	7,7%	65	6,6%	687	9,1%
I høj grad	160	17,6%	237	27,2%	263	13,9%	164	16,6%	1376	18,3%
Hverken/eller	211	23,2%	223	25,6%	452	23,9%	219	22,2%	1650	22,0%
I lav grad	78	8,6%	104	12,0%	249	13,2%	131	13,2%	916	12,2%
I meget lav grad	256	28,1%	148	17,0%	640	33,9%	349	35,3%	2370	31,5%
Ved ikke	84	9,3%	67	7,6%	141	7,5%	60	6,1%	514	6,8%

Tabel 3	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner								
Politikere på sociale medier								
I meget høj grad	87	4,5%	43	5,3%	13	11,0%	320	4,3%
I høj grad	289	14,9%	86	10,7%	11	9,5%	844	11,2%
Hverken/eller	355	18,3%	138	17,2%	22	19,5%	1588	21,1%
I lav grad	290	15,0%	114	14,2%	11	9,5%	1046	13,9%
I meget lav grad	814	42,0%	380	47,4%	33	28,5%	3164	42,1%
Ved ikke	103	5,3%	43	5,3%	25	22,1%	552	7,3%
Medier på sociale medier								
I meget høj grad	182	9,4%	68	8,4%	15	13,0%	687	9,1%
I høj grad	389	20,0%	147	18,3%	17	15,0%	1376	18,3%
Hverken/eller	392	20,2%	130	16,2%	22	19,4%	1650	22,0%
I lav grad	239	12,3%	106	13,2%	9	8,2%	916	12,2%
I meget lav grad	643	33,1%	311	38,7%	24	20,8%	2370	31,5%
Ved ikke	95	4,9%	40	5,0%	27	23,7%	514	6,8%

Tabel 3	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total		
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner											
DR, TV 2 og de regionale TV 2 stationer											
I meget høj grad	305	36,5%	888	50,8%	619	45,9%	524	49,3%	3475	46,2%	
I høj grad	211	25,3%	493	28,2%	427	31,7%	342	32,2%	2242	29,8%	
Hverken/eller	116	13,9%	164	9,4%	156	11,6%	111	10,4%	849	11,3%	
I lav grad	59	7,0%	76	4,3%	72	5,4%	33	3,1%	331	4,4%	
I meget lav grad	101	12,1%	98	5,6%	49	3,6%	45	4,2%	404	5,4%	
Ved ikke	43	5,1%	30	1,7%	25	1,9%	8	0,8%	212	2,8%	
Andre TV-stationer											
I meget høj grad	65	7,8%	125	7,2%	87	6,4%	76	7,2%	599	8,0%	
I høj grad	105	12,5%	277	15,9%	213	15,8%	179	16,9%	1189	15,8%	
Hverken/eller	186	22,3%	354	20,2%	265	19,7%	220	20,7%	1570	20,9%	
I lav grad	110	13,1%	329	18,9%	257	19,1%	208	19,5%	1289	17,2%	
I meget lav grad	319	38,2%	611	35,0%	489	36,3%	363	34,1%	2574	34,3%	
Ved ikke	51	6,1%	50	2,9%	37	2,7%	17	1,6%	294	3,9%	
Landsdækkende morgenaviser											
I meget høj grad	64	7,6%	196	11,2%	173	12,8%	154	14,5%	1004	13,4%	
I høj grad	105	12,5%	192	11,0%	201	14,9%	206	19,3%	1127	15,0%	
Hverken/eller	157	18,8%	293	16,8%	245	18,2%	197	18,6%	1353	18,0%	
I lav grad	109	13,1%	272	15,6%	203	15,1%	168	15,8%	1034	13,8%	
I meget lav grad	344	41,2%	720	41,2%	483	35,9%	318	29,9%	2640	35,1%	
Ved ikke	57	6,8%	74	4,2%	42	3,1%	20	1,9%	356	4,7%	

Tabel 3	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
DR, TV 2 og de regionale TV 2 stationer								
I meget høj grad	316	49,4%	184	44,5%	639	43,6%	3475	46,2%
I høj grad	223	34,7%	134	32,4%	413	28,1%	2242	29,8%
Hverken/eller	61	9,5%	60	14,4%	182	12,4%	849	11,3%
I lav grad	20	3,2%	10	2,5%	61	4,1%	331	4,4%
I meget lav grad	16	2,4%	17	4,1%	79	5,4%	404	5,4%
Ved ikke	5	0,8%	9	2,1%	93	6,3%	212	2,8%
Andre TV-stationer								
I meget høj grad	66	10,3%	38	9,1%	143	9,7%	599	8,0%
I høj grad	124	19,3%	85	20,5%	206	14,0%	1189	15,8%
Hverken/eller	128	20,0%	100	24,1%	318	21,7%	1570	20,9%
I lav grad	89	13,8%	66	16,1%	230	15,7%	1289	17,2%
I meget lav grad	227	35,5%	113	27,4%	451	30,7%	2574	34,3%
Ved ikke	7	1,2%	11	2,7%	120	8,2%	294	3,9%
Landsdækkende morgenaviser								
I meget høj grad	120	18,7%	117	28,4%	179	12,2%	1004	13,4%
I høj grad	143	22,3%	109	26,5%	172	11,7%	1127	15,0%
Hverken/eller	117	18,2%	73	17,7%	271	18,4%	1353	18,0%
I lav grad	83	13,0%	34	8,3%	163	11,1%	1034	13,8%
I meget lav grad	168	26,2%	71	17,2%	536	36,6%	2640	35,1%
Ved ikke	10	1,6%	8	1,8%	145	9,9%	356	4,7%

Tabel 3	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Regionale dagblade										
I meget høj grad	45	5,4%	153	8,7%	100	7,4%	79	7,4%	592	7,9%
I høj grad	64	7,7%	174	10,0%	189	14,0%	150	14,1%	884	11,8%
Hverken/eller	158	19,0%	294	16,8%	235	17,4%	207	19,4%	1338	17,8%
I lav grad	136	16,3%	236	13,5%	221	16,4%	191	18,0%	1106	14,7%
I meget lav grad	364	43,6%	789	45,2%	554	41,1%	407	38,3%	3153	42,0%
Ved ikke	67	8,1%	102	5,8%	49	3,6%	29	2,8%	440	5,9%
Lokale dagblade										
I meget høj grad	41	4,9%	155	8,9%	86	6,4%	88	8,3%	568	7,6%
I høj grad	85	10,2%	238	13,6%	232	17,2%	194	18,3%	1159	15,4%
Hverken/eller	174	20,8%	281	16,1%	261	19,4%	213	20,0%	1410	18,8%
I lav grad	125	14,9%	258	14,8%	216	16,0%	172	16,2%	1118	14,9%
I meget lav grad	342	40,9%	710	40,7%	492	36,5%	368	34,6%	2796	37,2%
Ved ikke	69	8,2%	104	6,0%	61	4,5%	28	2,7%	463	6,2%
Formiddags- og gratisaviser										
I meget høj grad	56	6,7%	152	8,7%	94	7,0%	86	8,1%	617	8,2%
I høj grad	138	16,5%	288	16,5%	248	18,4%	209	19,7%	1333	17,7%
Hverken/eller	177	21,2%	327	18,7%	276	20,4%	229	21,6%	1535	20,4%
I lav grad	132	15,8%	306	17,5%	232	17,2%	198	18,7%	1262	16,8%
I meget lav grad	284	34,0%	600	34,3%	457	33,9%	318	29,9%	2425	32,3%
Ved ikke	49	5,8%	74	4,2%	41	3,1%	23	2,1%	341	4,5%

Tabel 3	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Regionale dagblade								
I meget høj grad	63	9,8%	50	12,2%	103	7,1%	592	7,9%
I høj grad	118	18,5%	71	17,1%	118	8,1%	884	11,8%
Hverken/eller	107	16,6%	58	14,1%	279	19,0%	1338	17,8%
I lav grad	90	14,0%	60	14,5%	173	11,8%	1106	14,7%
I meget lav grad	249	38,8%	160	38,7%	630	43,0%	3153	42,0%
Ved ikke	15	2,3%	14	3,5%	163	11,1%	440	5,9%
Lokale dagblade								
I meget høj grad	60	9,3%	40	9,6%	98	6,7%	568	7,6%
I høj grad	149	23,3%	82	19,8%	179	12,2%	1159	15,4%
Hverken/eller	127	19,9%	68	16,6%	285	19,5%	1410	18,8%
I lav grad	89	13,9%	65	15,8%	193	13,2%	1118	14,9%
I meget lav grad	204	31,8%	142	34,3%	537	36,6%	2796	37,2%
Ved ikke	12	1,8%	16	3,8%	174	11,9%	463	6,2%
Formiddags- og gratisaviser								
I meget høj grad	69	10,8%	50	12,2%	109	7,4%	617	8,2%
I høj grad	142	22,1%	87	21,1%	222	15,2%	1333	17,7%
Hverken/eller	138	21,5%	76	18,4%	313	21,3%	1535	20,4%
I lav grad	108	16,9%	68	16,4%	217	14,8%	1262	16,8%
I meget lav grad	176	27,4%	123	29,7%	468	31,9%	2425	32,3%
Ved ikke	8	1,3%	9	2,3%	136	9,3%	341	4,5%

Tabel 3	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total		
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner											
Gratis ugeavis, der husstandsdeles i dit lokalområde											
I meget høj grad	98	11,7%	381	21,8%	206	15,3%	186	17,5%	1236	16,5%	
I høj grad	169	20,3%	468	26,8%	416	30,9%	295	27,7%	1983	26,4%	
Hverken/eller	176	21,0%	333	19,1%	285	21,2%	250	23,5%	1632	21,7%	
I lav grad	118	14,2%	176	10,1%	179	13,3%	140	13,2%	915	12,2%	
I meget lav grad	226	27,0%	336	19,3%	225	16,7%	175	16,4%	1445	19,2%	
Ved ikke	48	5,8%	52	3,0%	36	2,6%	17	1,6%	303	4,0%	
DR's radiokanaler, Radio24syv											
I meget høj grad	111	13,2%	327	18,7%	268	19,9%	237	22,3%	1467	19,5%	
I høj grad	144	17,2%	333	19,0%	303	22,5%	267	25,1%	1607	21,4%	
Hverken/eller	160	19,2%	316	18,1%	243	18,1%	226	21,3%	1426	19,0%	
I lav grad	99	11,9%	212	12,1%	170	12,6%	121	11,4%	857	11,4%	
I meget lav grad	256	30,7%	478	27,4%	312	23,2%	193	18,1%	1768	23,5%	
Ved ikke	65	7,8%	81	4,7%	50	3,7%	19	1,8%	388	5,2%	
Andre radiostationer											
I meget høj grad	41	4,9%	120	6,9%	81	6,0%	80	7,5%	508	6,8%	
I høj grad	116	13,9%	219	12,5%	201	14,9%	192	18,0%	1125	15,0%	
Hverken/eller	164	19,6%	309	17,7%	257	19,1%	230	21,6%	1460	19,4%	
I lav grad	124	14,9%	245	14,0%	205	15,2%	163	15,4%	1084	14,4%	
I meget lav grad	324	38,8%	750	42,9%	540	40,1%	365	34,3%	2885	38,4%	
Ved ikke	67	8,0%	104	6,0%	63	4,7%	34	3,2%	451	6,0%	

Tabel 3	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Gratis ugeavis, der husstandsdeles i dit lokalområde								
I meget høj grad	84	13,1%	40	9,8%	240	16,4%	1236	16,5%
I høj grad	210	32,8%	113	27,4%	311	21,2%	1983	26,4%
Hverken/eller	158	24,6%	102	24,6%	328	22,4%	1632	21,7%
I lav grad	80	12,4%	65	15,8%	157	10,7%	915	12,2%
I meget lav grad	95	14,8%	81	19,7%	306	20,9%	1445	19,2%
Ved ikke	14	2,2%	11	2,7%	125	8,5%	303	4,0%
DR's radiokanaler, Radio24syv								
I meget høj grad	180	28,1%	99	24,1%	244	16,7%	1467	19,5%
I høj grad	180	28,1%	127	30,7%	254	17,3%	1607	21,4%
Hverken/eller	124	19,3%	77	18,7%	279	19,0%	1426	19,0%
I lav grad	53	8,2%	44	10,6%	159	10,9%	857	11,4%
I meget lav grad	94	14,6%	57	13,8%	378	25,8%	1768	23,5%
Ved ikke	11	1,8%	9	2,2%	152	10,4%	388	5,2%
Andre radiostationer								
I meget høj grad	54	8,4%	35	8,6%	97	6,6%	508	6,8%
I høj grad	119	18,5%	82	19,8%	197	13,5%	1125	15,0%
Hverken/eller	123	19,2%	74	17,8%	303	20,7%	1460	19,4%
I lav grad	99	15,5%	60	14,4%	188	12,8%	1084	14,4%
I meget lav grad	233	36,3%	151	36,5%	524	35,7%	2885	38,4%
Ved ikke	13	2,1%	12	2,9%	157	10,7%	451	6,0%

Tabel 3	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total		
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner											
E-mails, SMS og nyhedsapps fra TV-stationer, webaviser og e-nyheder											
I meget høj grad	83	9,9%	187	10,7%	150	11,2%	125	11,8%	853	11,4%	
I høj grad	159	19,1%	317	18,1%	284	21,0%	240	22,6%	1480	19,7%	
Hverken/eller	167	19,9%	345	19,8%	292	21,6%	234	22,0%	1568	20,9%	
I lav grad	90	10,8%	235	13,4%	161	12,0%	136	12,8%	889	11,8%	
I meget lav grad	271	32,4%	572	32,7%	395	29,3%	292	27,5%	2256	30,0%	
Ved ikke	66	7,9%	92	5,3%	66	4,9%	37	3,4%	468	6,2%	
Nyhedsmedier, der udelukkende findes på internettet											
I meget høj grad	51	6,1%	84	4,8%	58	4,3%	62	5,8%	402	5,3%	
I høj grad	101	12,1%	189	10,8%	208	15,4%	134	12,6%	942	12,5%	
Hverken/eller	194	23,3%	325	18,6%	274	20,3%	220	20,7%	1537	20,5%	
I lav grad	113	13,5%	260	14,9%	177	13,2%	173	16,3%	1044	13,9%	
I meget lav grad	303	36,2%	756	43,3%	547	40,6%	419	39,4%	2996	39,9%	
Ved ikke	74	8,8%	134	7,7%	83	6,2%	55	5,1%	593	7,9%	
Ugeblade											
I meget høj grad	49	5,8%	97	5,6%	48	3,6%	30	2,8%	368	4,9%	
I høj grad	81	9,7%	166	9,5%	124	9,2%	97	9,1%	723	9,6%	
Hverken/eller	137	16,4%	280	16,0%	219	16,2%	188	17,7%	1245	16,6%	
I lav grad	113	13,5%	261	15,0%	209	15,5%	159	14,9%	1056	14,1%	
I meget lav grad	391	46,8%	850	48,7%	682	50,6%	545	51,3%	3652	48,6%	
Ved ikke	65	7,8%	92	5,3%	66	4,9%	44	4,1%	470	6,3%	

Tabel 3	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
E-mails, SMS og nyhedsapps fra TV-stationer, webaviser og e-nyheder								
I meget høj grad	88	13,7%	76	18,4%	144	9,8%	853	11,4%
I høj grad	142	22,2%	109	26,5%	229	15,6%	1480	19,7%
Hverken/eller	140	21,8%	84	20,4%	307	20,9%	1568	20,9%
I lav grad	79	12,3%	44	10,7%	144	9,8%	889	11,8%
I meget lav grad	169	26,3%	89	21,7%	468	31,9%	2256	30,0%
Ved ikke	24	3,7%	10	2,5%	174	11,9%	468	6,2%
Nyhedsmedier, der udelukkende findes på internettet								
I meget høj grad	43	6,7%	31	7,5%	74	5,1%	402	5,3%
I høj grad	90	14,0%	81	19,7%	139	9,5%	942	12,5%
Hverken/eller	139	21,7%	79	19,1%	305	20,8%	1537	20,5%
I lav grad	95	14,8%	59	14,3%	167	11,4%	1044	13,9%
I meget lav grad	246	38,3%	143	34,8%	582	39,7%	2996	39,9%
Ved ikke	29	4,5%	19	4,6%	199	13,6%	593	7,9%
Ugeblade								
I meget høj grad	28	4,3%	29	7,0%	88	6,0%	368	4,9%
I høj grad	71	11,1%	55	13,4%	128	8,7%	723	9,6%
Hverken/eller	107	16,7%	53	12,9%	261	17,8%	1245	16,6%
I lav grad	80	12,4%	48	11,6%	186	12,7%	1056	14,1%
I meget lav grad	328	51,2%	213	51,5%	642	43,8%	3652	48,6%
Ved ikke	27	4,2%	15	3,7%	161	11,0%	470	6,3%

Tabel 3	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total		
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner											
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	
Politikere på sociale medier											
I meget høj grad	57	6,9%	72	4,1%	40	3,0%	43	4,1%	320	4,3%	
I høj grad	102	12,2%	194	11,1%	160	11,9%	102	9,6%	844	11,2%	
Hverken/eller	193	23,1%	349	20,0%	285	21,2%	241	22,7%	1588	21,1%	
I lav grad	101	12,1%	247	14,2%	209	15,5%	178	16,7%	1046	13,9%	
I meget lav grad	318	38,0%	766	43,8%	575	42,7%	451	42,5%	3164	42,1%	
Ved ikke	64	7,7%	118	6,8%	78	5,8%	47	4,4%	552	7,3%	
Medier på sociale medier											
I meget høj grad	109	13,0%	156	8,9%	97	7,2%	78	7,3%	687	9,1%	
I høj grad	198	23,6%	268	15,4%	253	18,8%	188	17,7%	1376	18,3%	
Hverken/eller	171	20,5%	394	22,5%	307	22,8%	251	23,6%	1650	22,0%	
I lav grad	90	10,7%	229	13,1%	180	13,4%	151	14,2%	916	12,2%	
I meget lav grad	210	25,1%	583	33,4%	434	32,2%	358	33,6%	2370	31,5%	
Ved ikke	59	7,0%	117	6,7%	76	5,6%	39	3,6%	514	6,8%	

Tabel 3	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner								
Politikere på sociale medier								
I meget høj grad	28	4,3%	29	7,0%	51	3,5%	320	4,3%
I høj grad	98	15,2%	59	14,2%	130	8,8%	844	11,2%
Hverken/eller	129	20,1%	95	23,1%	294	20,0%	1588	21,1%
I lav grad	99	15,4%	38	9,2%	174	11,8%	1046	13,9%
I meget lav grad	257	40,0%	174	42,1%	623	42,5%	3164	42,1%
Ved ikke	31	4,9%	18	4,3%	195	13,3%	552	7,3%
Medier på sociale medier								
I meget høj grad	50	7,9%	47	11,4%	150	10,2%	687	9,1%
I høj grad	140	21,9%	85	20,6%	245	16,7%	1376	18,3%
Hverken/eller	144	22,5%	80	19,4%	303	20,6%	1650	22,0%
I lav grad	78	12,2%	51	12,2%	138	9,4%	916	12,2%
I meget lav grad	198	30,8%	132	32,1%	455	31,0%	2370	31,5%
Ved ikke	30	4,6%	18	4,3%	176	12,0%	514	6,8%

Tabel 3	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
DR, TV 2 og de regionale TV 2 stationer														
I meget høj grad	450,8691	35,2%	983	60,8%	1038	69,8%	143	25,2%	363	49,3%	468	29,5%	3446	47,4%
I høj grad	475	37,1%	463	28,6%	350	23,5%	164	28,9%	255	34,8%	513	32,3%	2220	30,5%
Hverken/eller	148	11,6%	61	3,8%	48	3,2%	94	16,5%	48	6,5%	412	26,0%	810	11,1%
I lav grad	97	7,6%	44	2,7%	26	1,7%	34	5,9%	35	4,8%	91	5,7%	326	4,5%
I meget lav grad	95	7,4%	61	3,8%	24	1,6%	105	18,5%	31	4,2%	74	4,7%	390	5,4%
Ved ikke	14	1,1%	6	0,4%	2	0,1%	28	5,0%	3	,4%	28	1,8%	81	1,1%
Andre TV-stationer														
I meget høj grad	69	5,4%	112	6,9%	80	5,4%	53	9,4%	130	17,7%	138	8,7%	583	8,0%
I høj grad	144	11,3%	231	14,3%	178	12,0%	112	19,8%	209	28,4%	301	19,0%	1176	16,2%
Hverken/eller	204	15,9%	249	15,4%	265	17,8%	96	16,9%	137	18,7%	576	36,3%	1528	21,0%
I lav grad	261	20,4%	303	18,7%	318	21,3%	56	9,8%	117	16,0%	228	14,4%	1282	17,6%
I meget lav grad	573	44,8%	701	43,3%	626	42,0%	217	38,2%	131	17,8%	302	19,1%	2549	35,0%
Ved ikke	29	2,3%	22	1,3%	22	1,5%	33	5,9%	11	1,4%	40	2,5%	157	2,2%
Landsdækkende morgenaviser														
I meget høj grad	33	2,6%	82	5,1%	594	39,9%	27	4,7%	149	20,2%	114	7,2%	999	13,7%
I høj grad	77	6,1%	239	14,8%	302	20,3%	88	15,5%	182	24,8%	233	14,7%	1121	15,4%
Hverken/eller	140	11,0%	261	16,2%	142	9,6%	52	9,2%	151	20,6%	567	35,8%	1315	18,1%
I lav grad	201	15,7%	270	16,7%	181	12,2%	41	7,2%	97	13,2%	237	14,9%	1026	14,1%
I meget lav grad	794	62,1%	732	45,3%	256	17,2%	313	55,1%	139	18,9%	370	23,3%	2603	35,8%
Ved ikke	35	2,7%	33	2,0%	14	0,9%	47	8,2%	17	2,3%	65	4,1%	210	2,9%

Tabel 3	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total		
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	
Regionale dagblade															
I meget høj grad	27	2,1%	39	2,4%	269	18,1%	20	3,5%	129	17,5%	104	6,5%	588	8,1%	
I høj grad	57	4,4%	135	8,3%	210	14,1%	92	16,1%	156	21,2%	229	14,5%	878	12,1%	
Hverken/eller	135	10,6%	238	14,7%	176	11,9%	51	8,9%	142	19,3%	559	35,2%	1301	17,9%	
I lav grad	208	16,2%	297	18,3%	224	15,0%	48	8,4%	111	15,1%	208	13,1%	1095	15,0%	
I meget lav grad	806	62,9%	857	53,0%	559	37,6%	312	54,9%	169	23,1%	412	26,0%	3115	42,8%	
Ved ikke	48	3,8%	51	3,2%	49	3,3%	46	8,1%	29	3,9%	75	4,7%	297	4,1%	
Lokale dagblade															
I meget høj grad	34	2,7%	61	3,8%	238	16,0%	24	4,2%	113	15,4%	91	5,7%	562	7,7%	
I høj grad	121	9,4%	204	12,6%	265	17,8%	94	16,5%	195	26,5%	276	17,4%	1153	15,9%	
Hverken/eller	163	12,7%	244	15,1%	205	13,8%	65	11,5%	140	19,0%	558	35,2%	1374	18,9%	
I lav grad	229	17,9%	291	18,0%	211	14,2%	47	8,3%	111	15,1%	220	13,9%	1109	15,2%	
I meget lav grad	685	53,5%	771	47,7%	500	33,6%	293	51,7%	145	19,7%	367	23,1%	2761	38,0%	
Ved ikke	48	3,8%	47	2,9%	69	4,7%	44	7,8%	32	4,3%	74	4,7%	315	4,3%	
Formiddags- og gratisaviser															
I meget høj grad	53	4,2%	126	7,8%	159	10,7%	34	5,9%	118	16,0%	123	7,7%	612	8,4%	
I høj grad	184	14,4%	288	17,8%	242	16,2%	103	18,1%	200	27,2%	311	19,6%	1327	18,2%	
Hverken/eller	221	17,2%	264	16,3%	239	16,0%	74	13,0%	143	19,5%	548	34,5%	1488	20,5%	
I lav grad	251	19,6%	322	19,9%	288	19,4%	57	10,0%	114	15,6%	219	13,8%	1251	17,2%	
I meget lav grad	542	42,4%	592	36,6%	534	35,9%	255	44,9%	141	19,2%	332	20,9%	2396	32,9%	
Ved ikke	29	2,3%	25	1,6%	27	1,8%	45	8,0%	19	2,5%	54	3,4%	200	2,7%	

Tabel 3	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total		
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	
Gratis ugeavis, der husstandsomdeles i dit lokalområde															
I meget høj grad	153	12,0%	281	17,4%	386	26,0%	53	9,3%	181	24,6%	177	11,2%	1231	16,9%	
I høj grad	292	22,8%	435	26,9%	483	32,4%	141	24,8%	239	32,5%	381	24,0%	1971	27,1%	
Hverken/eller	237	18,6%	283	17,5%	261	17,5%	79	13,8%	145	19,7%	588	37,1%	1593	21,9%	
I lav grad	182	14,2%	235	14,5%	170	11,4%	57	10,1%	86	11,7%	176	11,1%	906	12,5%	
I meget lav grad	383	29,9%	369	22,8%	177	11,9%	197	34,8%	73	9,9%	218	13,7%	1417	19,5%	
Ved ikke	32	2,5%	13	0,8%	11	0,7%	41	7,3%	12	1,6%	47	3,0%	156	2,2%	
DR's radiokanaler, Radio24syv															
I meget høj grad	185	14,5%	414	25,6%	489	32,9%	47	8,3%	152	20,7%	173	10,9%	1461	20,1%	
I høj grad	250	19,5%	363	22,4%	348	23,4%	115	20,2%	236	32,1%	290	18,3%	1602	22,0%	
Hverken/eller	207	16,2%	230	14,2%	182	12,2%	79	14,0%	123	16,7%	566	35,7%	1388	19,1%	
I lav grad	167	13,0%	187	11,5%	146	9,8%	40	7,1%	85	11,6%	216	13,6%	841	11,6%	
I meget lav grad	422	33,0%	393	24,3%	280	18,8%	238	41,9%	123	16,7%	281	17,7%	1737	23,9%	
Ved ikke	49	3,8%	30	1,8%	43	2,9%	48	8,5%	15	2,1%	59	3,7%	245	3,4%	
Andre radiostationer															
I meget høj grad	106	8,3%	130	8,0%	54	3,6%	44	7,8%	74	10,1%	93	5,9%	502	6,9%	
I høj grad	215	16,8%	219	13,5%	114	7,6%	121	21,4%	172	23,4%	275	17,3%	1116	15,3%	
Hverken/eller	185	14,5%	246	15,2%	192	12,9%	81	14,2%	156	21,3%	563	35,5%	1424	19,6%	
I lav grad	211	16,5%	245	15,2%	240	16,2%	59	10,4%	101	13,8%	219	13,8%	1077	14,8%	
I meget lav grad	511	39,9%	742	45,9%	816	54,8%	211	37,2%	204	27,8%	363	22,9%	2848	39,1%	
Ved ikke	50	3,9%	35	2,2%	72	4,8%	51	9,0%	28	3,7%	73	4,6%	308	4,2%	

Tabel 3	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
E-mails, SMS og nyhedsapps fra TV-stationer, webaviser og e-nyheder														
I meget høj grad	95	7,4%	249	15,4%	210	14,1%	42	7,4%	129	17,6%	121	7,6%	847	11,6%
I høj grad	182	14,2%	371	22,9%	282	19,0%	103	18,1%	234	31,8%	302	19,0%	1474	20,3%
Hverken/eller	193	15,1%	263	16,2%	263	17,7%	73	12,8%	156	21,3%	580	36,5%	1528	21,0%
I lav grad	172	13,4%	192	11,9%	193	13,0%	40	7,0%	87	11,8%	195	12,3%	878	12,1%
I meget lav grad	581	45,4%	492	30,4%	482	32,4%	252	44,5%	104	14,2%	315	19,8%	2226	30,6%
Ved ikke	58	4,5%	50	3,1%	57	3,9%	58	10,2%	25	3,3%	74	4,7%	322	4,4%
Nyhedsmedier, der udelukkende findes på internettet														
I meget høj grad	49	3,8%	101	6,3%	66	4,4%	27	4,7%	94	12,8%	60	3,8%	396	5,5%
I høj grad	110	8,6%	191	11,8%	155	10,4%	83	14,5%	168	22,8%	230	14,5%	936	12,9%
Hverken/eller	175	13,6%	275	17,0%	237	15,9%	72	12,6%	159	21,7%	577	36,4%	1494	20,5%
I lav grad	190	14,8%	277	17,1%	216	14,5%	45	7,8%	101	13,7%	207	13,1%	1034	14,2%
I meget lav grad	683	53,4%	702	43,4%	720	48,4%	282	49,7%	169	23,0%	410	25,9%	2966	40,8%
Ved ikke	74	5,8%	71	4,4%	96	6,4%	60	10,5%	44	5,9%	102	6,4%	447	6,1%
Ugeblade														
I meget høj grad	40	3,2%	58	3,6%	58	3,9%	30	5,3%	80	10,8%	97	6,1%	364	5,0%
I høj grad	103	8,1%	107	6,6%	102	6,9%	88	15,4%	149	20,3%	169	10,7%	719	9,9%
Hverken/eller	145	11,3%	157	9,7%	157	10,5%	67	11,8%	127	17,3%	554	34,9%	1207	16,6%
I lav grad	183	14,3%	257	15,9%	213	14,3%	53	9,3%	112	15,3%	230	14,5%	1048	14,4%
I meget lav grad	752	58,7%	987	61,1%	900	60,5%	273	48,0%	243	33,1%	459	29,0%	3614	49,7%
Ved ikke	57	4,5%	51	3,1%	58	3,9%	58	10,2%	23	3,2%	75	4,7%	321	4,4%

Tabel 3	De Overfladiske		De velinformedede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
I det følgende vil vi bede dig tage stilling til, hvordan du benytter forskellige medier til at orientere dig om nyheder og samfundsaktuelle emner	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Politikere på sociale medier														
I meget høj grad	31	2,4%	74	4,6%	59	4,0%	26	4,5%	68	9,2%	58	3,6%	315	4,3%
I høj grad	90	7,0%	198	12,3%	158	10,6%	43	7,5%	170	23,2%	182	11,5%	841	11,6%
Hverken/eller	206	16,1%	287	17,7%	214	14,4%	77	13,5%	172	23,5%	593	37,4%	1550	21,3%
I lav grad	185	14,5%	269	16,7%	205	13,8%	54	9,6%	108	14,7%	217	13,7%	1039	14,3%
I meget lav grad	691	54,0%	716	44,3%	779	52,4%	303	53,3%	191	26,0%	444	28,0%	3125	43,0%
Ved ikke	76	6,0%	72	4,5%	73	4,9%	66	11,6%	25	3,4%	92	5,8%	404	5,6%
Medier på sociale medier														
I meget høj grad	140	11,0%	194	12,0%	107	7,2%	42	7,5%	86	11,6%	106	6,7%	675	9,3%
I høj grad	266	20,8%	322	19,9%	210	14,1%	96	16,8%	204	27,8%	268	16,9%	1365	18,8%
Hverken/eller	230	18,0%	297	18,4%	231	15,5%	103	18,1%	170	23,1%	577	36,4%	1608	22,1%
I lav grad	163	12,7%	220	13,6%	182	12,3%	40	7,1%	96	13,1%	211	13,3%	912	12,5%
I meget lav grad	426	33,2%	525	32,4%	679	45,6%	225	39,7%	148	20,1%	342	21,6%	2344	32,2%
Ved ikke	55	4,3%	60	3,7%	80	5,4%	61	10,7%	31	4,3%	82	5,2%	369	5,1%

Tabel 4 Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Går på museum						
Aldrig	749	20,1%	661	17,5%	1410	18,8%
Sjældnere end halvårligt	1227	32,9%	1342	35,4%	2569	34,2%
En gang hvert halve år	630	16,9%	642	16,9%	1272	16,9%
3 eller 4 gange om året	644	17,3%	731	19,3%	1375	18,3%
Ca. en gang om måneden	301	8,1%	327	8,6%	628	8,4%
Ca. en gang om ugen	83	2,2%	54	1,4%	137	1,8%
Næsten dagligt	53	1,4%	17	,5%	70	,9%
Flere gange dagligt	37	1,0%	14	,4%	51	,7%
Går i teater/til koncert						
Aldrig	690	18,5%	511	13,5%	1201	16,0%
Sjældnere end halvårligt	1025	27,5%	1161	30,7%	2186	29,1%
En gang hvert halve år	643	17,3%	755	19,9%	1398	18,6%
3 eller 4 gange om året	796	21,4%	914	24,1%	1710	22,8%
Ca. en gang om måneden	374	10,0%	351	9,3%	725	9,6%
Ca. en gang om ugen	104	2,8%	58	1,5%	162	2,2%
Næsten dagligt	58	1,5%	24	,6%	81	1,1%
Flere gange dagligt	35	,9%	16	,4%	50	,7%
Deltager i politiske møder						
Aldrig	2244	60,2%	2798	73,8%	5041	67,1%
Sjældnere end halvårligt	677	18,2%	573	15,1%	1251	16,6%
En gang hvert halve år	211	5,7%	128	3,4%	338	4,5%
3 eller 4 gange om året	212	5,7%	119	3,1%	331	4,4%
Ca. en gang om måneden	183	4,9%	102	2,7%	285	3,8%
Ca. en gang om ugen	103	2,8%	28	,8%	132	1,8%
Næsten dagligt	61	1,6%	21	,6%	82	1,1%
Flere gange dagligt	35	,9%	20	,5%	55	,7%

Tabel 4	Mand		Kvinde		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Skriver læserbreve, kommenterer nyheder eller debatterer samfundsaktuelle sager						
Aldrig	2191	58,8%	2578	68,0%	4769	63,5%
Sjældnere end halvårligt	564	15,2%	535	14,1%	1099	14,6%
En gang hvert halve år	202	5,4%	154	4,1%	356	4,7%
3 eller 4 gange om året	203	5,5%	175	4,6%	378	5,0%
Ca. en gang om måneden	231	6,2%	158	4,2%	389	5,2%
Ca. en gang om ugen	178	4,8%	106	2,8%	285	3,8%
Næsten dagligt	110	3,0%	59	1,5%	169	2,2%
Flere gange dagligt	45	1,2%	24	,6%	69	,9%
Går til bestyrelsesmøde i forening, børnehave, skole eller lign.						
Aldrig	1431	38,4%	1829	48,3%	3260	43,4%
Sjældnere end halvårligt	679	18,2%	678	17,9%	1357	18,1%
En gang hvert halve år	368	9,9%	360	9,5%	729	9,7%
3 eller 4 gange om året	488	13,1%	434	11,4%	921	12,3%
Ca. en gang om måneden	518	13,9%	381	10,1%	899	12,0%
Ca. en gang om ugen	138	3,7%	72	1,9%	210	2,8%
Næsten dagligt	60	1,6%	16	,4%	76	1,0%
Flere gange dagligt	43	1,2%	20	,5%	63	,8%
Deltager i demonstration for en politisk sag						
Aldrig	2585	69,4%	2871	75,8%	5455	72,6%
Sjældnere end halvårligt	541	14,5%	567	15,0%	1108	14,8%
En gang hvert halve år	145	3,9%	124	3,3%	269	3,6%
3 eller 4 gange om året	157	4,2%	94	2,5%	250	3,3%
Ca. en gang om måneden	120	3,2%	67	1,8%	187	2,5%
Ca. en gang om ugen	77	2,1%	33	,9%	110	1,5%
Næsten dagligt	62	1,7%	16	,4%	79	1,0%
Flere gange dagligt	38	1,0%	17	,5%	55	,7%

Tabel 4	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?						
Dyrker sport i en halv time eller mere						
Aldrig	762	20,5%	619	16,3%	1381	18,4%
Sjældnere end halvårligt	349	9,4%	285	7,5%	634	8,4%
En gang hvert halve år	129	3,5%	113	3,0%	243	3,2%
3 eller 4 gange om året	196	5,3%	141	3,7%	337	4,5%
Ca. en gang om måneden	304	8,2%	310	8,2%	614	8,2%
Ca. en gang om ugen	973	26,1%	1120	29,6%	2093	27,9%
Næsten dagligt	899	24,1%	1099	29,0%	1998	26,6%
Flere gange dagligt	112	3,0%	102	2,7%	214	2,9%

Tabel 4	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?														
Går på museum														
Aldrig	378	21,6%	257	23,9%	264	20,7%	240	19,7%	148	13,5%	123	11,2%	1410	18,8%
Sjældnere end halvårligt	547	31,2%	357	33,1%	514	40,3%	496	40,8%	352	32,2%	302	27,5%	2569	34,2%
En gang hvert halve år	268	15,3%	176	16,3%	211	16,5%	207	17,0%	209	19,1%	202	18,4%	1272	16,9%
3 eller 4 gange om året	266	15,2%	145	13,5%	193	15,1%	197	16,2%	265	24,2%	309	28,2%	1375	18,3%
Ca. en gang om måneden	151	8,6%	92	8,5%	79	6,2%	66	5,4%	103	9,4%	138	12,6%	628	8,4%
Ca. en gang om ugen	60	3,4%	36	3,3%	7	,6%	7	,6%	12	1,1%	16	1,4%	137	1,8%
Næsten dagligt	42	2,4%	9	,8%	8	,7%	2	,2%	4	,4%	5	,5%	70	,9%
Flere gange dagligt	40	2,3%	7	,6%	0	0,0%	3	,2%	0	0,0%	2	,2%	51	,7%

Tabel 4	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Går i teater/til koncert														
Aldrig	296	16,9%	196	18,2%	181	14,2%	203	16,6%	171	15,6%	155	14,2%	1201	16,0%
Sjældnere end halvårligt	492	28,1%	311	28,9%	417	32,6%	380	31,2%	311	28,5%	275	25,1%	2186	29,1%
En gang hvert halve år	296	16,9%	193	17,9%	271	21,2%	234	19,2%	198	18,2%	207	18,9%	1398	18,6%
3 eller 4 gange om året	335	19,2%	209	19,4%	272	21,3%	293	24,1%	300	27,5%	300	27,3%	1710	22,8%
Ca. en gang om måneden	175	10,0%	121	11,2%	117	9,2%	84	6,9%	98	8,9%	131	11,9%	725	9,6%
Ca. en gang om ugen	67	3,8%	32	3,0%	11	,9%	20	1,6%	12	1,1%	20	1,9%	162	2,2%
Næsten dagligt	53	3,0%	11	1,0%	7	,6%	2	,2%	2	,2%	7	,6%	81	1,1%
Flere gange dagligt	39	2,2%	6	,6%	1	,1%	3	,2%	1	,1%	1	,1%	50	,7%
Deltager i politiske møder														
Aldrig	1112	63,5%	727	67,4%	967	75,8%	881	72,3%	683	62,5%	671	61,2%	5041	67,1%
Sjældnere end halvårligt	216	12,3%	127	11,8%	184	14,4%	211	17,3%	263	24,1%	248	22,7%	1251	16,6%
En gang hvert halve år	82	4,7%	47	4,3%	43	3,4%	38	3,1%	63	5,8%	65	5,9%	338	4,5%
3 eller 4 gange om året	80	4,6%	62	5,8%	36	2,8%	48	4,0%	44	4,0%	60	5,4%	331	4,4%
Ca. en gang om måneden	106	6,1%	62	5,8%	28	2,2%	21	1,7%	28	2,6%	39	3,6%	285	3,8%
Ca. en gang om ugen	66	3,8%	33	3,1%	9	,7%	10	,8%	7	,6%	6	,5%	132	1,8%
Næsten dagligt	45	2,5%	13	1,2%	8	,6%	6	,5%	4	,4%	7	,6%	82	1,1%
Flere gange dagligt	44	2,5%	6	,6%	0	0,0%	4	,3%	0	0,0%	1	,1%	55	,7%
Skriver læserbreve, kommenterer nyheder eller debatterer samfundsaktuelle sager														
Aldrig	954	54,5%	627	58,1%	874	68,4%	873	71,7%	740	67,7%	701	64,0%	4769	63,5%
Sjældnere end halvårligt	240	13,7%	160	14,8%	188	14,8%	165	13,6%	153	14,0%	193	17,6%	1099	14,6%
En gang hvert halve år	107	6,1%	60	5,6%	50	3,9%	41	3,4%	42	3,9%	56	5,1%	356	4,7%
3 eller 4 gange om året	109	6,2%	62	5,7%	46	3,6%	41	3,4%	57	5,2%	62	5,7%	378	5,0%
Ca. en gang om måneden	137	7,8%	75	7,0%	56	4,4%	42	3,4%	39	3,5%	40	3,7%	389	5,2%
Ca. en gang om ugen	91	5,2%	65	6,0%	35	2,8%	33	2,7%	41	3,8%	19	1,7%	285	3,8%
Næsten dagligt	70	4,0%	22	2,1%	24	1,9%	14	1,1%	19	1,7%	19	1,8%	169	2,2%
Flere gange dagligt	42	2,4%	7	,7%	3	,3%	8	,7%	2	,2%	5	,5%	69	,9%

Tabel 4	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Går til bestyrelsesmøde i forening, børnehave, skole eller lign.														
Aldrig	911	52,0%	428	39,7%	509	39,9%	560	46,0%	462	42,3%	390	35,6%	3260	43,4%
Sjældnere end halvårligt	260	14,8%	194	18,0%	243	19,1%	238	19,6%	234	21,4%	188	17,2%	1357	18,1%
En gang hvert halve år	127	7,2%	129	12,0%	148	11,6%	89	7,3%	101	9,2%	135	12,3%	729	9,7%
3 eller 4 gange om året	138	7,9%	152	14,1%	182	14,3%	157	12,9%	127	11,6%	165	15,1%	921	12,3%
Ca. en gang om måneden	154	8,8%	123	11,4%	154	12,0%	147	12,1%	142	13,0%	179	16,3%	899	12,0%
Ca. en gang om ugen	68	3,9%	35	3,3%	28	2,2%	24	1,9%	24	2,2%	30	2,7%	210	2,8%
Næsten dagligt	44	2,5%	11	1,1%	11	,9%	1	,1%	3	,3%	7	,6%	76	1,0%
Flere gange dagligt	51	2,9%	6	,6%	1	,1%	3	,2%	1	,1%	2	,2%	63	,8%
Deltager i demonstration for en politisk sag														
Aldrig	1033	59,0%	719	66,7%	1003	78,6%	963	79,1%	833	76,2%	903	82,4%	5455	72,6%
Sjældnere end halvårligt	269	15,4%	148	13,7%	185	14,5%	178	14,6%	201	18,4%	127	11,6%	1108	14,8%
En gang hvert halve år	99	5,7%	54	5,0%	27	2,1%	33	2,7%	24	2,2%	33	3,0%	269	3,6%
3 eller 4 gange om året	93	5,3%	56	5,2%	30	2,4%	25	2,0%	25	2,3%	21	1,9%	250	3,3%
Ca. en gang om måneden	98	5,6%	52	4,8%	16	1,2%	10	,8%	5	,5%	6	,6%	187	2,5%
Ca. en gang om ugen	66	3,8%	29	2,7%	9	,7%	3	,2%	3	,3%	0	0,0%	110	1,5%
Næsten dagligt	51	2,9%	12	1,2%	7	,6%	2	,2%	1	,1%	4	,4%	79	1,0%
Flere gange dagligt	42	2,4%	9	,8%	0	0,0%	4	,3%	0	0,0%	1	,1%	55	,7%
Dyrker sport i en halv time eller mere														
Aldrig	163	9,3%	169	15,7%	221	17,3%	267	22,0%	253	23,2%	307	28,0%	1381	18,4%
Sjældnere end halvårligt	115	6,6%	104	9,6%	111	8,7%	114	9,4%	106	9,7%	85	7,8%	634	8,4%
En gang hvert halve år	85	4,9%	53	4,9%	36	2,8%	29	2,4%	21	1,9%	19	1,7%	243	3,2%
3 eller 4 gange om året	120	6,8%	59	5,5%	59	4,6%	47	3,9%	27	2,4%	24	2,2%	337	4,5%
Ca. en gang om måneden	222	12,6%	133	12,3%	88	6,9%	79	6,5%	45	4,1%	48	4,4%	614	8,2%
Ca. en gang om ugen	463	26,4%	288	26,7%	386	30,3%	339	27,9%	331	30,3%	285	26,0%	2093	27,9%
Næsten dagligt	475	27,1%	246	22,8%	359	28,1%	318	26,1%	292	26,7%	308	28,1%	1998	26,6%
Flere gange dagligt	109	6,2%	26	2,4%	17	1,3%	23	1,9%	19	1,8%	20	1,8%	214	2,9%

Tabel 4	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Går på museum												
Aldrig	318	14,3%	266	21,6%	329	20,9%	319	19,3%	178	21,6%	1410	18,8%
Sjældnere end halvårligt	664	29,8%	459	37,2%	591	37,5%	579	35,0%	275	33,4%	2569	34,2%
En gang hvert halve år	384	17,3%	204	16,6%	244	15,5%	303	18,3%	137	16,6%	1272	16,9%
3 eller 4 gange om året	490	22,0%	208	16,8%	267	16,9%	278	16,8%	133	16,1%	1375	18,3%
Ca. en gang om måneden	259	11,6%	65	5,3%	100	6,4%	139	8,4%	64	7,8%	628	8,4%
Ca. en gang om ugen	43	1,9%	11	0,9%	30	1,9%	20	1,2%	33	4,0%	137	1,8%
Næsten dagligt	37	1,7%	14	1,1%	5	,3%	10	,6%	4	,5%	70	,9%
Flere gange dagligt	30	1,4%	6	,4%	9	0,6%	7	,4%	0	0,0%	51	,7%
Går i teater/til koncert												
Aldrig	282	12,7%	254	20,6%	263	16,7%	264	16,0%	138	16,8%	1201	16,0%
Sjældnere end halvårligt	567	25,5%	366	29,7%	494	31,4%	534	32,3%	225	27,3%	2186	29,1%
En gang hvert halve år	428	19,2%	248	20,1%	257	16,3%	330	19,9%	136	16,5%	1398	18,6%
3 eller 4 gange om året	557	25,1%	256	20,8%	367	23,3%	338	20,4%	191	23,2%	1710	22,8%
Ca. en gang om måneden	267	12,0%	72	5,9%	145	9,2%	149	9,0%	92	11,1%	725	9,6%
Ca. en gang om ugen	54	2,4%	17	1,3%	32	2,0%	26	1,5%	34	4,1%	162	2,2%
Næsten dagligt	41	1,8%	15	1,2%	10	,6%	7	,4%	9	1,1%	81	1,1%
Flere gange dagligt	29	1,3%	5	,4%	8	,5%	8	,5%	0	,0%	50	,7%
Deltager i politiske møder												
Aldrig	1474	66,2%	840	68,1%	1072	68,1%	1164	70,3%	492	59,6%	5041	67,1%
Sjældnere end halvårligt	364	16,3%	216	17,5%	265	16,8%	277	16,7%	129	15,7%	1251	16,6%
En gang hvert halve år	102	4,6%	57	4,6%	72	4,6%	57	3,5%	50	6,1%	338	4,5%
3 eller 4 gange om året	105	4,7%	49	4,0%	59	3,7%	57	3,4%	61	7,4%	331	4,4%
Ca. en gang om måneden	71	3,2%	32	2,6%	71	4,5%	54	3,2%	56	6,8%	285	3,8%
Ca. en gang om ugen	38	1,7%	20	1,6%	20	1,3%	23	1,4%	30	3,7%	132	1,8%
Næsten dagligt	39	1,7%	14	1,1%	9	,6%	14	,8%	6	,8%	82	1,1%
Flere gange dagligt	33	1,5%	4	,4%	7	0,4%	10	,6%	0	0,0%	55	,7%

Tabel 4	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Skriver læserbreve, kommenterer nyheder eller debatterer samfundsaktuelle sager												
Aldrig	1368	61,5%	797	64,6%	1001	63,5%	1122	67,8%	482	58,4%	4769	63,5%
Sjældnere end halvårligt	323	14,5%	199	16,1%	240	15,2%	245	14,8%	92	11,2%	1099	14,6%
En gang hvert halve år	111	5,0%	68	5,5%	64	4,1%	53	3,2%	61	7,3%	356	4,7%
3 eller 4 gange om året	110	5,0%	59	4,8%	75	4,8%	70	4,2%	63	7,7%	378	5,0%
Ca. en gang om måneden	112	5,0%	39	3,2%	94	5,9%	81	4,9%	63	7,7%	389	5,2%
Ca. en gang om ugen	89	4,0%	38	3,1%	64	4,1%	44	2,7%	49	6,0%	285	3,8%
Næsten dagligt	76	3,4%	26	2,1%	24	1,5%	29	1,7%	14	1,7%	169	2,2%
Flere gange dagligt	37	1,7%	7	,6%	13	,8%	12	,7%	0	,0%	69	,9%
Går til bestyrelsesmøde i forening, børnehave, skole eller lign.												
Aldrig	918	41,2%	535	43,4%	725	46,1%	758	45,8%	324	39,2%	3260	43,4%
Sjældnere end halvårligt	429	19,3%	253	20,5%	285	18,1%	267	16,1%	123	14,9%	1357	18,1%
En gang hvert halve år	224	10,1%	120	9,7%	137	8,7%	148	9,0%	98	11,9%	729	9,7%
3 eller 4 gange om året	261	11,7%	148	12,0%	181	11,5%	228	13,7%	104	12,7%	921	12,3%
Ca. en gang om måneden	257	11,6%	128	10,4%	190	12,1%	196	11,9%	127	15,5%	899	12,0%
Ca. en gang om ugen	57	2,6%	26	2,1%	40	2,5%	44	2,7%	43	5,2%	210	2,8%
Næsten dagligt	38	1,7%	17	1,4%	9	,6%	7	,4%	5	,6%	76	1,0%
Flere gange dagligt	41	1,8%	6	,5%	8	,5%	8	,5%	0	,0%	63	,8%
Deltager i demonstration for en politisk sag												
Aldrig	1540	69,2%	931	75,5%	1191	75,6%	1257	75,9%	536	65,0%	5455	72,6%
Sjældnere end halvårligt	375	16,8%	183	14,9%	203	12,9%	233	14,1%	114	13,9%	1108	14,8%
En gang hvert halve år	95	4,3%	33	2,7%	56	3,6%	49	2,9%	36	4,4%	269	3,6%
3 eller 4 gange om året	81	3,6%	32	2,6%	41	2,6%	48	2,9%	48	5,8%	250	3,3%
Ca. en gang om måneden	40	1,8%	21	1,7%	41	2,6%	30	1,8%	55	6,7%	187	2,5%
Ca. en gang om ugen	24	1,1%	18	1,4%	22	1,4%	16	1,0%	30	3,6%	110	1,5%
Næsten dagligt	38	1,7%	10	0,8%	12	,8%	13	,8%	5	,6%	79	1,0%
Flere gange dagligt	33	1,5%	4	,4%	8	0,5%	9	,6%	0	0,0%	55	,7%

Tabel 4	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Dyrker sport i en halv time eller mere												
Aldrig	406	18,2%	278	22,5%	273	17,3%	294	17,7%	131	15,9%	1381	18,4%
Sjældnere end halvårligt	169	7,6%	113	9,2%	146	9,2%	134	8,1%	72	8,7%	634	8,4%
En gang hvert halve år	70	3,2%	47	3,8%	53	3,4%	40	2,4%	32	3,9%	243	3,2%
3 eller 4 gange om året	85	3,8%	55	4,5%	66	4,2%	74	4,5%	56	6,8%	337	4,5%
Ca. en gang om måneden	160	7,2%	72	5,9%	140	8,9%	147	8,9%	95	11,6%	614	8,2%
Ca. en gang om ugen	640	28,8%	325	26,3%	448	28,5%	484	29,2%	196	23,8%	2093	27,9%
Næsten dagligt	622	27,9%	311	25,3%	411	26,1%	440	26,6%	214	25,9%	1998	26,6%
Flere gange dagligt	73	3,3%	32	2,6%	39	2,5%	43	2,6%	28	3,4%	214	2,9%

Tabel 4	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Går på museum						
Aldrig	584	16,9%	827	20,3%	1410	18,8%
Sjældnere end halvårligt	1105	32,1%	1464	36,0%	2569	34,2%
En gang hvert halve år	580	16,8%	692	17,0%	1272	16,9%
3 eller 4 gange om året	708	20,5%	668	16,4%	1375	18,3%
Ca. en gang om måneden	332	9,6%	296	7,3%	628	8,4%
Ca. en gang om ugen	55	1,6%	82	2,0%	137	1,8%
Næsten dagligt	52	1,5%	18	,4%	70	,9%
Flere gange dagligt	27	0,8%	24	,6%	51	,7%

Tabel 4	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Går i teater/til koncert						
Aldrig	538	15,6%	664	16,3%	1201	16,0%
Sjældnere end halvårligt	914	26,5%	1272	31,3%	2186	29,1%
En gang hvert halve år	670	19,5%	728	17,9%	1398	18,6%
3 eller 4 gange om året	813	23,6%	896	22,0%	1710	22,8%
Ca. en gang om måneden	350	10,2%	374	9,2%	725	9,6%
Ca. en gang om ugen	75	2,2%	87	2,1%	162	2,2%
Næsten dagligt	57	1,6%	25	,6%	81	1,1%
Flere gange dagligt	26	,8%	24	,6%	50	,7%
Deltager i politiske møder						
Aldrig	2317	67,3%	2724	66,9%	5041	67,1%
Sjældnere end halvårligt	561	16,3%	689	16,9%	1251	16,6%
En gang hvert halve år	155	4,5%	183	4,5%	338	4,5%
3 eller 4 gange om året	154	4,5%	177	4,3%	331	4,4%
Ca. en gang om måneden	115	3,3%	169	4,2%	285	3,8%
Ca. en gang om ugen	61	1,8%	71	1,7%	132	1,8%
Næsten dagligt	52	1,5%	29	,7%	82	1,1%
Flere gange dagligt	28	,8%	27	,7%	55	,7%
Skriver læserbreve, kommenterer nyheder eller debatterer samfundsaktuelle sager						
Aldrig	2171	63,1%	2597	63,8%	4769	63,5%
Sjældnere end halvårligt	504	14,6%	595	14,6%	1099	14,6%
En gang hvert halve år	170	4,9%	187	4,6%	356	4,7%
3 eller 4 gange om året	172	5,0%	206	5,1%	378	5,0%
Ca. en gang om måneden	161	4,7%	228	5,6%	389	5,2%
Ca. en gang om ugen	132	3,8%	153	3,8%	285	3,8%
Næsten dagligt	99	2,9%	70	1,7%	169	2,2%
Flere gange dagligt	35	1,0%	34	,8%	69	,9%

Tabel 4	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Går til bestyrelsesmøde i forening, børnehave, skole eller lign.						
Aldrig	1460	42,4%	1800	44,2%	3260	43,4%
Sjældnere end halvårligt	657	19,1%	699	17,2%	1357	18,1%
En gang hvert halve år	339	9,9%	389	9,6%	729	9,7%
3 eller 4 gange om året	410	11,9%	511	12,6%	921	12,3%
Ca. en gang om måneden	395	11,5%	504	12,4%	899	12,0%
Ca. en gang om ugen	85	2,5%	124	3,1%	210	2,8%
Næsten dagligt	58	1,7%	18	,5%	76	1,0%
Flere gange dagligt	39	1,1%	24	,6%	63	,8%
Deltager i demonstration for en politisk sag						
Aldrig	2479	72,0%	2977	73,1%	5455	72,6%
Sjældnere end halvårligt	537	15,6%	571	14,0%	1108	14,8%
En gang hvert halve år	119	3,4%	151	3,7%	269	3,6%
3 eller 4 gange om året	114	3,3%	136	3,3%	250	3,3%
Ca. en gang om måneden	72	2,1%	115	2,8%	187	2,5%
Ca. en gang om ugen	45	1,3%	64	1,6%	110	1,5%
Næsten dagligt	48	1,4%	30	,7%	79	1,0%
Flere gange dagligt	29	0,8%	26	,6%	55	,7%
Dyrker sport i en halv time eller mere						
Aldrig	685	19,9%	696	17,1%	1381	18,4%
Sjældnere end halvårligt	265	7,7%	370	9,1%	634	8,4%
En gang hvert halve år	108	3,1%	135	3,3%	243	3,2%
3 eller 4 gange om året	138	4,0%	199	4,9%	337	4,5%
Ca. en gang om måneden	247	7,2%	367	9,0%	614	8,2%
Ca. en gang om ugen	970	28,2%	1123	27,6%	2093	27,9%
Næsten dagligt	938	27,2%	1060	26,0%	1998	26,6%
Flere gange dagligt	94	2,7%	120	3,0%	214	2,9%

Tabel 4	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Går på museum										
Aldrig	308	33,9%	166	19,1%	465	24,6%	185	18,8%	1410	18,8%
Sjældnere end halvårligt	319	35,1%	316	36,3%	760	40,2%	371	37,5%	2569	34,2%
En gang hvert halve år	129	14,2%	154	17,7%	287	15,2%	178	18,0%	1272	16,9%
3 eller 4 gange om året	102	11,2%	146	16,7%	244	12,9%	172	17,4%	1375	18,3%
Ca. en gang om måneden	33	3,6%	65	7,4%	89	4,7%	58	5,8%	628	8,4%
Ca. en gang om ugen	7	0,7%	20	2,3%	23	1,2%	11	1,1%	137	1,8%
Næsten dagligt	7	0,7%	1	,1%	12	,7%	7	,7%	70	,9%
Flere gange dagligt	5	0,5%	4	,4%	10	,6%	7	,7%	51	,7%
Går i teater/til koncert										
Aldrig	277	30,5%	134	15,4%	384	20,3%	136	13,8%	1201	16,0%
Sjældnere end halvårligt	292	32,1%	280	32,1%	634	33,6%	317	32,1%	2186	29,1%
En gang hvert halve år	124	13,7%	182	20,8%	323	17,1%	203	20,6%	1398	18,6%
3 eller 4 gange om året	141	15,5%	169	19,4%	366	19,4%	235	23,8%	1710	22,8%
Ca. en gang om måneden	49	5,4%	82	9,4%	129	6,8%	68	6,9%	725	9,6%
Ca. en gang om ugen	12	1,3%	17	2,0%	28	1,5%	16	1,6%	162	2,2%
Næsten dagligt	10	1,1%	3	0,4%	20	1,0%	9	,9%	81	1,1%
Flere gange dagligt	5	0,5%	4	,5%	5	0,3%	3	,3%	50	0,7%
Deltager i politiske møder										
Aldrig	699	76,9%	583	66,9%	1378	72,9%	723	73,3%	5041	67,1%
Sjældnere end halvårligt	111	12,2%	115	13,2%	278	14,7%	128	12,9%	1251	16,6%
En gang hvert halve år	24	2,6%	53	6,0%	69	3,6%	42	4,2%	338	4,5%
3 eller 4 gange om året	24	2,6%	54	6,2%	61	3,2%	32	3,2%	331	4,4%
Ca. en gang om måneden	28	3,0%	40	4,6%	45	2,4%	42	4,3%	285	3,8%
Ca. en gang om ugen	11	1,2%	19	2,2%	32	1,7%	9	0,9%	132	1,8%
Næsten dagligt	9	1,0%	3	0,4%	20	1,1%	4	0,5%	82	1,1%
Flere gange dagligt	4	0,4%	5	,5%	8	,4%	7	,7%	55	,7%

Tabel 4	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Går på museum								
Aldrig	183	9,4%	62	7,7%	41	35,7%	1410	18,8%
Sjældnere end halvårligt	595	30,7%	181	22,5%	28	24,2%	2569	34,2%
En gang hvert halve år	361	18,6%	151	18,8%	13	11,0%	1272	16,9%
3 eller 4 gange om året	465	24,0%	232	28,9%	15	12,9%	1375	18,3%
Ca. en gang om måneden	237	12,2%	140	17,5%	6	5,2%	628	8,4%
Ca. en gang om ugen	56	2,9%	19	2,3%	3	2,9%	137	1,8%
Næsten dagligt	32	1,7%	8	1,0%	3	2,3%	70	,9%
Flere gange dagligt	9	0,5%	10	1,3%	7	5,8%	51	,7%
Går i teater/til koncert								
Aldrig	179	9,2%	52	6,4%	40	34,8%	1201	16,0%
Sjældnere end halvårligt	474	24,5%	167	20,8%	22	19,1%	2186	29,1%
En gang hvert halve år	377	19,5%	175	21,7%	15	12,8%	1398	18,6%
3 eller 4 gange om året	546	28,2%	232	28,9%	20	17,5%	1710	22,8%
Ca. en gang om måneden	247	12,7%	145	18,0%	5	4,4%	725	9,6%
Ca. en gang om ugen	71	3,7%	16	2,0%	1	1,0%	162	2,2%
Næsten dagligt	30	1,5%	4	0,6%	5	4,7%	81	1,1%
Flere gange dagligt	14	0,7%	12	1,5%	7	5,8%	50	,7%
Deltager i politiske møder								
Aldrig	1153	59,5%	437	54,4%	68	59,6%	5041	67,1%
Sjældnere end halvårligt	418	21,6%	184	23,0%	17	15,1%	1251	16,6%
En gang hvert halve år	95	4,9%	51	6,4%	5	4,6%	338	4,5%
3 eller 4 gange om året	88	4,5%	64	8,0%	7	6,4%	331	4,4%
Ca. en gang om måneden	88	4,5%	36	4,5%	6	5,2%	285	3,8%
Ca. en gang om ugen	45	2,3%	14	1,7%	1	1,1%	132	1,8%
Næsten dagligt	35	1,8%	8	0,9%	3	2,2%	82	1,1%
Flere gange dagligt	16	0,8%	9	1,1%	7	5,8%	55	,7%

Tabel 4	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Skriver læserbreve, kommenterer nyheder eller debatterer samfundsaktuelle sager										
Aldrig	631	69,5%	536	61,6%	1297	68,6%	684	69,3%	4769	63,5%
Sjældnere end halvårligt	110	12,1%	126	14,5%	243	12,8%	121	12,2%	1099	14,6%
En gang hvert halve år	36	4,0%	58	6,7%	76	4,0%	41	4,2%	356	4,7%
3 eller 4 gange om året	35	3,8%	45	5,2%	96	5,1%	38	3,9%	378	5,0%
Ca. en gang om måneden	49	5,4%	47	5,4%	75	4,0%	45	4,5%	389	5,2%
Ca. en gang om ugen	21	2,3%	41	4,7%	52	2,7%	33	3,4%	285	3,8%
Næsten dagligt	20	2,2%	12	1,3%	37	1,9%	21	2,1%	169	2,2%
Flere gange dagligt	6	0,7%	7	,8%	14	,7%	4	,4%	69	,9%
Går til bestyrelsesmøde i forening, børnehave, skole eller lign.										
Aldrig	547	60,1%	455	52,3%	836	44,2%	420	42,5%	3260	43,4%
Sjældnere end halvårligt	134	14,7%	154	17,7%	352	18,6%	178	18,0%	1357	18,1%
En gang hvert halve år	67	7,3%	74	8,5%	174	9,2%	108	10,9%	729	9,7%
3 eller 4 gange om året	61	6,8%	78	8,9%	245	13,0%	130	13,2%	921	12,3%
Ca. en gang om måneden	72	8,0%	79	9,1%	212	11,2%	114	11,6%	899	12,0%
Ca. en gang om ugen	13	1,5%	23	2,6%	44	2,3%	21	2,1%	210	2,8%
Næsten dagligt	9	1,0%	6	0,6%	20	1,1%	11	1,1%	76	1,0%
Flere gange dagligt	5	0,6%	2	,3%	7	0,4%	6	,6%	63	0,8%
Deltager i demonstration for en politisk sag										
Aldrig	695	76,4%	595	68,3%	1502	79,5%	797	80,7%	5455	72,6%
Sjældnere end halvårligt	117	12,9%	117	13,4%	200	10,6%	100	10,1%	1108	14,8%
En gang hvert halve år	30	3,3%	45	5,1%	60	3,2%	26	2,7%	269	3,6%
3 eller 4 gange om året	26	2,9%	51	5,9%	44	2,3%	21	2,2%	250	3,3%
Ca. en gang om måneden	21	2,3%	39	4,5%	39	2,0%	18	1,9%	187	2,5%
Ca. en gang om ugen	8	0,9%	13	1,5%	21	1,1%	10	1,0%	110	1,5%
Næsten dagligt	6	0,6%	8	0,9%	17	0,9%	7	0,7%	79	1,0%
Flere gange dagligt	6	0,7%	4	0,4%	8	0,4%	8	0,8%	55	0,7%

Tabel 4	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Skriver læserbreve, kommenterer nyheder eller debatterer samfundsaktuelle sager								
Aldrig	1125	58,1%	431	53,7%	63	55,4%	4769	63,5%
Sjældnere end halvårligt	315	16,2%	165	20,6%	19	17,0%	1099	14,6%
En gang hvert halve år	91	4,7%	47	5,9%	6	5,2%	356	4,7%
3 eller 4 gange om året	116	6,0%	43	5,4%	5	4,6%	378	5,0%
Ca. en gang om måneden	112	5,8%	57	7,0%	4	3,8%	389	5,2%
Ca. en gang om ugen	97	5,0%	33	4,1%	8	6,9%	285	3,8%
Næsten dagligt	62	3,2%	16	2,0%	1	1,3%	169	2,2%
Flere gange dagligt	20	1,0%	10	1,3%	7	5,8%	69	,9%
Går til bestyrelsesmøde i forening, børnehave, skole eller lign.								
Aldrig	684	35,3%	265	33,0%	53	46,6%	3260	43,4%
Sjældnere end halvårligt	368	19,0%	157	19,6%	14	12,1%	1357	18,1%
En gang hvert halve år	199	10,3%	98	12,2%	9	7,6%	729	9,7%
3 eller 4 gange om året	283	14,6%	108	13,5%	15	13,1%	921	12,3%
Ca. en gang om måneden	282	14,5%	131	16,3%	9	7,6%	899	12,0%
Ca. en gang om ugen	76	3,9%	28	3,5%	4	3,7%	210	2,8%
Næsten dagligt	23	1,2%	5	0,6%	3	2,2%	76	1,0%
Flere gange dagligt	23	1,2%	12	1,5%	8	7,0%	63	,8%
Deltager i demonstration for en politisk sag								
Aldrig	1288	66,4%	513	63,9%	66	57,7%	5455	72,6%
Sjældnere end halvårligt	383	19,8%	167	20,8%	24	20,9%	1108	14,8%
En gang hvert halve år	73	3,8%	31	3,8%	5	4,1%	269	3,6%
3 eller 4 gange om året	58	3,0%	46	5,7%	4	3,1%	250	3,3%
Ca. en gang om måneden	44	2,3%	21	2,6%	5	4,0%	187	2,5%
Ca. en gang om ugen	48	2,5%	8	1,0%	1	1,2%	110	1,5%
Næsten dagligt	33	1,7%	7	0,9%	2	1,9%	79	1,0%
Flere gange dagligt	11	0,6%	11	1,3%	8	7,0%	55	0,7%

Tabel 4	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Dyrker sport i en halv time eller mere										
Aldrig	274	30,1%	105	12,1%	437	23,1%	160	16,2%	1381	18,4%
Sjældnere end halvårligt	91	10,0%	77	8,8%	199	10,5%	75	7,6%	634	8,4%
En gang hvert halve år	18	2,0%	43	5,0%	78	4,1%	30	3,1%	243	3,2%
3 eller 4 gange om året	31	3,4%	60	6,9%	94	5,0%	51	5,1%	337	4,5%
Ca. en gang om måneden	72	7,9%	88	10,1%	126	6,7%	83	8,4%	614	8,2%
Ca. en gang om ugen	211	23,2%	225	25,9%	475	25,1%	323	32,7%	2093	27,9%
Næsten dagligt	173	19,0%	239	27,4%	457	24,2%	252	25,5%	1998	26,6%
Flere gange dagligt	39	4,3%	34	3,9%	25	1,3%	14	1,4%	214	2,9%

Tabel 4	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Dyrker sport i en halv time eller mere								
Aldrig	266	13,7%	98	12,2%	41	36,0%	1381	18,4%
Sjældnere end halvårligt	129	6,6%	50	6,2%	14	12,2%	634	8,4%
En gang hvert halve år	51	2,6%	19	2,4%	3	2,7%	243	3,2%
3 eller 4 gange om året	69	3,6%	24	3,0%	8	6,8%	337	4,5%
Ca. en gang om måneden	171	8,8%	69	8,5%	6	5,4%	614	8,2%
Ca. en gang om ugen	607	31,3%	236	29,4%	16	13,8%	2093	27,9%
Næsten dagligt	585	30,2%	274	34,2%	18	16,0%	1998	26,6%
Flere gange dagligt	61	3,2%	33	4,1%	8	7,1%	214	2,9%

Tabel 4	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Går på museum										
Aldrig	201	24,1%	349	20,0%	233	17,3%	151	14,2%	1410	18,8%
Sjældnere end halvårligt	300	35,9%	636	36,4%	465	34,5%	381	35,9%	2569	34,2%
En gang hvert halve år	122	14,6%	290	16,6%	222	16,5%	193	18,2%	1272	16,9%
3 eller 4 gange om året	141	16,9%	302	17,3%	257	19,0%	202	19,0%	1375	18,3%
Ca. en gang om måneden	51	6,1%	138	7,9%	111	8,3%	97	9,2%	628	8,4%
Ca. en gang om ugen	12	1,4%	21	1,2%	42	3,1%	19	1,8%	137	1,8%
Næsten dagligt	6	0,7%	8	,4%	15	1,1%	9	,8%	70	,9%
Flere gange dagligt	3	0,4%	5	,3%	3	,2%	11	1,0%	51	,7%
Går i teater/til koncert										
Aldrig	197	23,5%	336	19,3%	198	14,7%	98	9,2%	1201	16,0%
Sjældnere end halvårligt	274	32,7%	531	30,4%	411	30,5%	302	28,4%	2186	29,1%
En gang hvert halve år	140	16,8%	328	18,8%	244	18,1%	202	19,0%	1398	18,6%
3 eller 4 gange om året	143	17,2%	369	21,1%	296	22,0%	298	28,1%	1710	22,8%
Ca. en gang om måneden	55	6,6%	137	7,8%	151	11,2%	121	11,4%	725	9,6%
Ca. en gang om ugen	16	1,9%	31	1,8%	35	2,6%	25	2,4%	162	2,2%
Næsten dagligt	6	0,7%	12	0,7%	10	,7%	12	1,1%	81	1,1%
Flere gange dagligt	5	0,6%	4	,2%	3	0,2%	5	,5%	50	0,7%
Deltager i politiske møder										
Aldrig	599	71,7%	1220	69,9%	851	63,2%	654	61,5%	5041	67,1%
Sjældnere end halvårligt	114	13,6%	304	17,4%	225	16,7%	219	20,6%	1251	16,6%
En gang hvert halve år	31	3,8%	75	4,3%	66	4,9%	55	5,2%	338	4,5%
3 eller 4 gange om året	41	4,9%	60	3,5%	75	5,6%	52	4,9%	331	4,4%
Ca. en gang om måneden	27	3,3%	56	3,2%	76	5,6%	46	4,3%	285	3,8%
Ca. en gang om ugen	16	1,9%	18	1,0%	38	2,8%	14	1,3%	132	1,8%
Næsten dagligt	4	0,4%	11	0,6%	12	0,9%	13	1,2%	82	1,1%
Flere gange dagligt	4	0,5%	4	,2%	4	,3%	11	1,0%	55	,7%

Tabel 4	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Går på museum								
Aldrig	91	14,1%	36	8,8%	349	23,8%	1410	18,8%
Sjældnere end halvårligt	200	31,3%	116	28,1%	470	32,1%	2569	34,2%
En gang hvert halve år	126	19,6%	76	18,3%	244	16,7%	1272	16,9%
3 eller 4 gange om året	124	19,3%	100	24,2%	250	17,1%	1375	18,3%
Ca. en gang om måneden	66	10,3%	45	10,8%	120	8,2%	628	8,4%
Ca. en gang om ugen	15	2,3%	13	3,1%	16	1,1%	137	1,8%
Næsten dagligt	13	2,1%	14	3,3%	6	,4%	70	,9%
Flere gange dagligt	6	1,0%	14	3,5%	10	,7%	51	,7%
Går i teater/til koncert								
Aldrig	53	8,3%	22	5,3%	298	20,3%	1201	16,0%
Sjældnere end halvårligt	164	25,6%	98	23,7%	407	27,7%	2186	29,1%
En gang hvert halve år	141	22,0%	80	19,4%	263	18,0%	1398	18,6%
3 eller 4 gange om året	163	25,5%	114	27,5%	326	22,3%	1710	22,8%
Ca. en gang om måneden	68	10,6%	57	13,8%	136	9,2%	725	9,6%
Ca. en gang om ugen	23	3,7%	15	3,6%	17	1,2%	162	2,2%
Næsten dagligt	18	2,8%	14	3,4%	10	,7%	81	1,1%
Flere gange dagligt	10	1,5%	14	3,4%	9	0,6%	50	,7%
Deltager i politiske møder								
Aldrig	377	58,9%	207	50,1%	1132	77,2%	5041	67,1%
Sjældnere end halvårligt	114	17,8%	93	22,6%	182	12,4%	1251	16,6%
En gang hvert halve år	50	7,7%	23	5,5%	39	2,6%	338	4,5%
3 eller 4 gange om året	32	4,9%	28	6,8%	43	2,9%	331	4,4%
Ca. en gang om måneden	22	3,4%	19	4,6%	39	2,7%	285	3,8%
Ca. en gang om ugen	20	3,1%	13	3,1%	14	1,0%	132	1,8%
Næsten dagligt	16	2,4%	18	4,4%	9	0,6%	82	1,1%
Flere gange dagligt	11	1,8%	12	2,8%	10	,7%	55	,7%

Tabel 4	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Skriver læserbreve, kommenterer nyheder eller debatterer samfundsaktuelle sager										
Aldrig	519	62,1%	1149	65,8%	834	61,9%	655	61,6%	4769	63,5%
Sjældnere end halvårligt	104	12,4%	270	15,5%	197	14,7%	166	15,6%	1099	14,6%
En gang hvert halve år	44	5,3%	77	4,4%	63	4,6%	57	5,3%	356	4,7%
3 eller 4 gange om året	57	6,8%	79	4,5%	69	5,1%	49	4,6%	378	5,0%
Ca. en gang om måneden	48	5,8%	88	5,0%	85	6,3%	54	5,1%	389	5,2%
Ca. en gang om ugen	32	3,8%	52	3,0%	74	5,5%	40	3,8%	285	3,8%
Næsten dagligt	24	2,9%	28	1,6%	21	1,5%	31	2,9%	169	2,2%
Flere gange dagligt	7	0,9%	5	,3%	5	,4%	11	1,0%	69	,9%
Går til bestyrelsesmøde i forening, børnehave, skole eller lign.										
Aldrig	461	55,1%	840	48,1%	519	38,5%	366	34,4%	3260	43,4%
Sjældnere end halvårligt	123	14,7%	316	18,1%	248	18,4%	214	20,2%	1357	18,1%
En gang hvert halve år	75	8,9%	158	9,1%	134	9,9%	129	12,2%	729	9,7%
3 eller 4 gange om året	71	8,5%	201	11,5%	168	12,5%	167	15,7%	921	12,3%
Ca. en gang om måneden	82	9,8%	185	10,6%	208	15,4%	130	12,3%	899	12,0%
Ca. en gang om ugen	15	1,8%	33	1,9%	56	4,2%	34	3,2%	210	2,8%
Næsten dagligt	5	0,6%	10	0,6%	14	1,0%	13	1,2%	76	1,0%
Flere gange dagligt	4	0,5%	4	,2%	2	0,2%	9	,8%	63	0,8%
Deltager i demonstration for en politisk sag										
Aldrig	581	69,6%	1326	75,9%	960	71,3%	754	70,9%	5455	72,6%
Sjældnere end halvårligt	151	18,1%	261	14,9%	180	13,4%	161	15,1%	1108	14,8%
En gang hvert halve år	35	4,2%	64	3,7%	47	3,5%	43	4,0%	269	3,6%
3 eller 4 gange om året	33	4,0%	42	2,4%	59	4,4%	40	3,7%	250	3,3%
Ca. en gang om måneden	18	2,1%	27	1,5%	57	4,2%	24	2,2%	187	2,5%
Ca. en gang om ugen	11	1,3%	12	0,7%	28	2,1%	19	1,8%	110	1,5%
Næsten dagligt	2	0,3%	12	0,7%	13	1,0%	16	1,5%	79	1,0%
Flere gange dagligt	4	0,5%	4	0,2%	3	0,3%	7	0,6%	55	0,7%

Tabel 4	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Skriver læserbreve, kommenterer nyheder eller debatterer samfundsaktuelle sager								
Aldrig	363	56,6%	210	50,9%	1039	70,9%	4769	63,5%
Sjældnere end halvårligt	105	16,4%	80	19,4%	177	12,1%	1099	14,6%
En gang hvert halve år	43	6,8%	26	6,2%	46	3,2%	356	4,7%
3 eller 4 gange om året	33	5,2%	25	6,0%	66	4,5%	378	5,0%
Ca. en gang om måneden	36	5,6%	23	5,6%	55	3,7%	389	5,2%
Ca. en gang om ugen	26	4,0%	19	4,6%	42	2,9%	285	3,8%
Næsten dagligt	24	3,7%	16	4,0%	25	1,7%	169	2,2%
Flere gange dagligt	11	1,7%	14	3,3%	16	1,1%	69	,9%
Går til bestyrelsesmøde i forening, børnehave, skole eller lign.								
Aldrig	193	30,2%	105	25,3%	776	52,9%	3260	43,4%
Sjældnere end halvårligt	110	17,2%	101	24,5%	245	16,7%	1357	18,1%
En gang hvert halve år	80	12,4%	42	10,2%	110	7,5%	729	9,7%
3 eller 4 gange om året	101	15,8%	58	14,1%	155	10,5%	921	12,3%
Ca. en gang om måneden	100	15,6%	54	13,0%	140	9,5%	899	12,0%
Ca. en gang om ugen	30	4,7%	25	6,1%	16	1,1%	210	2,8%
Næsten dagligt	15	2,3%	9	2,2%	10	,7%	76	1,0%
Flere gange dagligt	11	1,8%	19	4,5%	14	0,9%	63	,8%
Deltager i demonstration for en politisk sag								
Aldrig	426	66,5%	250	60,6%	1158	78,9%	5455	72,6%
Sjældnere end halvårligt	99	15,5%	75	18,2%	181	12,3%	1108	14,8%
En gang hvert halve år	29	4,5%	18	4,3%	35	2,4%	269	3,6%
3 eller 4 gange om året	18	2,8%	20	4,8%	39	2,6%	250	3,3%
Ca. en gang om måneden	22	3,5%	13	3,1%	26	1,8%	187	2,5%
Ca. en gang om ugen	22	3,5%	6	1,5%	11	0,8%	110	1,5%
Næsten dagligt	16	2,5%	13	3,2%	7	0,5%	79	1,0%
Flere gange dagligt	9	1,4%	17	4,1%	11	0,8%	55	0,7%

Tabel 4	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Dyrker sport i en halv time eller mere										
Aldrig	194	23,3%	409	23,4%	231	17,2%	137	12,9%	1381	18,4%
Sjældnere end halvårligt	75	8,9%	151	8,6%	95	7,1%	76	7,2%	634	8,4%
En gang hvert halve år	26	3,1%	50	2,9%	46	3,4%	34	3,2%	243	3,2%
3 eller 4 gange om året	60	7,2%	62	3,6%	66	4,9%	45	4,2%	337	4,5%
Ca. en gang om måneden	65	7,7%	136	7,8%	132	9,8%	91	8,5%	614	8,2%
Ca. en gang om ugen	186	22,2%	456	26,1%	400	29,7%	338	31,8%	2093	27,9%
Næsten dagligt	207	24,8%	443	25,3%	350	26,0%	314	29,5%	1998	26,6%
Flere gange dagligt	23	2,7%	41	2,3%	27	2,0%	29	2,7%	214	2,9%

Tabel 4	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Dyrker sport i en halv time eller mere								
Aldrig	67	10,5%	33	8,0%	310	21,1%	1381	18,4%
Sjældnere end halvårligt	70	10,9%	46	11,3%	121	8,3%	634	8,4%
En gang hvert halve år	34	5,2%	13	3,2%	39	2,6%	243	3,2%
3 eller 4 gange om året	33	5,1%	21	5,1%	50	3,4%	337	4,5%
Ca. en gang om måneden	40	6,3%	33	7,9%	118	8,0%	614	8,2%
Ca. en gang om ugen	174	27,2%	114	27,5%	425	29,0%	2093	27,9%
Næsten dagligt	202	31,5%	121	29,3%	362	24,7%	1998	26,6%
Flere gange dagligt	21	3,3%	32	7,7%	41	2,8%	214	2,9%

Tabel 4	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Går på museum														
Aldrig	317	24,7%	239	14,7%	109	7,3%	214	37,7%	74	10,0%	326	20,6%	1278	17,6%
Sjældnere end halvårligt	581	45,4%	664	41,0%	404	27,2%	206	36,2%	180	24,5%	479	30,2%	2514	34,6%
En gang hvert halve år	182	14,2%	326	20,1%	296	19,9%	81	14,2%	120	16,3%	253	16,0%	1257	17,3%
3 eller 4 gange om året	155	12,1%	294	18,2%	448	30,1%	38	6,7%	163	22,2%	265	16,7%	1363	18,7%
Ca. en gang om måneden	41	3,2%	88	5,4%	215	14,4%	16	2,8%	82	11,2%	181	11,4%	622	8,6%
Ca. en gang om ugen	4	0,3%	7	0,4%	15	1,0%	4	,7%	49	6,6%	56	3,5%	134	1,8%
Næsten dagligt	0	0,0%	1	,0%	1	,1%	7	1,2%	40	5,4%	18	1,2%	67	,9%
Flere gange dagligt	0	0,0%	0	,0%	0	0,0%	2	,3%	28	3,9%	7	,5%	38	,5%
Går i teater/til koncert														
Aldrig	247	19,3%	196	12,1%	114	7,7%	154	27,1%	81	11,0%	290	18,3%	1082	14,9%
Sjældnere end halvårligt	496	38,8%	530	32,8%	382	25,6%	208	36,6%	145	19,7%	377	23,8%	2137	29,4%
En gang hvert halve år	224	17,5%	371	22,9%	287	19,3%	91	16,1%	133	18,1%	273	17,2%	1380	19,0%
3 eller 4 gange om året	235	18,4%	381	23,5%	474	31,9%	74	13,0%	173	23,5%	349	22,0%	1685	23,2%
Ca. en gang om måneden	65	5,0%	126	7,8%	207	13,9%	31	5,4%	86	11,7%	202	12,8%	716	9,8%
Ca. en gang om ugen	8	0,6%	14	0,8%	22	1,5%	4	0,6%	49	6,7%	62	3,9%	159	2,2%
Næsten dagligt	3	0,3%	0	,0%	2	,1%	3	,6%	45	6,1%	25	1,6%	78	1,1%
Flere gange dagligt	2	0,1%	0	,0%		,0%	3	,6%	23	3,1%	8	,5%	36	,5%
Deltager i politiske møder														
Aldrig	1157	90,4%	1169	72,3%	802	53,9%	447	78,7%	322	43,9%	947	59,7%	4845	66,6%
Sjældnere end halvårligt	90	7,0%	316	19,5%	404	27,2%	74	13,0%	137	18,7%	217	13,7%	1239	17,0%
En gang hvert halve år	8	0,6%	63	3,9%	96	6,5%	24	4,2%	62	8,4%	85	5,4%	338	4,7%
3 eller 4 gange om året	11	0,8%	37	2,3%	107	7,2%	7	1,2%	41	5,6%	122	7,7%	324	4,5%
Ca. en gang om måneden	7	0,6%	24	1,5%	56	3,8%	5	0,9%	47	6,3%	139	8,8%	278	3,8%
Ca. en gang om ugen	5	0,4%	6	0,3%	15	1,0%	3	,6%	52	7,1%	48	3,0%	130	1,8%
Næsten dagligt	1	0,1%	2	0,1%	7	,5%	5	,9%	45	6,1%	19	1,2%	79	1,1%
Flere gange dagligt	0	0,0%	1	,1%	0	0,0%	3	,5%	29	4,0%	7	,5%	41	,6%

Tabel 4	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Skriver læserbreve, kommenterer nyheder eller debatterer samfundsaktuelle sager														
Aldrig	1017	79,4%	1084	67,0%	874	58,7%	419	73,9%	317	43,2%	869	54,8%	4580	63,0%
Sjældnere end halvårligt	152	11,8%	245	15,2%	294	19,8%	82	14,5%	104	14,1%	209	13,1%	1086	14,9%
En gang hvert halve år	29	2,3%	53	3,3%	82	5,5%	26	4,6%	58	7,9%	105	6,6%	352	4,8%
3 eller 4 gange om året	29	2,3%	60	3,7%	85	5,7%	14	2,5%	48	6,5%	135	8,5%	372	5,1%
Ca. en gang om måneden	23	1,8%	69	4,3%	74	4,9%	4	0,8%	59	8,0%	156	9,8%	385	5,3%
Ca. en gang om ugen	20	1,5%	70	4,3%	42	2,8%	9	1,6%	63	8,6%	76	4,8%	280	3,8%
Næsten dagligt	9	0,7%	30	1,9%	34	2,3%	9	1,6%	55	7,5%	27	1,7%	164	2,3%
Flere gange dagligt	1	0,1%	5	,3%	4	,2%	3	,5%	31	4,2%	11	,7%	55	,8%
Går til bestyrelsesmøde i forening, børnehave, skole eller lign.														
Aldrig	740	57,8%	741	45,8%	485	32,6%	322	56,8%	214	29,2%	594	37,5%	3096	42,6%
Sjældnere end halvårligt	198	15,5%	338	20,9%	271	18,2%	124	21,8%	122	16,6%	286	18,0%	1338	18,4%
En gang hvert halve år	102	8,0%	166	10,3%	166	11,2%	45	8,0%	81	11,1%	162	10,2%	723	9,9%
3 eller 4 gange om året	131	10,2%	186	11,5%	231	15,5%	34	6,0%	90	12,3%	234	14,7%	904	12,4%
Ca. en gang om måneden	101	7,9%	169	10,4%	269	18,1%	28	5,0%	107	14,5%	208	13,1%	882	12,1%
Ca. en gang om ugen	8	0,6%	16	1,0%	60	4,0%	7	1,2%	47	6,5%	69	4,4%	208	2,9%
Næsten dagligt	0	0,0%	2	0,1%	6	,4%	3	,6%	41	5,6%	21	1,3%	73	1,0%
Flere gange dagligt	0	0,0%	0	,0%	1	,1%	3	,6%	32	4,4%	12	,8%	49	,7%
Deltager i demonstration for en politisk sag														
Aldrig	1121	87,6%	1250	77,3%	1053	70,8%	447	78,8%	413	56,2%	974	61,4%	5259	72,3%
Sjældnere end halvårligt	132	10,3%	294	18,2%	315	21,2%	70	12,4%	104	14,1%	183	11,6%	1097	15,1%
En gang hvert halve år	12	0,9%	44	2,7%	57	3,8%	28	5,0%	35	4,7%	90	5,7%	266	3,7%
3 eller 4 gange om året	10	0,8%	23	1,4%	49	3,3%	7	1,3%	39	5,3%	118	7,4%	246	3,4%
Ca. en gang om måneden	1	0,1%	2	0,1%	11	0,7%	5	,8%	28	3,8%	134	8,4%	181	2,5%
Ca. en gang om ugen	3	0,2%	0	0,0%	3	,2%	2	,4%	44	6,0%	56	3,5%	108	1,5%
Næsten dagligt	1	0,1%	3	0,2%	0	,0%	6	1,0%	44	6,0%	21	1,3%	76	1,0%
Flere gange dagligt	0	0,0%	1	,0%	0	0,0%	2	,3%	28	3,9%	10	,6%	41	,6%

Tabel 4	De Overfladiske		De velinformede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?														
Dyrker sport i en halv time eller mere														
Aldrig	237	18,5%	298	18,4%	253	17,0%	149	26,3%	94	12,8%	251	15,8%	1283	17,6%
Sjældnere end halvårligt	95	7,4%	130	8,0%	122	8,2%	85	14,9%	62	8,4%	130	8,2%	623	8,6%
En gang hvert halve år	26	2,1%	35	2,1%	24	1,6%	44	7,8%	30	4,1%	77	4,9%	237	3,3%
3 eller 4 gange om året	58	4,6%	51	3,1%	33	2,2%	20	3,5%	44	6,0%	121	7,6%	327	4,5%
Ca. en gang om måneden	125	9,8%	106	6,6%	74	5,0%	22	3,8%	63	8,5%	206	13,0%	596	8,2%
Ca. en gang om ugen	369	28,8%	496	30,7%	476	32,0%	120	21,1%	189	25,7%	402	25,3%	2052	28,2%
Næsten dagligt	338	26,4%	475	29,4%	471	31,6%	112	19,8%	204	27,7%	362	22,8%	1961	27,0%
Flere gange dagligt	32	2,5%	26	1,6%	36	2,4%	16	2,7%	49	6,7%	37	2,3%	195	2,7%

Tabel 5 Hvilke af nedenstående sociale medier har du en profil på?	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Facebook						
Har ikke profil	1049	28,2%	604	15,9%	1653	22,0%
Har profil	2676	71,8%	3185	84,1%	5860	78,0%
Snapchat						
Har ikke profil	3153	84,7%	2682	70,8%	5836	77,7%
Har profil	572	15,3%	1107	29,2%	1678	22,3%
Twitter						
Har ikke profil	3102	83,3%	3268	86,3%	6371	84,8%
Har profil	623	16,7%	520	13,7%	1143	15,2%
Instagram						
Har ikke profil	3154	84,7%	2556	67,5%	5710	76,0%
Har profil	571	15,3%	1233	32,5%	1804	24,0%
LinkedIn						
Har ikke profil	2511	67,4%	2761	72,9%	5272	70,2%
Har profil	1214	32,6%	1028	27,1%	2241	29,8%
Google+						
Har ikke profil	2879	77,3%	2867	75,7%	5746	76,5%
Har profil	846	22,7%	922	24,3%	1768	23,5%
Andre						
Har ikke profil	3689	99,0%	3728	98,4%	7417	98,7%
Har profil	36	1,0%	61	1,6%	97	1,3%
Har ikke en profil på et socialt medie						
Har ikke profil	3128	84,0%	3394	89,6%	6521	86,8%
Har profil	597	16,0%	395	10,4%	992	13,2%
Ved ikke						
Har ikke profil	3663	98,3%	3756	99,1%	7419	98,7%
Har profil	62	1,7%	32	,9%	95	1,3%

Tabel 5	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvilke af nedenstående sociale medier har du en profil på?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Facebook														
Har ikke profil	239	13,7%	149	13,8%	220	17,2%	303	24,9%	335	30,6%	407	37,1%	1653	22,0%
Har profil	1512	86,3%	929	86,2%	1057	82,8%	914	75,1%	758	69,4%	689	62,9%	5860	78,0%
Snapchat														
Har ikke profil	693	39,6%	786	72,9%	1098	86,0%	1118	91,9%	1058	96,8%	1081	98,6%	5836	77,7%
Har profil	1059	60,4%	292	27,1%	179	14,0%	99	8,1%	35	3,2%	15	1,4%	1678	22,3%
Twitter														
Har ikke profil	1327	75,7%	843	78,1%	1075	84,2%	1095	89,9%	1009	92,3%	1022	93,3%	6371	84,8%
Har profil	425	24,3%	236	21,9%	202	15,8%	123	10,1%	84	7,7%	74	6,7%	1143	15,2%
Instagram														
Har ikke profil	878	50,1%	717	66,5%	1018	79,7%	1058	86,9%	1002	91,6%	1037	94,6%	5710	76,0%
Har profil	873	49,9%	361	33,5%	259	20,3%	160	13,1%	91	8,4%	59	5,4%	1804	24,0%
LinkedIn														
Har ikke profil	1297	74,0%	683	63,3%	795	62,2%	801	65,8%	794	72,7%	903	82,4%	5272	70,2%
Har profil	455	26,0%	395	36,7%	482	37,8%	417	34,2%	299	27,3%	193	17,6%	2241	29,8%
Google+														
Har ikke profil	1155	65,9%	770	71,4%	1011	79,2%	1011	83,0%	897	82,0%	903	82,4%	5746	76,5%
Har profil	597	34,1%	309	28,6%	266	20,8%	207	17,0%	196	18,0%	193	17,6%	1768	23,5%
Andre														
Har ikke profil	1703	97,2%	1062	98,5%	1260	98,7%	1209	99,3%	1089	99,6%	1094	99,8%	7417	98,7%
Har profil	49	2,8%	17	1,5%	17	1,3%	8	,7%	4	,4%	2	,2%	97	1,3%
Har ikke en profil på et socialt medie														
Har ikke profil	1725	98,5%	1011	93,7%	1155	90,5%	1014	83,3%	849	77,7%	767	70,0%	6521	86,8%
Har profil	27	1,5%	68	6,3%	122	9,5%	203	16,7%	244	22,3%	329	30,0%	992	13,2%
Ved ikke														
Har ikke profil	1705	97,3%	1064	98,7%	1270	99,4%	1213	99,6%	1088	99,5%	1079	98,4%	7419	98,7%
Har profil	46	2,7%	14	1,3%	7	,6%	4	,4%	6	,5%	17	1,6%	95	1,3%

Tabel 5	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvilke af nedenstående sociale medier har du en profil på?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Facebook												
Har ikke profil	554	24,9%	314	25,5%	305	19,4%	320	19,3%	159	19,3%	1653	22,0%
Har profil	1672	75,1%	919	74,5%	1269	80,6%	1335	80,7%	665	80,7%	5860	78,0%
Snapchat												
Har ikke profil	1771	79,6%	1037	84,0%	1183	75,1%	1236	74,7%	609	73,9%	5836	77,7%
Har profil	455	20,4%	197	16,0%	392	24,9%	420	25,3%	216	26,1%	1678	22,3%
Twitter												
Har ikke profil	1867	83,9%	1080	87,6%	1327	84,3%	1425	86,1%	672	81,4%	6371	84,8%
Har profil	358	16,1%	153	12,4%	248	15,7%	231	13,9%	153	18,6%	1143	15,2%
Instagram												
Har ikke profil	1711	76,9%	1014	82,2%	1168	74,2%	1218	73,6%	599	72,6%	5710	76,0%
Har profil	515	23,1%	220	17,8%	406	25,8%	438	26,4%	226	27,4%	1804	24,0%
LinkedIn												
Har ikke profil	1444	64,9%	898	72,8%	1150	73,0%	1170	70,7%	610	74,0%	5272	70,2%
Har profil	782	35,1%	335	27,2%	424	27,0%	485	29,3%	215	26,0%	2241	29,8%
Google+												
Har ikke profil	1750	78,7%	940	76,2%	1183	75,1%	1248	75,4%	624	75,7%	5746	76,5%
Har profil	475	21,3%	293	23,8%	391	24,9%	407	24,6%	201	24,3%	1768	23,5%
Andre												
Har ikke profil	2195	98,6%	1228	99,5%	1552	98,6%	1626	98,2%	816	99,0%	7417	98,7%
Har profil	31	1,4%	6	0,5%	23	1,4%	29	1,8%	9	1,0%	97	1,3%
Har ikke en profil på et socialt medie												
Har ikke profil	1922	86,4%	1036	84,0%	1393	88,5%	1452	87,7%	718	87,0%	6521	86,8%
Har profil	303	13,6%	198	16,0%	182	11,5%	203	12,3%	107	13,0%	992	13,2%
Ved ikke												
Har ikke profil	2196	98,7%	1216	98,6%	1559	99,0%	1640	99,1%	808	98,0%	7419	98,7%
Har profil	30	1,3%	17	1,4%	16	1,0%	15	,9%	17	2,0%	95	1,3%

Tabel 5	Øst		Vest		Total	
Hvilke af nedenstående sociale medier har du en profil på?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Facebook						
Har ikke profil	845	24,5%	808	19,9%	1653	22,0%
Har profil	2598	75,5%	3262	80,1%	5860	78,0%
Snapchat						
Har ikke profil	2789	81,0%	3047	74,9%	5836	77,7%
Har profil	655	19,0%	1023	25,1%	1678	22,3%
Twitter						
Har ikke profil	2935	85,2%	3435	84,4%	6371	84,8%
Har profil	508	14,8%	635	15,6%	1143	15,2%
Instagram						
Har ikke profil	2713	78,8%	2997	73,6%	5710	76,0%
Har profil	730	21,2%	1073	26,4%	1804	24,0%
LinkedIn						
Har ikke profil	2331	67,7%	2941	72,3%	5272	70,2%
Har profil	1112	32,3%	1129	27,7%	2241	29,8%
Google+						
Har ikke profil	2673	77,6%	3073	75,5%	5746	76,5%
Har profil	771	22,4%	997	24,5%	1768	23,5%
Andre						
Har ikke profil	3407	98,9%	4010	98,5%	7417	98,7%
Har profil	37	1,1%	60	1,5%	97	1,3%
Har ikke en profil på et socialt medie						
Har ikke profil	2943	85,5%	3578	87,9%	6521	86,8%
Har profil	501	14,5%	492	12,1%	992	13,2%
Ved ikke						
Har ikke profil	3393	98,5%	4026	98,9%	7419	98,7%
Har profil	50	1,5%	44	1,1%	95	1,3%

Tabel 5	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvilke af nedenstående sociale medier har du en profil på?										
Facebook										
Har ikke profil	176	19,4%	125	14,3%	457	24,2%	198	20,1%	1653	22,0%
Har profil	733	80,6%	746	85,7%	1434	75,8%	789	79,9%	5860	78,0%
Snapchat										
Har ikke profil	634	69,7%	436	50,1%	1610	85,2%	814	82,4%	5836	77,7%
Har profil	276	30,3%	435	49,9%	281	14,8%	174	17,6%	1678	22,3%
Twitter										
Har ikke profil	740	81,4%	703	80,7%	1701	90,0%	874	88,5%	6371	84,8%
Har profil	169	18,6%	168	19,3%	190	10,0%	114	11,5%	1143	15,2%
Instagram										
Har ikke profil	638	70,2%	503	57,7%	1598	84,5%	772	78,2%	5710	76,0%
Har profil	271	29,8%	368	42,3%	293	15,5%	216	21,8%	1804	24,0%
LinkedIn										
Har ikke profil	835	91,8%	669	76,8%	1431	75,7%	646	65,4%	5272	70,2%
Har profil	74	8,2%	202	23,2%	459	24,3%	342	34,6%	2241	29,8%
Google+										
Har ikke profil	638	70,2%	619	71,0%	1496	79,1%	764	77,3%	5746	76,5%
Har profil	271	29,8%	253	29,0%	395	20,9%	224	22,7%	1768	23,5%
Andre										
Har ikke profil	885	97,4%	850	97,6%	1876	99,2%	982	99,4%	7417	98,7%
Har profil	24	2,6%	21	2,4%	15	0,8%	6	,6%	97	1,3%
Har ikke en profil på et socialt medie										
Har ikke profil	789	86,7%	826	94,8%	1590	84,1%	864	87,5%	6521	86,8%
Har profil	120	13,3%	45	5,2%	301	15,9%	124	12,5%	992	13,2%
Ved ikke										
Har ikke profil	895	98,4%	854	98,0%	1874	99,1%	983	99,5%	7419	98,7%
Har profil	14	1,6%	18	2,0%	17	,9%	4	,5%	95	1,3%

Tabel 5	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvilke af nedenstående sociale medier har du en profil på?								
Facebook								
Har ikke profil	448	23,1%	197	24,6%	52	45,5%	1653	22,0%
Har profil	1491	76,9%	606	75,4%	62	54,5%	5860	78,0%
Snapchat								
Har ikke profil	1600	82,6%	652	81,2%	90	78,8%	5836	77,7%
Har profil	338	17,4%	151	18,8%	24	21,2%	1678	22,3%
Twitter								
Har ikke profil	1616	83,4%	636	79,2%	101	88,8%	6371	84,8%
Har profil	322	16,6%	167	20,8%	13	11,2%	1143	15,2%
Instagram								
Har ikke profil	1493	77,0%	616	76,7%	89	78,3%	5710	76,0%
Har profil	445	23,0%	187	23,3%	25	21,7%	1804	24,0%
LinkedIn								
Har ikke profil	1262	65,1%	334	41,6%	96	83,9%	5272	70,2%
Har profil	677	34,9%	469	58,4%	18	16,1%	2241	29,8%
Google+								
Har ikke profil	1507	77,8%	642	79,9%	81	71,2%	5746	76,5%
Har profil	431	22,2%	162	20,1%	33	28,8%	1768	23,5%
Andre								
Har ikke profil	1917	98,9%	792	98,7%	114	100,0%	7417	98,7%
Har profil	21	1,1%	11	1,3%	0	0,0%	97	1,3%
Har ikke en profil på et socialt medie								
Har ikke profil	1658	85,5%	700	87,2%	95	83,4%	6521	86,8%
Har profil	281	14,5%	103	12,8%	19	16,6%	992	13,2%
Ved ikke								
Har ikke profil	1924	99,3%	799	99,5%	91	80,1%	7419	98,7%
Har profil	14	0,7%	4	0,5%	23	19,9%	95	1,3%

Tabel 5	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvilke af nedenstående sociale medier har du en profil på?										
Facebook										
Har ikke profil	141	16,8%	359	20,5%	285	21,2%	234	22,0%	1653	22,0%
Har profil	695	83,2%	1389	79,5%	1062	78,8%	829	78,0%	5860	78,0%
Snapchat										
Har ikke profil	541	64,7%	1406	80,4%	1113	82,6%	853	80,2%	5836	77,7%
Har profil	295	35,3%	342	19,6%	234	17,4%	210	19,8%	1678	22,3%
Twitter										
Har ikke profil	699	83,7%	1556	89,0%	1140	84,6%	903	85,0%	6371	84,8%
Har profil	137	16,3%	192	11,0%	207	15,4%	160	15,0%	1143	15,2%
Instagram										
Har ikke profil	577	69,0%	1394	79,8%	1043	77,4%	833	78,4%	5710	76,0%
Har profil	259	31,0%	354	20,2%	305	22,6%	230	21,6%	1804	24,0%
LinkedIn										
Har ikke profil	635	76,0%	1349	77,2%	930	69,0%	684	64,3%	5272	70,2%
Har profil	201	24,0%	398	22,8%	418	31,0%	380	35,7%	2241	29,8%
Google+										
Har ikke profil	593	70,9%	1333	76,3%	1045	77,6%	836	78,6%	5746	76,5%
Har profil	243	29,1%	414	23,7%	302	22,4%	227	21,4%	1768	23,5%
Andre										
Har ikke profil	821	98,2%	1725	98,8%	1339	99,3%	1053	99,0%	7417	98,7%
Har profil	15	1,8%	22	1,2%	9	0,7%	10	1,0%	97	1,3%
Har ikke en profil på et socialt medie										
Har ikke profil	752	90,0%	1486	85,1%	1170	86,8%	920	86,5%	6521	86,8%
Har profil	83	10,0%	261	14,9%	178	13,2%	143	13,5%	992	13,2%
Ved ikke										
Har ikke profil	816	97,6%	1724	98,7%	1338	99,3%	1058	99,5%	7419	98,7%
Har profil	20	2,4%	24	1,3%	9	,7%	6	,5%	95	1,3%

Tabel 5	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvilke af nedenstående sociale medier har du en profil på?								
Facebook								
Har ikke profil	160	24,9%	151	36,6%	324	22,1%	1653	22,0%
Har profil	481	75,1%	262	63,4%	1142	77,9%	5860	78,0%
Snapchat								
Har ikke profil	531	82,9%	309	74,8%	1083	73,8%	5836	77,7%
Har profil	110	17,1%	104	25,2%	384	26,2%	1678	22,3%
Twitter								
Har ikke profil	529	82,5%	300	72,7%	1243	84,8%	6371	84,8%
Har profil	112	17,5%	113	27,3%	223	15,2%	1143	15,2%
Instagram								
Har ikke profil	510	79,6%	304	73,6%	1049	71,6%	5710	76,0%
Har profil	131	20,4%	109	26,4%	417	28,4%	1804	24,0%
LinkedIn								
Har ikke profil	371	57,9%	187	45,2%	1117	76,2%	5272	70,2%
Har profil	270	42,1%	226	54,8%	349	23,8%	2241	29,8%
Google+								
Har ikke profil	516	80,6%	323	78,3%	1100	75,0%	5746	76,5%
Har profil	125	19,4%	89	21,7%	367	25,0%	1768	23,5%
Andre								
Har ikke profil	634	99,0%	406	98,3%	1439	98,1%	7417	98,7%
Har profil	7	1,0%	7	1,7%	27	1,9%	97	1,3%
Har ikke en profil på et socialt medie								
Har ikke profil	554	86,5%	376	91,2%	1262	86,0%	6521	86,8%
Har profil	87	13,5%	36	8,8%	205	14,0%	992	13,2%
Ved ikke								
Har ikke profil	640	99,8%	409	99,1%	1436	97,9%	7419	98,7%
Har profil	1	0,2%	4	0,9%	31	2,1%	95	1,3%

Tabel 5	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Hvilke af nedenstående sociale medier har du en profil på?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Facebook														
Har ikke profil	162	12,7%	291	18,0%	468	31,4%	153	26,9%	186	25,4%	323	20,4%	1584	21,8%
Har profil	1118	87,3%	1326	82,0%	1020	68,6%	415	73,1%	549	74,6%	1263	79,6%	5690	78,2%
Snapchat														
Har ikke profil	855	66,8%	1285	79,5%	1377	92,6%	417	73,4%	591	80,4%	1138	71,7%	5663	77,9%
Har profil	425	33,2%	332	20,5%	111	7,4%	151	26,6%	144	19,6%	449	28,3%	1611	22,1%
Twitter														
Har ikke profil	1111	86,8%	1327	82,0%	1309	87,9%	491	86,6%	600	81,7%	1328	83,7%	6166	84,8%
Har profil	170	13,2%	291	18,0%	179	12,1%	76	13,4%	135	18,3%	258	16,3%	1108	15,2%
Instagram														
Har ikke profil	879	68,6%	1214	75,0%	1313	88,2%	426	75,1%	563	76,6%	1143	72,1%	5537	76,1%
Har profil	401	31,4%	404	25,0%	175	11,8%	141	24,9%	172	23,4%	443	27,9%	1737	23,9%
LinkedIn														
Har ikke profil	903	70,5%	1001	61,9%	987	66,4%	459	80,8%	528	71,8%	1199	75,6%	5077	69,8%
Har profil	377	29,5%	616	38,1%	501	33,6%	109	19,2%	207	28,2%	387	24,4%	2197	30,2%
Google+														
Har ikke profil	924	72,2%	1211	74,9%	1226	82,4%	422	74,3%	563	76,7%	1211	76,4%	5558	76,4%
Har profil	356	27,8%	406	25,1%	262	17,6%	146	25,7%	172	23,3%	375	23,6%	1716	23,6%
Andre														
Har ikke profil	1243	97,1%	1594	98,6%	1473	99,0%	561	98,8%	733	99,8%	1574	99,3%	7178	98,7%
Har profil	37	2,9%	23	1,4%	15	1,0%	7	1,2%	2	,2%	12	,7%	96	1,3%
Har ikke en profil på et socialt medie														
Har ikke profil	1176	91,9%	1431	88,5%	1143	76,8%	497	87,6%	652	88,6%	1416	89,3%	6314	86,8%
Har profil	104	8,1%	187	11,5%	345	23,2%	71	12,4%	83	11,4%	170	10,7%	960	13,2%
Ved ikke														
Har ikke profil	1279	99,9%	1612	99,7%	1482	99,6%	561	98,8%	723	98,3%	1554	98,0%	7211	99,1%
Har profil	1	0,1%	5	0,3%	6	,4%	7	1,2%	12	1,7%	32	2,0%	63	0,9%

Tabel 6 Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser eller ser blogindlæg						
Aldrig	1357	36,4%	1176	31,0%	2532	33,7%
Sjældnere end halvårligt	464	12,5%	442	11,7%	906	12,1%
En gang hvert halve år	239	6,4%	180	4,8%	419	5,6%
3 eller 4 gange om året	258	6,9%	270	7,1%	528	7,0%
Ca. en gang om måneden	428	11,5%	506	13,3%	934	12,4%
Ca. en gang om ugen	509	13,7%	588	15,5%	1097	14,6%
Næsten dagligt	375	10,1%	462	12,2%	837	11,1%
Flere gange dagligt	96	2,6%	165	4,4%	261	3,5%
Skriver blogindlæg						
Aldrig	2575	69,1%	2976	78,5%	5551	73,9%
Sjældnere end halvårligt	367	9,9%	297	7,9%	665	8,8%
En gang hvert halve år	137	3,7%	101	2,7%	238	3,2%
3 eller 4 gange om året	162	4,4%	100	2,6%	262	3,5%
Ca. en gang om måneden	190	5,1%	124	3,3%	314	4,2%
Ca. en gang om ugen	166	4,5%	107	2,8%	273	3,6%
Næsten dagligt	91	2,4%	51	1,3%	141	1,9%
Flere gange dagligt	37	1,0%	32	,9%	70	,9%
Læser eller ser statusopdateringer på sociale medier						
Aldrig	886	23,8%	558	14,7%	1444	19,2%
Sjældnere end halvårligt	165	4,4%	131	3,5%	296	3,9%
En gang hvert halve år	122	3,3%	56	1,5%	178	2,4%
3 eller 4 gange om året	132	3,5%	92	2,4%	224	3,0%
Ca. en gang om måneden	263	7,1%	163	4,3%	427	5,7%
Ca. en gang om ugen	498	13,4%	344	9,1%	842	11,2%
Næsten dagligt	932	25,0%	1047	27,6%	1979	26,3%
Flere gange dagligt	728	19,5%	1397	36,9%	2125	28,3%

Tabel 6	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?						
Lægger video, musik eller tekst ud på sociale medier, så andre kan se det						
Aldrig	1876	50,4%	1609	42,5%	3485	46,4%
Sjældnere end halvårligt	352	9,5%	422	11,1%	774	10,3%
En gang hvert halve år	191	5,1%	192	5,1%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	299	8,0%	322	8,5%	622	8,3%
Ca. en gang om måneden	425	11,4%	573	15,1%	998	13,3%
Ca. en gang om ugen	352	9,4%	429	11,3%	781	10,4%
Næsten dagligt	158	4,2%	178	4,7%	337	4,5%
Flere gange dagligt	71	1,9%	62	1,6%	133	1,8%

Tabel 6	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?														
Læser eller ser blogindlæg														
Aldrig	342	19,5%	289	26,8%	402	31,5%	497	40,8%	466	42,7%	537	49,0%	2532	33,7%
Sjældnere end halvårligt	189	10,8%	120	11,1%	165	12,9%	153	12,6%	139	12,7%	140	12,8%	906	12,1%
En gang hvert halve år	132	7,5%	65	6,0%	85	6,7%	53	4,3%	50	4,6%	34	3,1%	419	5,6%
3 eller 4 gange om året	166	9,5%	88	8,2%	102	8,0%	72	5,9%	61	5,6%	40	3,6%	528	7,0%
Ca. en gang om måneden	295	16,8%	177	16,4%	140	11,0%	133	10,9%	102	9,4%	86	7,9%	934	12,4%
Ca. en gang om ugen	295	16,8%	188	17,4%	195	15,3%	162	13,3%	136	12,4%	122	11,1%	1097	14,6%
Næsten dagligt	216	12,3%	109	10,1%	152	11,9%	126	10,4%	121	11,1%	113	10,3%	837	11,1%
Flere gange dagligt	118	6,7%	43	4,0%	36	2,9%	22	1,8%	16	1,5%	25	2,3%	261	3,5%

Tabel 6	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Skriver blogindlæg														
Aldrig	1074	61,3%	717	66,5%	955	74,8%	1001	82,2%	891	81,5%	913	83,3%	5551	73,9%
Sjældnere end halvårligt	177	10,1%	102	9,4%	127	9,9%	81	6,7%	92	8,4%	86	7,8%	665	8,8%
En gang hvert halve år	106	6,0%	39	3,6%	29	2,3%	27	2,2%	18	1,7%	19	1,8%	238	3,2%
3 eller 4 gange om året	90	5,1%	59	5,5%	46	3,6%	27	2,2%	22	2,0%	18	1,6%	262	3,5%
Ca. en gang om måneden	106	6,1%	62	5,8%	49	3,8%	34	2,8%	37	3,4%	25	2,3%	314	4,2%
Ca. en gang om ugen	95	5,4%	62	5,8%	44	3,4%	29	2,4%	23	2,1%	20	1,8%	273	3,6%
Næsten dagligt	58	3,3%	27	2,5%	23	1,8%	15	1,2%	7	,7%	11	1,0%	141	1,9%
Flere gange dagligt	46	2,6%	10	,9%	5	,4%	3	,3%	3	,2%	4	,3%	70	,9%
Læser eller ser statusopdateringer på sociale medier														
Aldrig	124	7,1%	122	11,3%	185	14,5%	269	22,1%	317	29,0%	427	39,0%	1444	19,2%
Sjældnere end halvårligt	83	4,7%	36	3,4%	39	3,0%	44	3,6%	41	3,7%	53	4,8%	296	3,9%
En gang hvert halve år	57	3,3%	32	3,0%	27	2,1%	22	1,8%	22	2,0%	17	1,5%	178	2,4%
3 eller 4 gange om året	91	5,2%	44	4,1%	23	1,8%	18	1,5%	20	1,8%	28	2,6%	224	3,0%
Ca. en gang om måneden	107	6,1%	60	5,6%	69	5,4%	74	6,1%	60	5,5%	56	5,1%	427	5,7%
Ca. en gang om ugen	163	9,3%	128	11,9%	136	10,6%	144	11,9%	142	13,0%	128	11,7%	842	11,2%
Næsten dagligt	365	20,8%	278	25,8%	387	30,3%	372	30,5%	307	28,1%	270	24,6%	1979	26,3%
Flere gange dagligt	761	43,4%	378	35,0%	412	32,2%	273	22,5%	184	16,8%	118	10,7%	2125	28,3%
Lægger video, musik eller tekst ud på sociale medier, så andre kan se det														
Aldrig	447	25,5%	342	31,7%	533	41,7%	654	53,7%	706	64,6%	803	73,2%	3485	46,4%
Sjældnere end halvårligt	237	13,5%	118	10,9%	142	11,1%	114	9,3%	85	7,8%	79	7,2%	774	10,3%
En gang hvert halve år	147	8,4%	67	6,2%	49	3,9%	57	4,6%	40	3,7%	23	2,1%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	199	11,4%	122	11,3%	113	8,8%	88	7,2%	59	5,4%	41	3,7%	622	8,3%
Ca. en gang om måneden	323	18,5%	179	16,6%	190	14,9%	144	11,8%	97	8,9%	66	6,0%	998	13,3%
Ca. en gang om ugen	224	12,8%	157	14,6%	166	13,0%	102	8,4%	72	6,6%	60	5,5%	781	10,4%
Næsten dagligt	102	5,8%	69	6,4%	65	5,1%	52	4,3%	31	2,9%	17	1,6%	337	4,5%
Flere gange dagligt	72	4,1%	25	2,3%	20	1,5%	7	,6%	3	,2%	7	,7%	133	1,8%

Tabel 6	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser eller ser blogindlæg												
Aldrig	752	33,8%	478	38,7%	528	33,5%	533	32,2%	241	29,2%	2532	33,7%
Sjældnere end halvårligt	277	12,4%	172	13,9%	180	11,4%	185	11,1%	93	11,2%	906	12,1%
En gang hvert halve år	127	5,7%	66	5,4%	84	5,3%	96	5,8%	45	5,5%	419	5,6%
3 eller 4 gange om året	143	6,4%	71	5,7%	118	7,5%	111	6,7%	86	10,4%	528	7,0%
Ca. en gang om måneden	235	10,5%	143	11,6%	197	12,5%	235	14,2%	124	15,0%	934	12,4%
Ca. en gang om ugen	335	15,0%	158	12,8%	232	14,7%	238	14,4%	135	16,3%	1097	14,6%
Næsten dagligt	265	11,9%	118	9,5%	188	11,9%	185	11,2%	82	9,9%	837	11,1%
Flere gange dagligt	91	4,1%	29	2,3%	48	3,1%	72	4,4%	20	2,5%	261	3,5%
Skriver blogindlæg												
Aldrig	1654	74,3%	941	76,3%	1174	74,6%	1253	75,7%	529	64,1%	5551	73,9%
Sjældnere end halvårligt	193	8,7%	134	10,8%	123	7,8%	138	8,3%	77	9,4%	665	8,8%
En gang hvert halve år	63	2,9%	36	2,9%	48	3,0%	49	3,0%	42	5,1%	238	3,2%
3 eller 4 gange om året	65	2,9%	24	2,0%	59	3,7%	57	3,4%	57	6,9%	262	3,5%
Ca. en gang om måneden	77	3,5%	35	2,9%	77	4,9%	78	4,7%	47	5,7%	314	4,2%
Ca. en gang om ugen	77	3,5%	31	2,5%	60	3,8%	52	3,2%	54	6,5%	273	3,6%
Næsten dagligt	63	2,8%	24	2,0%	21	1,3%	17	1,1%	15	1,9%	141	1,9%
Flere gange dagligt	32	1,5%	8	,7%	14	,9%	11	,7%	4	,5%	70	,9%
Læser eller ser statusopdateringer på sociale medier												
Aldrig	438	19,7%	290	23,5%	283	18,0%	293	17,7%	140	16,9%	1444	19,2%
Sjældnere end halvårligt	94	4,2%	63	5,1%	53	3,4%	55	3,3%	30	3,7%	296	3,9%
En gang hvert halve år	53	2,4%	36	2,9%	31	2,0%	25	1,5%	33	3,9%	178	2,4%
3 eller 4 gange om året	56	2,5%	31	2,5%	43	2,7%	44	2,7%	50	6,1%	224	3,0%
Ca. en gang om måneden	114	5,1%	71	5,8%	82	5,2%	95	5,7%	65	7,8%	427	5,7%
Ca. en gang om ugen	252	11,3%	119	9,6%	192	12,2%	185	11,2%	94	11,4%	842	11,2%
Næsten dagligt	603	27,1%	317	25,7%	413	26,3%	451	27,2%	194	23,5%	1979	26,3%
Flere gange dagligt	615	27,6%	307	24,9%	477	30,3%	507	30,6%	219	26,6%	2125	28,3%

Tabel 6	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Lægger video, musik eller tekst ud på sociale medier, så andre kan se det												
Aldrig	1080	48,5%	636	51,6%	683	43,4%	751	45,4%	335	40,6%	3485	46,4%
Sjældnere end halvårligt	234	10,5%	137	11,1%	155	9,9%	166	10,0%	83	10,0%	774	10,3%
En gang hvert halve år	103	4,6%	64	5,2%	79	5,0%	92	5,6%	46	5,5%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	172	7,7%	80	6,5%	138	8,8%	145	8,8%	87	10,6%	622	8,3%
Ca. en gang om måneden	249	11,2%	130	10,6%	234	14,8%	258	15,6%	128	15,5%	998	13,3%
Ca. en gang om ugen	218	9,8%	119	9,6%	185	11,7%	166	10,0%	94	11,3%	781	10,4%
Næsten dagligt	110	5,0%	50	4,1%	73	4,6%	60	3,7%	43	5,2%	337	4,5%
Flere gange dagligt	59	2,7%	17	1,4%	29	1,8%	18	1,1%	11	1,3%	133	1,8%

Tabel 6	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser eller ser blogindlæg						
Aldrig	1229	35,7%	1303	32,0%	2532	33,7%
Sjældnere end halvårligt	428	12,4%	478	11,7%	906	12,1%
En gang hvert halve år	188	5,4%	231	5,7%	419	5,6%
3 eller 4 gange om året	216	6,3%	313	7,7%	528	7,0%
Ca. en gang om måneden	386	11,2%	547	13,4%	934	12,4%
Ca. en gang om ugen	498	14,5%	599	14,7%	1097	14,6%
Næsten dagligt	387	11,3%	450	11,0%	837	11,1%
Flere gange dagligt	111	3,2%	149	3,7%	261	3,5%

Tabel 6	Øst		Vest		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Skriver blogindlæg						
Aldrig	2601	75,5%	2949	72,5%	5551	73,9%
Sjældnere end halvårligt	303	8,8%	361	8,9%	665	8,8%
En gang hvert halve år	91	2,6%	147	3,6%	238	3,2%
3 eller 4 gange om året	94	2,7%	168	4,1%	262	3,5%
Ca. en gang om måneden	118	3,4%	196	4,8%	314	4,2%
Ca. en gang om ugen	112	3,2%	162	4,0%	273	3,6%
Næsten dagligt	90	2,6%	51	1,3%	141	1,9%
Flere gange dagligt	35	1,0%	35	,9%	70	,9%
Læser eller ser statusopdateringer på sociale medier						
Aldrig	730	21,2%	714	17,6%	1444	19,2%
Sjældnere end halvårligt	136	4,0%	160	3,9%	296	3,9%
En gang hvert halve år	81	2,4%	97	2,4%	178	2,4%
3 eller 4 gange om året	85	2,5%	139	3,4%	224	3,0%
Ca. en gang om måneden	197	5,7%	230	5,7%	427	5,7%
Ca. en gang om ugen	373	10,8%	469	11,5%	842	11,2%
Næsten dagligt	926	26,9%	1053	25,9%	1979	26,3%
Flere gange dagligt	916	26,6%	1209	29,7%	2125	28,3%
Lægger video, musik eller tekst ud på sociale medier, så andre kan se det						
Aldrig	1716	49,8%	1769	43,5%	3485	46,4%
Sjældnere end halvårligt	355	10,3%	419	10,3%	774	10,3%
En gang hvert halve år	154	4,5%	229	5,6%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	255	7,4%	367	9,0%	622	8,3%
Ca. en gang om måneden	390	11,3%	608	14,9%	998	13,3%
Ca. en gang om ugen	341	9,9%	440	10,8%	781	10,4%
Næsten dagligt	162	4,7%	175	4,3%	337	4,5%
Flere gange dagligt	70	2,0%	63	1,6%	133	1,8%

Tabel 6	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Læser eller ser blogindlæg										
Aldrig	362	39,8%	225	25,9%	772	40,9%	315	31,9%	2532	33,7%
Sjældnere end halvårligt	87	9,6%	108	12,3%	241	12,7%	135	13,7%	906	12,1%
En gang hvert halve år	38	4,1%	64	7,3%	102	5,4%	56	5,7%	419	5,6%
3 eller 4 gange om året	48	5,3%	86	9,9%	132	7,0%	66	6,7%	528	7,0%
Ca. en gang om måneden	109	12,0%	131	15,0%	195	10,3%	136	13,8%	934	12,4%
Ca. en gang om ugen	122	13,4%	129	14,9%	220	11,7%	140	14,1%	1097	14,6%
Næsten dagligt	114	12,5%	87	10,0%	180	9,5%	110	11,1%	837	11,1%
Flere gange dagligt	29	3,2%	40	4,6%	49	2,6%	30	3,0%	261	3,5%
Skriver blogindlæg										
Aldrig	689	75,8%	610	70,0%	1468	77,6%	750	75,9%	5551	73,9%
Sjældnere end halvårligt	74	8,1%	86	9,8%	140	7,4%	78	7,9%	665	8,8%
En gang hvert halve år	25	2,7%	43	4,9%	60	3,2%	26	2,6%	238	3,2%
3 eller 4 gange om året	35	3,9%	44	5,0%	48	2,6%	34	3,5%	262	3,5%
Ca. en gang om måneden	38	4,1%	46	5,3%	76	4,0%	43	4,3%	314	4,2%
Ca. en gang om ugen	24	2,6%	29	3,3%	60	3,2%	28	2,9%	273	3,6%
Næsten dagligt	16	1,8%	10	1,2%	32	1,7%	23	2,4%	141	1,9%
Flere gange dagligt	8	0,9%	3	,4%	7	,4%	6	,6%	70	,9%
Læser eller ser statusopdateringer på sociale medier										
Aldrig	207	22,8%	88	10,1%	439	23,2%	167	16,9%	1444	19,2%
Sjældnere end halvårligt	39	4,3%	34	3,9%	74	3,9%	48	4,8%	296	3,9%
En gang hvert halve år	16	1,7%	31	3,6%	50	2,6%	24	2,4%	178	2,4%
3 eller 4 gange om året	26	2,9%	36	4,1%	52	2,8%	25	2,5%	224	3,0%
Ca. en gang om måneden	52	5,7%	62	7,1%	94	5,0%	42	4,3%	427	5,7%
Ca. en gang om ugen	74	8,2%	76	8,8%	194	10,3%	145	14,7%	842	11,2%
Næsten dagligt	240	26,4%	193	22,2%	504	26,7%	275	27,8%	1979	26,3%
Flere gange dagligt	254	28,0%	351	40,3%	482	25,5%	262	26,5%	2125	28,3%

Tabel 6	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Læser eller ser blogindlæg								
Aldrig	590	30,4%	216	26,9%	52	45,4%	2532	33,7%
Sjældnere end halvårligt	219	11,3%	106	13,2%	11	9,2%	906	12,1%
En gang hvert halve år	100	5,1%	51	6,3%	8	6,8%	419	5,6%
3 eller 4 gange om året	130	6,7%	59	7,3%	7	5,9%	528	7,0%
Ca. en gang om måneden	251	13,0%	100	12,5%	12	10,3%	934	12,4%
Ca. en gang om ugen	335	17,3%	144	17,9%	7	6,2%	1097	14,6%
Næsten dagligt	244	12,6%	94	11,7%	9	7,6%	837	11,1%
Flere gange dagligt	70	3,6%	33	4,1%	10	8,5%	261	3,5%
Skriver blogindlæg								
Aldrig	1397	72,1%	558	69,5%	79	69,2%	5551	73,9%
Sjældnere end halvårligt	180	9,3%	94	11,7%	13	11,1%	665	8,8%
En gang hvert halve år	50	2,6%	31	3,8%	4	3,9%	238	3,2%
3 eller 4 gange om året	67	3,5%	31	3,8%	2	1,8%	262	3,5%
Ca. en gang om måneden	65	3,4%	41	5,1%	5	4,8%	314	4,2%
Ca. en gang om ugen	105	5,4%	25	3,1%	3	2,3%	273	3,6%
Næsten dagligt	46	2,4%	10	1,3%	4	3,1%	141	1,9%
Flere gange dagligt	28	1,4%	14	1,7%	4	3,7%	70	,9%
Læser eller ser statusopdateringer på sociale medier								
Aldrig	361	18,6%	140	17,5%	41	35,9%	1444	19,2%
Sjældnere end halvårligt	65	3,4%	27	3,3%	9	7,8%	296	3,9%
En gang hvert halve år	31	1,6%	21	2,6%	6	4,8%	178	2,4%
3 eller 4 gange om året	56	2,9%	26	3,2%	3	2,6%	224	3,0%
Ca. en gang om måneden	115	5,9%	54	6,8%	7	6,0%	427	5,7%
Ca. en gang om ugen	232	12,0%	110	13,7%	9	7,5%	842	11,2%
Næsten dagligt	518	26,7%	231	28,7%	18	15,7%	1979	26,3%
Flere gange dagligt	559	28,9%	194	24,2%	23	19,7%	2125	28,3%

Tabel 6	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent		
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Lægger video, musik eller tekst ud på sociale medier, så andre kan se det										
Aldrig	431	47,4%	294	33,8%	985	52,1%	440	44,6%	3485	46,4%
Sjældnere end halvårligt	105	11,6%	126	14,5%	161	8,5%	109	11,1%	774	10,3%
En gang hvert halve år	38	4,2%	71	8,2%	99	5,2%	38	3,9%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	73	8,0%	88	10,1%	135	7,1%	91	9,2%	622	8,3%
Ca. en gang om måneden	115	12,7%	149	17,1%	219	11,6%	146	14,7%	998	13,3%
Ca. en gang om ugen	79	8,7%	103	11,8%	181	9,6%	109	11,0%	781	10,4%
Næsten dagligt	42	4,7%	28	3,2%	90	4,7%	39	4,0%	337	4,5%
Flere gange dagligt	25	2,7%	11	1,3%	20	1,1%	15	1,6%	133	1,8%

Tabel 6	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Lægger video, musik eller tekst ud på sociale medier, så andre kan se det								
Aldrig	889	45,9%	391	48,7%	55	47,8%	3485	46,4%
Sjældnere end halvårligt	174	9,0%	87	10,8%	12	10,4%	774	10,3%
En gang hvert halve år	89	4,6%	37	4,6%	11	9,4%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	155	8,0%	74	9,2%	7	5,9%	622	8,3%
Ca. en gang om måneden	262	13,5%	92	11,4%	16	14,3%	998	13,3%
Ca. en gang om ugen	228	11,8%	77	9,5%	3	3,0%	781	10,4%
Næsten dagligt	104	5,4%	29	3,6%	5	4,0%	337	4,5%
Flere gange dagligt	39	2,0%	17	2,2%	6	5,3%	133	1,8%

Tabel 6	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Læser eller ser blogindlæg										
Aldrig	252	30,2%	630	36,1%	423	31,4%	314	29,5%	2532	33,7%
Sjældnere end halvårligt	87	10,5%	201	11,5%	182	13,5%	137	12,9%	906	12,1%
En gang hvert halve år	54	6,4%	90	5,2%	71	5,3%	71	6,7%	419	5,6%
3 eller 4 gange om året	68	8,1%	116	6,6%	103	7,7%	80	7,6%	528	7,0%
Ca. en gang om måneden	100	12,0%	218	12,5%	184	13,6%	129	12,2%	934	12,4%
Ca. en gang om ugen	122	14,6%	243	13,9%	208	15,4%	186	17,5%	1097	14,6%
Næsten dagligt	116	13,9%	195	11,1%	146	10,9%	104	9,8%	837	11,1%
Flere gange dagligt	36	4,3%	54	3,1%	29	2,2%	41	3,8%	261	3,5%
Skriver blogindlæg										
Aldrig	604	72,3%	1344	76,9%	985	73,1%	769	72,3%	5551	73,9%
Sjældnere end halvårligt	85	10,2%	152	8,7%	125	9,3%	89	8,4%	665	8,8%
En gang hvert halve år	34	4,1%	49	2,8%	39	2,9%	25	2,4%	238	3,2%
3 eller 4 gange om året	40	4,8%	50	2,9%	43	3,2%	46	4,3%	262	3,5%
Ca. en gang om måneden	32	3,9%	73	4,2%	55	4,1%	52	4,9%	314	4,2%
Ca. en gang om ugen	21	2,6%	55	3,2%	74	5,5%	45	4,2%	273	3,6%
Næsten dagligt	12	1,4%	20	1,1%	18	1,4%	24	2,3%	141	1,9%
Flere gange dagligt	7	0,8%	4	,2%	8	,6%	13	1,2%	70	,9%
Læser eller ser statusopdateringer på sociale medier										
Aldrig	138	16,5%	376	21,5%	250	18,5%	182	17,1%	1444	19,2%
Sjældnere end halvårligt	34	4,1%	44	2,5%	54	4,0%	35	3,3%	296	3,9%
En gang hvert halve år	20	2,4%	32	1,8%	27	2,0%	29	2,7%	178	2,4%
3 eller 4 gange om året	28	3,3%	42	2,4%	50	3,7%	26	2,5%	224	3,0%
Ca. en gang om måneden	40	4,8%	98	5,6%	85	6,3%	56	5,2%	427	5,7%
Ca. en gang om ugen	87	10,4%	187	10,7%	174	12,9%	138	13,0%	842	11,2%
Næsten dagligt	213	25,5%	472	27,0%	369	27,4%	304	28,6%	1979	26,3%
Flere gange dagligt	277	33,1%	497	28,4%	338	25,1%	293	27,6%	2125	28,3%

Tabel 6	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Læser eller ser blogindlæg								
Aldrig	187	29,2%	118	28,7%	607	41,4%	2532	33,7%
Sjældnere end halvårligt	84	13,0%	58	14,0%	157	10,7%	906	12,1%
En gang hvert halve år	43	6,7%	32	7,8%	57	3,9%	419	5,6%
3 eller 4 gange om året	52	8,2%	25	6,0%	84	5,7%	528	7,0%
Ca. en gang om måneden	79	12,3%	41	9,9%	182	12,4%	934	12,4%
Ca. en gang om ugen	96	15,0%	60	14,5%	181	12,4%	1097	14,6%
Næsten dagligt	82	12,9%	48	11,6%	145	9,9%	837	11,1%
Flere gange dagligt	17	2,7%	31	7,4%	53	3,6%	261	3,5%
Skriver blogindlæg								
Aldrig	423	66,0%	253	61,3%	1173	80,0%	5551	73,9%
Sjældnere end halvårligt	66	10,3%	57	13,9%	90	6,2%	665	8,8%
En gang hvert halve år	29	4,5%	21	5,0%	42	2,9%	238	3,2%
3 eller 4 gange om året	28	4,4%	16	3,8%	38	2,6%	262	3,5%
Ca. en gang om måneden	30	4,7%	16	3,8%	55	3,8%	314	4,2%
Ca. en gang om ugen	30	4,7%	13	3,2%	34	2,3%	273	3,6%
Næsten dagligt	25	3,9%	18	4,3%	24	1,7%	141	1,9%
Flere gange dagligt	10	1,6%	19	4,7%	9	,6%	70	,9%
Læser eller ser statusopdateringer på sociale medier								
Aldrig	102	16,0%	64	15,6%	332	22,6%	1444	19,2%
Sjældnere end halvårligt	33	5,2%	38	9,1%	58	3,9%	296	3,9%
En gang hvert halve år	27	4,3%	16	3,8%	27	1,9%	178	2,4%
3 eller 4 gange om året	22	3,5%	16	3,8%	40	2,7%	224	3,0%
Ca. en gang om måneden	47	7,4%	27	6,5%	74	5,0%	427	5,7%
Ca. en gang om ugen	76	11,8%	47	11,3%	133	9,0%	842	11,2%
Næsten dagligt	159	24,8%	92	22,2%	371	25,3%	1979	26,3%
Flere gange dagligt	174	27,2%	114	27,6%	432	29,5%	2125	28,3%

Tabel 6	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?										
Lægger video, musik eller tekst ud på sociale medier, så andre kan se det										
Aldrig	347	41,5%	842	48,2%	619	46,0%	464	43,6%	3485	46,4%
Sjældnere end halvårligt	96	11,5%	194	11,1%	140	10,4%	110	10,4%	774	10,3%
En gang hvert halve år	46	5,5%	90	5,1%	58	4,3%	58	5,5%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	95	11,4%	124	7,1%	115	8,5%	86	8,1%	622	8,3%
Ca. en gang om måneden	113	13,5%	228	13,0%	194	14,4%	155	14,6%	998	13,3%
Ca. en gang om ugen	82	9,8%	175	10,0%	155	11,5%	123	11,6%	781	10,4%
Næsten dagligt	40	4,8%	77	4,4%	54	4,0%	47	4,4%	337	4,5%
Flere gange dagligt	17	2,0%	19	1,1%	13	1,0%	19	1,8%	133	1,8%

Tabel 6	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?								
Lægger video, musik eller tekst ud på sociale medier, så andre kan se det								
Aldrig	274	42,8%	182	44,1%	757	51,6%	3485	46,4%
Sjældnere end halvårligt	57	8,8%	53	13,0%	124	8,4%	774	10,3%
En gang hvert halve år	35	5,5%	29	7,0%	67	4,6%	383	5,1%
3 eller 4 gange om året	70	11,0%	18	4,4%	113	7,7%	622	8,3%
Ca. en gang om måneden	81	12,6%	44	10,6%	184	12,6%	998	13,3%
Ca. en gang om ugen	66	10,3%	43	10,4%	138	9,4%	781	10,4%
Næsten dagligt	39	6,1%	18	4,3%	62	4,3%	337	4,5%
Flere gange dagligt	19	3,0%	26	6,4%	21	1,4%	133	1,8%

Tabel 6	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Læser eller ser blogindlæg														
Aldrig	431	33,7%	480	29,7%	553	37,2%	281	49,5%	167	22,8%	473	29,8%	2385	32,8%
Sjældnere end halvårligt	164	12,8%	164	10,2%	198	13,3%	88	15,4%	73	9,9%	205	12,9%	892	12,3%
En gang hvert halve år	74	5,8%	96	5,9%	55	3,7%	40	7,1%	36	4,9%	111	7,0%	412	5,7%
3 eller 4 gange om året	100	7,8%	92	5,7%	83	5,6%	28	4,9%	49	6,7%	165	10,4%	518	7,1%
Ca. en gang om måneden	177	13,8%	234	14,5%	150	10,1%	42	7,3%	81	11,0%	232	14,6%	915	12,6%
Ca. en gang om ugen	171	13,3%	269	16,6%	237	15,9%	43	7,6%	134	18,2%	227	14,3%	1079	14,8%
Næsten dagligt	128	10,0%	220	13,6%	178	12,0%	26	4,5%	138	18,8%	134	8,4%	825	11,3%
Flere gange dagligt	35	2,7%	62	3,8%	34	2,3%	21	3,6%	57	7,8%	39	2,5%	248	3,4%
Skriver blogindlæg														
Aldrig	1066	83,3%	1300	80,4%	1186	79,7%	435	76,6%	391	53,2%	980	61,8%	5359	73,7%
Sjældnere end halvårligt	88	6,9%	148	9,2%	152	10,2%	64	11,3%	65	8,8%	140	8,8%	657	9,0%
En gang hvert halve år	22	1,7%	38	2,3%	24	1,6%	27	4,8%	32	4,3%	87	5,5%	231	3,2%
3 eller 4 gange om året	25	1,9%	31	1,9%	37	2,5%	11	1,9%	26	3,6%	127	8,0%	257	3,5%
Ca. en gang om måneden	37	2,9%	38	2,4%	38	2,5%	16	2,8%	56	7,6%	121	7,6%	306	4,2%
Ca. en gang om ugen	29	2,3%	41	2,6%	32	2,2%	6	1,1%	76	10,3%	81	5,1%	266	3,7%
Næsten dagligt	10	0,8%	19	1,2%	12	0,8%	2	0,3%	58	7,9%	35	2,2%	135	1,9%
Flere gange dagligt	3	0,2%	2	,1%	6	,4%	7	1,2%	31	4,2%	14	,9%	63	,9%
Læser eller ser statusopdateringer på sociale medier														
Aldrig	150	11,7%	246	15,2%	416	27,9%	146	25,7%	118	16,0%	284	17,9%	1360	18,7%
Sjældnere end halvårligt	28	2,2%	58	3,6%	57	3,8%	57	10,1%	24	3,2%	69	4,4%	293	4,0%
En gang hvert halve år	17	1,3%	18	1,1%	19	1,3%	26	4,5%	22	2,9%	71	4,5%	172	2,4%
3 eller 4 gange om året	16	1,3%	20	1,2%	21	1,4%	10	1,7%	30	4,1%	119	7,5%	217	3,0%
Ca. en gang om måneden	42	3,3%	64	4,0%	68	4,6%	27	4,7%	61	8,2%	154	9,7%	415	5,7%
Ca. en gang om ugen	141	11,0%	163	10,0%	190	12,8%	53	9,3%	103	14,0%	179	11,3%	829	11,4%
Næsten dagligt	366	28,6%	458	28,3%	414	27,8%	112	19,8%	200	27,2%	387	24,4%	1938	26,6%
Flere gange dagligt	518	40,5%	591	36,5%	303	20,3%	137	24,1%	179	24,3%	322	20,3%	2049	28,2%

Tabel 6	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor ofte foretager du følgende aktiviteter?														
Lægger video, musik eller tekst ud på sociale medier, så andre kan se det														
Aldrig	521	40,7%	737	45,6%	893	60,0%	291	51,3%	295	40,2%	602	38,0%	3340	45,9%
Sjældnere end halvårligt	166	13,0%	154	9,5%	137	9,2%	72	12,6%	54	7,4%	172	10,8%	756	10,4%
En gang hvert halve år	59	4,6%	68	4,2%	54	3,6%	36	6,3%	32	4,3%	120	7,6%	369	5,1%
3 eller 4 gange om året	122	9,5%	138	8,5%	70	4,7%	42	7,4%	66	8,9%	173	10,9%	611	8,4%
Ca. en gang om måneden	201	15,7%	224	13,9%	156	10,5%	63	11,1%	87	11,8%	248	15,6%	979	13,5%
Ca. en gang om ugen	145	11,3%	205	12,7%	129	8,7%	30	5,3%	89	12,2%	173	10,9%	772	10,6%
Næsten dagligt	53	4,1%	72	4,5%	40	2,7%	25	4,5%	68	9,3%	66	4,2%	325	4,5%
Flere gange dagligt	12	1,0%	18	1,1%	10	0,7%	8	1,4%	44	5,9%	32	2,0%	123	1,7%

Tabel 7	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?						
Jeg føler mig velorienteret ved at få daglige nyhedsmails/opdateringer på internettet						
1 - Helt uenig	457	12,3%	503	13,3%	960	12,8%
2 - Delvist uenig	479	12,9%	476	12,6%	956	12,7%
3 - Hverken/eller	1201	32,2%	1163	30,7%	2363	31,5%
4 - Delvist enig	866	23,3%	880	23,2%	1747	23,2%
5 - Helt enig	488	13,1%	461	12,2%	949	12,6%
Ved ikke	234	6,3%	306	8,1%	540	7,2%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. danske politiske forhold						
1 - Helt uenig	169	4,5%	287	7,6%	456	6,1%
2 - Delvist uenig	291	7,8%	320	8,4%	611	8,1%
3 - Hverken/eller	878	23,6%	834	22,0%	1712	22,8%
4 - Delvist enig	1007	27,0%	1103	29,1%	2110	28,1%
5 - Helt enig	1210	32,5%	1059	27,9%	2269	30,2%
Ved ikke	171	4,6%	186	4,9%	356	4,7%

Tabel 7	Mand		Kvinde		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg vil nødtigt undvære den daglige avis						
1 - Helt uenig	875	23,5%	1177	31,1%	2052	27,3%
2 - Delvist uenig	494	13,3%	553	14,6%	1047	13,9%
3 - Hverken/eller	878	23,6%	775	20,5%	1653	22,0%
4 - Delvist enig	463	12,4%	382	10,1%	845	11,3%
5 - Helt enig	812	21,8%	680	18,0%	1493	19,9%
Ved ikke	202	5,4%	221	5,8%	423	5,6%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker i min kommune						
1 - Helt uenig	154	4,1%	190	5,0%	344	4,6%
2 - Delvist uenig	276	7,4%	293	7,7%	569	7,6%
3 - Hverken/eller	874	23,5%	833	22,0%	1708	22,7%
4 - Delvist enig	1251	33,6%	1201	31,7%	2451	32,6%
5 - Helt enig	1018	27,3%	1126	29,7%	2144	28,5%
Ved ikke	152	4,1%	145	3,8%	298	4,0%
Jeg kan ikke undvære de daglige nyheder på en eller flere TV-kanaler						
1 - Helt uenig	415	11,1%	530	14,0%	945	12,6%
2 - Delvist uenig	407	10,9%	483	12,8%	890	11,8%
3 - Hverken/eller	915	24,6%	789	20,8%	1705	22,7%
4 - Delvist enig	893	24,0%	776	20,5%	1668	22,2%
5 - Helt enig	932	25,0%	1036	27,3%	1968	26,2%
Ved ikke	163	4,4%	174	4,6%	338	4,5%
Jeg bruger mindst 1 time på en hverdag til at læse om baggrunden for nyhederne						
1 - Helt uenig	647	17,4%	1098	29,0%	1745	23,2%
2 - Delvist uenig	710	19,1%	776	20,5%	1486	19,8%
3 - Hverken/eller	983	26,4%	861	22,7%	1843	24,5%
4 - Delvist enig	760	20,4%	528	13,9%	1288	17,1%
5 - Helt enig	438	11,8%	325	8,6%	763	10,2%
Ved ikke	187	5,0%	201	5,3%	387	5,2%

Tabel 7	Mand		Kvinde		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. større politiske begivenheder i udlandet						
1 - Helt uenig	228	6,1%	370	9,8%	599	8,0%
2 - Delvist uenig	333	8,9%	469	12,4%	803	10,7%
3 - Hverken/eller	954	25,6%	908	24,0%	1862	24,8%
4 - Delvist enig	1077	28,9%	1042	27,5%	2119	28,2%
5 - Helt enig	955	25,6%	813	21,5%	1768	23,5%
Ved ikke	177	4,7%	187	4,9%	363	4,8%
Man kan slet ikke følge med i alt, hvad der sker i verden						
1 - Helt uenig	288	7,7%	290	7,6%	578	7,7%
2 - Delvist uenig	487	13,1%	476	12,6%	963	12,8%
3 - Hverken/eller	1066	28,6%	994	26,2%	2061	27,4%
4 - Delvist enig	953	25,6%	1034	27,3%	1987	26,4%
5 - Helt enig	758	20,4%	795	21,0%	1554	20,7%
Ved ikke	172	4,6%	200	5,3%	372	5,0%
Jeg kan ikke få nok af korte nyheder						
1 - Helt uenig	529	14,2%	653	17,2%	1183	15,7%
2 - Delvist uenig	663	17,8%	711	18,8%	1375	18,3%
3 - Hverken/eller	1396	37,5%	1337	35,3%	2734	36,4%
4 - Delvist enig	643	17,3%	568	15,0%	1211	16,1%
5 - Helt enig	300	8,1%	283	7,5%	583	7,8%
Ved ikke	193	5,2%	236	6,2%	428	5,7%
Jeg vil gerne betale for godt nyhedsstof på internettet						
1 - Helt uenig	1264	33,9%	1642	43,3%	2906	38,7%
2 - Delvist uenig	678	18,2%	604	15,9%	1282	17,1%
3 - Hverken/eller	976	26,2%	818	21,6%	1795	23,9%
4 - Delvist enig	438	11,8%	302	8,0%	740	9,8%
5 - Helt enig	161	4,3%	137	3,6%	297	4,0%
Ved ikke	207	5,6%	286	7,5%	493	6,6%

Tabel 7	Mand		Kvinde		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Nyheder i aviser og på TV er mere troværdige end på internettet						
1 - Helt uenig	371	10,0%	500	13,2%	871	11,6%
2 - Delvist uenig	402	10,8%	465	12,3%	867	11,5%
3 - Hverken/eller	1521	40,8%	1507	39,8%	3028	40,3%
4 - Delvist enig	738	19,8%	613	16,2%	1352	18,0%
5 - Helt enig	397	10,7%	314	8,3%	711	9,5%
Ved ikke	296	7,9%	390	10,3%	685	9,1%
Jeg føler mig velorienteret ved løbende at høre nyheder i radioen						
1 - Helt uenig	325	8,7%	442	11,7%	767	10,2%
2 - Delvist uenig	358	9,6%	430	11,4%	789	10,5%
3 - Hverken/eller	1123	30,2%	996	26,3%	2119	28,2%
4 - Delvist enig	1071	28,8%	1062	28,0%	2133	28,4%
5 - Helt enig	640	17,2%	603	15,9%	1243	16,5%
Ved ikke	206	5,5%	256	6,8%	463	6,2%
Korte nyhedsopdateringer på internettet/mobilen er rigeligt for mig						
1 - Helt uenig	783	21,0%	773	20,4%	1556	20,7%
2 - Delvist uenig	651	17,5%	619	16,3%	1270	16,9%
3 - Hverken/eller	1102	29,6%	1009	26,6%	2111	28,1%
4 - Delvist enig	659	17,7%	702	18,5%	1361	18,1%
5 - Helt enig	285	7,7%	420	11,1%	705	9,4%
Ved ikke	246	6,6%	265	7,0%	511	6,8%
Jeg foretrækker at bruge en søgemaskine til at finde mere baggrundsstof om nyheder						
1 - Helt uenig	398	10,7%	518	13,7%	916	12,2%
2 - Delvist uenig	471	12,6%	463	12,2%	934	12,4%
3 - Hverken/eller	1291	34,7%	1229	32,4%	2520	33,5%
4 - Delvist enig	895	24,0%	852	22,5%	1747	23,2%
5 - Helt enig	447	12,0%	445	11,7%	892	11,9%
Ved ikke	223	6,0%	281	7,4%	504	6,7%

Tabel 7	Mand		Kvinde		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg foretrækker at gå i dybden med udvalgte nyhedsemner med særlig interesse for mig						
1 - Helt uenig	212	5,7%	358	9,5%	571	7,6%
2 - Delvist uenig	322	8,6%	407	10,8%	730	9,7%
3 - Hverken/eller	1112	29,8%	1092	28,8%	2203	29,3%
4 - Delvist enig	1153	31,0%	1060	28,0%	2213	29,5%
5 - Helt enig	752	20,2%	665	17,6%	1417	18,9%
Ved ikke	174	4,7%	206	5,4%	380	5,1%
Det er vigtigt for mig at være bredt orienteret om nyheder og samfundsaktuelt stof						
1 - Helt uenig	164	4,4%	228	6,0%	393	5,2%
2 - Delvist uenig	215	5,8%	312	8,2%	527	7,0%
3 - Hverken/eller	904	24,3%	923	24,3%	1827	24,3%
4 - Delvist enig	1045	28,1%	1045	27,6%	2090	27,8%
5 - Helt enig	1231	33,1%	1102	29,1%	2334	31,1%
Ved ikke	165	4,4%	178	4,7%	343	4,6%
Jeg opsøger ikke aktivt nyhedsstof i min hverdag						
1 - Helt uenig	966	25,9%	913	24,1%	1878	25,0%
2 - Delvist uenig	842	22,6%	859	22,7%	1701	22,6%
3 - Hverken/eller	971	26,1%	886	23,4%	1857	24,7%
4 - Delvist enig	469	12,6%	553	14,6%	1022	13,6%
5 - Helt enig	301	8,1%	395	10,4%	696	9,3%
Ved ikke	176	4,7%	183	4,8%	359	4,8%
At se nyheder på TV er mest af alt tidsfordriv						
1 - Helt uenig	849	22,8%	1011	26,7%	1860	24,8%
2 - Delvist uenig	947	25,4%	911	24,0%	1858	24,7%
3 - Hverken/eller	1025	27,5%	963	25,4%	1988	26,5%
4 - Delvist enig	491	13,2%	493	13,0%	984	13,1%
5 - Helt enig	228	6,1%	204	5,4%	432	5,7%
Ved ikke	185	5,0%	206	5,4%	391	5,2%

Tabel 7	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?						
Det er vigtigt at få nyheder for at kunne følge med i samfundsdebatten						
1 - Helt uenig	139	3,7%	183	4,8%	322	4,3%
2 - Delvist uenig	206	5,5%	211	5,6%	417	5,6%
3 - Hverken/eller	848	22,8%	735	19,4%	1583	21,1%
4 - Delvist enig	1004	27,0%	1066	28,1%	2070	27,6%
5 - Helt enig	1354	36,4%	1413	37,3%	2767	36,8%
Ved ikke	173	4,7%	181	4,8%	354	4,7%

Tabel 7	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?														
Jeg føler mig velorienteret ved at få daglige nyhedsmails/opdateringer på internettet														
1 - Helt uenig	195	11,1%	103	9,6%	144	11,3%	172	14,1%	177	16,2%	169	15,5%	960	12,8%
2 - Delvist uenig	231	13,2%	140	13,0%	137	10,7%	161	13,2%	141	12,9%	146	13,4%	956	12,7%
3 - Hverken/eller	578	33,0%	379	35,2%	415	32,5%	351	28,8%	333	30,4%	308	28,1%	2363	31,5%
4 - Delvist enig	398	22,7%	262	24,3%	337	26,4%	302	24,8%	223	20,4%	226	20,6%	1747	23,2%
5 - Helt enig	167	9,5%	106	9,9%	168	13,1%	169	13,9%	170	15,6%	168	15,4%	949	12,6%
Ved ikke	184	10,5%	88	8,2%	76	6,0%	64	5,2%	50	4,6%	78	7,1%	540	7,2%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. danske politiske forhold														
1 - Helt uenig	168	9,6%	75	7,0%	89	7,0%	52	4,2%	42	3,8%	31	2,8%	456	6,1%
2 - Delvist uenig	224	12,8%	114	10,6%	107	8,4%	78	6,4%	46	4,2%	42	3,8%	611	8,1%
3 - Hverken/eller	519	29,6%	329	30,5%	297	23,3%	263	21,6%	161	14,7%	143	13,0%	1712	22,8%
4 - Delvist enig	455	26,0%	320	29,7%	382	29,9%	339	27,8%	315	28,9%	299	27,2%	2110	28,1%
5 - Helt enig	228	13,0%	174	16,1%	348	27,3%	456	37,5%	505	46,2%	558	50,9%	2269	30,2%
Ved ikke	158	9,0%	66	6,1%	53	4,2%	31	2,5%	25	2,3%	23	2,1%	356	4,7%

Tabel 7	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg vil nødtigt undvære den daglige avis														
1 - Helt uenig	457	26,1%	342	31,8%	445	34,8%	403	33,1%	257	23,5%	148	13,5%	2052	27,3%
2 - Delvist uenig	355	20,3%	177	16,4%	182	14,3%	160	13,1%	109	9,9%	65	5,9%	1047	13,9%
3 - Hverken/eller	473	27,0%	301	27,9%	325	25,5%	252	20,7%	169	15,5%	133	12,1%	1653	22,0%
4 - Delvist enig	193	11,0%	126	11,7%	149	11,7%	146	12,0%	123	11,2%	109	9,9%	845	11,3%
5 - Helt enig	100	5,7%	62	5,7%	115	9,0%	214	17,5%	391	35,8%	611	55,8%	1493	19,9%
Ved ikke	174	9,9%	70	6,5%	60	4,7%	44	3,6%	45	4,1%	30	2,8%	423	5,6%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker i min kommune														
1 - Helt uenig	155	8,8%	75	7,0%	41	3,2%	35	2,9%	25	2,3%	12	1,1%	344	4,6%
2 - Delvist uenig	286	16,3%	99	9,2%	82	6,4%	49	4,1%	23	2,1%	30	2,7%	569	7,6%
3 - Hverken/eller	550	31,4%	338	31,4%	325	25,4%	248	20,4%	151	13,8%	95	8,7%	1708	22,7%
4 - Delvist enig	432	24,7%	367	34,1%	487	38,1%	449	36,8%	392	35,8%	325	29,6%	2451	32,6%
5 - Helt enig	196	11,2%	141	13,1%	296	23,2%	411	33,7%	481	44,0%	619	56,5%	2144	28,5%
Ved ikke	133	7,6%	57	5,3%	46	3,6%	26	2,1%	21	1,9%	15	1,4%	298	4,0%
Jeg kan ikke undvære de daglige nyheder på en eller flere TV-kanaler														
1 - Helt uenig	332	18,9%	178	16,5%	177	13,8%	120	9,9%	70	6,4%	68	6,2%	945	12,6%
2 - Delvist uenig	338	19,3%	159	14,7%	153	12,0%	109	9,0%	72	6,6%	58	5,3%	890	11,8%
3 - Hverken/eller	503	28,7%	342	31,7%	314	24,6%	241	19,8%	163	14,9%	141	12,8%	1705	22,7%
4 - Delvist enig	286	16,3%	223	20,7%	309	24,2%	301	24,7%	300	27,4%	250	22,8%	1668	22,2%
5 - Helt enig	137	7,8%	118	10,9%	272	21,3%	413	33,9%	465	42,5%	564	51,4%	1968	26,2%
Ved ikke	155	8,9%	59	5,4%	52	4,1%	33	2,8%	23	2,1%	16	1,4%	338	4,5%
Jeg bruger mindst 1 time på en hverdag til at læse om baggrunden for nyhederne														
1 - Helt uenig	462	26,4%	297	27,5%	374	29,3%	300	24,6%	180	16,4%	134	12,2%	1745	23,2%
2 - Delvist uenig	409	23,4%	229	21,2%	271	21,2%	267	22,0%	185	17,0%	125	11,4%	1486	19,8%
3 - Hverken/eller	431	24,6%	296	27,4%	319	25,0%	310	25,5%	251	23,0%	236	21,5%	1843	24,5%
4 - Delvist enig	196	11,2%	149	13,8%	178	13,9%	217	17,8%	258	23,6%	291	26,6%	1288	17,1%
5 - Helt enig	103	5,9%	46	4,2%	83	6,5%	90	7,4%	178	16,3%	263	24,0%	763	10,2%
Ved ikke	151	8,6%	62	5,7%	53	4,1%	34	2,8%	41	3,7%	47	4,3%	387	5,2%

Tabel 7	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. større politiske begivenheder i udlandet														
1 - Helt uenig	183	10,4%	107	9,9%	106	8,3%	96	7,8%	59	5,4%	49	4,5%	599	8,0%
2 - Delvist uenig	266	15,2%	139	12,9%	150	11,7%	123	10,1%	64	5,9%	61	5,6%	803	10,7%
3 - Hverken/eller	534	30,5%	330	30,6%	321	25,2%	313	25,7%	196	17,9%	168	15,4%	1862	24,8%
4 - Delvist enig	385	22,0%	279	25,9%	367	28,7%	366	30,1%	369	33,7%	353	32,2%	2119	28,2%
5 - Helt enig	231	13,2%	162	15,1%	278	21,7%	286	23,5%	373	34,2%	437	39,9%	1768	23,5%
Ved ikke	153	8,8%	61	5,7%	55	4,3%	34	2,8%	32	3,0%	28	2,5%	363	4,8%
Man kan slet ikke følge med i alt, hvad der sker i verden														
1 - Helt uenig	100	5,7%	56	5,2%	92	7,2%	99	8,1%	120	10,9%	111	10,1%	578	7,7%
2 - Delvist uenig	213	12,1%	122	11,3%	160	12,5%	164	13,5%	156	14,2%	148	13,5%	963	12,8%
3 - Hverken/eller	526	30,0%	326	30,2%	347	27,2%	330	27,1%	287	26,2%	246	22,4%	2061	27,4%
4 - Delvist enig	413	23,6%	296	27,4%	373	29,2%	317	26,0%	273	25,0%	314	28,6%	1987	26,4%
5 - Helt enig	352	20,1%	211	19,5%	256	20,0%	265	21,7%	223	20,4%	247	22,5%	1554	20,7%
Ved ikke	147	8,4%	68	6,3%	49	3,8%	43	3,5%	35	3,2%	31	2,8%	372	5,0%
Jeg kan ikke få nok af korte nyheder														
1 - Helt uenig	231	13,2%	175	16,3%	226	17,7%	206	17,0%	187	17,1%	157	14,3%	1183	15,7%
2 - Delvist uenig	316	18,0%	224	20,7%	239	18,8%	219	18,0%	178	16,3%	198	18,1%	1375	18,3%
3 - Hverken/eller	638	36,5%	397	36,8%	463	36,3%	481	39,5%	386	35,3%	368	33,6%	2734	36,4%
4 - Delvist enig	282	16,1%	148	13,8%	210	16,5%	195	16,0%	192	17,6%	184	16,8%	1211	16,1%
5 - Helt enig	119	6,8%	63	5,8%	78	6,1%	76	6,2%	109	10,0%	139	12,7%	583	7,8%
Ved ikke	166	9,5%	71	6,6%	61	4,7%	41	3,4%	41	3,8%	49	4,4%	428	5,7%
Jeg vil gerne betale for godt nyhedsstof på internettet														
1 - Helt uenig	621	35,5%	379	35,2%	554	43,4%	517	42,5%	451	41,2%	383	35,0%	2906	38,7%
2 - Delvist uenig	307	17,5%	172	16,0%	219	17,2%	223	18,3%	180	16,5%	181	16,5%	1282	17,1%
3 - Hverken/eller	403	23,0%	302	28,0%	258	20,2%	277	22,7%	279	25,5%	276	25,2%	1795	23,9%
4 - Delvist enig	193	11,0%	115	10,7%	132	10,3%	111	9,1%	80	7,3%	108	9,9%	740	9,8%
5 - Helt enig	76	4,4%	43	4,0%	46	3,6%	35	2,9%	44	4,0%	53	4,9%	297	4,0%
Ved ikke	151	8,6%	66	6,1%	68	5,3%	55	4,5%	60	5,5%	94	8,5%	493	6,6%

Tabel 7	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Nyheder i aviser og på TV er mere troværdige end på internettet														
1 - Helt uenig	199	11,3%	123	11,4%	174	13,6%	147	12,1%	129	11,8%	99	9,0%	871	11,6%
2 - Delvist uenig	257	14,7%	152	14,1%	162	12,7%	131	10,7%	96	8,8%	69	6,3%	867	11,5%
3 - Hverken/eller	604	34,5%	451	41,8%	531	41,6%	548	45,0%	450	41,2%	444	40,5%	3028	40,3%
4 - Delvist enig	357	20,4%	205	19,0%	221	17,3%	192	15,7%	195	17,8%	182	16,6%	1352	18,0%
5 - Helt enig	155	8,9%	76	7,1%	105	8,2%	106	8,7%	119	10,9%	150	13,7%	711	9,5%
Ved ikke	180	10,3%	72	6,7%	84	6,5%	95	7,8%	104	9,5%	152	13,8%	685	9,1%
Jeg føler mig velorienteret ved løbende at høre nyheder i radioen														
1 - Helt uenig	220	12,6%	120	11,2%	108	8,5%	116	9,5%	91	8,4%	112	10,2%	767	10,2%
2 - Delvist uenig	251	14,3%	131	12,1%	115	9,0%	96	7,9%	96	8,8%	100	9,1%	789	10,5%
3 - Hverken/eller	543	31,0%	371	34,4%	371	29,1%	340	27,9%	264	24,2%	230	20,9%	2119	28,2%
4 - Delvist enig	384	21,9%	267	24,8%	402	31,5%	384	31,5%	362	33,1%	334	30,5%	2133	28,4%
5 - Helt enig	177	10,1%	112	10,4%	207	16,2%	237	19,5%	241	22,0%	269	24,6%	1243	16,5%
Ved ikke	176	10,1%	77	7,1%	73	5,7%	45	3,7%	39	3,6%	52	4,7%	463	6,2%
Korte nyhedsopdateringer på internettet/mobilen er rigeligt for mig														
1 - Helt uenig	117	6,7%	123	11,4%	216	16,9%	332	27,2%	389	35,6%	378	34,5%	1556	20,7%
2 - Delvist uenig	268	15,3%	163	15,1%	238	18,7%	232	19,1%	197	18,1%	171	15,6%	1270	16,9%
3 - Hverken/eller	552	31,5%	384	35,6%	363	28,4%	331	27,2%	251	23,0%	230	21,0%	2111	28,1%
4 - Delvist enig	434	24,8%	226	21,0%	256	20,1%	169	13,9%	123	11,2%	153	13,9%	1361	18,1%
5 - Helt enig	215	12,3%	110	10,2%	127	9,9%	88	7,2%	71	6,5%	94	8,6%	705	9,4%
Ved ikke	166	9,5%	72	6,7%	76	6,0%	66	5,4%	61	5,6%	69	6,3%	511	6,8%
Jeg foretrækker at bruge en søgemaskine til at finde mere baggrundsstof om nyheder														
1 - Helt uenig	129	7,4%	97	9,0%	147	11,5%	156	12,8%	196	17,9%	192	17,5%	916	12,2%
2 - Delvist uenig	237	13,5%	128	11,9%	149	11,7%	162	13,3%	122	11,2%	136	12,4%	934	12,4%
3 - Hverken/eller	571	32,6%	396	36,7%	452	35,4%	419	34,4%	358	32,7%	325	29,7%	2520	33,5%
4 - Delvist enig	425	24,3%	275	25,5%	297	23,2%	273	22,4%	236	21,6%	242	22,0%	1747	23,2%
5 - Helt enig	220	12,6%	108	10,0%	161	12,6%	146	12,0%	134	12,3%	124	11,3%	892	11,9%
Ved ikke	170	9,7%	74	6,9%	71	5,6%	63	5,2%	48	4,4%	78	7,1%	504	6,7%

Tabel 7	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg foretrækker at gå i dybden med udvalgte nyhedsemner med særlig interesse for mig														
1 - Helt uenig	142	8,1%	90	8,4%	104	8,1%	101	8,3%	79	7,2%	55	5,0%	571	7,6%
2 - Delvist uenig	228	13,0%	114	10,6%	116	9,1%	104	8,5%	77	7,0%	90	8,2%	730	9,7%
3 - Hverken/eller	534	30,5%	342	31,7%	373	29,2%	358	29,4%	311	28,5%	285	26,0%	2203	29,3%
4 - Delvist enig	450	25,7%	316	29,3%	401	31,4%	358	29,4%	330	30,2%	358	32,7%	2213	29,5%
5 - Helt enig	253	14,5%	156	14,5%	223	17,5%	262	21,5%	260	23,8%	262	23,9%	1417	18,9%
Ved ikke	144	8,2%	59	5,5%	60	4,7%	35	2,9%	35	3,2%	47	4,2%	380	5,1%
Det er vigtigt for mig at være bredt orienteret om nyheder og samfundsaktuelt stof														
1 - Helt uenig	137	7,8%	74	6,8%	60	4,7%	55	4,5%	39	3,6%	28	2,6%	393	5,2%
2 - Delvist uenig	215	12,3%	85	7,9%	90	7,0%	62	5,1%	47	4,3%	28	2,5%	527	7,0%
3 - Hverken/eller	554	31,6%	350	32,4%	327	25,6%	292	24,0%	153	14,0%	151	13,8%	1827	24,3%
4 - Delvist enig	440	25,1%	307	28,5%	370	29,0%	346	28,4%	320	29,2%	308	28,1%	2090	27,8%
5 - Helt enig	253	14,4%	202	18,8%	380	29,8%	430	35,3%	508	46,5%	560	51,1%	2334	31,1%
Ved ikke	153	8,7%	60	5,6%	50	3,9%	33	2,7%	26	2,4%	21	1,9%	343	4,6%
Jeg opsøger ikke aktivt nyhedsstof i min hverdag														
1 - Helt uenig	227	12,9%	186	17,3%	366	28,7%	355	29,1%	402	36,8%	343	31,3%	1878	25,0%
2 - Delvist uenig	364	20,8%	228	21,1%	296	23,2%	311	25,6%	262	24,0%	239	21,8%	1701	22,6%
3 - Hverken/eller	505	28,8%	327	30,4%	294	23,0%	272	22,4%	224	20,5%	234	21,3%	1857	24,7%
4 - Delvist enig	305	17,4%	179	16,6%	156	12,2%	136	11,2%	103	9,5%	143	13,0%	1022	13,6%
5 - Helt enig	206	11,8%	93	8,6%	113	8,8%	110	9,0%	76	6,9%	98	9,0%	696	9,3%
Ved ikke	144	8,2%	65	6,0%	51	4,0%	34	2,8%	25	2,3%	40	3,6%	359	4,8%
At se nyheder på TV er mest af alt tidsfordriv														
1 - Helt uenig	180	10,3%	156	14,5%	338	26,4%	383	31,4%	410	37,5%	394	36,0%	1860	24,8%
2 - Delvist uenig	374	21,3%	252	23,3%	297	23,2%	343	28,1%	307	28,1%	287	26,1%	1858	24,7%
3 - Hverken/eller	581	33,2%	348	32,3%	355	27,8%	286	23,4%	219	20,0%	200	18,3%	1988	26,5%
4 - Delvist enig	319	18,2%	194	18,0%	153	12,0%	113	9,3%	77	7,0%	128	11,7%	984	13,1%
5 - Helt enig	135	7,7%	60	5,6%	72	5,6%	57	4,7%	53	4,9%	55	5,0%	432	5,7%
Ved ikke	164	9,3%	68	6,3%	63	4,9%	36	3,0%	27	2,5%	32	3,0%	391	5,2%

Tabel 7	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Det er vigtigt at få nyheder for at kunne følge med i samfundsdebatten														
1 - Helt uenig	113	6,5%	49	4,6%	52	4,1%	43	3,5%	32	3,0%	32	3,0%	322	4,3%
2 - Delvist uenig	171	9,7%	77	7,2%	58	4,6%	54	4,5%	33	3,0%	23	2,1%	417	5,6%
3 - Hverken/eller	476	27,2%	316	29,3%	289	22,6%	218	17,9%	164	15,0%	119	10,9%	1583	21,1%
4 - Delvist enig	477	27,2%	310	28,7%	378	29,6%	327	26,9%	288	26,3%	291	26,6%	2070	27,6%
5 - Helt enig	364	20,8%	266	24,6%	449	35,1%	538	44,2%	551	50,4%	600	54,7%	2767	36,8%
Ved ikke	150	8,6%	60	5,6%	51	4,0%	38	3,1%	25	2,3%	30	2,7%	354	4,7%

Tabel 7	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg føler mig velorienteret ved at få daglige nyhedsmails/opdateringer på internettet												
1 - Helt uenig	309	15,0%	158	13,8%	187	12,8%	208	13,7%	97	12,5%	960	13,8%
2 - Delvist uenig	279	13,5%	172	15,0%	191	13,0%	208	13,8%	105	13,5%	956	13,7%
3 - Hverken/eller	627	30,3%	378	32,9%	540	36,9%	538	35,6%	280	35,9%	2363	33,9%
4 - Delvist enig	559	27,0%	278	24,1%	350	23,9%	368	24,4%	192	24,7%	1747	25,0%
5 - Helt enig	294	14,2%	164	14,2%	197	13,4%	190	12,6%	105	13,4%	949	13,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. danske politiske forhold												
1 - Helt uenig	119	5,6%	87	7,4%	82	5,5%	122	7,8%	45	5,8%	456	6,4%
2 - Delvist uenig	153	7,2%	116	9,9%	145	9,7%	130	8,3%	67	8,5%	611	8,5%
3 - Hverken/eller	452	21,3%	296	25,2%	376	25,1%	369	23,5%	218	27,8%	1712	23,9%
4 - Delvist enig	643	30,3%	306	26,0%	459	30,6%	465	29,6%	238	30,2%	2110	29,5%
5 - Helt enig	758	35,7%	371	31,5%	438	29,2%	483	30,8%	218	27,8%	2269	31,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg vil nødtigt undvære den daglige avis												
1 - Helt uenig	550	26,2%	363	30,8%	436	29,3%	497	32,0%	206	26,7%	2052	28,9%
2 - Delvist uenig	333	15,9%	163	13,8%	207	13,9%	249	16,0%	96	12,5%	1047	14,8%
3 - Hverken/eller	441	21,0%	295	25,0%	357	24,0%	342	22,0%	219	28,4%	1653	23,3%
4 - Delvist enig	275	13,1%	135	11,4%	173	11,6%	166	10,7%	96	12,5%	845	11,9%
5 - Helt enig	498	23,8%	224	19,0%	317	21,3%	300	19,3%	154	19,9%	1493	21,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker i min kommune												
1 - Helt uenig	96	4,5%	56	4,8%	69	4,6%	92	5,8%	30	3,8%	344	4,8%
2 - Delvist uenig	146	6,8%	97	8,2%	138	9,1%	126	8,0%	62	7,8%	569	7,9%
3 - Hverken/eller	502	23,4%	258	21,8%	362	23,8%	360	22,9%	226	28,5%	1708	23,7%
4 - Delvist enig	786	36,6%	387	32,6%	480	31,6%	539	34,3%	260	32,8%	2451	34,0%
5 - Helt enig	615	28,7%	386	32,6%	472	31,0%	456	29,0%	214	27,0%	2144	29,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg kan ikke undvære de daglige nyheder på en eller flere TV-kanaler												
1 - Helt uenig	279	13,1%	166	14,0%	174	11,5%	228	14,6%	96	12,2%	945	13,2%
2 - Delvist uenig	256	12,0%	149	12,6%	188	12,5%	222	14,2%	74	9,4%	890	12,4%
3 - Hverken/eller	459	21,6%	277	23,4%	377	24,9%	360	23,0%	232	29,4%	1705	23,8%
4 - Delvist enig	513	24,1%	253	21,3%	367	24,2%	334	21,4%	201	25,6%	1668	23,2%
5 - Helt enig	622	29,2%	339	28,6%	407	26,9%	417	26,7%	185	23,4%	1968	27,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg bruger mindst 1 time på en hverdag til at læse om baggrunden for nyhederne												
1 - Helt uenig	463	21,8%	310	26,4%	355	23,8%	441	28,2%	177	22,7%	1745	24,5%
2 - Delvist uenig	463	21,9%	235	20,0%	337	22,6%	341	21,8%	111	14,2%	1486	20,9%
3 - Hverken/eller	491	23,2%	306	26,1%	408	27,4%	391	25,0%	247	31,7%	1843	25,9%
4 - Delvist enig	433	20,4%	194	16,5%	258	17,3%	235	15,0%	169	21,6%	1288	18,1%
5 - Helt enig	269	12,7%	130	11,1%	133	8,9%	155	9,9%	76	9,8%	763	10,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. større politiske begivenheder i udlandet												
1 - Helt uenig	142	6,7%	114	9,7%	127	8,5%	153	9,8%	63	8,0%	599	8,4%
2 - Delvist uenig	183	8,6%	141	12,1%	180	12,0%	209	13,3%	90	11,5%	803	11,2%
3 - Hverken/eller	477	22,4%	318	27,2%	428	28,5%	404	25,7%	236	30,2%	1862	26,0%
4 - Delvist enig	691	32,4%	330	28,2%	431	28,8%	445	28,4%	221	28,3%	2119	29,6%
5 - Helt enig	639	30,0%	267	22,8%	334	22,3%	357	22,8%	172	22,0%	1768	24,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Man kan slet ikke følge med i alt, hvad der sker i verden												
1 - Helt uenig	183	8,6%	106	9,0%	102	6,8%	129	8,3%	57	7,4%	578	8,1%
2 - Delvist uenig	296	13,9%	186	15,8%	164	11,0%	198	12,8%	119	15,3%	963	13,5%
3 - Hverken/eller	581	27,2%	322	27,3%	481	32,1%	430	27,6%	247	31,8%	2061	28,9%
4 - Delvist enig	619	29,0%	284	24,1%	427	28,5%	449	28,9%	208	26,7%	1987	27,8%
5 - Helt enig	454	21,3%	280	23,7%	325	21,7%	349	22,4%	145	18,7%	1554	21,8%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg kan ikke få nok af korte nyheder												
1 - Helt uenig	367	17,5%	220	18,9%	227	15,3%	260	16,7%	108	13,9%	1183	16,7%
2 - Delvist uenig	393	18,7%	236	20,2%	297	20,1%	313	20,2%	135	17,4%	1375	19,4%
3 - Hverken/eller	796	37,8%	442	37,9%	584	39,4%	580	37,4%	332	42,5%	2734	38,6%
4 - Delvist enig	370	17,6%	182	15,6%	240	16,2%	277	17,9%	142	18,2%	1211	17,1%
5 - Helt enig	180	8,5%	85	7,3%	133	9,0%	122	7,9%	63	8,1%	583	8,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg vil gerne betale for godt nyhedsstof på internettet												
1 - Helt uenig	821	39,4%	503	43,5%	601	41,1%	700	45,3%	282	36,4%	2906	41,4%
2 - Delvist uenig	388	18,6%	206	17,8%	274	18,7%	276	17,9%	139	17,9%	1282	18,3%
3 - Hverken/eller	512	24,6%	296	25,6%	385	26,4%	375	24,3%	226	29,1%	1795	25,6%
4 - Delvist enig	256	12,3%	107	9,2%	146	10,0%	129	8,4%	102	13,1%	740	10,5%
5 - Helt enig	107	5,2%	44	3,8%	56	3,8%	64	4,1%	27	3,5%	297	4,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Nyheder i aviser og på TV er mere troværdige end på internettet												
1 - Helt uenig	243	12,0%	167	14,9%	189	13,1%	190	12,8%	82	10,9%	871	12,8%
2 - Delvist uenig	243	12,0%	148	13,2%	184	12,7%	205	13,8%	87	11,5%	867	12,7%
3 - Hverken/eller	879	43,5%	484	43,2%	664	45,8%	667	44,9%	334	44,4%	3028	44,3%
4 - Delvist enig	420	20,8%	200	17,9%	261	18,0%	288	19,4%	183	24,2%	1352	19,8%
5 - Helt enig	238	11,8%	120	10,7%	150	10,4%	135	9,1%	68	9,1%	711	10,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg føler mig velorienteret ved løbende at høre nyheder i radioen												
1 - Helt uenig	240	11,6%	133	11,4%	144	9,7%	165	10,7%	84	10,9%	767	10,9%
2 - Delvist uenig	233	11,2%	141	12,1%	145	9,7%	185	12,0%	85	10,9%	789	11,2%
3 - Hverken/eller	585	28,1%	334	28,7%	458	30,6%	474	30,8%	268	34,5%	2119	30,1%
4 - Delvist enig	647	31,1%	354	30,4%	466	31,2%	443	28,8%	223	28,7%	2133	30,2%
5 - Helt enig	374	18,0%	202	17,3%	281	18,8%	271	17,6%	116	14,9%	1243	17,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Korte nyhedsopdateringer på internettet/mobilen er rigeligt for mig												
1 - Helt uenig	528	25,3%	264	23,3%	305	20,7%	315	20,5%	144	18,7%	1556	22,2%
2 - Delvist uenig	380	18,2%	214	19,0%	270	18,3%	274	17,8%	132	17,0%	1270	18,1%
3 - Hverken/eller	600	28,7%	328	29,1%	464	31,5%	449	29,3%	268	34,7%	2111	30,1%
4 - Delvist enig	380	18,2%	204	18,0%	288	19,5%	333	21,7%	157	20,3%	1361	19,4%
5 - Helt enig	202	9,7%	120	10,6%	148	10,0%	164	10,7%	72	9,3%	705	10,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg foretrækker at bruge en søgemaskine til at finde mere baggrundsstof om nyheder												
1 - Helt uenig	272	13,1%	161	14,1%	185	12,5%	201	13,1%	97	12,7%	916	13,1%
2 - Delvist uenig	273	13,1%	147	12,9%	216	14,7%	209	13,5%	90	11,7%	934	13,3%
3 - Hverken/eller	726	34,8%	415	36,3%	534	36,3%	556	36,0%	289	37,7%	2520	36,0%
4 - Delvist enig	523	25,1%	283	24,7%	353	24,0%	384	24,9%	204	26,6%	1747	24,9%
5 - Helt enig	291	13,9%	138	12,1%	184	12,5%	193	12,5%	86	11,2%	892	12,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg foretrækker at gå i dybden med udvalgte nyhedsemner med særlig interesse for mig												
1 - Helt uenig	152	7,2%	130	11,1%	114	7,6%	133	8,5%	42	5,3%	571	8,0%
2 - Delvist uenig	179	8,4%	145	12,5%	156	10,4%	165	10,6%	84	10,7%	730	10,2%
3 - Hverken/eller	624	29,4%	347	29,8%	456	30,3%	499	31,9%	278	35,6%	2203	30,9%
4 - Delvist enig	701	33,0%	323	27,8%	469	31,2%	471	30,2%	249	31,8%	2213	31,0%
5 - Helt enig	466	22,0%	219	18,8%	308	20,5%	294	18,8%	129	16,5%	1417	19,9%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at være bredt orienteret om nyheder og samfundsaktuelt stof												
1 - Helt uenig	99	4,7%	69	5,9%	78	5,2%	95	6,0%	52	6,6%	393	5,5%
2 - Delvist uenig	127	5,9%	104	8,9%	116	7,7%	134	8,6%	46	5,8%	527	7,3%
3 - Hverken/eller	465	21,8%	301	25,6%	417	27,7%	406	25,9%	238	30,1%	1827	25,5%
4 - Delvist enig	651	30,5%	311	26,4%	430	28,6%	459	29,3%	239	30,3%	2090	29,1%
5 - Helt enig	791	37,1%	392	33,3%	465	30,9%	472	30,1%	215	27,2%	2334	32,5%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg opsøger ikke aktivt nyhedsstof i min hverdag												
1 - Helt uenig	614	28,8%	315	26,8%	359	24,0%	409	26,1%	181	23,2%	1878	26,3%
2 - Delvist uenig	513	24,1%	263	22,4%	364	24,3%	391	25,0%	170	21,7%	1701	23,8%
3 - Hverken/eller	532	24,9%	305	25,9%	394	26,3%	389	24,8%	237	30,3%	1857	26,0%
4 - Delvist enig	275	12,9%	151	12,9%	235	15,7%	228	14,6%	133	16,9%	1022	14,3%
5 - Helt enig	199	9,3%	141	12,0%	145	9,7%	148	9,5%	62	8,0%	696	9,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
At se nyheder på TV er mest af alt tidsfordriv												
1 - Helt uenig	585	27,7%	306	26,2%	391	26,1%	393	25,2%	186	23,6%	1860	26,1%
2 - Delvist uenig	575	27,2%	325	27,9%	373	24,9%	406	26,1%	178	22,7%	1858	26,1%
3 - Hverken/eller	541	25,6%	329	28,2%	450	30,0%	421	27,0%	247	31,4%	1988	27,9%
4 - Delvist enig	278	13,1%	127	10,9%	209	13,9%	228	14,7%	143	18,1%	984	13,8%
5 - Helt enig	135	6,4%	80	6,8%	76	5,1%	109	7,0%	32	4,1%	432	6,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Det er vigtigt at få nyheder for at kunne følge med i samfundsdebatten												
1 - Helt uenig	99	4,6%	57	4,9%	59	3,9%	71	4,5%	37	4,6%	322	4,5%
2 - Delvist uenig	107	5,0%	84	7,2%	88	5,9%	91	5,8%	46	5,9%	417	5,8%
3 - Hverken/eller	387	18,1%	287	24,7%	348	23,1%	334	21,3%	226	28,7%	1583	22,1%
4 - Delvist enig	649	30,4%	312	26,8%	442	29,3%	468	29,9%	201	25,5%	2070	28,9%
5 - Helt enig	895	41,9%	424	36,4%	569	37,8%	602	38,5%	278	35,3%	2767	38,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Øst		Vest		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg føler mig velorienteret ved at få daglige nyhedsmails/opdateringer på internettet						
1 - Helt uenig	465	14,5%	495	13,1%	960	13,8%
2 - Delvist uenig	426	13,3%	530	14,1%	956	13,7%
3 - Hverken/eller	1018	31,7%	1345	35,7%	2363	33,9%
4 - Delvist enig	839	26,2%	907	24,1%	1747	25,0%
5 - Helt enig	458	14,3%	490	13,0%	949	13,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. danske politiske forhold						
1 - Helt uenig	206	6,3%	250	6,5%	456	6,4%
2 - Delvist uenig	247	7,5%	364	9,4%	611	8,5%
3 - Hverken/eller	753	22,9%	959	24,8%	1712	23,9%
4 - Delvist enig	955	29,0%	1155	29,9%	2110	29,5%
5 - Helt enig	1130	34,3%	1139	29,5%	2269	31,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Øst		Vest		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg vil nødtigt undvære den daglige avis						
1 - Helt uenig	910	27,9%	1141	29,8%	2052	28,9%
2 - Delvist uenig	475	14,5%	572	15,0%	1047	14,8%
3 - Hverken/eller	747	22,9%	906	23,7%	1653	23,3%
4 - Delvist enig	409	12,5%	436	11,4%	845	11,9%
5 - Helt enig	723	22,2%	769	20,1%	1493	21,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker i min kommune						
1 - Helt uenig	148	4,5%	195	5,0%	344	4,8%
2 - Delvist uenig	221	6,7%	348	8,9%	569	7,9%
3 - Hverken/eller	765	23,1%	942	24,2%	1708	23,7%
4 - Delvist enig	1178	35,5%	1274	32,7%	2451	34,0%
5 - Helt enig	1004	30,3%	1140	29,2%	2144	29,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg kan ikke undvære de daglige nyheder på en eller flere TV-kanaler						
1 - Helt uenig	442	13,4%	503	13,0%	945	13,2%
2 - Delvist uenig	385	11,7%	505	13,0%	890	12,4%
3 - Hverken/eller	742	22,5%	963	24,9%	1705	23,8%
4 - Delvist enig	770	23,3%	898	23,2%	1668	23,2%
5 - Helt enig	963	29,2%	1005	26,0%	1968	27,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg bruger mindst 1 time på en hverdag til at læse om baggrunden for nyhederne						
1 - Helt uenig	770	23,4%	976	25,4%	1745	24,5%
2 - Delvist uenig	678	20,7%	808	21,0%	1486	20,9%
3 - Hverken/eller	808	24,6%	1036	26,9%	1843	25,9%
4 - Delvist enig	630	19,2%	658	17,1%	1288	18,1%
5 - Helt enig	398	12,1%	365	9,5%	763	10,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Øst		Vest		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. større politiske begivenheder i udlandet						
1 - Helt uenig	252	7,7%	347	9,0%	599	8,4%
2 - Delvist uenig	302	9,2%	500	13,0%	803	11,2%
3 - Hverken/eller	800	24,3%	1063	27,5%	1862	26,0%
4 - Delvist enig	1029	31,3%	1090	28,2%	2119	29,6%
5 - Helt enig	906	27,6%	862	22,3%	1768	24,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Man kan slet ikke følge med i alt, hvad der sker i verden						
1 - Helt uenig	288	8,7%	290	7,5%	578	8,1%
2 - Delvist uenig	456	13,8%	507	13,2%	963	13,5%
3 - Hverken/eller	909	27,6%	1151	29,9%	2061	28,9%
4 - Delvist enig	911	27,6%	1075	28,0%	1987	27,8%
5 - Helt enig	732	22,2%	821	21,4%	1554	21,8%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg kan ikke få nok af korte nyheder						
1 - Helt uenig	581	17,8%	601	15,7%	1183	16,7%
2 - Delvist uenig	603	18,5%	772	20,2%	1375	19,4%
3 - Hverken/eller	1255	38,5%	1479	38,6%	2734	38,6%
4 - Delvist enig	555	17,0%	656	17,1%	1211	17,1%
5 - Helt enig	263	8,1%	320	8,4%	583	8,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg vil gerne betale for godt nyhedsstof på internettet						
1 - Helt uenig	1322	41,0%	1585	41,8%	2906	41,4%
2 - Delvist uenig	572	17,7%	711	18,7%	1282	18,3%
3 - Hverken/eller	822	25,5%	973	25,6%	1795	25,6%
4 - Delvist enig	359	11,1%	381	10,0%	740	10,5%
5 - Helt enig	152	4,7%	146	3,8%	297	4,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Øst		Vest		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Nyheder i aviser og på TV er mere troværdige end på internettet						
1 - Helt uenig	406	13,0%	465	12,6%	871	12,8%
2 - Delvist uenig	362	11,6%	505	13,6%	867	12,7%
3 - Hverken/eller	1377	44,0%	1651	44,6%	3028	44,3%
4 - Delvist enig	621	19,9%	730	19,7%	1352	19,8%
5 - Helt enig	361	11,5%	350	9,5%	711	10,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg føler mig velorienteret ved løbende at høre nyheder i radioen						
1 - Helt uenig	370	11,5%	397	10,4%	767	10,9%
2 - Delvist uenig	351	10,9%	437	11,4%	789	11,2%
3 - Hverken/eller	926	28,7%	1193	31,2%	2119	30,1%
4 - Delvist enig	1006	31,1%	1127	29,5%	2133	30,2%
5 - Helt enig	576	17,8%	667	17,5%	1243	17,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Korte nyhedsopdateringer på internettet/mobilen er rigeligt for mig						
1 - Helt uenig	793	24,7%	763	20,1%	1556	22,2%
2 - Delvist uenig	567	17,7%	703	18,5%	1270	18,1%
3 - Hverken/eller	940	29,3%	1171	30,9%	2111	30,1%
4 - Delvist enig	590	18,4%	771	20,3%	1361	19,4%
5 - Helt enig	320	10,0%	385	10,2%	705	10,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg foretrækker at bruge en søgemaskine til at finde mere baggrundsstof om nyheder						
1 - Helt uenig	431	13,4%	486	12,8%	916	13,1%
2 - Delvist uenig	399	12,4%	536	14,1%	934	13,3%
3 - Hverken/eller	1152	35,8%	1368	36,1%	2520	36,0%
4 - Delvist enig	811	25,2%	936	24,7%	1747	24,9%
5 - Helt enig	424	13,2%	468	12,3%	892	12,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Øst		Vest		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg foretrækker at gå i dybden med udvalgte nyhedsemner med særlig interesse for mig						
1 - Helt uenig	277	8,5%	294	7,6%	571	8,0%
2 - Delvist uenig	298	9,1%	432	11,2%	730	10,2%
3 - Hverken/eller	984	30,0%	1219	31,6%	2203	30,9%
4 - Delvist enig	1028	31,4%	1185	30,7%	2213	31,0%
5 - Helt enig	687	21,0%	730	18,9%	1417	19,9%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at være bredt orienteret om nyheder og samfundsaktuelt stof						
1 - Helt uenig	163	5,0%	229	5,9%	393	5,5%
2 - Delvist uenig	211	6,4%	316	8,2%	527	7,3%
3 - Hverken/eller	771	23,4%	1055	27,2%	1827	25,5%
4 - Delvist enig	968	29,4%	1122	29,0%	2090	29,1%
5 - Helt enig	1182	35,9%	1152	29,7%	2334	32,5%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg opsøger ikke aktivt nyhedsstof i min hverdag						
1 - Helt uenig	925	28,1%	953	24,7%	1878	26,3%
2 - Delvist uenig	754	22,9%	946	24,5%	1701	23,8%
3 - Hverken/eller	840	25,5%	1017	26,4%	1857	26,0%
4 - Delvist enig	433	13,1%	589	15,3%	1022	14,3%
5 - Helt enig	342	10,4%	354	9,2%	696	9,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
At se nyheder på TV er mest af alt tidsfordriv						
1 - Helt uenig	891	27,3%	970	25,1%	1860	26,1%
2 - Delvist uenig	886	27,1%	972	25,2%	1858	26,1%
3 - Hverken/eller	867	26,5%	1121	29,1%	1988	27,9%
4 - Delvist enig	409	12,5%	574	14,9%	984	13,8%
5 - Helt enig	213	6,5%	219	5,7%	432	6,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Øst		Vest		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Det er vigtigt at få nyheder for at kunne følge med i samfundsdebatten						
1 - Helt uenig	153	4,7%	168	4,3%	322	4,5%
2 - Delvist uenig	165	5,0%	252	6,5%	417	5,8%
3 - Hverken/eller	683	20,8%	899	23,2%	1583	22,1%
4 - Delvist enig	962	29,3%	1109	28,6%	2070	28,9%
5 - Helt enig	1322	40,2%	1445	37,3%	2767	38,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg føler mig velorienteret ved at få daglige nyhedsmails/opdateringer på internettet										
1 - Helt uenig	116	14,1%	104	13,0%	262	15,0%	110	11,9%	960	13,8%
2 - Delvist uenig	99	12,0%	118	14,8%	238	13,6%	123	13,3%	956	13,7%
3 - Hverken/eller	325	39,4%	284	35,6%	600	34,4%	318	34,4%	2363	33,9%
4 - Delvist enig	185	22,4%	229	28,8%	398	22,8%	237	25,6%	1747	25,0%
5 - Helt enig	100	12,1%	61	7,7%	248	14,2%	137	14,8%	949	13,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. danske politiske forhold										
1 - Helt uenig	94	11,1%	72	8,8%	124	6,9%	56	5,9%	456	6,4%
2 - Delvist uenig	81	9,7%	98	12,0%	168	9,4%	82	8,6%	611	8,5%
3 - Hverken/eller	264	31,5%	236	29,1%	485	27,1%	233	24,6%	1712	23,9%
4 - Delvist enig	223	26,6%	253	31,1%	522	29,1%	299	31,5%	2110	29,5%
5 - Helt enig	178	21,2%	155	19,0%	492	27,5%	279	29,4%	2269	31,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg føler mig velorienteret ved at få daglige nyhedsmails/opdateringer på internettet								
1 - Helt uenig	258	14,0%	100	13,1%	10	12,8%	960	13,8%
2 - Delvist uenig	250	13,6%	120	15,8%	7	8,3%	956	13,7%
3 - Hverken/eller	579	31,4%	229	30,2%	28	35,0%	2363	33,9%
4 - Delvist enig	476	25,8%	197	25,9%	25	31,2%	1747	25,0%
5 - Helt enig	279	15,1%	113	14,9%	10	12,6%	949	13,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. danske politiske forhold								
1 - Helt uenig	70	3,7%	33	4,1%	8	9,1%	456	6,4%
2 - Delvist uenig	124	6,6%	51	6,5%	7	8,4%	611	8,5%
3 - Hverken/eller	336	17,8%	135	17,1%	22	25,6%	1712	23,9%
4 - Delvist enig	571	30,2%	220	27,9%	22	25,3%	2110	29,5%
5 - Helt enig	789	41,8%	349	44,3%	27	31,5%	2269	31,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg vil nødtigt undvære den daglige avis										
1 - Helt uenig	279	33,3%	256	31,8%	567	32,0%	308	32,4%	2052	28,9%
2 - Delvist uenig	110	13,2%	176	21,8%	245	13,8%	145	15,3%	1047	14,8%
3 - Hverken/eller	234	28,0%	215	26,6%	415	23,4%	224	23,6%	1653	23,3%
4 - Delvist enig	84	10,1%	97	12,0%	211	11,9%	96	10,1%	845	11,9%
5 - Helt enig	131	15,6%	63	7,8%	333	18,8%	177	18,6%	1493	21,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg vil nødtigt undvære den daglige avis								
1 - Helt uenig	454	24,3%	165	21,6%	23	26,0%	2052	28,9%
2 - Delvist uenig	253	13,5%	108	14,1%	10	11,5%	1047	14,8%
3 - Hverken/eller	402	21,5%	139	18,2%	24	27,4%	1653	23,3%
4 - Delvist enig	246	13,1%	99	13,0%	12	14,1%	845	11,9%
5 - Helt enig	517	27,6%	254	33,2%	18	21,0%	1493	21,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker i min kommune										
1 - Helt uenig	82	9,6%	64	7,8%	62	3,4%	33	3,5%	344	4,8%
2 - Delvist uenig	76	8,9%	136	16,5%	113	6,3%	69	7,2%	569	7,9%
3 - Hverken/eller	230	27,0%	262	31,9%	438	24,3%	210	21,9%	1708	23,7%
4 - Delvist enig	252	29,5%	239	29,1%	602	33,3%	357	37,2%	2451	34,0%
5 - Helt enig	213	24,9%	120	14,6%	590	32,7%	289	30,2%	2144	29,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg kan ikke undvære de daglige nyheder på en eller flere TV-kanaler										
1 - Helt uenig	147	17,3%	152	18,9%	198	11,0%	102	10,7%	945	13,2%
2 - Delvist uenig	89	10,5%	167	20,8%	187	10,4%	121	12,7%	890	12,4%
3 - Hverken/eller	254	29,9%	223	27,7%	480	26,7%	205	21,4%	1705	23,8%
4 - Delvist enig	163	19,2%	151	18,7%	403	22,4%	234	24,5%	1668	23,2%
5 - Helt enig	197	23,2%	113	14,0%	530	29,5%	293	30,7%	1968	27,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker i min kommune								
1 - Helt uenig	57	3,0%	40	5,1%	5	5,5%	344	4,8%
2 - Delvist uenig	114	6,0%	53	6,8%	7	8,3%	569	7,9%
3 - Hverken/eller	353	18,6%	190	24,2%	23	25,6%	1708	23,7%
4 - Delvist enig	692	36,4%	284	36,1%	26	29,2%	2451	34,0%
5 - Helt enig	685	36,0%	220	27,9%	28	31,5%	2144	29,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg kan ikke undvære de daglige nyheder på en eller flere TV-kanaler								
1 - Helt uenig	219	11,5%	117	14,9%	10	11,6%	945	13,2%
2 - Delvist uenig	204	10,8%	107	13,6%	15	16,6%	890	12,4%
3 - Hverken/eller	372	19,6%	157	20,0%	14	15,8%	1705	23,8%
4 - Delvist enig	496	26,2%	200	25,6%	21	23,6%	1668	23,2%
5 - Helt enig	605	31,9%	203	25,9%	28	32,4%	1968	27,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg bruger mindst 1 time på en hverdag til at læse om baggrunden for nyhederne										
1 - Helt uenig	263	31,4%	227	28,0%	483	27,1%	252	26,6%	1745	24,5%
2 - Delvist uenig	151	18,0%	236	29,1%	355	19,9%	214	22,6%	1486	20,9%
3 - Hverken/eller	234	28,0%	214	26,4%	486	27,3%	239	25,2%	1843	25,9%
4 - Delvist enig	104	12,4%	90	11,1%	296	16,6%	150	15,8%	1288	18,1%
5 - Helt enig	85	10,1%	43	5,3%	163	9,2%	92	9,8%	763	10,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg bruger mindst 1 time på en hverdag til at læse om baggrunden for nyhederne								
1 - Helt uenig	369	19,5%	132	16,9%	21	24,6%	1745	24,5%
2 - Delvist uenig	352	18,7%	168	21,6%	11	13,3%	1486	20,9%
3 - Hverken/eller	467	24,8%	177	22,7%	26	30,4%	1843	25,9%
4 - Delvist enig	450	23,8%	184	23,6%	15	17,7%	1288	18,1%
5 - Helt enig	249	13,2%	119	15,3%	12	14,1%	763	10,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. større politiske begivenheder i udlandet										
1 - Helt uenig	125	14,8%	78	9,5%	183	10,2%	74	7,7%	599	8,4%
2 - Delvist uenig	98	11,7%	134	16,4%	237	13,3%	127	13,3%	803	11,2%
3 - Hverken/eller	302	36,1%	226	27,8%	533	29,9%	256	26,9%	1862	26,0%
4 - Delvist enig	203	24,2%	224	27,6%	523	29,3%	283	29,6%	2119	29,6%
5 - Helt enig	111	13,2%	152	18,7%	309	17,3%	215	22,5%	1768	24,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Man kan slet ikke følge med i alt, hvad der sker i verden										
1 - Helt uenig	74	8,8%	54	6,7%	118	6,6%	73	7,7%	578	8,1%
2 - Delvist uenig	92	10,9%	107	13,2%	238	13,3%	119	12,5%	963	13,5%
3 - Hverken/eller	274	32,6%	258	32,0%	529	29,7%	253	26,7%	2061	28,9%
4 - Delvist enig	201	23,9%	229	28,4%	483	27,0%	295	31,0%	1987	27,8%
5 - Helt enig	200	23,8%	159	19,7%	417	23,4%	209	22,0%	1554	21,8%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. større politiske begivenheder i udlandet								
1 - Helt uenig	100	5,3%	33	4,2%	8	9,1%	599	8,4%
2 - Delvist uenig	148	7,9%	49	6,2%	10	11,2%	803	11,2%
3 - Hverken/eller	385	20,4%	136	17,3%	25	28,8%	1862	26,0%
4 - Delvist enig	643	34,0%	225	28,6%	19	22,1%	2119	29,6%
5 - Helt enig	612	32,4%	344	43,8%	25	28,9%	1768	24,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Man kan slet ikke følge med i alt, hvad der sker i verden								
1 - Helt uenig	168	8,9%	80	10,2%	10	10,9%	578	8,1%
2 - Delvist uenig	262	13,9%	135	17,2%	11	12,0%	963	13,5%
3 - Hverken/eller	504	26,7%	218	27,8%	24	27,3%	2061	28,9%
4 - Delvist enig	564	29,9%	196	24,9%	20	22,3%	1987	27,8%
5 - Helt enig	388	20,5%	156	19,9%	24	27,5%	1554	21,8%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg kan ikke få nok af korte nyheder										
1 - Helt uenig	142	17,2%	124	15,3%	289	16,3%	158	16,8%	1183	16,7%
2 - Delvist uenig	110	13,3%	193	23,9%	328	18,5%	179	19,0%	1375	19,4%
3 - Hverken/eller	363	43,9%	312	38,5%	692	39,0%	347	36,8%	2734	38,6%
4 - Delvist enig	141	17,0%	135	16,6%	306	17,3%	183	19,4%	1211	17,1%
5 - Helt enig	70	8,5%	47	5,8%	158	8,9%	76	8,1%	583	8,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg kan ikke få nok af korte nyheder								
1 - Helt uenig	298	15,9%	158	20,4%	13	15,8%	1183	16,7%
2 - Delvist uenig	370	19,8%	187	24,1%	7	8,1%	1375	19,4%
3 - Hverken/eller	717	38,3%	263	34,0%	39	46,3%	2734	38,6%
4 - Delvist enig	320	17,1%	115	14,8%	11	13,6%	1211	17,1%
5 - Helt enig	167	8,9%	52	6,7%	14	16,1%	583	8,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg vil gerne betale for godt nyhedsstof på internettet										
1 - Helt uenig	403	48,5%	334	41,2%	807	45,9%	404	43,3%	2906	41,4%
2 - Delvist uenig	136	16,3%	178	22,0%	283	16,1%	166	17,8%	1282	18,3%
3 - Hverken/eller	205	24,6%	203	25,1%	461	26,2%	239	25,6%	1795	25,6%
4 - Delvist enig	53	6,4%	74	9,2%	156	8,8%	97	10,4%	740	10,5%
5 - Helt enig	35	4,2%	20	2,5%	54	3,0%	27	2,9%	297	4,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Nyheder i aviser og på TV er mere troværdige end på internettet										
1 - Helt uenig	113	14,0%	101	12,7%	213	12,5%	124	13,8%	871	12,8%
2 - Delvist uenig	91	11,2%	137	17,2%	192	11,3%	115	12,7%	867	12,7%
3 - Hverken/eller	372	45,9%	335	42,1%	790	46,3%	423	47,0%	3028	44,3%
4 - Delvist enig	148	18,2%	163	20,4%	337	19,8%	154	17,1%	1352	19,8%
5 - Helt enig	87	10,8%	60	7,6%	175	10,2%	85	9,4%	711	10,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg vil gerne betale for godt nyhedsstof på internettet								
1 - Helt uenig	691	37,7%	221	28,9%	45	53,6%	2906	41,4%
2 - Delvist uenig	359	19,5%	151	19,8%	9	11,0%	1282	18,3%
3 - Hverken/eller	455	24,8%	216	28,2%	16	18,4%	1795	25,6%
4 - Delvist enig	230	12,5%	124	16,2%	6	7,6%	740	10,5%
5 - Helt enig	100	5,4%	54	7,0%	8	9,3%	297	4,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Nyheder i aviser og på TV er mere troværdige end på internettet								
1 - Helt uenig	220	12,3%	92	12,4%	8	9,6%	871	12,8%
2 - Delvist uenig	222	12,4%	100	13,5%	10	12,6%	867	12,7%
3 - Hverken/eller	754	42,2%	312	41,8%	42	51,1%	3028	44,3%
4 - Delvist enig	377	21,1%	160	21,4%	13	16,0%	1352	19,8%
5 - Helt enig	215	12,0%	81	10,9%	9	10,8%	711	10,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg føler mig velorienteret ved løbende at høre nyheder i radioen										
1 - Helt uenig	136	16,4%	102	12,9%	170	9,6%	88	9,4%	767	10,9%
2 - Delvist uenig	89	10,8%	124	15,7%	171	9,6%	100	10,7%	789	11,2%
3 - Hverken/eller	283	34,3%	294	37,2%	510	28,7%	280	29,9%	2119	30,1%
4 - Delvist enig	184	22,2%	184	23,2%	566	31,9%	304	32,5%	2133	30,2%
5 - Helt enig	135	16,3%	88	11,1%	358	20,2%	164	17,5%	1243	17,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg føler mig velorienteret ved løbende at høre nyheder i radioen								
1 - Helt uenig	164	8,8%	94	12,2%	13	15,3%	767	10,9%
2 - Delvist uenig	203	10,9%	92	12,0%	9	10,5%	789	11,2%
3 - Hverken/eller	502	26,9%	225	29,3%	25	28,9%	2119	30,1%
4 - Delvist enig	629	33,7%	242	31,5%	25	29,3%	2133	30,2%
5 - Helt enig	370	19,8%	115	15,0%	14	15,9%	1243	17,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Korte nyhedsopdateringer på internettet/mobilen er rigeligt for mig										
1 - Helt uenig	150	18,2%	112	13,8%	368	21,1%	189	20,4%	1556	22,2%
2 - Delvist uenig	108	13,1%	141	17,5%	318	18,2%	176	19,0%	1270	18,1%
3 - Hverken/eller	295	35,8%	263	32,5%	540	30,9%	269	29,0%	2111	30,1%
4 - Delvist enig	161	19,5%	208	25,7%	342	19,6%	182	19,6%	1361	19,4%
5 - Helt enig	110	13,4%	86	10,6%	178	10,2%	112	12,1%	705	10,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg foretrækker at bruge en søgemaskine til at finde mere baggrundsstof om nyheder										
1 - Helt uenig	145	17,6%	64	8,1%	260	14,9%	124	13,2%	916	13,1%
2 - Delvist uenig	89	10,8%	114	14,4%	236	13,5%	122	13,0%	934	13,3%
3 - Hverken/eller	315	38,3%	298	37,5%	663	38,0%	339	36,2%	2520	36,0%
4 - Delvist enig	173	21,1%	223	28,1%	382	21,9%	237	25,3%	1747	24,9%
5 - Helt enig	101	12,2%	95	12,0%	204	11,7%	114	12,2%	892	12,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Korte nyhedsopdateringer på internettet/mobilen er rigeligt for mig								
1 - Helt uenig	493	26,7%	229	30,0%	15	18,6%	1556	22,2%
2 - Delvist uenig	349	18,9%	167	21,9%	10	12,4%	1270	18,1%
3 - Hverken/eller	508	27,5%	206	27,0%	29	35,9%	2111	30,1%
4 - Delvist enig	338	18,3%	115	15,1%	15	18,5%	1361	19,4%
5 - Helt enig	162	8,7%	46	6,1%	12	14,6%	705	10,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg foretrækker at bruge en søgemaskine til at finde mere baggrundsstof om nyheder								
1 - Helt uenig	240	13,0%	70	9,0%	14	17,0%	916	13,1%
2 - Delvist uenig	249	13,4%	113	14,6%	11	12,9%	934	13,3%
3 - Hverken/eller	611	33,0%	269	34,7%	25	30,2%	2520	36,0%
4 - Delvist enig	502	27,1%	212	27,3%	18	21,0%	1747	24,9%
5 - Helt enig	250	13,5%	112	14,4%	16	18,9%	892	12,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg foretrækker at gå i dybden med udvalgte nyhedsemner med særlig interesse for mig										
1 - Helt uenig	102	12,3%	67	8,1%	160	9,0%	79	8,4%	571	8,0%
2 - Delvist uenig	105	12,6%	98	12,0%	193	10,9%	101	10,7%	730	10,2%
3 - Hverken/eller	280	33,7%	288	35,1%	614	34,5%	307	32,5%	2203	30,9%
4 - Delvist enig	211	25,4%	238	29,0%	489	27,5%	290	30,7%	2213	31,0%
5 - Helt enig	133	16,0%	130	15,8%	323	18,2%	167	17,7%	1417	19,9%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg foretrækker at gå i dybden med udvalgte nyhedsemner med særlig interesse for mig								
1 - Helt uenig	114	6,0%	37	4,7%	11	13,2%	571	8,0%
2 - Delvist uenig	160	8,5%	65	8,2%	9	10,1%	730	10,2%
3 - Hverken/eller	504	26,7%	186	23,7%	24	28,2%	2203	30,9%
4 - Delvist enig	668	35,4%	298	37,9%	18	21,6%	2213	31,0%
5 - Helt enig	443	23,4%	200	25,4%	23	26,9%	1417	19,9%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Det er vigtigt for mig at være bredt orienteret om nyheder og samfundsaktuelt stof										
1 - Helt uenig	73	8,7%	61	7,4%	97	5,4%	47	5,0%	393	5,5%
2 - Delvist uenig	79	9,4%	83	10,2%	146	8,1%	79	8,2%	527	7,3%
3 - Hverken/eller	292	35,1%	260	31,8%	520	29,0%	256	26,8%	1827	25,5%
4 - Delvist enig	220	26,4%	246	30,1%	524	29,2%	275	28,7%	2090	29,1%
5 - Helt enig	170	20,4%	167	20,4%	507	28,3%	300	31,3%	2334	32,5%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg opsøger ikke aktivt nyhedsstof i min hverdag										
1 - Helt uenig	139	16,5%	148	18,2%	404	22,7%	242	25,4%	1878	26,3%
2 - Delvist uenig	167	19,8%	207	25,5%	428	24,0%	230	24,2%	1701	23,8%
3 - Hverken/eller	296	35,1%	253	31,2%	510	28,6%	229	24,1%	1857	26,0%
4 - Delvist enig	125	14,8%	139	17,1%	245	13,8%	153	16,1%	1022	14,3%
5 - Helt enig	117	13,9%	65	8,1%	194	10,9%	97	10,2%	696	9,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Det er vigtigt for mig at være bredt orienteret om nyheder og samfundsaktuelt stof								
1 - Helt uenig	78	4,1%	30	3,9%	7	7,9%	393	5,5%
2 - Delvist uenig	105	5,6%	27	3,4%	8	9,6%	527	7,3%
3 - Hverken/eller	335	17,6%	143	18,2%	20	23,2%	1827	25,5%
4 - Delvist enig	576	30,4%	227	28,9%	22	25,3%	2090	29,1%
5 - Helt enig	803	42,3%	357	45,6%	29	34,0%	2334	32,5%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg opsøger ikke aktivt nyhedsstof i min hverdag								
1 - Helt uenig	644	34,1%	280	35,5%	21	25,1%	1878	26,3%
2 - Delvist uenig	448	23,7%	201	25,5%	19	22,4%	1701	23,8%
3 - Hverken/eller	389	20,5%	156	19,8%	24	28,5%	1857	26,0%
4 - Delvist enig	254	13,4%	97	12,3%	9	11,2%	1022	14,3%
5 - Helt enig	157	8,3%	54	6,9%	11	12,8%	696	9,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
At se nyheder på TV er mest af alt tidsfordriv										
1 - Helt uenig	173	20,5%	132	16,4%	489	27,3%	282	29,9%	1860	26,1%
2 - Delvist uenig	194	23,1%	221	27,5%	461	25,7%	237	25,2%	1858	26,1%
3 - Hverken/eller	290	34,4%	276	34,2%	539	30,1%	244	25,9%	1988	27,9%
4 - Delvist enig	111	13,1%	132	16,3%	212	11,8%	123	13,0%	984	13,8%
5 - Helt enig	74	8,8%	45	5,6%	91	5,1%	57	6,0%	432	6,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
At se nyheder på TV er mest af alt tidsfordriv								
1 - Helt uenig	569	30,3%	189	24,3%	26	30,7%	1860	26,1%
2 - Delvist uenig	491	26,2%	237	30,4%	16	19,1%	1858	26,1%
3 - Hverken/eller	429	22,9%	186	23,9%	24	28,6%	1988	27,9%
4 - Delvist enig	279	14,9%	116	15,0%	11	13,3%	984	13,8%
5 - Helt enig	107	5,7%	51	6,5%	7	8,3%	432	6,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Det er vigtigt at få nyheder for at kunne følge med i samfundsdebatten										
1 - Helt uenig	74	8,9%	40	4,9%	76	4,3%	39	4,1%	322	4,5%
2 - Delvist uenig	44	5,3%	72	8,8%	133	7,4%	53	5,5%	417	5,8%
3 - Hverken/eller	258	30,9%	203	24,8%	449	25,1%	217	22,7%	1583	22,1%
4 - Delvist enig	212	25,4%	261	32,0%	508	28,4%	289	30,3%	2070	28,9%
5 - Helt enig	246	29,5%	240	29,4%	623	34,8%	357	37,4%	2767	38,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Det er vigtigt at få nyheder for at kunne følge med i samfundsdebatten								
1 - Helt uenig	60	3,2%	27	3,5%	5	5,6%	322	4,5%
2 - Delvist uenig	71	3,8%	36	4,6%	8	9,3%	417	5,8%
3 - Hverken/eller	304	16,1%	136	17,3%	16	18,5%	1583	22,1%
4 - Delvist enig	575	30,4%	197	25,2%	27	30,7%	2070	28,9%
5 - Helt enig	881	46,6%	388	49,5%	32	35,9%	2767	38,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg føler mig velorienteret ved at få daglige nyhedsmails/opdateringer på internettet										
1 - Helt uenig	126	16,4%	234	14,4%	167	13,1%	120	11,8%	960	13,8%
2 - Delvist uenig	85	11,1%	230	14,1%	154	12,1%	151	14,8%	956	13,7%
3 - Hverken/eller	259	33,7%	544	33,5%	454	35,7%	333	32,7%	2363	33,9%
4 - Delvist enig	209	27,1%	389	23,9%	340	26,7%	262	25,7%	1747	25,0%
5 - Helt enig	90	11,7%	229	14,1%	157	12,3%	153	15,0%	949	13,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. danske politiske forhold										
1 - Helt uenig	74	9,5%	109	6,5%	72	5,5%	47	4,6%	456	6,4%
2 - Delvist uenig	78	10,0%	141	8,4%	101	7,8%	80	7,7%	611	8,5%
3 - Hverken/eller	210	26,8%	370	22,0%	312	24,0%	226	21,8%	1712	23,9%
4 - Delvist enig	225	28,8%	534	31,7%	370	28,4%	314	30,4%	2110	29,5%
5 - Helt enig	194	24,8%	530	31,4%	448	34,3%	367	35,5%	2269	31,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg føler mig velorienteret ved at få daglige nyhedsmails/opdateringer på internettet								
1 - Helt uenig	69	11,2%	40	10,1%	203	16,0%	960	13,8%
2 - Delvist uenig	94	15,2%	71	18,0%	171	13,4%	956	13,7%
3 - Hverken/eller	188	30,5%	108	27,3%	476	37,4%	2363	33,9%
4 - Delvist enig	184	29,9%	104	26,3%	258	20,3%	1747	25,0%
5 - Helt enig	82	13,2%	73	18,4%	165	13,0%	949	13,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. danske politiske forhold								
1 - Helt uenig	25	3,9%	13	3,2%	115	8,8%	456	6,4%
2 - Delvist uenig	49	7,8%	43	10,6%	118	9,0%	611	8,5%
3 - Hverken/eller	135	21,2%	93	23,0%	366	27,8%	1712	23,9%
4 - Delvist enig	199	31,3%	99	24,5%	368	28,0%	2110	29,5%
5 - Helt enig	228	35,8%	156	38,7%	346	26,4%	2269	31,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg vil nødtigt undvære den daglige avis										
1 - Helt uenig	291	37,7%	519	31,1%	339	26,2%	276	26,8%	2052	28,9%
2 - Delvist uenig	122	15,8%	232	13,9%	196	15,2%	146	14,2%	1047	14,8%
3 - Hverken/eller	184	23,9%	348	20,8%	304	23,5%	237	23,0%	1653	23,3%
4 - Delvist enig	69	9,0%	196	11,8%	164	12,7%	138	13,4%	845	11,9%
5 - Helt enig	106	13,7%	373	22,4%	290	22,4%	232	22,6%	1493	21,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg vil nødtigt undvære den daglige avis								
1 - Helt uenig	141	22,5%	73	18,4%	413	31,6%	2052	28,9%
2 - Delvist uenig	102	16,3%	74	18,6%	175	13,4%	1047	14,8%
3 - Hverken/eller	148	23,7%	86	21,7%	345	26,5%	1653	23,3%
4 - Delvist enig	97	15,6%	67	16,8%	114	8,7%	845	11,9%
5 - Helt enig	137	21,9%	97	24,4%	258	19,7%	1493	21,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker i min kommune										
1 - Helt uenig	60	7,6%	82	4,8%	42	3,2%	38	3,7%	344	4,8%
2 - Delvist uenig	96	12,1%	118	7,0%	66	5,0%	68	6,5%	569	7,9%
3 - Hverken/eller	223	28,1%	361	21,4%	342	26,0%	201	19,3%	1708	23,7%
4 - Delvist enig	246	31,1%	557	32,9%	460	35,0%	396	38,0%	2451	34,0%
5 - Helt enig	166	21,0%	574	33,9%	405	30,8%	338	32,4%	2144	29,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg kan ikke undvære de daglige nyheder på en eller flere TV-kanaler										
1 - Helt uenig	172	22,0%	219	12,9%	154	11,7%	108	10,4%	945	13,2%
2 - Delvist uenig	125	15,9%	195	11,5%	136	10,4%	125	12,0%	890	12,4%
3 - Hverken/eller	183	23,4%	379	22,4%	335	25,6%	234	22,5%	1705	23,8%
4 - Delvist enig	124	15,8%	363	21,5%	331	25,2%	281	27,0%	1668	23,2%
5 - Helt enig	180	22,9%	534	31,6%	356	27,1%	292	28,1%	1968	27,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker i min kommune								
1 - Helt uenig	18	2,8%	17	4,2%	87	6,5%	344	4,8%
2 - Delvist uenig	40	6,3%	67	16,5%	115	8,6%	569	7,9%
3 - Hverken/eller	136	21,4%	96	23,7%	349	26,0%	1708	23,7%
4 - Delvist enig	232	36,6%	139	34,3%	422	31,5%	2451	34,0%
5 - Helt enig	209	32,9%	86	21,3%	367	27,4%	2144	29,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg kan ikke undvære de daglige nyheder på en eller flere TV-kanaler								
1 - Helt uenig	58	9,3%	34	8,5%	200	15,1%	945	13,2%
2 - Delvist uenig	67	10,6%	71	17,9%	171	12,9%	890	12,4%
3 - Hverken/eller	140	22,2%	81	20,3%	352	26,7%	1705	23,8%
4 - Delvist enig	184	29,3%	105	26,5%	279	21,1%	1668	23,2%
5 - Helt enig	180	28,7%	106	26,7%	320	24,2%	1968	27,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg bruger mindst 1 time på en hverdag til at læse om baggrunden for nyhederne										
1 - Helt uenig	233	29,9%	427	25,6%	289	22,2%	224	21,7%	1745	24,5%
2 - Delvist uenig	168	21,5%	337	20,2%	264	20,3%	221	21,4%	1486	20,9%
3 - Hverken/eller	213	27,4%	410	24,5%	347	26,7%	268	26,0%	1843	25,9%
4 - Delvist enig	100	12,8%	301	18,0%	252	19,4%	216	20,9%	1288	18,1%
5 - Helt enig	65	8,3%	195	11,7%	147	11,3%	103	10,0%	763	10,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg bruger mindst 1 time på en hverdag til at læse om baggrunden for nyhederne								
1 - Helt uenig	120	18,9%	53	13,2%	399	30,4%	1745	24,5%
2 - Delvist uenig	139	22,0%	110	27,4%	248	18,9%	1486	20,9%
3 - Hverken/eller	164	26,0%	99	24,8%	342	26,1%	1843	25,9%
4 - Delvist enig	137	21,7%	89	22,4%	192	14,6%	1288	18,1%
5 - Helt enig	72	11,4%	49	12,2%	132	10,1%	763	10,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. større politiske begivenheder i udlandet										
1 - Helt uenig	103	13,2%	142	8,4%	96	7,4%	60	5,8%	599	8,4%
2 - Delvist uenig	91	11,6%	183	10,9%	142	10,9%	102	9,9%	803	11,2%
3 - Hverken/eller	215	27,5%	452	26,9%	340	26,0%	259	25,1%	1862	26,0%
4 - Delvist enig	209	26,8%	490	29,2%	400	30,6%	329	31,9%	2119	29,6%
5 - Helt enig	163	20,8%	413	24,6%	327	25,1%	282	27,3%	1768	24,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Man kan slet ikke følge med i alt, hvad der sker i verden										
1 - Helt uenig	63	8,1%	136	8,1%	95	7,3%	80	7,8%	578	8,1%
2 - Delvist uenig	85	10,9%	195	11,6%	181	13,9%	171	16,6%	963	13,5%
3 - Hverken/eller	219	28,1%	450	26,8%	388	29,7%	287	27,8%	2061	28,9%
4 - Delvist enig	220	28,3%	501	29,8%	349	26,7%	298	29,0%	1987	27,8%
5 - Helt enig	192	24,7%	399	23,7%	292	22,4%	193	18,7%	1554	21,8%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. større politiske begivenheder i udlandet								
1 - Helt uenig	30	4,8%	15	3,8%	152	11,5%	599	8,4%
2 - Delvist uenig	63	10,0%	54	13,5%	167	12,7%	803	11,2%
3 - Hverken/eller	145	23,1%	83	20,6%	368	27,9%	1862	26,0%
4 - Delvist enig	224	35,6%	120	29,9%	346	26,2%	2119	29,6%
5 - Helt enig	167	26,5%	130	32,3%	286	21,7%	1768	24,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Man kan slet ikke følge med i alt, hvad der sker i verden								
1 - Helt uenig	53	8,4%	32	7,9%	118	9,0%	578	8,1%
2 - Delvist uenig	106	16,9%	77	19,1%	147	11,2%	963	13,5%
3 - Hverken/eller	163	25,9%	126	31,1%	428	32,6%	2061	28,9%
4 - Delvist enig	182	29,0%	101	24,9%	335	25,5%	1987	27,8%
5 - Helt enig	125	19,9%	69	17,0%	283	21,6%	1554	21,8%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg kan ikke få nok af korte nyheder										
1 - Helt uenig	141	18,2%	290	17,5%	189	14,5%	156	15,2%	1183	16,7%
2 - Delvist uenig	163	21,0%	305	18,4%	254	19,4%	205	20,0%	1375	19,4%
3 - Hverken/eller	278	35,9%	614	37,1%	552	42,3%	390	38,0%	2734	38,6%
4 - Delvist enig	121	15,6%	295	17,8%	218	16,7%	195	19,1%	1211	17,1%
5 - Helt enig	73	9,3%	153	9,2%	94	7,2%	79	7,7%	583	8,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg kan ikke få nok af korte nyheder								
1 - Helt uenig	87	14,0%	63	15,6%	257	19,8%	1183	16,7%
2 - Delvist uenig	133	21,3%	89	22,2%	226	17,4%	1375	19,4%
3 - Hverken/eller	226	36,3%	132	32,8%	541	41,7%	2734	38,6%
4 - Delvist enig	124	19,9%	82	20,5%	176	13,6%	1211	17,1%
5 - Helt enig	53	8,6%	36	8,9%	96	7,4%	583	8,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg vil gerne betale for godt nyhedsstof på internettet										
1 - Helt uenig	364	47,6%	779	47,4%	497	39,1%	352	34,3%	2906	41,4%
2 - Delvist uenig	140	18,3%	283	17,2%	224	17,7%	211	20,5%	1282	18,3%
3 - Hverken/eller	167	21,8%	391	23,8%	365	28,7%	279	27,1%	1795	25,6%
4 - Delvist enig	69	9,0%	145	8,8%	141	11,1%	131	12,7%	740	10,5%
5 - Helt enig	25	3,2%	47	2,9%	45	3,5%	55	5,3%	297	4,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Nyheder i aviser og på TV er mere troværdige end på internettet										
1 - Helt uenig	120	15,9%	201	12,7%	162	12,9%	129	12,9%	871	12,8%
2 - Delvist uenig	98	13,0%	193	12,1%	159	12,7%	122	12,2%	867	12,7%
3 - Hverken/eller	316	41,8%	704	44,3%	589	46,9%	414	41,4%	3028	44,3%
4 - Delvist enig	156	20,6%	315	19,8%	225	17,9%	227	22,7%	1352	19,8%
5 - Helt enig	65	8,6%	176	11,1%	121	9,6%	108	10,8%	711	10,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg vil gerne betale for godt nyhedsstof på internettet								
1 - Helt uenig	200	31,9%	97	24,3%	617	48,0%	2906	41,4%
2 - Delvist uenig	123	19,6%	98	24,6%	203	15,8%	1282	18,3%
3 - Hverken/eller	152	24,3%	97	24,3%	345	26,8%	1795	25,6%
4 - Delvist enig	110	17,5%	70	17,7%	74	5,8%	740	10,5%
5 - Helt enig	42	6,8%	36	9,1%	47	3,7%	297	4,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Nyheder i aviser og på TV er mere troværdige end på internettet								
1 - Helt uenig	48	7,7%	41	10,5%	170	13,9%	871	12,8%
2 - Delvist uenig	81	13,1%	76	19,6%	138	11,3%	867	12,7%
3 - Hverken/eller	247	40,1%	148	38,0%	611	49,9%	3028	44,3%
4 - Delvist enig	146	23,6%	85	21,8%	199	16,2%	1352	19,8%
5 - Helt enig	96	15,5%	39	10,1%	106	8,7%	711	10,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg føler mig velorienteret ved løbende at høre nyheder i radioen										
1 - Helt uenig	141	18,7%	196	11,8%	124	9,6%	73	7,1%	767	10,9%
2 - Delvist uenig	85	11,3%	186	11,2%	136	10,5%	109	10,6%	789	11,2%
3 - Hverken/eller	236	31,3%	464	28,1%	412	31,9%	303	29,5%	2119	30,1%
4 - Delvist enig	189	25,0%	515	31,2%	409	31,6%	331	32,1%	2133	30,2%
5 - Helt enig	104	13,8%	292	17,7%	212	16,4%	214	20,8%	1243	17,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg føler mig velorienteret ved løbende at høre nyheder i radioen								
1 - Helt uenig	35	5,6%	32	7,9%	167	12,9%	767	10,9%
2 - Delvist uenig	63	10,1%	50	12,5%	159	12,3%	789	11,2%
3 - Hverken/eller	162	25,9%	123	30,9%	418	32,2%	2119	30,1%
4 - Delvist enig	234	37,3%	115	28,8%	341	26,3%	2133	30,2%
5 - Helt enig	132	21,1%	79	19,8%	210	16,2%	1243	17,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Korte nyhedsopdateringer på internettet/mobilen er rigeligt for mig										
1 - Helt uenig	148	19,1%	397	24,4%	278	21,9%	223	21,7%	1556	22,2%
2 - Delvist uenig	112	14,4%	292	17,9%	243	19,2%	191	18,6%	1270	18,1%
3 - Hverken/eller	251	32,5%	450	27,6%	393	31,0%	316	30,7%	2111	30,1%
4 - Delvist enig	170	22,0%	306	18,8%	251	19,8%	206	20,0%	1361	19,4%
5 - Helt enig	92	11,9%	184	11,3%	103	8,1%	92	9,0%	705	10,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg foretrækker at bruge en søgemaskine til at finde mere baggrundsstof om nyheder										
1 - Helt uenig	103	13,3%	248	15,1%	164	12,8%	105	10,4%	916	13,1%
2 - Delvist uenig	103	13,3%	238	14,5%	149	11,6%	145	14,3%	934	13,3%
3 - Hverken/eller	268	34,7%	565	34,3%	500	39,0%	337	33,3%	2520	36,0%
4 - Delvist enig	185	23,9%	403	24,5%	305	23,8%	286	28,3%	1747	24,9%
5 - Helt enig	114	14,8%	191	11,6%	163	12,7%	138	13,6%	892	12,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Korte nyhedsopdateringer på internettet/mobilen er rigeligt for mig								
1 - Helt uenig	148	23,6%	79	19,8%	283	22,1%	1556	22,2%
2 - Delvist uenig	127	20,4%	97	24,4%	207	16,2%	1270	18,1%
3 - Hverken/eller	173	27,6%	111	27,8%	417	32,6%	2111	30,1%
4 - Delvist enig	125	19,9%	74	18,6%	229	17,9%	1361	19,4%
5 - Helt enig	53	8,5%	38	9,4%	143	11,2%	705	10,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg foretrækker at bruge en søgemaskine til at finde mere baggrundsstof om nyheder								
1 - Helt uenig	60	9,5%	39	9,8%	198	15,5%	916	13,1%
2 - Delvist uenig	89	14,2%	73	18,6%	137	10,7%	934	13,3%
3 - Hverken/eller	225	35,7%	132	33,2%	495	38,8%	2520	36,0%
4 - Delvist enig	181	28,8%	89	22,5%	298	23,3%	1747	24,9%
5 - Helt enig	74	11,8%	63	15,9%	149	11,7%	892	12,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Jeg foretrækker at gå i dybden med udvalgte nyhedsemner med særlig interesse for mig										
1 - Helt uenig	70	8,9%	121	7,3%	96	7,4%	79	7,7%	571	8,0%
2 - Delvist uenig	97	12,3%	151	9,1%	141	10,8%	109	10,6%	730	10,2%
3 - Hverken/eller	237	30,2%	528	31,8%	404	30,9%	287	27,8%	2203	30,9%
4 - Delvist enig	235	29,8%	533	32,1%	384	29,4%	356	34,4%	2213	31,0%
5 - Helt enig	148	18,8%	330	19,8%	281	21,5%	201	19,5%	1417	19,9%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Jeg foretrækker at gå i dybden med udvalgte nyhedsemner med særlig interesse for mig								
1 - Helt uenig	34	5,4%	19	4,7%	151	11,5%	571	8,0%
2 - Delvist uenig	66	10,4%	45	11,2%	121	9,2%	730	10,2%
3 - Hverken/eller	180	28,5%	110	27,3%	457	34,8%	2203	30,9%
4 - Delvist enig	220	34,9%	133	32,9%	353	26,9%	2213	31,0%
5 - Helt enig	131	20,7%	96	23,8%	231	17,6%	1417	19,9%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Det er vigtigt for mig at være bredt orienteret om nyheder og samfundsaktuelt stof										
1 - Helt uenig	59	7,5%	101	6,0%	54	4,1%	37	3,6%	393	5,5%
2 - Delvist uenig	74	9,5%	114	6,8%	86	6,6%	73	7,0%	527	7,3%
3 - Hverken/eller	219	27,9%	403	23,9%	350	26,7%	229	22,1%	1827	25,5%
4 - Delvist enig	225	28,6%	504	29,8%	375	28,6%	311	29,9%	2090	29,1%
5 - Helt enig	207	26,4%	567	33,6%	445	33,9%	387	37,3%	2334	32,5%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg opsøger ikke aktivt nyhedsstof i min hverdag										
1 - Helt uenig	172	22,0%	413	24,6%	334	25,6%	322	31,2%	1878	26,3%
2 - Delvist uenig	178	22,7%	397	23,6%	308	23,6%	260	25,1%	1701	23,8%
3 - Hverken/eller	210	26,8%	426	25,4%	378	29,0%	237	22,9%	1857	26,0%
4 - Delvist enig	129	16,5%	248	14,8%	182	14,0%	137	13,3%	1022	14,3%
5 - Helt enig	94	12,0%	196	11,6%	104	7,9%	78	7,5%	696	9,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Det er vigtigt for mig at være bredt orienteret om nyheder og samfundsaktuelt stof								
1 - Helt uenig	25	3,9%	9	2,3%	107	8,1%	393	5,5%
2 - Delvist uenig	30	4,7%	40	9,9%	109	8,3%	527	7,3%
3 - Hverken/eller	141	22,4%	95	23,8%	389	29,5%	1827	25,5%
4 - Delvist enig	208	33,0%	100	25,0%	368	27,9%	2090	29,1%
5 - Helt enig	227	35,9%	156	39,0%	344	26,1%	2334	32,5%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg opsøger ikke aktivt nyhedsstof i min hverdag								
1 - Helt uenig	178	28,2%	135	33,3%	324	24,7%	1878	26,3%
2 - Delvist uenig	157	24,7%	111	27,3%	291	22,2%	1701	23,8%
3 - Hverken/eller	142	22,3%	77	19,0%	387	29,5%	1857	26,0%
4 - Delvist enig	98	15,5%	46	11,4%	181	13,8%	1022	14,3%
5 - Helt enig	59	9,3%	37	9,0%	129	9,9%	696	9,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
At se nyheder på TV er mest af alt tidsfordriv										
1 - Helt uenig	166	21,5%	466	27,9%	342	26,3%	276	26,8%	1860	26,1%
2 - Delvist uenig	174	22,5%	444	26,6%	344	26,4%	292	28,4%	1858	26,1%
3 - Hverken/eller	245	31,6%	460	27,6%	377	29,0%	257	25,0%	1988	27,9%
4 - Delvist enig	112	14,5%	215	12,9%	177	13,6%	143	13,9%	984	13,8%
5 - Helt enig	77	10,0%	83	5,0%	62	4,7%	61	6,0%	432	6,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
At se nyheder på TV er mest af alt tidsfordriv								
1 - Helt uenig	155	24,5%	85	21,1%	369	28,2%	1860	26,1%
2 - Delvist uenig	170	26,9%	120	29,8%	313	23,9%	1858	26,1%
3 - Hverken/eller	154	24,4%	109	26,9%	386	29,4%	1988	27,9%
4 - Delvist enig	116	18,3%	61	15,0%	160	12,2%	984	13,8%
5 - Helt enig	38	6,0%	29	7,2%	82	6,3%	432	6,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?										
Det er vigtigt at få nyheder for at kunne følge med i samfundsdebatten										
1 - Helt uenig	54	6,9%	77	4,5%	42	3,2%	33	3,2%	322	4,5%
2 - Delvist uenig	48	6,1%	84	5,0%	65	5,0%	61	5,9%	417	5,8%
3 - Hverken/eller	195	24,9%	337	20,0%	315	24,0%	205	19,8%	1583	22,1%
4 - Delvist enig	252	32,1%	484	28,7%	366	27,9%	295	28,5%	2070	28,9%
5 - Helt enig	236	30,0%	702	41,7%	522	39,8%	442	42,7%	2767	38,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?								
Det er vigtigt at få nyheder for at kunne følge med i samfundsdebatten								
1 - Helt uenig	21	3,3%	8	2,0%	87	6,7%	322	4,5%
2 - Delvist uenig	40	6,3%	39	9,7%	80	6,1%	417	5,8%
3 - Hverken/eller	116	18,4%	81	20,1%	333	25,4%	1583	22,1%
4 - Delvist enig	199	31,4%	114	28,4%	360	27,5%	2070	28,9%
5 - Helt enig	256	40,5%	160	39,7%	450	34,3%	2767	38,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	De Overfladiske		De velinformede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?														
Jeg føler mig velorienteret ved at få daglige nyhedsmails/opdateringer på internettet														
1 - Helt uenig	192	16,0%	178	11,4%	266	18,6%	263	49,7%	2	0,3%	58	3,8%	960	13,8%
2 - Delvist uenig	206	17,1%	163	10,4%	266	18,6%	145	27,4%	12	1,7%	164	10,6%	956	13,7%
3 - Hverken/eller	434	36,1%	397	25,5%	436	30,5%	84	15,9%	89	12,6%	923	59,8%	2363	33,9%
4 - Delvist enig	281	23,4%	533	34,2%	287	20,1%	26	5,0%	290	40,9%	329	21,3%	1747	25,0%
5 - Helt enig	89	7,4%	288	18,5%	176	12,3%	11	2,1%	315	44,5%	70	4,5%	949	13,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. danske politiske forhold														
1 - Helt uenig	83	6,7%	8	0,5%	4	0,3%	311	56,8%	2	0,3%	48	3,1%	456	6,4%
2 - Delvist uenig	234	18,6%	20	1,3%	10	0,7%	156	28,6%	12	1,6%	179	11,5%	611	8,5%
3 - Hverken/eller	472	37,7%	124	7,7%	44	3,0%	66	12,2%	76	10,7%	928	59,6%	1712	23,9%
4 - Delvist enig	407	32,5%	693	43,1%	383	25,9%	13	2,3%	260	36,5%	354	22,8%	2110	29,5%
5 - Helt enig	56	4,5%	763	47,4%	1039	70,2%	1	0,1%	363	50,9%	48	3,1%	2269	31,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	De Overfladiske		De velinformedede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg vil nødtigt undvære den daglige avis														
1 - Helt uenig	779	62,2%	824	52,5%	3	0,2%	380	68,8%	14	2,0%	51	3,3%	2052	28,9%
2 - Delvist uenig	296	23,6%	403	25,7%	17	1,1%	118	21,2%	36	5,1%	179	11,5%	1047	14,8%
3 - Hverken/eller	134	10,7%	301	19,2%	181	12,4%	34	6,2%	121	17,3%	882	56,8%	1653	23,3%
4 - Delvist enig	27	2,2%	39	2,5%	291	19,9%	11	2,0%	206	29,2%	272	17,5%	845	11,9%
5 - Helt enig	16	1,3%	3	0,2%	969	66,3%	10	1,8%	327	46,4%	168	10,9%	1493	21,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker i min kommune														
1 - Helt uenig	64	5,1%	16	1,0%	4	0,3%	226	41,1%	2	0,2%	32	2,0%	344	4,8%
2 - Delvist uenig	162	12,8%	64	4,0%	18	1,2%	168	30,5%	7	1,0%	149	9,5%	569	7,9%
3 - Hverken/eller	397	31,2%	242	15,0%	90	6,1%	110	20,0%	51	7,1%	818	52,0%	1708	23,7%
4 - Delvist enig	515	40,5%	724	44,8%	482	32,5%	31	5,6%	254	35,0%	446	28,4%	2451	34,0%
5 - Helt enig	132	10,4%	569	35,2%	887	59,9%	16	2,8%	413	56,8%	127	8,1%	2144	29,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg kan ikke undvære de daglige nyheder på en eller flere TV-kanaler														
1 - Helt uenig	369	29,4%	115	7,2%	49	3,3%	334	60,3%	12	1,6%	65	4,1%	945	13,2%
2 - Delvist uenig	329	26,1%	167	10,4%	52	3,5%	134	24,1%	18	2,4%	191	12,2%	890	12,4%
3 - Hverken/eller	311	24,7%	269	16,8%	137	9,2%	53	9,5%	61	8,5%	875	55,8%	1705	23,8%
4 - Delvist enig	173	13,8%	471	29,4%	412	27,9%	16	2,9%	279	39,0%	317	20,3%	1668	23,2%
5 - Helt enig	76	6,0%	580	36,2%	829	56,0%	17	3,1%	347	48,4%	120	7,6%	1968	27,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg bruger mindst 1 time på en hverdag til at læse om baggrunden for nyhederne														
1 - Helt uenig	826	65,3%	332	20,9%	74	5,1%	402	72,5%	10	1,4%	100	6,4%	1745	24,5%
2 - Delvist uenig	340	26,9%	511	32,2%	184	12,7%	124	22,4%	32	4,6%	295	18,9%	1486	20,9%
3 - Hverken/eller	90	7,1%	411	25,9%	306	21,1%	21	3,8%	130	18,5%	885	56,7%	1843	25,9%
4 - Delvist enig	5	0,4%	253	15,9%	513	35,3%	6	1,0%	288	40,9%	224	14,3%	1288	18,1%
5 - Helt enig	4	0,3%	82	5,1%	376	25,9%	1	0,3%	243	34,6%	56	3,6%	763	10,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	De Overfladiske		De velinformedede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Det er vigtigt for mig at følge med i, hvad der sker mht. større politiske begivenheder i udlandet														
1 - Helt uenig	187	15,0%	11	0,7%	8	0,6%	326	59,4%	3	0,4%	63	4,1%	599	8,4%
2 - Delvist uenig	337	26,9%	73	4,5%	30	2,0%	155	28,2%	21	2,9%	188	12,1%	803	11,2%
3 - Hverken/eller	416	33,3%	243	15,1%	118	8,0%	54	9,8%	84	11,7%	947	61,1%	1862	26,0%
4 - Delvist enig	281	22,5%	708	44,0%	521	35,2%	10	1,8%	309	43,2%	290	18,7%	2119	29,6%
5 - Helt enig	29	2,3%	573	35,7%	802	54,2%	4	0,8%	298	41,7%	62	4,0%	1768	24,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Man kan slet ikke følge med i alt, hvad der sker i verden														
1 - Helt uenig	34	2,7%	122	7,6%	215	14,6%	120	22,4%	20	2,8%	68	4,3%	578	8,1%
2 - Delvist uenig	93	7,4%	234	14,6%	283	19,3%	113	21,0%	41	5,7%	200	12,8%	963	13,5%
3 - Hverken/eller	227	18,1%	356	22,2%	343	23,4%	127	23,7%	129	18,1%	878	56,1%	2061	28,9%
4 - Delvist enig	442	35,2%	486	30,3%	397	27,1%	64	12,0%	290	40,7%	307	19,6%	1987	27,8%
5 - Helt enig	461	36,7%	406	25,3%	230	15,7%	112	20,9%	232	32,7%	112	7,2%	1554	21,8%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg kan ikke få nok af korte nyheder														
1 - Helt uenig	373	30,1%	187	11,8%	219	15,0%	318	58,5%	5	0,7%	81	5,2%	1183	16,7%
2 - Delvist uenig	344	27,7%	343	21,7%	290	19,9%	135	24,8%	27	3,9%	236	15,1%	1375	19,4%
3 - Hverken/eller	398	32,1%	583	36,9%	565	38,7%	73	13,4%	145	20,7%	969	62,2%	2734	38,6%
4 - Delvist enig	104	8,4%	332	21,0%	263	18,0%	10	1,9%	282	40,3%	219	14,1%	1211	17,1%
5 - Helt enig	21	1,7%	136	8,6%	123	8,4%	7	1,3%	242	34,5%	54	3,5%	583	8,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg vil gerne betale for godt nyhedsstof på internettet														
1 - Helt uenig	940	74,8%	780	49,5%	489	34,8%	408	74,5%	67	9,8%	222	14,4%	2906	41,4%
2 - Delvist uenig	232	18,5%	349	22,1%	297	21,1%	104	19,0%	56	8,2%	244	15,8%	1282	18,3%
3 - Hverken/eller	70	5,6%	293	18,6%	367	26,1%	27	4,8%	195	28,5%	842	54,4%	1795	25,6%
4 - Delvist enig	14	1,1%	120	7,6%	169	12,0%	6	1,1%	240	35,0%	191	12,3%	740	10,5%
5 - Helt enig	1	0,1%	33	2,1%	85	6,0%	4	0,6%	127	18,5%	48	3,1%	297	4,2%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Nyheder i aviser og på TV er mere troværdige end på internettet														
1 - Helt uenig	219	18,1%	266	17,5%	111	8,2%	199	37,4%	16	2,4%	60	3,9%	871	12,8%
2 - Delvist uenig	197	16,3%	234	15,4%	112	8,3%	121	22,8%	27	4,0%	175	11,4%	867	12,7%
3 - Hverken/eller	491	40,6%	627	41,3%	613	45,4%	141	26,6%	188	27,4%	967	63,1%	3028	44,3%
4 - Delvist enig	222	18,3%	278	18,3%	297	22,0%	52	9,8%	245	35,7%	257	16,7%	1352	19,8%
5 - Helt enig	79	6,6%	112	7,4%	216	16,0%	18	3,4%	211	30,6%	76	4,9%	711	10,4%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg følger mig velorienteret ved løbende at høre nyheder i radioen														
1 - Helt uenig	178	14,4%	175	11,2%	100	6,9%	221	40,9%	25	3,5%	68	4,4%	767	10,9%
2 - Delvist uenig	184	14,9%	188	12,0%	131	9,1%	131	24,2%	17	2,4%	137	8,8%	789	11,2%
3 - Hverken/eller	344	27,8%	360	22,9%	324	22,4%	108	20,0%	103	14,6%	880	56,7%	2119	30,1%
4 - Delvist enig	374	30,2%	527	33,6%	531	36,8%	57	10,6%	292	41,4%	352	22,7%	2133	30,2%
5 - Helt enig	158	12,7%	320	20,4%	359	24,8%	24	4,4%	268	38,1%	115	7,4%	1243	17,6%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Korte nyhedsopdateringer på internettet/mobilen er rigeligt for mig														
1 - Helt uenig	143	11,8%	386	24,4%	762	52,6%	167	31,8%	6	0,8%	92	6,0%	1556	22,2%
2 - Delvist uenig	133	11,0%	410	25,9%	391	27,0%	115	22,0%	49	7,1%	172	11,1%	1270	18,1%
3 - Hverken/eller	318	26,2%	436	27,6%	224	15,5%	103	19,6%	140	20,3%	889	57,6%	2111	30,1%
4 - Delvist enig	406	33,4%	260	16,4%	48	3,3%	71	13,6%	282	40,9%	294	19,1%	1361	19,4%
5 - Helt enig	214	17,6%	91	5,8%	23	1,6%	69	13,1%	212	30,8%	96	6,2%	705	10,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg foretrækker at bruge en søgemaskine til at finde mere baggrundsstof om nyheder														
1 - Helt uenig	208	17,1%	147	9,3%	247	17,2%	222	41,0%	12	1,7%	81	5,2%	916	13,1%
2 - Delvist uenig	161	13,3%	185	11,8%	241	16,8%	144	26,6%	31	4,5%	171	11,1%	934	13,3%
3 - Hverken/eller	412	33,8%	511	32,4%	489	34,0%	89	16,3%	123	17,8%	897	57,9%	2520	36,0%
4 - Delvist enig	293	24,1%	472	29,9%	333	23,2%	52	9,6%	281	40,6%	315	20,4%	1747	24,9%
5 - Helt enig	142	11,7%	262	16,6%	126	8,8%	35	6,4%	244	35,3%	84	5,4%	892	12,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	De Overfladiske		De velinformede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Jeg foretrækker at gå i dybden med udvalgte nyhedsemner med særlig interesse for mig														
1 - Helt uenig	167	13,4%	50	3,1%	35	2,4%	266	48,3%	2	0,2%	51	3,3%	571	8,0%
2 - Delvist uenig	226	18,1%	117	7,3%	59	4,1%	140	25,5%	17	2,4%	170	10,9%	730	10,2%
3 - Hverken/eller	384	30,7%	405	25,3%	297	20,3%	74	13,5%	114	16,1%	929	59,5%	2203	30,9%
4 - Delvist enig	360	28,8%	614	38,3%	578	39,5%	47	8,6%	292	41,5%	321	20,6%	2213	31,0%
5 - Helt enig	114	9,1%	416	26,0%	495	33,8%	22	4,0%	280	39,8%	90	5,8%	1417	19,9%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Det er vigtigt for mig at være bredt orienteret om nyheder og samfundsaktuelt stof														
1 - Helt uenig	69	5,4%	4	0,2%	5	0,3%	283	51,5%	0	0,0%	33	2,1%	393	5,5%
2 - Delvist uenig	213	16,8%	14	0,9%	7	0,5%	167	30,4%	5	0,7%	121	7,8%	527	7,3%
3 - Hverken/eller	579	45,8%	118	7,4%	49	3,3%	78	14,2%	62	8,7%	941	60,5%	1827	25,5%
4 - Delvist enig	356	28,2%	696	43,2%	366	24,8%	15	2,7%	264	37,1%	393	25,3%	2090	29,1%
5 - Helt enig	48	3,8%	778	48,3%	1053	71,2%	7	1,2%	381	53,5%	67	4,3%	2334	32,5%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Jeg opsøger ikke aktivt nyhedsstof i min hverdag														
1 - Helt uenig	91	7,2%	689	43,1%	820	55,8%	125	22,7%	77	10,8%	76	4,9%	1878	26,3%
2 - Delvist uenig	239	18,8%	580	36,3%	384	26,1%	111	20,1%	102	14,4%	285	18,4%	1701	23,8%
3 - Hverken/eller	387	30,5%	214	13,3%	149	10,1%	78	14,1%	131	18,6%	897	57,7%	1857	26,0%
4 - Delvist enig	330	26,0%	89	5,6%	65	4,4%	75	13,7%	232	32,8%	231	14,8%	1022	14,3%
5 - Helt enig	222	17,5%	29	1,8%	53	3,6%	163	29,5%	165	23,4%	65	4,2%	696	9,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
At se nyheder på TV er mest af alt tidsfordriv														
1 - Helt uenig	211	16,9%	609	38,0%	735	50,0%	145	26,9%	76	10,8%	84	5,4%	1860	26,1%
2 - Delvist uenig	359	28,8%	530	33,1%	436	29,7%	120	22,2%	125	17,8%	288	18,5%	1858	26,1%
3 - Hverken/eller	375	30,1%	298	18,6%	180	12,2%	129	24,0%	149	21,1%	857	54,9%	1988	27,9%
4 - Delvist enig	207	16,6%	131	8,2%	80	5,5%	72	13,4%	225	32,0%	268	17,2%	984	13,8%
5 - Helt enig	94	7,5%	34	2,1%	38	2,6%	73	13,6%	129	18,3%	64	4,1%	432	6,1%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 7	De Overfladiske		De velinformede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
I hvor høj grad er du enig eller uenig i følgende udsagn?														
Det er vigtigt at få nyheder for at kunne følge med i samfundsdebatten														
1 - Helt uenig	27	2,2%	5	0,3%	5	0,3%	242	44,2%	2	0,2%	41	2,6%	322	4,5%
2 - Delvist uenig	95	7,6%	9	0,6%	7	0,5%	159	29,1%	4	0,6%	143	9,1%	417	5,8%
3 - Hverken/eller	390	31,1%	72	4,5%	55	3,7%	103	18,8%	51	7,2%	911	58,2%	1583	22,1%
4 - Delvist enig	538	42,9%	521	32,5%	308	20,8%	35	6,5%	282	39,7%	386	24,7%	2070	28,9%
5 - Helt enig	204	16,2%	996	62,1%	1106	74,7%	8	1,4%	372	52,3%	83	5,3%	2767	38,7%
Ved ikke	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

Tabel 8	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad er det vigtigste nyhedsmedium for dig?						
TV	1497	40,2%	1637	43,2%	3134	41,7%
Dagblade	448	12,0%	315	8,3%	763	10,2%
Ugeaviser	68	1,8%	71	1,9%	139	1,8%
Radio	410	11,0%	431	11,4%	842	11,2%
Digitale nyhedskilder	725	19,5%	480	12,7%	1205	16,0%
Ugeblade	32	,8%	21	,6%	53	,7%
Sociale medier	295	7,9%	566	14,9%	861	11,5%
Andet	32	,9%	44	1,2%	76	1,0%
Ved ikke	218	5,8%	224	5,9%	442	5,9%

Tabel 8	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvad er det vigtigste nyhedsmedium for dig?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
TV	387	22,1%	359	33,3%	591	46,3%	687	56,4%	571	52,3%	538	49,1%	3134	41,7%
Dagblade	49	2,8%	31	2,9%	47	3,7%	96	7,9%	208	19,1%	333	30,4%	763	10,2%
Ugeaviser	50	2,8%	26	2,4%	23	1,8%	11	,9%	8	,8%	21	1,9%	139	1,8%
Radio	156	8,9%	115	10,6%	166	13,0%	147	12,0%	145	13,3%	114	10,4%	842	11,2%
Digitale nyhedskilder	331	18,9%	271	25,1%	260	20,3%	176	14,5%	108	9,9%	58	5,3%	1205	16,0%
Ugeblade	33	1,9%	10	,9%	3	,3%	2	,2%	2	,2%	3	,2%	53	,7%
Sociale medier	547	31,2%	159	14,7%	91	7,1%	34	2,8%	19	1,8%	11	1,0%	861	11,5%
Andet	19	1,1%	10	,9%	17	1,3%	11	,9%	7	,6%	12	1,1%	76	1,0%
Ved ikke	180	10,3%	98	9,1%	79	6,2%	54	4,4%	24	2,2%	6	,6%	442	5,9%

Tabel 8	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvad er det vigtigste nyhedsmedium for dig?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
TV	882	39,7%	544	44,1%	648	41,2%	694	41,9%	365	44,2%	3134	41,7%
Dagblade	310	13,9%	106	8,6%	155	9,8%	130	7,9%	63	7,6%	763	10,2%
Ugeaviser	48	2,2%	27	2,2%	29	1,8%	24	1,4%	11	1,4%	139	1,8%
Radio	219	9,8%	160	13,0%	178	11,3%	206	12,5%	79	9,6%	842	11,2%
Digitale nyhedskilder	396	17,8%	161	13,0%	247	15,7%	253	15,3%	147	17,8%	1205	16,0%
Ugeblade	31	1,4%	9	,8%	7	,4%	6	,3%	0	,0%	53	,7%
Sociale medier	179	8,0%	132	10,7%	214	13,6%	232	14,0%	104	12,6%	861	11,5%
Andet	29	1,3%	13	1,1%	12	0,8%	15	,9%	6	,8%	76	1,0%
Ved ikke	131	5,9%	81	6,6%	85	5,4%	95	5,7%	49	6,0%	442	5,9%

Tabel 8 Hvad er det vigtigste nyhedsmedium for dig?	Øst		Vest		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
TV	1420	41,2%	1714	42,1%	3134	41,7%
Dagblade	411	11,9%	352	8,7%	763	10,2%
Ugeaviser	76	2,2%	63	1,6%	139	1,8%
Radio	376	10,9%	465	11,4%	842	11,2%
Digitale nyhedskilder	559	16,2%	646	15,9%	1205	16,0%
Ugeblade	33	1,0%	20	,5%	53	,7%
Sociale medier	311	9,0%	550	13,5%	861	11,5%
Andet	43	1,2%	33	,8%	76	1,0%
Ved ikke	216	6,3%	226	5,6%	442	5,9%

Tabel 8 Hvad er det vigtigste nyhedsmedium for dig?	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
TV	363	39,9%	273	31,4%	933	49,4%	478	48,5%	3134	41,7%
Dagblade	49	5,4%	23	2,7%	142	7,5%	78	7,9%	763	10,2%
Ugeaviser	25	2,8%	20	2,3%	34	1,8%	20	2,0%	139	1,8%
Radio	72	7,9%	80	9,2%	257	13,6%	114	11,6%	842	11,2%
Digitale nyhedskilder	110	12,1%	154	17,6%	252	13,3%	144	14,6%	1205	16,0%
Ugeblade	8	0,9%	14	1,6%	11	,6%	3	,3%	53	,7%
Sociale medier	182	20,0%	229	26,2%	138	7,3%	94	9,5%	861	11,5%
Andet	11	1,2%	9	1,1%	15	0,8%	5	,5%	76	1,0%
Ved ikke	88	9,7%	69	7,9%	108	5,7%	51	5,1%	442	5,9%

Tabel 8	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad er det vigtigste nyhedsmedium for dig?								
TV	825	42,6%	219	27,3%	42	36,6%	3134	41,7%
Dagblade	280	14,5%	183	22,8%	8	7,0%	763	10,2%
Ugeaviser	26	1,4%	10	1,3%	3	2,6%	139	1,8%
Radio	230	11,8%	88	10,9%	1	0,9%	842	11,2%
Digitale nyhedskilder	331	17,1%	198	24,6%	16	14,1%	1205	16,0%
Ugeblade	13	0,7%	3	,4%	0	,0%	53	,7%
Sociale medier	143	7,4%	63	7,8%	13	11,5%	861	11,5%
Andet	22	1,1%	13	1,6%	1	0,8%	76	1,0%
Ved ikke	69	3,6%	26	3,3%	30	26,5%	442	5,9%

Tabel 8	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad er det vigtigste nyhedsmedium for dig?										
TV	294	35,2%	784	44,8%	595	44,2%	466	43,9%	3134	41,7%
Dagblade	46	5,5%	179	10,3%	145	10,8%	109	10,3%	763	10,2%
Ugeaviser	20	2,5%	23	1,3%	32	2,4%	15	1,4%	139	1,8%
Radio	79	9,4%	214	12,3%	156	11,6%	132	12,4%	842	11,2%
Digitale nyhedskilder	135	16,2%	253	14,5%	222	16,5%	209	19,6%	1205	16,0%
Ugeblade	5	0,6%	10	,6%	9	,7%	6	,6%	53	,7%
Sociale medier	170	20,3%	186	10,6%	134	10,0%	71	6,6%	861	11,5%
Andet	15	1,8%	18	1,0%	10	0,7%	12	1,1%	76	1,0%
Ved ikke	71	8,5%	80	4,6%	43	3,2%	44	4,1%	442	5,9%

Tabel 8	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad er det vigtigste nyhedsmedium for dig?								
TV	294	45,8%	124	30,1%	577	39,4%	3134	41,7%
Dagblade	74	11,6%	71	17,3%	138	9,4%	763	10,2%
Ugeaviser	13	2,1%	12	2,9%	23	1,6%	139	1,8%
Radio	86	13,5%	27	6,5%	147	10,0%	842	11,2%
Digitale nyhedskilder	99	15,5%	109	26,3%	178	12,1%	1205	16,0%
Ugeblade	6	1,0%	15	3,6%	1	,1%	53	,7%
Sociale medier	40	6,3%	42	10,2%	218	14,9%	861	11,5%
Andet	4	0,6%	2	,4%	16	1,1%	76	1,0%
Ved ikke	24	3,7%	12	2,8%	168	11,5%	442	5,9%

Tabel 8	De Overfladiske		De velinformedede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad er det vigtigste nyhedsmedium for dig?														
TV	474	37,0%	859	53,1%	650	43,6%	191	33,6%	294	40,0%	612	38,6%	3079	42,3%
Dagblade	25	1,9%	22	1,4%	477	32,1%	19	3,4%	97	13,2%	118	7,4%	759	10,4%
Ugeaviser	26	2,1%	9	0,6%	4	0,3%	24	4,3%	23	3,1%	48	3,0%	135	1,9%
Radio	210	16,4%	170	10,5%	149	10,0%	57	10,1%	72	9,8%	167	10,5%	826	11,4%
Digitale nyhedskilder	207	16,2%	416	25,7%	154	10,3%	53	9,4%	121	16,5%	239	15,1%	1191	16,4%
Ugeblade	7	0,5%	2	,1%	0	,0%	13	2,2%	17	2,3%	14	,9%	53	,7%
Sociale medier	249	19,5%	95	5,8%	25	1,7%	113	19,9%	92	12,5%	250	15,8%	823	11,3%
Andet	18	1,4%	18	1,1%	15	1,0%	14	2,4%	4	,6%	6	0,3%	75	1,0%
Ved ikke	64	5,0%	25	1,5%	13	0,9%	83	14,7%	15	2,0%	133	8,4%	334	4,6%

Tabel 9	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad var din far, da du var 14 år/teenager?						
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	327	8,8%	286	7,5%	612	8,2%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	391	10,5%	374	9,9%	766	10,2%
Arbejder, faglært	855	23,0%	943	24,9%	1798	23,9%
Funkt./tjen.mand, lavere	391	10,5%	333	8,8%	724	9,6%
Funkt./tjen.mand, højere	637	17,1%	584	15,4%	1221	16,2%
Selvst. landbrug	247	6,6%	227	6,0%	474	6,3%
Selvst. detail/håndværk	230	6,2%	230	6,1%	460	6,1%
Selvst. i øvrigt	225	6,0%	318	8,4%	543	7,2%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	84	2,3%	115	3,0%	199	2,6%
Gift uden selverhverv	3	,1%	4	,1%	7	,1%
Medhjælpende ægtefælle	2	,1%	6	,1%	8	,1%
Arbejdsløs	43	1,2%	34	,9%	77	1,0%
Ved ikke/husker ikke	289	7,8%	337	8,9%	625	8,3%

Tabel 9	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad var din far, da du var 14 år/teenager?														
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	138	7,9%	82	7,6%	98	7,7%	116	9,5%	104	9,5%	75	6,8%	612	8,2%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	145	8,3%	103	9,5%	157	12,3%	158	13,0%	118	10,8%	85	7,8%	766	10,2%
Arbejder, faglært	600	34,3%	296	27,4%	318	24,9%	259	21,3%	178	16,3%	148	13,5%	1798	23,9%
Funkt./tjen.mand, lavere	126	7,2%	145	13,5%	133	10,4%	125	10,3%	106	9,7%	90	8,2%	724	9,6%
Funkt./tjen.mand, højere	231	13,2%	165	15,3%	249	19,5%	188	15,4%	175	16,0%	213	19,4%	1221	16,2%
Selvst. landbrug	54	3,1%	21	2,0%	45	3,5%	84	6,9%	122	11,1%	148	13,5%	474	6,3%
Selvst. detail/håndværk	55	3,1%	38	3,6%	68	5,3%	77	6,3%	104	9,6%	117	10,7%	460	6,1%
Selvst. i øvrigt	76	4,3%	48	4,4%	90	7,0%	107	8,8%	107	9,8%	115	10,5%	543	7,2%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	50	2,8%	42	3,9%	25	2,0%	28	2,3%	24	2,2%	31	2,8%	199	2,6%
Gift uden selverhverv	4	,2%	1	,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	,2%	7	,1%
Medhjælpende ægtefælle	5	,3%	0	0,0%	1	,1%	1	,0%	0	0,0%	1	,1%	8	,1%
Arbejdsløs	38	2,2%	18	1,7%	10	,8%	4	,3%	3	,3%	3	,3%	77	1,0%
Ved ikke/husker ikke	231	13,2%	119	11,1%	82	6,4%	72	5,9%	53	4,9%	68	6,2%	625	8,3%

Tabel 9	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvad var din far, da du var 14 år/teenager?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	148	6,7%	119	9,6%	140	8,9%	128	7,8%	78	9,4%	612	8,2%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	183	8,2%	137	11,1%	170	10,8%	173	10,4%	104	12,6%	766	10,2%
Arbejder, faglært	492	22,1%	283	23,0%	403	25,6%	385	23,3%	234	28,4%	1798	23,9%
Funkt./tjen.mand, lavere	240	10,8%	117	9,5%	135	8,6%	159	9,6%	73	8,9%	724	9,6%
Funkt./tjen.mand, højere	501	22,5%	192	15,6%	222	14,1%	212	12,8%	94	11,4%	1221	16,2%
Selvst. landbrug	82	3,7%	58	4,7%	132	8,4%	135	8,2%	66	8,0%	474	6,3%
Selvst. detail/håndværk	128	5,8%	68	5,5%	95	6,0%	121	7,3%	48	5,8%	460	6,1%
Selvst. i øvrigt	186	8,4%	93	7,6%	96	6,1%	126	7,6%	42	5,1%	543	7,2%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	56	2,5%	35	2,8%	44	2,8%	45	2,7%	19	2,3%	199	2,6%
Gift uden selverhverv	2	,1%	2	,2%	1	0,1%	1	0,1%	0	0,0%	7	,1%
Medhjælpende ægtefælle	1	,0%	1	0,1%	2	,1%	3	,2%	0	0,0%	8	,1%
Arbejdsløs	29	1,3%	16	1,3%	11	,7%	18	1,1%	3	,4%	77	1,0%
Ved ikke/husker ikke	178	8,0%	111	9,0%	125	7,9%	149	9,0%	63	7,6%	625	8,3%

Tabel 9	Øst		Vest		Total	
Hvad var din far, da du var 14 år/teenager?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	266	7,7%	347	8,5%	612	8,2%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	315	9,1%	451	11,1%	766	10,2%
Arbejder, faglært	781	22,7%	1017	25,0%	1798	23,9%
Funkt./tjen.mand, lavere	354	10,3%	371	9,1%	724	9,6%
Funkt./tjen.mand, højere	682	19,8%	539	13,2%	1221	16,2%
Selvst. landbrug	139	4,0%	335	8,2%	474	6,3%
Selvst. detail/håndværk	199	5,8%	261	6,4%	460	6,1%
Selvst. i øvrigt	280	8,1%	263	6,5%	543	7,2%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	88	2,6%	111	2,7%	199	2,6%
Gift uden selverhverv	3	,1%	4	,1%	7	0,1%
Medhjælpende ægtefælle	1	,0%	7	0,2%	8	,1%
Arbejdsløs	43	1,3%	33	0,8%	77	1,0%
Ved ikke/husker ikke	292	8,5%	334	8,2%	625	8,3%

Tabel 9	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad var din far, da du var 14 år/teenager?										
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	154	16,9%	75	8,6%	140	7,4%	76	7,7%	612	8,2%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	119	13,1%	69	7,9%	245	13,0%	115	11,6%	766	10,2%
Arbejder, faglært	220	24,2%	287	32,9%	513	27,1%	239	24,2%	1798	23,9%
Funkt./tjen.mand, lavere	37	4,1%	67	7,6%	156	8,3%	106	10,7%	724	9,6%
Funkt./tjen.mand, højere	55	6,0%	119	13,7%	225	11,9%	143	14,5%	1221	16,2%
Selvst. landbrug	53	5,9%	34	3,9%	147	7,8%	69	7,0%	474	6,3%
Selvst. detail/håndværk	31	3,4%	39	4,5%	126	6,7%	69	7,0%	460	6,1%
Selvst. i øvrigt	43	4,8%	52	5,9%	123	6,5%	76	7,7%	543	7,2%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	39	4,3%	23	2,7%	43	2,3%	21	2,1%	199	2,6%
Gift uden selverhverv	0	,0%	3	,3%	0	0,0%	0	0,0%	7	0,1%
Medhjælpende ægtefælle	1	,2%	0	0,0%	0	,0%	2	,2%	8	0,1%
Arbejdsløs	23	2,5%	13	1,5%	13	,7%	7	,7%	77	1,0%
Ved ikke/husker ikke	134	14,7%	91	10,4%	159	8,4%	64	6,5%	625	8,3%

Tabel 9	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad var din far, da du var 14 år/teenager?								
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	133	6,9%	28	3,4%	8	6,8%	612	8,2%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	168	8,7%	40	5,0%	8	7,4%	766	10,2%
Arbejder, faglært	389	20,0%	128	16,0%	22	19,4%	1798	23,9%
Funkt./tjen.mand, lavere	246	12,7%	107	13,4%	5	4,2%	724	9,6%
Funkt./tjen.mand, højere	422	21,7%	251	31,2%	6	5,7%	1221	16,2%
Selvst. landbrug	121	6,2%	43	5,4%	6	5,3%	474	6,3%
Selvst. detail/håndværk	126	6,5%	63	7,9%	5	4,0%	460	6,1%
Selvst. i øvrigt	166	8,5%	78	9,7%	6	5,2%	543	7,2%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	51	2,6%	22	2,7%	0	0,0%	199	2,6%
Gift uden selverhverv	0	,0%	3	,4%	1	1,0%	7	0,1%
Medhjælpende ægtefælle	1	,0%	1	0,2%	2	1,7%	8	,1%
Arbejdsløs	11	0,6%	5	0,6%	4	3,7%	77	1,0%
Ved ikke/husker ikke	105	5,4%	33	4,1%	41	35,7%	625	8,3%

Tabel 9	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Hvad var din far, da du var 14 år/teenager?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	77	9,2%	185	10,6%	98	7,3%	86	8,1%	612	8,2%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	75	9,0%	180	10,3%	174	12,9%	119	11,2%	766	10,2%
Arbejder, faglært	237	28,4%	401	23,0%	291	21,6%	260	24,5%	1798	23,9%
Funkt./tjen.mand, lavere	62	7,5%	146	8,3%	179	13,3%	132	12,4%	724	9,6%
Funkt./tjen.mand, højere	97	11,6%	240	13,7%	210	15,6%	196	18,4%	1221	16,2%
Selvst. landbrug	41	4,9%	143	8,2%	99	7,4%	58	5,4%	474	6,3%
Selvst. detail/håndværk	49	5,8%	100	5,7%	89	6,6%	77	7,3%	460	6,1%
Selvst. i øvrigt	49	5,9%	142	8,1%	84	6,2%	73	6,9%	543	7,2%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	30	3,6%	66	3,8%	44	3,2%	22	2,1%	199	2,6%
Gift uden selverhverv	1	,2%	1	,1%	1	0,1%	1	0,1%	7	0,1%
Medhjælpende ægtefælle	0	,0%	2	0,1%	0	,0%		,0%	8	0,1%
Arbejdsløs	24	2,8%	12	0,7%	7	,5%	5	,5%	77	1,0%
Ved ikke/husker ikke	93	11,2%	131	7,5%	70	5,2%	33	3,1%	625	8,3%

Tabel 9	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad var din far, da du var 14 år/teenager?								
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	43	6,7%	22	5,3%	101	6,9%	612	8,2%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	77	12,1%	29	7,1%	111	7,6%	766	10,2%
Arbejder, faglært	158	24,6%	64	15,6%	387	26,4%	1798	23,9%
Funkt./tjen.mand, lavere	75	11,6%	45	10,8%	86	5,8%	724	9,6%
Funkt./tjen.mand, højere	131	20,4%	131	31,7%	216	14,7%	1221	16,2%
Selvst. landbrug	38	6,0%	29	6,9%	66	4,5%	474	6,3%
Selvst. detail/håndværk	28	4,3%	30	7,2%	87	6,0%	460	6,1%
Selvst. i øvrigt	53	8,2%	39	9,5%	103	7,1%	543	7,2%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	7	1,1%	6	1,4%	24	1,7%	199	2,6%
Gift uden selverhverv	0	,0%	2	,5%	0	0,0%	7	0,1%
Medhjælpende ægtefælle	3	,4%	1	0,3%	2	,1%	8	,1%
Arbejdsløs	3	0,4%	6	1,3%	21	1,4%	77	1,0%
Ved ikke/husker ikke	26	4,1%	10	2,3%	261	17,8%	625	8,3%

Tabel 9	De Overfladiske		De velinformede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Hvad var din far, da du var 14 år/teenager?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	110	8,6%	128	7,9%	100	6,7%	51	9,1%	72	9,8%	132	8,3%	593	8,1%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	151	11,8%	174	10,7%	132	8,9%	60	10,6%	83	11,3%	153	9,7%	753	10,4%
Arbejder, faglært	365	28,5%	379	23,4%	237	15,9%	132	23,3%	161	21,9%	472	29,8%	1745	24,0%
Funkt./tjen.mand, lavere	98	7,7%	189	11,7%	159	10,7%	39	6,9%	77	10,5%	146	9,2%	708	9,7%
Funkt./tjen.mand, højere	179	14,0%	310	19,2%	310	20,9%	84	14,7%	117	15,9%	205	12,9%	1205	16,6%
Selvst. landbrug	55	4,3%	82	5,1%	170	11,4%	21	3,6%	66	9,0%	76	4,8%	470	6,5%
Selvst. detail/håndværk	59	4,6%	96	5,9%	125	8,4%	30	5,3%	55	7,5%	88	5,5%	453	6,2%
Selvst. i øvrigt	91	7,1%	125	7,7%	152	10,2%	38	6,8%	46	6,2%	80	5,0%	531	7,3%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	44	3,4%	42	2,6%	38	2,5%	21	3,7%	12	1,6%	37	2,4%	193	2,7%
Gift uden selverhverv	0	,0%		,0%	1	0,1%	2	0,3%	1	0,2%	2	,2%	7	,1%
Medhjælpende ægtefælle	2	,2%	1	0,0%	0	,0%	2	,3%	0	0,0%	3	,2%	7	,1%
Arbejdsløs	17	1,4%	7	0,4%	10	,7%	7	1,2%	4	,6%	22	1,4%	67	0,9%
Ved ikke/husker ikke	108	8,5%	87	5,4%	55	3,7%	80	14,1%	41	5,5%	170	10,7%	541	7,4%

Tabel 10	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad var din mor, da du var 14 år/teenager?						
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	502	13,5%	428	11,3%	930	12,4%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	362	9,7%	342	9,0%	703	9,4%
Arbejder, faglært	654	17,5%	883	23,3%	1537	20,5%
Funkt./tjen.mand, lavere	479	12,9%	401	10,6%	880	11,7%
Funkt./tjen.mand, højere	219	5,9%	221	5,8%	441	5,9%
Selvst. landbrug	89	2,4%	42	1,1%	130	1,7%
Selvst. detail/håndværk	77	2,1%	82	2,2%	159	2,1%
Selvst. i øvrigt	80	2,1%	136	3,6%	216	2,9%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	117	3,1%	125	3,3%	243	3,2%
Gift uden selverhverv	421	11,3%	445	11,7%	866	11,5%
Medhjælpende ægtefælle	339	9,1%	335	8,8%	674	9,0%
Arbejdsløs	104	2,8%	80	2,1%	184	2,4%
Ved ikke/husker ikke	282	7,6%	268	7,1%	550	7,3%

Tabel 10	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad var din mor, da du var 14 år/teenager?														
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	125	7,1%	123	11,4%	205	16,1%	228	18,7%	158	14,5%	92	8,4%	930	12,4%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	138	7,9%	105	9,8%	143	11,2%	145	11,9%	108	9,9%	64	5,9%	703	9,4%
Arbejder, faglært	691	39,4%	292	27,0%	260	20,4%	142	11,7%	89	8,2%	63	5,8%	1537	20,5%
Funkt./tjen.mand, lavere	179	10,2%	206	19,1%	209	16,4%	127	10,5%	101	9,2%	58	5,3%	880	11,7%
Funkt./tjen.mand, højere	143	8,1%	78	7,2%	94	7,4%	49	4,0%	43	3,9%	33	3,0%	441	5,9%
Selvst. landbrug	32	1,9%	12	1,1%	17	1,3%	21	1,7%	18	1,6%	31	2,8%	130	1,7%
Selvst. detail/håndværk	21	1,2%	17	1,6%	21	1,7%	31	2,6%	33	3,0%	35	3,2%	159	2,1%
Selvst. i øvrigt	48	2,8%	31	2,9%	41	3,2%	30	2,5%	28	2,6%	38	3,5%	216	2,9%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	56	3,2%	44	4,1%	45	3,5%	43	3,5%	27	2,4%	28	2,6%	243	3,2%
Gift uden selverhverv	12	,7%	16	1,5%	62	4,8%	169	13,9%	240	21,9%	367	33,5%	866	11,5%
Medhjælpende ægtefælle	38	2,1%	16	1,4%	63	4,9%	148	12,1%	183	16,7%	228	20,8%	674	9,0%
Arbejdsløs	68	3,9%	43	3,9%	37	2,9%	21	1,7%	9	,8%	6	,6%	184	2,4%
Ved ikke/husker ikke	200	11,4%	97	9,0%	80	6,2%	64	5,2%	56	5,1%	54	4,9%	550	7,3%

Tabel 10	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvad var din mor, da du var 14 år/teenager?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	243	10,9%	163	13,2%	218	13,8%	207	12,5%	101	12,2%	930	12,4%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	173	7,8%	114	9,3%	143	9,1%	153	9,2%	120	14,6%	703	9,4%
Arbejder, faglært	422	19,0%	231	18,7%	358	22,8%	334	20,2%	193	23,4%	1537	20,5%
Funkt./tjen.mand, lavere	335	15,1%	134	10,9%	155	9,9%	172	10,4%	84	10,1%	880	11,7%
Funkt./tjen.mand, højere	195	8,7%	58	4,7%	72	4,5%	91	5,5%	26	3,1%	441	5,9%
Selvst. landbrug	21	0,9%	25	2,0%	36	2,3%	36	2,2%	14	1,7%	130	1,7%
Selvst. detail/håndværk	60	2,7%	25	2,0%	28	1,8%	28	1,7%	18	2,2%	159	2,1%
Selvst. i øvrigt	62	2,8%	47	3,8%	42	2,7%	50	3,0%	15	1,9%	216	2,9%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	60	2,7%	35	2,9%	56	3,6%	66	4,0%	26	3,1%	243	3,2%
Gift uden selverhverv	298	13,4%	152	12,3%	174	11,1%	169	10,2%	74	9,0%	866	11,5%
Medhjælpende ægtefælle	154	6,9%	106	8,6%	148	9,4%	184	11,1%	83	10,1%	674	9,0%
Arbejdsløs	44	2,0%	46	3,7%	37	2,4%	41	2,5%	16	2,0%	184	2,4%
Ved ikke/husker ikke	160	7,2%	99	8,1%	108	6,9%	126	7,6%	56	6,8%	550	7,3%

Tabel 10	Øst		Vest		Total	
Hvad var din mor, da du var 14 år/teenager?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	407	11,8%	523	12,8%	930	12,4%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	290	8,4%	413	10,2%	703	9,4%
Arbejder, faglært	657	19,1%	880	21,6%	1537	20,5%
Funkt./tjen.mand, lavere	460	13,3%	421	10,3%	880	11,7%
Funkt./tjen.mand, højere	241	7,0%	199	4,9%	441	5,9%
Selvst. landbrug	43	1,3%	87	2,1%	130	1,7%
Selvst. detail/håndværk	83	2,4%	75	1,9%	159	2,1%
Selvst. i øvrigt	112	3,3%	104	2,6%	216	2,9%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	91	2,6%	152	3,7%	243	3,2%
Gift uden selverhverv	451	13,1%	415	10,2%	866	11,5%
Medhjælpende ægtefælle	258	7,5%	416	10,2%	674	9,0%
Arbejdsløs	89	2,6%	95	2,3%	184	2,4%
Ved ikke/husker ikke	261	7,6%	288	7,1%	550	7,3%

Tabel 10	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad var din mor, da du var 14 år/teenager?										
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	163	17,9%	95	10,8%	287	15,2%	129	13,1%	930	12,4%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	90	9,9%	69	7,9%	228	12,1%	113	11,4%	703	9,4%
Arbejder, faglært	225	24,7%	305	35,0%	380	20,1%	179	18,1%	1537	20,5%
Funkt./tjen.mand, lavere	29	3,2%	84	9,7%	143	7,5%	116	11,7%	880	11,7%
Funkt./tjen.mand, højere	21	2,3%	70	8,0%	71	3,7%	52	5,3%	441	5,9%
Selvst. landbrug	15	1,7%	17	2,0%	43	2,3%	18	1,8%	130	1,7%
Selvst. detail/håndværk	7	0,8%	14	1,6%	42	2,2%	30	3,1%	159	2,1%
Selvst. i øvrigt	18	1,9%	28	3,2%	41	2,2%	33	3,3%	216	2,9%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	58	6,4%	23	2,7%	74	3,9%	18	1,9%	243	3,2%
Gift uden selverhverv	64	7,1%	39	4,4%	190	10,0%	115	11,7%	866	11,5%
Medhjælpende ægtefælle	57	6,3%	26	3,0%	207	11,0%	99	10,0%	674	9,0%
Arbejdsløs	40	4,4%	28	3,2%	48	2,6%	23	2,4%	184	2,4%
Ved ikke/husker ikke	122	13,5%	74	8,5%	136	7,2%	62	6,3%	550	7,3%

Tabel 10	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad var din mor, da du var 14 år/teenager?								
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	199	10,3%	47	5,9%	11	9,6%	930	12,4%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	161	8,3%	39	4,8%	4	3,6%	703	9,4%
Arbejder, faglært	330	17,0%	100	12,4%	18	16,2%	1537	20,5%
Funkt./tjen.mand, lavere	324	16,7%	181	22,5%	4	3,8%	880	11,7%
Funkt./tjen.mand, højere	131	6,8%	93	11,6%	3	2,7%	441	5,9%
Selvst. landbrug	17	0,9%	16	2,0%	4	3,6%	130	1,7%
Selvst. detail/håndværk	43	2,2%	21	2,6%	1	1,3%	159	2,1%
Selvst. i øvrigt	55	2,8%	39	4,9%	2	1,8%	216	2,9%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	49	2,5%	18	2,3%	2	1,5%	243	3,2%
Gift uden selverhverv	314	16,2%	135	16,9%	9	7,7%	866	11,5%
Medhjælpende ægtefælle	201	10,4%	73	9,1%	11	9,6%	674	9,0%
Arbejdsløs	30	1,6%	8	1,0%	7	5,7%	184	2,4%
Ved ikke/husker ikke	84	4,4%	34	4,2%	37	32,8%	550	7,3%

Tabel 10	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Hvad var din mor, da du var 14 år/teenager?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	103	12,3%	249	14,2%	175	13,0%	144	13,5%	930	12,4%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	87	10,4%	177	10,2%	133	9,8%	103	9,7%	703	9,4%
Arbejder, faglært	231	27,6%	330	18,9%	241	17,9%	205	19,2%	1537	20,5%
Funkt./tjen.mand, lavere	60	7,2%	157	9,0%	189	14,0%	169	15,9%	880	11,7%
Funkt./tjen.mand, højere	46	5,5%	79	4,6%	69	5,1%	62	5,8%	441	5,9%
Selvst. landbrug	13	1,6%	38	2,2%	27	2,0%	18	1,6%	130	1,7%
Selvst. detail/håndværk	20	2,3%	33	1,9%	30	2,2%	19	1,8%	159	2,1%
Selvst. i øvrigt	27	3,3%	42	2,4%	43	3,2%	28	2,6%	216	2,9%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	27	3,2%	72	4,1%	52	3,8%	35	3,3%	243	3,2%
Gift uden selverhverv	67	8,0%	250	14,3%	175	13,0%	110	10,3%	866	11,5%
Medhjælpende ægtefælle	55	6,6%	180	10,3%	133	9,9%	104	9,8%	674	9,0%
Arbejdsløs	29	3,5%	42	2,4%	28	2,0%	25	2,4%	184	2,4%
Ved ikke/husker ikke	72	8,6%	98	5,6%	55	4,1%	41	3,9%	550	7,3%

Tabel 10	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad var din mor, da du var 14 år/teenager?								
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	81	12,6%	41	10,0%	138	9,4%	930	12,4%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	76	11,8%	29	7,1%	98	6,7%	703	9,4%
Arbejder, faglært	110	17,2%	63	15,2%	358	24,4%	1537	20,5%
Funkt./tjen.mand, lavere	120	18,8%	83	20,1%	102	7,0%	880	11,7%
Funkt./tjen.mand, højere	47	7,4%	62	14,9%	75	5,1%	441	5,9%
Selvst. landbrug	6	0,9%	20	4,9%	9	0,6%	130	1,7%
Selvst. detail/håndværk	19	3,0%	7	1,8%	31	2,1%	159	2,1%
Selvst. i øvrigt	16	2,4%	11	2,7%	50	3,4%	216	2,9%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	13	2,0%	7	1,6%	37	2,5%	243	3,2%
Gift uden selverhverv	65	10,2%	35	8,6%	165	11,2%	866	11,5%
Medhjælpende ægtefælle	57	8,9%	34	8,2%	111	7,6%	674	9,0%
Arbejdsløs	8	1,2%	8	2,0%	44	3,0%	184	2,4%
Ved ikke/husker ikke	24	3,7%	11	2,8%	249	17,0%	550	7,3%

Tabel 10	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad var din mor, da du var 14 år/teenager?														
Arbejder, ufaglært (ej spec.)	166	12,9%	238	14,7%	152	10,2%	75	13,2%	83	11,3%	193	12,1%	907	12,5%
Arbejder, ufaglært (spec.arb.)	129	10,1%	146	9,0%	123	8,3%	53	9,3%	82	11,1%	158	10,0%	691	9,5%
Arbejder, faglært	336	26,2%	302	18,7%	156	10,5%	134	23,5%	131	17,8%	420	26,5%	1478	20,3%
Funkt./tjen.mand, lavere	164	12,8%	240	14,9%	169	11,4%	42	7,4%	93	12,6%	153	9,6%	861	11,8%
Funkt./tjen.mand, højere	59	4,6%	103	6,3%	101	6,8%	48	8,5%	44	6,0%	79	5,0%	433	6,0%
Selvst. landbrug	17	1,3%	19	1,2%	27	1,8%	17	3,0%	14	1,9%	36	2,2%	129	1,8%
Selvst. detail/håndværk	16	1,2%	29	1,8%	42	2,8%	10	1,8%	26	3,5%	32	2,0%	156	2,1%
Selvst. i øvrigt	43	3,4%	49	3,0%	42	2,8%	17	3,0%	24	3,2%	40	2,5%	215	3,0%
Pensionist/efterlønsmodtager og lign.	63	4,9%	56	3,4%	42	2,8%	18	3,1%	17	2,3%	44	2,8%	239	3,3%
Gift uden selverhverv	106	8,2%	178	11,0%	340	22,8%	33	5,8%	88	12,0%	119	7,5%	864	11,9%
Medhjælpende ægtefælle	73	5,7%	139	8,6%	242	16,3%	21	3,6%	78	10,6%	112	7,0%	664	9,1%
Arbejdsløs	32	2,5%	42	2,6%	14	,9%	24	4,2%	20	2,7%	40	2,5%	172	2,4%
Ved ikke/husker ikke	77	6,0%	75	4,6%	38	2,6%	77	13,5%	35	4,8%	162	10,2%	464	6,4%

Tabel 11	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad synes du passer bedst på din opvækst/familie mht. samtaler/snak ved middagsbordet en typisk dag?						
Vi snakkede om løst og fast fra hverdagen	2310	62,0%	2584	68,2%	4894	65,1%
Der blev snakket aktuelle emner/politik	466	12,5%	407	10,7%	873	11,6%
Vi snakkede ikke så meget sammen ved middagsbordet	525	14,1%	457	12,1%	981	13,1%
Vi spiste sjældent sammen	148	4,0%	135	3,6%	283	3,8%
Ingen af disse/ved ikke	276	7,4%	206	5,4%	483	6,4%

Tabel 11	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Hvad synes du passer bedst på din opvækst/familie mht. samtaler/snak ved middagsbordet en typisk dag?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Vi snakkede om løst og fast fra hverdagen	1090	62,2%	697	64,7%	861	67,4%	798	65,6%	720	65,9%	727	66,3%	4894	65,1%
Der blev snakket aktuelle emner/politik	218	12,5%	117	10,9%	135	10,6%	140	11,5%	138	12,6%	125	11,4%	873	11,6%
Vi snakkede ikke så meget sammen ved middagsbordet	172	9,8%	126	11,7%	173	13,5%	178	14,6%	158	14,4%	175	16,0%	981	13,1%
Vi spiste sjældent sammen	119	6,8%	59	5,5%	36	2,8%	36	3,0%	24	2,2%	9	,8%	283	3,8%
Ingen af disse/ved ikke	152	8,7%	79	7,3%	72	5,6%	66	5,4%	53	4,8%	60	5,5%	483	6,4%

Tabel 11	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Hvad synes du passer bedst på din opvækst/familie mht. samtaler/snak ved middagsbordet en typisk dag?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Vi snakkede om løst og fast fra hverdagen	1383	62,1%	800	64,9%	1060	67,3%	1123	67,8%	528	64,1%	4894	65,1%
Der blev snakket aktuelle emner/politik	316	14,2%	118	9,6%	163	10,3%	185	11,2%	90	11,0%	873	11,6%
Vi snakkede ikke så meget sammen ved middagsbordet	286	12,9%	172	13,9%	210	13,3%	202	12,2%	112	13,5%	981	13,1%
Vi spiste sjældent sammen	95	4,3%	36	2,9%	53	3,3%	55	3,3%	45	5,5%	283	3,8%
Ingen af disse/ved ikke	145	6,5%	108	8,7%	89	5,7%	92	5,5%	49	5,9%	483	6,4%

Tabel 11	Øst		Vest		Total	
Hvad synes du passer bedst på din opvækst/familie mht. samtaler/snak ved middagsbordet en typisk dag?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Vi snakkede om løst og fast fra hverdagen	2181	63,3%	2712	66,6%	4894	65,1%
Der blev snakket aktuelle emner/politik	434	12,6%	439	10,8%	873	11,6%
Vi snakkede ikke så meget sammen ved middagsbordet	456	13,2%	525	12,9%	981	13,1%
Vi spiste sjældent sammen	128	3,7%	155	3,8%	283	3,8%
Ingen af disse/ved ikke	244	7,1%	239	5,9%	483	6,4%

Tabel 11	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
Hvad synes du passer bedst på din opvækst/familie mht. samtaler/snak ved middagsbordet en typisk dag?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Vi snakkede om løst og fast fra hverdagen	586	64,5%	555	63,8%	1271	67,2%	654	66,2%	4894	65,1%
Der blev snakket aktuelle emner/politik	57	6,2%	105	12,0%	140	7,4%	101	10,3%	873	11,6%
Vi snakkede ikke så meget sammen ved middagsbordet	125	13,8%	115	13,2%	277	14,7%	142	14,4%	981	13,1%
Vi spiste sjældent sammen	56	6,2%	39	4,5%	66	3,5%	36	3,7%	283	3,8%
Ingen af disse/ved ikke	85	9,3%	57	6,6%	136	7,2%	53	5,4%	483	6,4%

Tabel 11	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad synes du passer bedst på din opvækst/familie mht. samtaler/snak ved middagsbordet en typisk dag?								
Vi snakkede om løst og fast fra hverdagen	1286	66,3%	490	61,0%	51	45,1%	4894	65,1%
Der blev snakket aktuelle emner/politik	282	14,5%	178	22,1%	10	8,7%	873	11,6%
Vi snakkede ikke så meget sammen ved middagsbordet	234	12,1%	78	9,7%	10	9,0%	981	13,1%
Vi spiste sjældent sammen	57	3,0%	26	3,2%	2	1,9%	283	3,8%
Ingen af disse/ved ikke	79	4,1%	32	3,9%	40	35,3%	483	6,4%

Tabel 11	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad synes du passer bedst på din opvækst/familie mht. samtaler/snak ved middagsbordet en typisk dag?										
Vi snakkede om løst og fast fra hverdagen	509	60,9%	1168	66,9%	907	67,3%	722	67,9%	4894	65,1%
Der blev snakket aktuelle emner/politik	93	11,1%	157	9,0%	171	12,7%	153	14,4%	873	11,6%
Vi snakkede ikke så meget sammen ved middagsbordet	111	13,3%	268	15,3%	171	12,7%	124	11,7%	981	13,1%
Vi spiste sjældent sammen	46	5,5%	46	2,6%	41	3,0%	35	3,3%	283	3,8%
Ingen af disse/ved ikke	78	9,3%	108	6,2%	58	4,3%	29	2,7%	483	6,4%

Tabel 11	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad synes du passer bedst på din opvækst/familie mht. samtaler/snak ved middagsbordet en typisk dag?								
Vi snakkede om løst og fast fra hverdagen	400	62,4%	232	56,3%	955	65,1%	4894	65,1%
Der blev snakket aktuelle emner/politik	89	13,8%	79	19,1%	131	9,0%	873	11,6%
Vi snakkede ikke så meget sammen ved middagsbordet	85	13,3%	42	10,2%	181	12,3%	981	13,1%
Vi spiste sjældent sammen	44	6,8%	26	6,2%	46	3,2%	283	3,8%
Ingen af disse/ved ikke	23	3,6%	34	8,2%	153	10,4%	483	6,4%

Tabel 11	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad synes du passer bedst på din opvækst/familie mht. samtaler/snak ved middagsbordet en typisk dag?														
Vi snakkede om løst og fast fra hverdagen	948	74,1%	1079	66,7%	982	66,0%	336	59,2%	443	60,3%	987	62,2%	4776	65,7%
Der blev snakket aktuelle emner/politik	60	4,7%	217	13,4%	282	19,0%	27	4,8%	120	16,3%	154	9,7%	861	11,8%
Vi snakkede ikke så meget sammen ved middagsbordet	163	12,8%	215	13,3%	168	11,3%	92	16,2%	103	14,1%	221	13,9%	964	13,2%
Vi spiste sjældent sammen	44	3,4%	43	2,6%	17	1,2%	44	7,8%	39	5,4%	92	5,8%	279	3,8%
Ingen af disse/ved ikke	64	5,0%	64	3,9%	38	2,5%	68	12,0%	30	4,0%	132	8,3%	395	5,4%

Tabel 12 Tænk på den husstand, du vil betegne som din opvækstfamilie	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Vi havde abonnement på en avis						
Passer	2297	61,7%	2279	60,2%	4576	60,9%
Passer ikke	1061	28,5%	1090	28,8%	2151	28,6%
Ved ikke	367	9,8%	420	11,1%	786	10,5%
Der blev ofte købt en avis						
Passer	2077	55,8%	2124	56,1%	4201	55,9%
Passer ikke	1203	32,3%	1197	31,6%	2400	31,9%
Ved ikke	444	11,9%	468	12,4%	912	12,1%
Der blev dagligt set TV-nyheder/avisen						
Passer	2889	77,6%	3047	80,4%	5936	79,0%
Passer ikke	562	15,1%	487	12,9%	1049	14,0%
Ved ikke	274	7,4%	255	6,7%	529	7,0%
En af mine forældre var politisk aktiv						
Passer	721	19,4%	668	17,6%	1389	18,5%
Passer ikke	2675	71,8%	2754	72,7%	5429	72,3%
Ved ikke	328	8,8%	368	9,7%	696	9,3%
Det var vigtigt for mine forældre at stemme til valgene						
Passer	2964	79,6%	3146	83,0%	6110	81,3%
Passer ikke	355	9,5%	300	7,9%	655	8,7%
Ved ikke	406	10,9%	342	9,0%	748	10,0%

Tabel 12	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Tænk på den husstand, du vil betegne som din opvækstfamilie	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Vi havde abonnement på en avis														
Passer	696	39,7%	552	51,2%	784	61,4%	808	66,4%	831	76,0%	906	82,6%	4576	60,9%
Passer ikke	791	45,2%	402	37,2%	381	29,8%	298	24,5%	161	14,7%	118	10,8%	2151	28,6%
Ved ikke	264	15,1%	125	11,6%	112	8,8%	111	9,2%	101	9,3%	72	6,6%	786	10,5%
Der blev ofte købt en avis														
Passer	680	38,8%	579	53,7%	780	61,1%	764	62,7%	723	66,1%	676	61,7%	4201	55,9%
Passer ikke	778	44,4%	376	34,8%	381	29,8%	329	27,0%	244	22,3%	293	26,7%	2400	31,9%
Ved ikke	294	16,8%	124	11,5%	116	9,1%	125	10,3%	127	11,6%	127	11,6%	912	12,1%
Der blev dagligt set TV-nyheder/avisen														
Passer	1310	74,8%	894	82,9%	1163	91,1%	1111	91,3%	886	81,0%	571	52,1%	5936	79,0%
Passer ikke	255	14,6%	106	9,9%	69	5,4%	67	5,5%	159	14,5%	392	35,8%	1049	14,0%
Ved ikke	186	10,6%	78	7,2%	44	3,5%	39	3,2%	49	4,5%	133	12,1%	529	7,0%
En af mine forældre var politisk aktiv														
Passer	334	19,1%	183	17,0%	201	15,7%	217	17,8%	206	18,9%	248	22,6%	1389	18,5%
Passer ikke	1142	65,2%	793	73,6%	1006	78,8%	929	76,3%	804	73,5%	755	68,9%	5429	72,3%
Ved ikke	275	15,7%	102	9,5%	71	5,5%	72	5,9%	83	7,6%	93	8,5%	696	9,3%
Det var vigtigt for mine forældre at stemme til valgene														
Passer	1178	67,3%	798	74,0%	1068	83,7%	1072	88,0%	996	91,1%	999	91,1%	6110	81,3%
Passer ikke	325	18,5%	137	12,7%	92	7,2%	50	4,1%	29	2,7%	22	2,0%	655	8,7%
Ved ikke	249	14,2%	144	13,3%	116	9,1%	96	7,9%	68	6,3%	75	6,8%	748	10,0%

Tabel 12	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Tænk på den husstand, du vil betegne som din opvækstfamilie	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Vi havde abonnement på en avis												
Passer	1278	57,4%	705	57,2%	1005	63,8%	1095	66,1%	493	59,8%	4576	60,9%
Passer ikke	733	33,0%	389	31,5%	397	25,2%	379	22,9%	253	30,7%	2151	28,6%
Ved ikke	214	9,6%	140	11,3%	172	10,9%	182	11,0%	78	9,5%	786	10,5%
Der blev ofte købt en avis												
Passer	1350	60,7%	677	54,9%	861	54,7%	900	54,4%	413	50,1%	4201	55,9%
Passer ikke	656	29,5%	415	33,6%	499	31,7%	542	32,7%	289	35,0%	2400	31,9%
Ved ikke	220	9,9%	142	11,5%	214	13,6%	214	12,9%	123	14,9%	912	12,1%
Der blev dagligt set TV-nyheder/avisen												
Passer	1739	78,2%	964	78,2%	1264	80,3%	1339	80,9%	630	76,3%	5936	79,0%
Passer ikke	342	15,4%	176	14,3%	200	12,7%	200	12,1%	130	15,8%	1049	14,0%
Ved ikke	144	6,5%	93	7,5%	110	7,0%	117	7,1%	65	7,9%	529	7,0%
En af mine forældre var politisk aktiv												
Passer	435	19,6%	205	16,6%	283	18,0%	306	18,5%	160	19,4%	1389	18,5%
Passer ikke	1609	72,3%	910	73,8%	1136	72,1%	1189	71,8%	585	70,9%	5429	72,3%
Ved ikke	181	8,1%	119	9,6%	156	9,9%	160	9,7%	80	9,7%	696	9,3%
Det var vigtigt for mine forældre at stemme til valgene												
Passer	1842	82,8%	985	79,8%	1300	82,6%	1348	81,5%	634	76,9%	6110	81,3%
Passer ikke	187	8,4%	114	9,2%	118	7,5%	129	7,8%	107	12,9%	655	8,7%
Ved ikke	196	8,8%	135	10,9%	156	9,9%	178	10,7%	84	10,2%	748	10,0%

Tabel 12	Øst		Vest		Total	
Tænk på den husstand, du vil betegne som din opvækstfamilie	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Vi havde abonnement på en avis						
Passer	1984	57,6%	2592	63,7%	4576	60,9%
Passer ikke	1104	32,1%	1047	25,7%	2151	28,6%
Ved ikke	355	10,3%	431	10,6%	786	10,5%
Der blev ofte købt en avis						
Passer	2020	58,7%	2181	53,6%	4201	55,9%
Passer ikke	1058	30,7%	1342	33,0%	2400	31,9%
Ved ikke	366	10,6%	546	13,4%	912	12,1%
Der blev dagligt set TV-nyheder/avisen						
Passer	2701	78,4%	3235	79,5%	5936	79,0%
Passer ikke	501	14,6%	547	13,5%	1049	14,0%
Ved ikke	241	7,0%	288	7,1%	529	7,0%
En af mine forældre var politisk aktiv						
Passer	632	18,3%	758	18,6%	1389	18,5%
Passer ikke	2510	72,9%	2919	71,7%	5429	72,3%
Ved ikke	302	8,8%	394	9,7%	696	9,3%
Det var vigtigt for mine forældre at stemme til valgene						
Passer	2827	82,1%	3283	80,7%	6110	81,3%
Passer ikke	278	8,1%	377	9,3%	655	8,7%
Ved ikke	338	9,8%	411	10,1%	748	10,0%

Tabel 12	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Tænk på den husstand, du vil betegne som din opvækstfamilie										
Vi havde abonnement på en avis										
Passer	392	43,1%	419	48,1%	1127	59,6%	607	61,5%	4576	60,9%
Passer ikke	376	41,4%	333	38,2%	543	28,7%	289	29,3%	2151	28,6%
Ved ikke	141	15,5%	119	13,7%	220	11,6%	91	9,2%	786	10,5%
Der blev ofte købt en avis										
Passer	387	42,6%	389	44,6%	1080	57,1%	554	56,1%	4201	55,9%
Passer ikke	363	40,0%	351	40,2%	583	30,9%	327	33,1%	2400	31,9%
Ved ikke	159	17,5%	132	15,1%	227	12,0%	106	10,7%	912	12,1%
Der blev dagligt set TV-nyheder/avisen										
Passer	651	71,6%	687	78,8%	1510	79,9%	793	80,3%	5936	79,0%
Passer ikke	140	15,4%	109	12,5%	259	13,7%	134	13,5%	1049	14,0%
Ved ikke	118	13,0%	76	8,7%	122	6,4%	61	6,2%	529	7,0%
En af mine forældre var politisk aktiv										
Passer	140	15,4%	135	15,5%	277	14,6%	169	17,1%	1389	18,5%
Passer ikke	613	67,4%	634	72,8%	1442	76,3%	755	76,4%	5429	72,3%
Ved ikke	157	17,3%	102	11,7%	171	9,1%	64	6,4%	696	9,3%
Det var vigtigt for mine forældre at stemme til valgene										
Passer	639	70,3%	647	74,3%	1520	80,4%	822	83,3%	6110	81,3%
Passer ikke	106	11,6%	125	14,4%	176	9,3%	76	7,7%	655	8,7%
Ved ikke	165	18,1%	99	11,3%	195	10,3%	89	9,0%	748	10,0%

Tabel 12	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Tænk på den husstand, du vil betegne som din opvækstfamilie								
Vi havde abonnement på en avis								
Passer	1371	70,7%	621	77,3%	38	33,4%	4576	60,9%
Passer ikke	431	22,2%	137	17,1%	42	36,4%	2151	28,6%
Ved ikke	136	7,0%	45	5,6%	34	30,2%	786	10,5%
Der blev ofte købt en avis								
Passer	1227	63,3%	525	65,4%	39	34,1%	4201	55,9%
Passer ikke	534	27,5%	205	25,5%	37	32,7%	2400	31,9%
Ved ikke	178	9,2%	73	9,1%	38	33,2%	912	12,1%
Der blev dagligt set TV-nyheder/avisen								
Passer	1588	81,9%	641	79,8%	67	58,3%	5936	79,0%
Passer ikke	266	13,7%	120	14,9%	22	19,2%	1049	14,0%
Ved ikke	85	4,4%	42	5,3%	26	22,5%	529	7,0%
En af mine forældre var politisk aktiv								
Passer	436	22,5%	214	26,6%	20	17,1%	1389	18,5%
Passer ikke	1377	71,0%	547	68,1%	61	53,1%	5429	72,3%
Ved ikke	126	6,5%	43	5,3%	34	29,8%	696	9,3%
Det var vigtigt for mine forældre at stemme til valgene								
Passer	1710	88,2%	707	88,1%	65	56,5%	6110	81,3%
Passer ikke	107	5,5%	50	6,2%	16	14,0%	655	8,7%
Ved ikke	122	6,3%	46	5,7%	34	29,5%	748	10,0%

Tabel 12	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Tænk på den husstand, du vil betegne som din opvækstfamilie										
Vi havde abonnement på en avis										
Passer	433	51,8%	1089	62,3%	839	62,3%	747	70,3%	4576	60,9%
Passer ikke	287	34,3%	475	27,2%	387	28,7%	253	23,8%	2151	28,6%
Ved ikke	116	13,9%	184	10,5%	122	9,0%	63	6,0%	786	10,5%
Der blev ofte købt en avis										
Passer	420	50,2%	963	55,1%	761	56,5%	686	64,5%	4201	55,9%
Passer ikke	302	36,1%	574	32,8%	434	32,2%	296	27,9%	2400	31,9%
Ved ikke	114	13,6%	211	12,1%	153	11,3%	81	7,6%	912	12,1%
Der blev dagligt set TV-nyheder/avisen										
Passer	631	75,5%	1320	75,5%	1086	80,6%	920	86,5%	5936	79,0%
Passer ikke	116	13,9%	277	15,8%	190	14,1%	122	11,5%	1049	14,0%
Ved ikke	89	10,6%	151	8,6%	71	5,3%	21	2,0%	529	7,0%
En af mine forældre var politisk aktiv										
Passer	143	17,2%	281	16,1%	236	17,5%	237	22,3%	1389	18,5%
Passer ikke	580	69,4%	1313	75,1%	1008	74,8%	778	73,2%	5429	72,3%
Ved ikke	112	13,4%	153	8,8%	103	7,6%	48	4,5%	696	9,3%
Det var vigtigt for mine forældre at stemme til valgene										
Passer	626	74,9%	1445	82,7%	1137	84,4%	908	85,4%	6110	81,3%
Passer ikke	97	11,6%	123	7,0%	111	8,2%	92	8,7%	655	8,7%
Ved ikke	113	13,5%	180	10,3%	100	7,4%	63	5,9%	748	10,0%

Tabel 12	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Tænk på den husstand, du vil betegne som din opvækstfamilie								
Vi havde abonnement på en avis								
Passer	410	64,0%	282	68,2%	777	53,0%	4576	60,9%
Passer ikke	192	29,9%	106	25,7%	451	30,7%	2151	28,6%
Ved ikke	39	6,1%	25	6,1%	238	16,2%	786	10,5%
Der blev ofte købt en avis								
Passer	399	62,2%	256	62,1%	717	48,9%	4201	55,9%
Passer ikke	193	30,1%	115	27,8%	486	33,2%	2400	31,9%
Ved ikke	49	7,7%	42	10,1%	263	17,9%	912	12,1%
Der blev dagligt set TV-nyheder/avisen								
Passer	525	82,0%	322	77,9%	1132	77,2%	5936	79,0%
Passer ikke	90	14,0%	66	16,1%	187	12,8%	1049	14,0%
Ved ikke	26	4,0%	25	6,0%	147	10,0%	529	7,0%
En af mine forældre var politisk aktiv								
Passer	139	21,6%	113	27,3%	240	16,4%	1389	18,5%
Passer ikke	472	73,6%	281	68,2%	996	67,9%	5429	72,3%
Ved ikke	30	4,7%	19	4,5%	230	15,7%	696	9,3%
Det var vigtigt for mine forældre at stemme til valgene								
Passer	518	80,8%	347	84,0%	1130	77,0%	6110	81,3%
Passer ikke	79	12,3%	45	10,9%	109	7,5%	655	8,7%
Ved ikke	45	6,9%	21	5,1%	227	15,5%	748	10,0%

Tabel 12	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Tænk på den husstand, du vil betegne som din opvækstfamilie	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Vi havde abonnement på en avis														
Passer	650	50,8%	1076	66,5%	1238	83,2%	214	37,8%	499	67,9%	841	53,0%	4518	62,1%
Passer ikke	491	38,3%	426	26,3%	172	11,5%	280	49,3%	180	24,5%	533	33,6%	2081	28,6%
Ved ikke	139	10,9%	115	7,1%	78	5,3%	73	12,9%	56	7,7%	213	13,4%	675	9,3%
Der blev ofte købt en avis														
Passer	602	47,0%	999	61,8%	1035	69,5%	214	37,7%	476	64,7%	817	51,5%	4142	56,9%
Passer ikke	524	40,9%	478	29,6%	342	23,0%	258	45,4%	199	27,1%	538	33,9%	2339	32,2%
Ved ikke	154	12,0%	140	8,7%	111	7,5%	96	16,9%	60	8,2%	231	14,6%	792	10,9%
Der blev dagligt set TV-nyheder/avisen														
Passer	1092	85,3%	1443	89,2%	1159	77,9%	397	69,9%	563	76,6%	1164	73,4%	5817	80,0%
Passer ikke	127	9,9%	138	8,6%	258	17,3%	110	19,3%	134	18,3%	259	16,3%	1027	14,1%
Ved ikke	61	4,8%	36	2,2%	71	4,8%	61	10,8%	38	5,1%	163	10,3%	430	5,9%
En af mine forældre var politisk aktiv														
Passer	143	11,2%	293	18,1%	375	25,2%	80	14,1%	194	26,3%	289	18,2%	1373	18,9%
Passer ikke	1051	82,1%	1249	77,3%	1037	69,7%	421	74,2%	478	65,0%	1081	68,1%	5317	73,1%
Ved ikke	86	6,7%	75	4,6%	76	5,1%	67	11,7%	63	8,6%	217	13,7%	585	8,0%
Det var vigtigt for mine forældre at stemme til valgene														
Passer	1071	83,7%	1468	90,8%	1400	94,1%	346	61,0%	610	83,0%	1117	70,4%	6014	82,7%
Passer ikke	86	6,7%	67	4,1%	28	1,9%	115	20,3%	88	12,0%	241	15,2%	625	8,6%
Ved ikke	123	9,6%	82	5,1%	60	4,0%	106	18,7%	37	5,0%	228	14,4%	635	8,7%

Tabel 13	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten						
Hvordan er DK placeret på listen over lande med mindst økonomisk forskel på rig og fattig i OECD?						
Som nummer 1	374	10,0%	306	8,1%	680	9,0%
Som nummer 2	526	14,1%	375	9,9%	901	12,0%
Som nummer 4	846	22,7%	710	18,7%	1556	20,7%
Som nummer 7	677	18,2%	606	16,0%	1283	17,1%
Ved ikke	1301	34,9%	1792	47,3%	3094	41,2%
Hvilket område i de offentlige udgifter var det største i 2015?						
Sundhedsvæsenet	1266	34,0%	1280	33,8%	2546	33,9%
Undervisning	72	1,9%	62	1,6%	135	1,8%
Løn til offentligt ansatte	623	16,7%	386	10,2%	1009	13,4%
Sociale ydelser	1028	27,6%	932	24,6%	1960	26,1%
Ved ikke	735	19,7%	1128	29,8%	1863	24,8%
Hvem er Danmarks kulturminister?						
Inger Støjberg	150	4,0%	203	5,4%	353	4,7%
Kristian Jensen	130	3,5%	155	4,1%	285	3,8%
Søren Pind	198	5,3%	240	6,3%	438	5,8%
Bertel Haarder	2616	70,2%	2231	58,9%	4848	64,5%
Ved ikke	630	16,9%	959	25,3%	1589	21,2%
Hvor mange regioner er der i Danmark?						
5	1831	49,2%	1761	46,5%	3592	47,8%
7	721	19,4%	624	16,5%	1345	17,9%
9	393	10,5%	413	10,9%	805	10,7%
11	240	6,4%	317	8,4%	557	7,4%
Ved ikke	540	14,5%	674	17,8%	1214	16,2%

Tabel 13	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten						
Hvad er 'den danske model'?						
At arbejdsgiverforeninger og fagforeninger i Danmark selv aftaler arbejdsmarkedsoverenskomster	2506	67,3%	1936	51,1%	4442	59,1%
At Færøerne og Grønland hver har to mandater i Folketinget	231	6,2%	301	8,0%	533	7,1%
At danske virksomheder i høj grad bygger på andelstanken	95	2,6%	77	2,0%	172	2,3%
At Forbrugerombudsmanden er en offentlig myndighed, der er helt uafhængig af regeringsindflydelse	143	3,8%	170	4,5%	314	4,2%
Ved ikke	749	20,1%	1304	34,4%	2053	27,3%
Hvem eller hvad afgør, hvornår der udskrives kommunalvalg?						
Borgmesteren	146	3,9%	227	6,0%	372	5,0%
Et flertal i byrådet uden om borgmesteren	138	3,7%	147	3,9%	285	3,8%
Valget afholdes altid samtidig med valget til EU-parlamentet	140	3,8%	124	3,3%	264	3,5%
Valget følger faste intervaller i valgloven	2818	75,7%	2568	67,8%	5387	71,7%
Ved ikke	483	13,0%	723	19,1%	1206	16,0%
Carl Holst blev i efteråret 2015 nødt til at gå af som forsvarsminister. Hvorfor?						
Beskyldninger om kontakt til en rockergruppe	92	2,5%	102	2,7%	194	2,6%
Læk af private oplysninger om skatteforhold	189	5,1%	350	9,2%	539	7,2%
Brug af en ansat i Region Syddanmark til hjælp til sin valgkamp til Folketinget	2864	76,9%	2360	62,3%	5224	69,5%
Rod i processen om køb af nye kampfly til Forsvaret	109	2,9%	192	5,1%	300	4,0%
Ved ikke	472	12,7%	784	20,7%	1256	16,7%

Tabel 13	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten						
Hvad er finansloven?						
Loven om hvordan Finansministeriet skal organiseres	104	2,8%	129	3,4%	233	3,1%
Loven om statens budget	3101	83,2%	2884	76,1%	5984	79,6%
Loven der fastlægger skatteprocenternes størrelse	99	2,7%	161	4,2%	260	3,5%
Loven om finansiering af Nationalbankens virke	83	2,2%	123	3,2%	206	2,7%
Ved ikke	338	9,1%	493	13,0%	831	11,1%
Hvor mange lande er medlem af EU?						
19	141	3,8%	153	4,0%	294	3,9%
24	471	12,6%	441	11,6%	911	12,1%
28	1878	50,4%	1600	42,2%	3478	46,3%
35	335	9,0%	339	8,9%	674	9,0%
Ved ikke	900	24,2%	1257	33,2%	2157	28,7%
Hvem kan klage over artikler eller indslag i pressen?						
Alle, der har interesse og viden om sagen	900	24,2%	983	26,0%	1883	25,1%
Alle, der er fyldt 18 år	736	19,8%	767	20,2%	1503	20,0%
Alle, der kan bevise at fakta eller oplysninger er forkerte	897	24,1%	868	22,9%	1765	23,5%
Alle, der direkte eller indirekte er omtalt i historien	512	13,8%	394	10,4%	907	12,1%
Ved ikke	679	18,2%	777	20,5%	1456	19,4%
Hvilken blok inden for dansk politik hører Det Radikale Venstre til?						
Blå blok	725	19,5%	1211	32,0%	1936	25,8%
Rød blok	2555	68,6%	2105	55,6%	4660	62,0%
Ved ikke	445	12,0%	473	12,5%	918	12,2%

Tabel 13	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten						
Hvad hedder EU's præsident?						
Margrethe Vestager	91	2,4%	138	3,6%	229	3,0%
Angela Merkel	163	4,4%	308	8,1%	471	6,3%
Donald Tusk	1465	39,3%	1204	31,8%	2669	35,5%
Jean Claude Juncker	1486	39,9%	1285	33,9%	2771	36,9%
Ved ikke	520	14,0%	854	22,5%	1375	18,3%

Tabel 13	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten														
Hvordan er Danmark placeret på listen over lande med mindst økonomisk forskel på rig og fattig i OECD?														
Som nummer 1	200	11,4%	77	7,1%	103	8,1%	88	7,2%	108	9,8%	104	9,5%	680	9,0%
Som nummer 2	243	13,9%	101	9,4%	117	9,2%	100	8,3%	135	12,4%	204	18,6%	901	12,0%
Som nummer 4	289	16,5%	192	17,8%	252	19,7%	263	21,6%	297	27,1%	264	24,1%	1556	20,7%
Som nummer 7	235	13,4%	201	18,6%	237	18,6%	250	20,5%	208	19,0%	152	13,9%	1283	17,1%
Ved ikke	785	44,8%	507	47,0%	568	44,5%	516	42,4%	346	31,6%	372	33,9%	3094	41,2%
Hvilket område i de offentlige udgifter var det største i 2015?														
Sundhedsvæsenet	457	26,1%	320	29,7%	452	35,4%	460	37,8%	438	40,1%	419	38,2%	2546	33,9%
Undervisning	75	4,3%	29	2,7%	11	,9%	7	,6%	6	,5%	6	,5%	135	1,8%
Løn til offentligt ansatte	211	12,0%	169	15,7%	204	15,9%	189	15,5%	145	13,3%	92	8,4%	1009	13,4%
Sociale ydelser	426	24,3%	242	22,5%	302	23,6%	304	25,0%	308	28,2%	378	34,5%	1960	26,1%
Ved ikke	583	33,3%	318	29,5%	308	24,1%	258	21,2%	196	17,9%	201	18,3%	1863	24,8%
Hvem er Danmarks kulturministre?														
Inger Støjberg	185	10,6%	64	6,0%	46	3,6%	34	2,8%	9	,8%	15	1,3%	353	4,7%
Kristian Jensen	114	6,5%	58	5,3%	43	3,4%	38	3,2%	18	1,6%	14	1,3%	285	3,8%
Søren Pind	204	11,6%	74	6,8%	81	6,4%	39	3,2%	28	2,5%	12	1,1%	438	5,8%
Bertel Haarder	696	39,7%	576	53,4%	811	63,5%	875	71,8%	922	84,4%	968	88,3%	4848	64,5%
Ved ikke	553	31,5%	307	28,4%	296	23,2%	231	19,0%	116	10,6%	87	7,9%	1589	21,2%

Tabel 13	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor mange regioner er der i Danmark?														
5	785	44,8%	442	41,0%	601	47,0%	588	48,3%	595	54,5%	581	53,0%	3592	47,8%
7	293	16,7%	226	20,9%	206	16,1%	226	18,5%	218	19,9%	177	16,2%	1345	17,9%
9	159	9,1%	110	10,2%	154	12,0%	135	11,1%	120	11,0%	127	11,6%	805	10,7%
11	152	8,7%	93	8,7%	109	8,5%	83	6,8%	58	5,3%	62	5,7%	557	7,4%
Ved ikke	363	20,7%	207	19,2%	208	16,3%	186	15,3%	102	9,3%	149	13,6%	1214	16,2%
Hvad er 'den danske model'?														
At arbejdsgiverforeninger og fagforeninger i Danmark selv aftaler arbejdsmarkedsoverenskomster	648	37,0%	538	49,9%	766	60,0%	835	68,5%	848	77,6%	807	73,6%	4442	59,1%
At Færøerne og Grønland hver har to mandater i Folketinget	167	9,5%	83	7,7%	77	6,0%	72	5,9%	67	6,2%	66	6,0%	533	7,1%
At danske virksomheder i høj grad bygger på andelstanken	95	5,4%	24	2,3%	24	1,9%	11	,9%	8	,8%	8	,8%	172	2,3%
At Forbrugerombudsmanden er en offentlig myndighed, der er helt uafhængig af regeringsindflydelse	99	5,6%	54	5,0%	47	3,6%	40	3,3%	23	2,1%	51	4,7%	314	4,2%
Ved ikke	742	42,4%	379	35,1%	363	28,4%	259	21,3%	146	13,4%	163	14,9%	2053	27,3%
Hvem eller hvad afgør, hvornår der udskrives kommunalvalg?														
Borgmesteren	175	10,0%	72	6,7%	51	4,0%	19	1,6%	18	1,7%	37	3,3%	372	5,0%
Et flertal i byrådet uden om borgmesteren	145	8,3%	66	6,1%	34	2,7%	18	1,5%	8	,8%	13	1,2%	285	3,8%
Valget afholdes altid samtidig med valget til EU-parlamentet	130	7,4%	52	4,8%	31	2,5%	15	1,3%	15	1,4%	20	1,8%	264	3,5%
Valget følger faste intervaller i valgloven	784	44,7%	629	58,4%	954	74,7%	1049	86,1%	1000	91,5%	970	88,5%	5387	71,7%
Ved ikke	517	29,5%	259	24,1%	206	16,1%	117	9,6%	51	4,7%	56	5,1%	1206	16,0%

Tabel 13	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Carl Holst blev i efteråret 2015 nødt til at gå af som forsvarsminister. Hvorfor?														
Beskyldninger om kontakt til en rockergruppe	115	6,6%	32	3,0%	24	1,9%	13	1,1%	6	,5%	4	,4%	194	2,6%
Læk af private oplysninger om skatteforhold	266	15,2%	105	9,7%	65	5,1%	44	3,6%	25	2,3%	33	3,1%	539	7,2%
Brug af en ansat i Region Syddanmark til hjælp til sin valgkamp til Folketinget	613	35,0%	613	56,9%	953	74,6%	1040	85,4%	1006	92,0%	999	91,1%	5224	69,5%
Rod i processen om køb af nye kampfly til Forsvaret	143	8,2%	62	5,8%	50	4,0%	22	1,8%	8	,8%	13	1,2%	300	4,0%
Ved ikke	614	35,1%	266	24,7%	184	14,4%	98	8,0%	48	4,4%	46	4,2%	1256	16,7%
Hvad er finansloven?														
Loven om hvordan Finansministeriet skal organiseres	139	7,9%	37	3,5%	24	1,9%	7	,6%	11	1,0%	15	1,3%	233	3,1%
Loven om statens budget	902	51,5%	787	73,0%	1105	86,5%	1127	92,6%	1033	94,5%	1031	94,0%	5984	79,6%
Loven der fastlægger skatteprocenternes størrelse	157	9,0%	38	3,5%	21	1,6%	20	1,6%	14	1,3%	10	,9%	260	3,5%
Loven om finansiering af Nationalbankens virke	134	7,6%	30	2,8%	14	1,1%	9	,7%	6	,6%	13	1,2%	206	2,7%
Ved ikke	420	24,0%	186	17,2%	113	8,9%	55	4,5%	29	2,6%	28	2,6%	831	11,1%
Hvor mange lande er medlem af EU?														
19	52	3,0%	34	3,2%	48	3,7%	43	3,5%	54	4,9%	63	5,8%	294	3,9%
24	183	10,4%	141	13,1%	168	13,1%	158	13,0%	130	11,9%	132	12,0%	911	12,1%
28	701	40,0%	422	39,1%	568	44,5%	582	47,8%	599	54,8%	606	55,3%	3478	46,3%
35	243	13,9%	112	10,4%	93	7,3%	83	6,8%	75	6,8%	68	6,2%	674	9,0%
Ved ikke	573	32,7%	369	34,3%	401	31,4%	352	28,9%	235	21,5%	226	20,7%	2157	28,7%

Tabel 13	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvem kan klage over artikler eller indslag i pressen?														
Alle, der har interesse og viden om sagen	383	21,9%	220	20,4%	290	22,7%	295	24,2%	350	32,0%	345	31,5%	1883	25,1%
Alle, der er fyldt 18 år	347	19,8%	221	20,5%	251	19,7%	235	19,3%	221	20,3%	227	20,7%	1503	20,0%
Alle, der kan bevise at fakta eller oplysninger er forkerte	376	21,5%	270	25,0%	331	25,9%	302	24,8%	250	22,8%	236	21,5%	1765	23,5%
Alle, der direkte eller indirekte er omtalt i historien	157	9,0%	102	9,4%	155	12,2%	191	15,7%	140	12,8%	161	14,7%	907	12,1%
Ved ikke	488	27,9%	266	24,6%	249	19,5%	194	15,9%	132	12,1%	127	11,6%	1456	19,4%
Hvilken blok inden for dansk politik hører Det Radikale Venstre til?														
Blå blok	500	28,5%	247	22,9%	344	26,9%	373	30,7%	258	23,6%	215	19,6%	1936	25,8%
Rød blok	911	52,0%	649	60,2%	788	61,7%	728	59,8%	758	69,4%	825	75,3%	4660	62,0%
Ved ikke	341	19,5%	183	16,9%	145	11,4%	116	9,5%	77	7,0%	56	5,1%	918	12,2%
Hvad hedder EU's præsident?														
Margrethe Vestager	116	6,6%	36	3,3%	29	2,2%	16	1,4%	20	1,8%	12	1,1%	229	3,0%
Angela Merkel	257	14,7%	95	8,8%	62	4,9%	23	1,9%	17	1,5%	17	1,5%	471	6,3%
Donald Tusk	409	23,3%	333	30,8%	461	36,1%	499	41,0%	492	45,0%	475	43,3%	2669	35,5%
Jean Claude Juncker	416	23,8%	352	32,6%	498	39,0%	507	41,7%	482	44,1%	515	47,0%	2771	36,9%
Ved ikke	554	31,6%	264	24,5%	226	17,7%	172	14,1%	82	7,5%	77	7,0%	1375	18,3%

Tabel 13	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvordan er Danmark placeret på listen over lande med mindst økonomisk forskel på rig og fattig i OECD?												
Som nummer 1	214	9,6%	119	9,7%	127	8,1%	155	9,4%	64	7,8%	680	9,0%
Som nummer 2	317	14,3%	125	10,2%	184	11,7%	195	11,8%	79	9,6%	901	12,0%
Som nummer 4	486	21,9%	236	19,1%	338	21,4%	352	21,3%	144	17,4%	1556	20,7%
Som nummer 7	394	17,7%	226	18,3%	273	17,3%	247	14,9%	144	17,4%	1283	17,1%
Ved ikke	814	36,6%	527	42,7%	653	41,5%	706	42,6%	393	47,7%	3094	41,2%

Tabel 13	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvilket område i de offentlige udgifter var det største i 2015?												
Sundhedsvæsenet	720	32,3%	407	33,0%	532	33,8%	606	36,6%	281	34,1%	2546	33,9%
Undervisning	49	2,2%	15	1,3%	25	1,6%	29	1,7%	17	2,0%	135	1,8%
Løn til offentligt ansatte	343	15,4%	146	11,8%	190	12,0%	198	12,0%	132	16,0%	1009	13,4%
Sociale ydelser	590	26,5%	338	27,4%	452	28,7%	400	24,2%	180	21,8%	1960	26,1%
Ved ikke	523	23,5%	328	26,6%	375	23,8%	422	25,5%	215	26,1%	1863	24,8%
Hvem er Danmarks kulturminister?												
Inger Støjberg	92	4,1%	68	5,5%	81	5,1%	75	4,5%	38	4,6%	353	4,7%
Kristian Jensen	97	4,4%	38	3,1%	62	3,9%	68	4,1%	20	2,4%	285	3,8%
Søren Pind	118	5,3%	66	5,4%	99	6,3%	111	6,7%	44	5,3%	438	5,8%
Bertel Haarder	1541	69,3%	785	63,7%	987	62,7%	1046	63,2%	488	59,2%	4848	64,5%
Ved ikke	377	17,0%	276	22,4%	345	21,9%	356	21,5%	235	28,5%	1589	21,2%
Hvor mange regioner er der i Danmark?												
5	1029	46,2%	577	46,7%	837	53,1%	855	51,7%	295	35,8%	3592	47,8%
7	374	16,8%	219	17,7%	303	19,3%	284	17,2%	163	19,8%	1345	17,9%
9	282	12,7%	115	9,3%	145	9,2%	154	9,3%	110	13,3%	805	10,7%
11	181	8,1%	94	7,6%	89	5,6%	115	6,9%	78	9,5%	557	7,4%
Ved ikke	359	16,2%	229	18,5%	201	12,7%	247	14,9%	178	21,6%	1214	16,2%
Hvad er 'den danske model'?												
At arbejdsgiverforeninger og fagforeninger i Danmark selv aftaler arbejdsmarkedsoverenskomster	1397	62,8%	726	58,9%	906	57,5%	971	58,6%	443	53,7%	4442	59,1%
At Færøerne og Grønland hver har to mandater i Folketinget	164	7,4%	83	6,7%	127	8,1%	107	6,4%	52	6,3%	533	7,1%
At danske virksomheder i høj grad bygger på andelstanken	59	2,6%	27	2,2%	39	2,5%	31	1,9%	17	2,0%	172	2,3%
At Forbrugerombudsmanden er en offentlig myndighed, der er helt uafhængig af regeringsindflydelse	101	4,6%	43	3,5%	70	4,4%	68	4,1%	31	3,8%	314	4,2%
Ved ikke	504	22,7%	354	28,7%	433	27,5%	479	29,0%	282	34,2%	2053	27,3%

Tabel 13	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten												
Hvem eller hvad afgør, hvornår der udskrives kommunalvalg?												
Borgmesteren	102	4,6%	64	5,2%	95	6,0%	86	5,2%	27	3,3%	372	5,0%
Et flertal i byrådet uden om borgmesteren	81	3,7%	47	3,8%	69	4,4%	61	3,7%	26	3,1%	285	3,8%
Valget afholdes altid samtidig med valget til EU-parlamentet	97	4,3%	33	2,7%	49	3,1%	51	3,1%	35	4,2%	264	3,5%
Valget følger faste intervaller i valgloven	1638	73,6%	903	73,2%	1103	70,0%	1184	71,5%	558	67,7%	5387	71,7%
Ved ikke	308	13,9%	186	15,1%	259	16,5%	273	16,5%	179	21,7%	1206	16,0%
Carl Holst blev i efteråret 2015 nødt til at gå af som forsvarsminister. Hvorfor?												
Beskyldninger om kontakt til en rockergruppe	65	2,9%	30	2,4%	27	1,7%	49	3,0%	23	2,8%	194	2,6%
Læk af private oplysninger om skatteforhold	167	7,5%	82	6,6%	110	7,0%	133	8,0%	47	5,7%	539	7,2%
Brug af en ansat i Region Syddanmark til hjælp til sin valgkamp til Folketinget	1544	69,4%	854	69,2%	1192	75,7%	1125	68,0%	509	61,8%	5224	69,5%
Rod i processen om køb af nye kampfly til Forsvaret	118	5,3%	42	3,4%	43	2,7%	60	3,6%	37	4,5%	300	4,0%
Ved ikke	331	14,9%	226	18,4%	203	12,9%	287	17,4%	208	25,2%	1256	16,7%
Hvad er finansloven?												
Loven om hvordan Finansministeriet skal organiseres	67	3,0%	32	2,6%	47	3,0%	55	3,3%	31	3,8%	233	3,1%
Loven om statens budget	1845	82,9%	1002	81,3%	1236	78,5%	1301	78,6%	599	72,7%	5984	79,6%
Loven der fastlægger skatteprocenternes størrelse	79	3,6%	33	2,7%	62	3,9%	63	3,8%	23	2,8%	260	3,5%
Loven om finansiering af Nationalbankens virke	65	2,9%	24	2,0%	54	3,4%	44	2,7%	18	2,2%	206	2,7%
Ved ikke	168	7,6%	142	11,5%	176	11,2%	192	11,6%	153	18,5%	831	11,1%

Tabel 13	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvor mange lande er medlem af EU?												
19	78	3,5%	44	3,5%	69	4,4%	73	4,4%	30	3,7%	294	3,9%
24	284	12,8%	140	11,3%	197	12,5%	209	12,6%	82	10,0%	911	12,1%
28	1125	50,6%	580	47,0%	717	45,5%	727	43,9%	328	39,8%	3478	46,3%
35	194	8,7%	104	8,4%	141	9,0%	164	9,9%	70	8,5%	674	9,0%
Ved ikke	543	24,4%	366	29,6%	451	28,6%	483	29,2%	314	38,1%	2157	28,7%
Hvem kan klage over artikler eller indslag i pressen?												
Alle, der har interesse og viden om sagen	596	26,8%	301	24,4%	398	25,3%	401	24,2%	188	22,8%	1883	25,1%
Alle, der er fyldt 18 år	438	19,7%	249	20,2%	324	20,6%	338	20,4%	155	18,7%	1503	20,0%
Alle, der kan bevise at fakta eller oplysninger er forkerte	547	24,6%	276	22,4%	377	23,9%	389	23,5%	176	21,4%	1765	23,5%
Alle, der direkte eller indirekte er omtalt i historien	295	13,3%	148	12,0%	193	12,3%	204	12,3%	67	8,1%	907	12,1%
Ved ikke	350	15,7%	260	21,1%	283	18,0%	324	19,6%	239	29,0%	1456	19,4%
Hvilken blok inden for dansk politik hører Det Radikale Venstre til?												
Blå blok	539	24,2%	340	27,5%	422	26,8%	410	24,8%	225	27,3%	1936	25,8%
Rød blok	1480	66,5%	729	59,1%	956	60,7%	1052	63,6%	442	53,6%	4660	62,0%
Ved ikke	206	9,3%	165	13,4%	196	12,4%	193	11,7%	158	19,2%	918	12,2%
Hvad hedder EU's præsident?												
Margrethe Vestager	82	3,7%	36	2,9%	39	2,5%	61	3,7%	10	1,2%	229	3,0%
Angela Merkel	102	4,6%	76	6,1%	119	7,5%	119	7,2%	55	6,7%	471	6,3%
Donald Tusk	902	40,5%	411	33,3%	515	32,7%	582	35,2%	258	31,3%	2669	35,5%
Jean Claude Juncker	848	38,1%	488	39,5%	628	39,9%	552	33,3%	256	31,0%	2771	36,9%
Ved ikke	291	13,1%	223	18,1%	273	17,3%	341	20,6%	246	29,8%	1375	18,3%

Tabel 13	Øst		Vest		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten						
Hvordan er Danmark placeret på listen over lande med mindst økonomisk forskel på rig og fattig i OECD?						
Som nummer 1	319	9,3%	361	8,9%	680	9,0%
Som nummer 2	438	12,7%	463	11,4%	901	12,0%
Som nummer 4	717	20,8%	839	20,6%	1556	20,7%
Som nummer 7	617	17,9%	666	16,4%	1283	17,1%
Ved ikke	1353	39,3%	1741	42,8%	3094	41,2%
Hvilket område i de offentlige udgifter var det største i 2015?						
Sundhedsvæsenet	1125	32,7%	1421	34,9%	2546	33,9%
Undervisning	56	1,6%	79	1,9%	135	1,8%
Løn til offentligt ansatte	474	13,8%	535	13,2%	1009	13,4%
Sociale ydelser	927	26,9%	1033	25,4%	1960	26,1%
Ved ikke	861	25,0%	1002	24,6%	1863	24,8%
Hvem er Danmarks kulturminister?						
Inger Støjberg	145	4,2%	208	5,1%	353	4,7%
Kristian Jensen	129	3,7%	157	3,9%	285	3,8%
Søren Pind	180	5,2%	258	6,3%	438	5,8%
Bertel Haarder	2324	67,5%	2524	62,0%	4848	64,5%
Ved ikke	665	19,3%	924	22,7%	1589	21,2%
Hvor mange regioner er der i Danmark?						
5	1596	46,4%	1996	49,0%	3592	47,8%
7	591	17,2%	753	18,5%	1345	17,9%
9	394	11,4%	412	10,1%	805	10,7%
11	269	7,8%	288	7,1%	557	7,4%
Ved ikke	594	17,2%	621	15,2%	1214	16,2%

Tabel 13	Øst		Vest		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten						
Hvad er 'den danske model'?						
At arbejdsgiverforeninger og fagforeninger i Danmark selv aftaler arbejdsmarkedsoverenskomster	2124	61,7%	2319	57,0%	4442	59,1%
At Færøerne og Grønland hver har to mandater i Folketinget	234	6,8%	299	7,3%	533	7,1%
At danske virksomheder i høj grad bygger på andelstanken	79	2,3%	93	2,3%	172	2,3%
At Forbrugerombudsmanden er en offentlig myndighed, der er helt uafhængig af regeringsindflydelse	144	4,2%	170	4,2%	314	4,2%
Ved ikke	863	25,1%	1190	29,2%	2053	27,3%
Hvem eller hvad afgør, hvornår der udskrives kommunalvalg?						
Borgmesteren	154	4,5%	219	5,4%	372	5,0%
Et flertal i byrådet uden om borgmesteren	124	3,6%	161	3,9%	285	3,8%
Valget afholdes altid samtidig med valget til EU-parlamentet	122	3,5%	142	3,5%	264	3,5%
Valget følger faste intervaller i valgloven	2542	73,8%	2844	69,9%	5387	71,7%
Ved ikke	501	14,6%	704	17,3%	1206	16,0%
Carl Holst blev i efteråret 2015 nødt til at gå af som forsvarsminister. Hvorfor?						
Beskyldninger om kontakt til en rockergruppe	85	2,5%	109	2,7%	194	2,6%
Læk af private oplysninger om skatteforhold	241	7,0%	298	7,3%	539	7,2%
Brug af en ansat i Region Syddanmark til hjælp til sin valgkamp til Folketinget	2397	69,6%	2827	69,5%	5224	69,5%
Rod i processen om køb af nye kampfly til Forsvaret	156	4,5%	144	3,5%	300	4,0%
Ved ikke	564	16,4%	692	17,0%	1256	16,7%

Tabel 13	Øst		Vest		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten						
Hvad er finansloven?						
Loven om hvordan Finansministeriet skal organiseres	81	2,4%	152	3,7%	233	3,1%
Loven om statens budget	2848	82,7%	3137	77,1%	5984	79,6%
Loven der fastlægger skatteprocenternes størrelse	108	3,1%	152	3,7%	260	3,5%
Loven om finansiering af Nationalbankens virke	89	2,6%	117	2,9%	206	2,7%
Ved ikke	318	9,2%	513	12,6%	831	11,1%
Hvor mange lande er medlem af EU?						
19	118	3,4%	176	4,3%	294	3,9%
24	410	11,9%	501	12,3%	911	12,1%
28	1700	49,4%	1778	43,7%	3478	46,3%
35	295	8,6%	379	9,3%	674	9,0%
Ved ikke	921	26,7%	1236	30,4%	2157	28,7%
Hvem kan klage over artikler eller indslag i pressen?						
Alle, der har interesse og viden om sagen	892	25,9%	991	24,4%	1883	25,1%
Alle, der er fyldt 18 år	676	19,6%	828	20,3%	1503	20,0%
Alle, der kan bevise at fakta eller oplysninger er forkerte	813	23,6%	952	23,4%	1765	23,5%
Alle, der direkte eller indirekte er omtalt i historien	441	12,8%	466	11,5%	907	12,1%
Ved ikke	623	18,1%	833	20,5%	1456	19,4%
Hvilken blok inden for dansk politik hører Det Radikale Venstre til?						
Blå blok	871	25,3%	1065	26,2%	1936	25,8%
Rød blok	2205	64,0%	2454	60,3%	4660	62,0%
Ved ikke	367	10,7%	551	13,5%	918	12,2%

Tabel 13	Øst		Vest		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten						
Hvad hedder EU's præsident?						
Margrethe Vestager	105	3,1%	124	3,0%	229	3,0%
Angela Merkel	174	5,1%	297	7,3%	471	6,3%
Donald Tusk	1313	38,1%	1355	33,3%	2669	35,5%
Jean Claude Juncker	1334	38,7%	1437	35,3%	2771	36,9%
Ved ikke	517	15,0%	858	21,1%	1375	18,3%

Tabel 13	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Andet	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten										
Hvordan er Danmark placeret på listen over lande med mindst økonomisk forskel på rig og fattig i OECD?										
Som nummer 1	68	7,4%	80	9,1%	110	5,8%	74	7,5%	7	6,2%
Som nummer 2	73	8,0%	131	15,1%	175	9,3%	94	9,5%	8	7,1%
Som nummer 4	132	14,5%	157	18,0%	409	21,6%	194	19,6%	15	13,0%
Som nummer 7	149	16,4%	126	14,4%	348	18,4%	168	17,0%	16	14,1%
Ved ikke	487	53,6%	378	43,4%	848	44,8%	457	46,3%	68	59,6%
Hvilket område i de offentlige udgifter var det største i 2015?										
Sundhedsvæsenet	266	29,3%	244	28,0%	696	36,8%	340	34,5%	23	19,8%
Undervisning	16	1,7%	26	3,0%	19	1,0%	14	1,4%	3	2,6%
Løn til offentligt ansatte	94	10,3%	106	12,1%	236	12,5%	123	12,4%	13	11,8%
Sociale ydelser	211	23,2%	236	27,1%	458	24,2%	255	25,9%	21	18,3%
Ved ikke	323	35,5%	260	29,8%	482	25,5%	255	25,8%	54	47,5%
Hvem er Danmarks kulturministre?										
Inger Støjberg	68	7,5%	69	7,9%	76	4,0%	50	5,1%	6	5,2%
Kristian Jensen	36	4,0%	38	4,3%	74	3,9%	45	4,6%	5	4,7%
Søren Pind	64	7,0%	74	8,5%	112	5,9%	46	4,6%	10	8,7%
Bertel Haarder	411	45,2%	466	53,5%	1193	63,1%	652	66,1%	48	41,8%
Ved ikke	330	36,3%	225	25,8%	436	23,1%	194	19,7%	45	39,5%

Tabel 13	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten								
Hvordan er Danmark placeret på listen over lande med mindst økonomisk forskel på rig og fattig i OECD?								
Som nummer 1	212	11,0%	129	16,1%	7	6,2%	680	9,0%
Som nummer 2	257	13,2%	163	20,2%	8	7,1%	901	12,0%
Som nummer 4	477	24,6%	173	21,5%	15	13,0%	1556	20,7%
Som nummer 7	356	18,3%	120	15,0%	16	14,1%	1283	17,1%
Ved ikke	637	32,8%	219	27,2%	68	59,6%	3094	41,2%
Hvilket område i de offentlige udgifter var det største i 2015?								
Sundhedsvæsenet	700	36,1%	278	34,6%	23	19,8%	2546	33,9%
Undervisning	39	2,0%	19	2,3%	3	2,6%	135	1,8%
Løn til offentligt ansatte	313	16,2%	124	15,4%	13	11,8%	1009	13,4%
Sociale ydelser	526	27,2%	254	31,6%	21	18,3%	1960	26,1%
Ved ikke	360	18,6%	129	16,1%	54	47,5%	1863	24,8%
Hvem er Danmarks kulturministre?								
Inger Støjberg	63	3,2%	21	2,6%	6	5,2%	353	4,7%
Kristian Jensen	64	3,3%	23	2,9%	5	4,7%	285	3,8%
Søren Pind	99	5,1%	35	4,3%	10	8,7%	438	5,8%
Bertel Haarder	1452	74,9%	626	77,9%	48	41,8%	4848	64,5%
Ved ikke	261	13,5%	99	12,3%	45	39,5%	1589	21,2%

Tabel 13	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Andet	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten										
Hvor mange regioner er der i Danmark?										
5	329	36,2%	431	49,4%	825	43,6%	461	46,7%	39	34,1%
7	157	17,2%	157	18,1%	370	19,6%	160	16,2%	19	16,5%
9	97	10,7%	86	9,9%	207	11,0%	131	13,3%	9	7,6%
11	85	9,3%	54	6,2%	155	8,2%	71	7,2%	7	6,6%
Ved ikke	242	26,6%	143	16,5%	334	17,6%	164	16,6%	40	35,2%

Tabel 13	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten								
Hvor mange regioner er der i Danmark?								
5	1035	53,4%	473	58,8%	39	34,1%	3592	47,8%
7	349	18,0%	133	16,6%	19	16,5%	1345	17,9%
9	199	10,3%	76	9,5%	9	7,6%	805	10,7%
11	137	7,0%	49	6,1%	7	6,6%	557	7,4%
Ved ikke	219	11,3%	73	9,0%	40	35,2%	1214	16,2%

Tabel 13	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Andet	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten										
Hvad er 'den danske model'?										
At arbejdsgiverforeninger og fagforeninger i Danmark selv aftaler arbejdsmarkedsoverenskomster	339	37,3%	420	48,2%	1076	56,9%	587	59,5%	30	25,9%
At Færøerne og Grønland hver har to mandater i Folketinget	95	10,4%	68	7,8%	154	8,2%	65	6,6%	16	13,8%
At danske virksomheder i høj grad bygger på andelstanken	31	3,4%	34	3,9%	36	1,9%	16	1,6%	2	2,0%
At Forbrugerombudsmanden er en offentlig myndighed, der er helt uafhængig af regeringsindflydelse	31	3,5%	51	5,9%	70	3,7%	38	3,9%	5	4,7%
Ved ikke	412	45,4%	299	34,3%	554	29,3%	281	28,4%	61	53,6%
Hvem eller hvad afgør, hvornår der udskrives kommunalvalg?										
Borgmesteren	71	7,9%	59	6,8%	80	4,3%	45	4,5%	7	6,4%
Et flertal i byrådet uden om borgmesteren	41	4,5%	62	7,1%	66	3,5%	29	2,9%	4	3,3%
Valget afholdes altid samtidig med valget til EU-parlamentet	41	4,5%	36	4,1%	61	3,2%	42	4,2%	7	5,9%
Valget følger faste intervaller i valgloven	509	56,0%	516	59,2%	1375	72,7%	729	73,8%	52	45,7%
Ved ikke	247	27,1%	198	22,8%	309	16,3%	143	14,5%	44	38,7%

Tabel 13	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten								
Hvad er 'den danske model'?								
At arbejdsgiverforeninger og fagforeninger i Danmark selv aftaler arbejdsmarkedsoverenskomster	1358	70,0%	633	78,8%	30	25,9%	4442	59,1%
At Færøerne og Grønland hver har to mandater i Folketinget	104	5,4%	30	3,8%	16	13,8%	533	7,1%
At danske virksomheder i høj grad bygger på andelstanken	44	2,3%	9	1,1%	2	2,0%	172	2,3%
At Forbrugerombudsmanden er en offentlig myndighed, der er helt uafhængig af regeringsindflydelse	85	4,4%	32	4,0%	5	4,7%	314	4,2%
Ved ikke	347	17,9%	99	12,4%	61	53,6%	2053	27,3%
Hvem eller hvad afgør, hvornår der udskrives kommunalvalg?								
Borgmesteren	74	3,8%	35	4,4%	7	6,4%	372	5,0%
Et flertal i byrådet uden om borgmesteren	59	3,0%	25	3,1%	4	3,3%	285	3,8%
Valget afholdes altid samtidig med valget til EU-parlamentet	55	2,8%	23	2,9%	7	5,9%	264	3,5%
Valget følger faste intervaller i valgloven	1566	80,8%	641	79,7%	52	45,7%	5387	71,7%
Ved ikke	185	9,5%	80	10,0%	44	38,7%	1206	16,0%

Tabel 13	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Andet	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten										
Carl Holst blev i efteråret 2015 nødt til at gå af som forsvarsminister. Hvorfor?										
Beskyldninger om kontakt til en rockergruppe	29	3,2%	36	4,1%	42	2,2%	21	2,2%	6	4,9%
Læk af private oplysninger om skatteforhold	102	11,3%	109	12,5%	114	6,0%	67	6,8%	9	8,2%
Brug af en ansat i Region Syddanmark til hjælp til sin valgkamp til Folketinget	490	53,9%	427	49,0%	1387	73,4%	714	72,4%	48	42,3%
Rod i processen om køb af nye kampfly til Forsvaret	22	2,4%	51	5,9%	68	3,6%	44	4,4%	3	2,8%
Ved ikke	266	29,2%	248	28,5%	280	14,8%	140	14,2%	48	41,8%
Hvad er finansloven?										
Loven om hvordan Finansministeriet skal organiseres	45	5,0%	38	4,3%	56	2,9%	25	2,6%	7	6,3%
Loven om statens budget	587	64,6%	596	68,4%	1549	82,0%	806	81,7%	61	53,4%
Loven der fastlægger skatteprocenternes størrelse	49	5,4%	55	6,3%	51	2,7%	28	2,8%	7	6,2%
Loven om finansiering af Nationalbankens virke	32	3,5%	44	5,1%	37	2,0%	27	2,8%	4	3,5%
Ved ikke	196	21,6%	138	15,9%	198	10,5%	100	10,2%	35	30,6%
Hvor mange lande er medlem af EU?										
19	45	4,9%	16	1,8%	88	4,6%	42	4,2%	1	0,6%
24	72	7,9%	103	11,9%	244	12,9%	130	13,2%	15	12,7%
28	359	39,5%	382	43,9%	802	42,4%	427	43,2%	37	32,8%
35	84	9,3%	113	13,0%	138	7,3%	85	8,6%	7	6,5%
Ved ikke	349	38,4%	256	29,4%	618	32,7%	303	30,7%	54	47,5%

Tabel 13	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten								
Carl Holst blev i efteråret 2015 nødt til at gå af som forsvarsminister. Hvorfor?								
Beskyldninger om kontakt til en rockergruppe	37	1,9%	23	2,9%	6	4,9%	194	2,6%
Læk af private oplysninger om skatteforhold	101	5,2%	37	4,6%	9	8,2%	539	7,2%
Brug af en ansat i Region Syddanmark til hjælp til sin valgkamp til Folketinget	1523	78,6%	634	79,0%	48	42,3%	5224	69,5%
Rod i processen om køb af nye kampfly til Forsvaret	81	4,2%	31	3,9%	3	2,8%	300	4,0%
Ved ikke	196	10,1%	78	9,7%	48	41,8%	1256	16,7%
Hvad er finansloven?								
Loven om hvordan Finansministeriet skal organiseres	39	2,0%	24	3,0%	7	6,3%	233	3,1%
Loven om statens budget	1676	86,5%	709	88,2%	61	53,4%	5984	79,6%
Loven der fastlægger skatteprocenternes størrelse	58	3,0%	12	1,5%	7	6,2%	260	3,5%
Loven om finansiering af Nationalbankens virke	44	2,3%	17	2,1%	4	3,5%	206	2,7%
Ved ikke	122	6,3%	41	5,1%	35	30,6%	831	11,1%
Hvor mange lande er medlem af EU?								
19	72	3,7%	31	3,8%	1	0,6%	294	3,9%
24	247	12,8%	99	12,3%	15	12,7%	911	12,1%
28	985	50,8%	485	60,4%	37	32,8%	3478	46,3%
35	187	9,7%	59	7,4%	7	6,5%	674	9,0%
Ved ikke	446	23,0%	129	16,0%	54	47,5%	2157	28,7%

Tabel 13	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Andet	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten										
Hvem kan klage over artikler eller indslag i pressen?										
Alle, der har interesse og viden om sagen	198	21,8%	224	25,7%	424	22,4%	209	21,2%	17	14,8%
Alle, der er fyldt 18 år	191	21,1%	154	17,7%	361	19,1%	222	22,5%	18	15,6%
Alle, der kan bevise at fakta eller oplysninger er forkerte	202	22,2%	200	22,9%	468	24,7%	259	26,3%	21	18,3%
Alle, der direkte eller indirekte er omtalt i historien	91	10,0%	91	10,4%	245	13,0%	119	12,0%	6	5,5%
Ved ikke	227	25,0%	203	23,3%	393	20,8%	178	18,0%	52	45,7%
Hvilken blok inden for dansk politik hører Det Radikale Venstre til?										
Blå blok	301	33,1%	221	25,3%	514	27,2%	283	28,6%	34	30,0%
Rød blok	430	47,3%	535	61,5%	1118	59,1%	588	59,5%	46	39,9%
Ved ikke	178	19,6%	115	13,2%	258	13,7%	117	11,8%	34	30,2%
Hvad hedder EU's præsident?										
Margrethe Vestager	24	2,6%	36	4,1%	68	3,6%	24	2,4%	8	6,8%
Angela Merkel	78	8,6%	109	12,5%	88	4,6%	66	6,7%	9	8,2%
Donald Tusk	230	25,3%	265	30,4%	614	32,5%	337	34,1%	26	22,5%
Jean Claude Juncker	279	30,7%	269	30,9%	764	40,4%	377	38,1%	30	26,0%
Ved ikke	298	32,8%	193	22,1%	357	18,9%	184	18,6%	42	36,5%

Tabel 13	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten								
Hvem kan klage over artikler eller indslag i pressen?								
Alle, der har interesse og viden om sagen	563	29,0%	248	30,9%	17	14,8%	1883	25,1%
Alle, der er fyldt 18 år	397	20,5%	160	19,9%	18	15,6%	1503	20,0%
Alle, der kan bevise at fakta eller oplysninger er forkerte	440	22,7%	174	21,7%	21	18,3%	1765	23,5%
Alle, der direkte eller indirekte er omtalt i historien	245	12,6%	111	13,8%	6	5,5%	907	12,1%
Ved ikke	294	15,1%	110	13,6%	52	45,7%	1456	19,4%
Hvilken blok inden for dansk politik hører Det Radikale Venstre til?								
Blå blok	466	24,0%	118	14,7%	34	30,0%	1936	25,8%
Rød blok	1323	68,3%	619	77,1%	46	39,9%	4660	62,0%
Ved ikke	149	7,7%	66	8,2%	34	30,2%	918	12,2%
Hvad hedder EU's præsident?								
Margrethe Vestager	44	2,3%	25	3,1%	8	6,8%	229	3,0%
Angela Merkel	87	4,5%	34	4,2%	9	8,2%	471	6,3%
Donald Tusk	822	42,4%	375	46,6%	26	22,5%	2669	35,5%
Jean Claude Juncker	752	38,8%	302	37,6%	30	26,0%	2771	36,9%
Ved ikke	233	12,0%	68	8,5%	42	36,5%	1375	18,3%

Tabel 13	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten										
Hvordan er Danmark placeret på listen over lande med mindst økonomisk forskel på rig og fattig i OECD?										
Som nummer 1	66	7,9%	133	7,6%	122	9,1%	126	11,9%	680	9,0%
Som nummer 2	116	13,9%	199	11,4%	166	12,3%	123	11,6%	901	12,0%
Som nummer 4	153	18,3%	381	21,8%	297	22,0%	269	25,3%	1556	20,7%
Som nummer 7	123	14,7%	341	19,5%	243	18,0%	179	16,8%	1283	17,1%
Ved ikke	378	45,2%	694	39,7%	519	38,6%	366	34,4%	3094	41,2%
Hvilket område i de offentlige udgifter var det største i 2015?										
Sundhedsvæsenet	270	32,3%	596	34,1%	466	34,6%	434	40,9%	2546	33,9%
Undervisning	10	1,2%	21	1,2%	23	1,7%	19	1,8%	135	1,8%
Løn til offentligt ansatte	86	10,3%	239	13,7%	197	14,6%	160	15,1%	1009	13,4%
Sociale ydelser	211	25,2%	481	27,5%	394	29,2%	269	25,3%	1960	26,1%
Ved ikke	259	31,0%	410	23,5%	268	19,9%	180	17,0%	1863	24,8%
Hvem er Danmarks kulturminister?										
Inger Støjberg	49	5,9%	66	3,8%	67	5,0%	47	4,4%	353	4,7%
Kristian Jensen	38	4,5%	57	3,3%	45	3,4%	55	5,2%	285	3,8%
Søren Pind	53	6,3%	92	5,3%	85	6,3%	57	5,4%	438	5,8%
Bertel Haarder	449	53,7%	1175	67,3%	926	68,7%	736	69,2%	4848	64,5%
Ved ikke	247	29,6%	357	20,4%	225	16,7%	168	15,8%	1589	21,2%
Hvor mange regioner er der i Danmark?										
5	369	44,1%	881	50,4%	696	51,6%	536	50,5%	3592	47,8%
7	142	17,0%	305	17,5%	262	19,4%	195	18,4%	1345	17,9%
9	81	9,7%	193	11,1%	132	9,8%	138	12,9%	805	10,7%
11	76	9,2%	112	6,4%	95	7,1%	68	6,4%	557	7,4%
Ved ikke	167	20,0%	256	14,6%	162	12,0%	126	11,8%	1214	16,2%

Tabel 13	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten								
Hvordan er Danmark placeret på listen over lande med mindst økonomisk forskel på rig og fattig i OECD?								
Som nummer 1	72	11,2%	80	19,3%	80	5,5%	680	9,0%
Som nummer 2	76	11,9%	82	19,9%	139	9,5%	901	12,0%
Som nummer 4	130	20,3%	97	23,6%	229	15,6%	1556	20,7%
Som nummer 7	146	22,8%	69	16,7%	183	12,4%	1283	17,1%
Ved ikke	216	33,7%	85	20,6%	835	56,9%	3094	41,2%
Hvilket område i de offentlige udgifter var det største i 2015?								
Sundhedsvæsenet	258	40,3%	130	31,6%	392	26,7%	2546	33,9%
Undervisning	15	2,4%	26	6,3%	20	1,4%	135	1,8%
Løn til offentligt ansatte	100	15,7%	84	20,3%	142	9,7%	1009	13,4%
Sociale ydelser	151	23,6%	118	28,7%	336	22,9%	1960	26,1%
Ved ikke	116	18,1%	54	13,2%	576	39,3%	1863	24,8%
Hvem er Danmarks kulturminister?								
Inger Støjberg	24	3,8%	33	8,1%	67	4,6%	353	4,7%
Kristian Jensen	29	4,5%	17	4,2%	44	3,0%	285	3,8%
Søren Pind	36	5,7%	40	9,6%	75	5,1%	438	5,8%
Bertel Haarder	452	70,5%	279	67,7%	831	56,6%	4848	64,5%
Ved ikke	100	15,6%	43	10,5%	449	30,6%	1589	21,2%
Hvor mange regioner er der i Danmark?								
5	286	44,6%	215	52,0%	610	41,6%	3592	47,8%
7	131	20,4%	76	18,3%	234	15,9%	1345	17,9%
9	76	11,8%	44	10,6%	142	9,7%	805	10,7%
11	57	8,9%	42	10,2%	107	7,3%	557	7,4%
Ved ikke	92	14,3%	37	9,0%	375	25,6%	1214	16,2%

Tabel 13	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten										
Hvad er 'den danske model'?										
At arbejdsgiverforeninger og fagforeninger i Danmark selv aftaler arbejdsmarkedsoverenskomster	397	47,5%	1048	60,0%	917	68,1%	723	68,0%	4442	59,1%
At Færøerne og Grønland hver har to mandater i Folketinget	93	11,1%	140	8,0%	65	4,8%	54	5,1%	533	7,1%
At danske virksomheder i høj grad bygger på andelstanken	16	1,9%	34	1,9%	21	1,6%	38	3,6%	172	2,3%
At Forbrugerombudsmanden er en offentlig myndighed, der er helt uafhængig af regeringsindflydelse	43	5,2%	80	4,6%	55	4,1%	46	4,3%	314	4,2%
Ved ikke	286	34,3%	445	25,5%	289	21,4%	202	19,0%	2053	27,3%
Hvem eller hvad afgør, hvornår der udskrives kommunalvalg?										
Borgmesteren	66	7,9%	70	4,0%	55	4,1%	45	4,2%	372	5,0%
Et flertal i byrådet uden om borgmesteren	34	4,1%	59	3,4%	47	3,5%	42	4,0%	285	3,8%
Valget afholdes altid samtidig med valget til EU-parlamentet	34	4,1%	51	2,9%	44	3,3%	37	3,5%	264	3,5%
Valget følger faste intervaller i valgloven	509	60,9%	1317	75,4%	1050	77,9%	829	78,0%	5387	71,7%
Ved ikke	192	23,0%	249	14,3%	152	11,3%	110	10,3%	1206	16,0%
Carl Holst blev i efteråret 2015 nødt til at gå af som forsvarsminister. Hvorfor?										
Beskyldninger om kontakt til en rockergruppe	26	3,2%	51	2,9%	22	1,7%	26	2,5%	194	2,6%
Læk af private oplysninger om skatteforhold	77	9,2%	118	6,7%	82	6,1%	64	6,0%	539	7,2%
Brug af en ansat i Region Syddanmark til hjælp til sin valgkamp til Folketinget	451	54,0%	1283	73,4%	1046	77,6%	814	76,6%	5224	69,5%
Rod i processen om køb af nye kampfly til Forsvaret	45	5,3%	56	3,2%	52	3,9%	53	5,0%	300	4,0%
Ved ikke	237	28,3%	239	13,7%	145	10,8%	106	10,0%	1256	16,7%

Tabel 13	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten								
Hvad er 'den danske model'?								
At arbejdsgiverforeninger og fagforeninger i Danmark selv aftaler arbejdsmarkedsoverenskomster	412	64,2%	277	67,1%	668	45,5%	4442	59,1%
At Færøerne og Grønland hver har to mandater i Folketinget	34	5,3%	39	9,4%	107	7,3%	533	7,1%
At danske virksomheder i høj grad bygger på andelstanken	19	2,9%	19	4,7%	25	1,7%	172	2,3%
At Forbrugerombudsmanden er en offentlig myndighed, der er helt uafhængig af regeringsindflydelse	23	3,6%	17	4,1%	50	3,4%	314	4,2%
Ved ikke	154	24,0%	61	14,7%	617	42,1%	2053	27,3%
Hvem eller hvad afgør, hvornår der udskrives kommunalvalg?								
Borgmesteren	33	5,2%	27	6,7%	75	5,1%	372	5,0%
Et flertal i byrådet uden om borgmesteren	25	3,8%	27	6,5%	51	3,5%	285	3,8%
Valget afholdes altid samtidig med valget til EU-parlamentet	27	4,1%	27	6,6%	45	3,1%	264	3,5%
Valget følger faste intervaller i valgloven	465	72,6%	291	70,6%	924	63,0%	5387	71,7%
Ved ikke	91	14,2%	40	9,7%	372	25,3%	1206	16,0%
Carl Holst blev i efteråret 2015 nødt til at gå af som forsvarsminister. Hvorfor?								
Beskyldninger om kontakt til en rockergruppe	14	2,2%	20	4,9%	34	2,3%	194	2,6%
Læk af private oplysninger om skatteforhold	28	4,4%	32	7,9%	139	9,4%	539	7,2%
Brug af en ansat i Region Syddanmark til hjælp til sin valgkamp til Folketinget	473	73,8%	301	72,8%	856	58,3%	5224	69,5%
Rod i processen om køb af nye kampfly til Forsvaret	33	5,1%	20	4,8%	42	2,8%	300	4,0%
Ved ikke	93	14,5%	40	9,6%	397	27,0%	1256	16,7%

Tabel 13										
Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad er finansloven?										
Loven om hvordan Finansministeriet skal organiseres	49	5,9%	41	2,4%	32	2,4%	21	2,0%	233	3,1%
Loven om statens budget	577	69,0%	1464	83,8%	1138	84,5%	922	86,7%	5984	79,6%
Loven der fastlægger skatteprocenternes størrelse	43	5,2%	45	2,6%	42	3,2%	25	2,4%	260	3,5%
Loven om finansiering af Nationalbankens virke	33	4,0%	40	2,3%	32	2,4%	24	2,2%	206	2,7%
Ved ikke	134	16,0%	156	8,9%	103	7,6%	71	6,7%	831	11,1%
Hvor mange lande er medlem af EU?										
19	35	4,2%	67	3,8%	55	4,1%	39	3,7%	294	3,9%
24	87	10,4%	213	12,2%	189	14,0%	132	12,4%	911	12,1%
28	362	43,3%	854	48,9%	641	47,6%	516	48,6%	3478	46,3%
35	74	8,9%	127	7,3%	121	8,9%	104	9,8%	674	9,0%
Ved ikke	278	33,3%	485	27,8%	342	25,4%	272	25,6%	2157	28,7%
Hvem kan klage over artikler eller indslag i pressen?										
Alle, der har interesse og viden om sagen	230	27,5%	408	23,3%	384	28,5%	279	26,3%	1883	25,1%
Alle, der er fyldt 18 år	176	21,1%	365	20,9%	270	20,0%	228	21,4%	1503	20,0%
Alle, der kan bevise at fakta eller oplysninger er forkerte	169	20,3%	446	25,5%	312	23,1%	247	23,2%	1765	23,5%
Alle, der direkte eller indirekte er omtalt i historien	79	9,4%	229	13,1%	161	12,0%	148	13,9%	907	12,1%
Ved ikke	182	21,7%	300	17,2%	222	16,4%	161	15,1%	1456	19,4%
Hvilken blok inden for dansk politik hører Det Radikale Venstre til?										
Blå blok	245	29,3%	468	26,8%	322	23,9%	255	23,9%	1936	25,8%
Rød blok	451	54,0%	1097	62,8%	896	66,5%	717	67,4%	4660	62,0%
Ved ikke	139	16,7%	182	10,4%	130	9,6%	92	8,6%	918	12,2%

Tabel 13

Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad er finansloven?								
Loven om hvordan Finansministeriet skal organiseres	23	3,6%	26	6,3%	41	2,8%	233	3,1%
Loven om statens budget	519	81,0%	320	77,6%	1043	71,1%	5984	79,6%
Loven der fastlægger skatteprocenternes størrelse	15	2,4%	25	6,0%	64	4,3%	260	3,5%
Loven om finansiering af Nationalbankens virke	22	3,5%	18	4,3%	37	2,5%	206	2,7%
Ved ikke	61	9,5%	24	5,8%	282	19,2%	831	11,1%
Hvor mange lande er medlem af EU?								
19	23	3,6%	21	5,1%	54	3,7%	294	3,9%
24	90	14,1%	59	14,4%	142	9,7%	911	12,1%
28	299	46,6%	218	52,8%	587	40,0%	3478	46,3%
35	52	8,2%	54	13,0%	142	9,7%	674	9,0%
Ved ikke	177	27,6%	61	14,8%	541	36,9%	2157	28,7%
Hvem kan klage over artikler eller indslag i pressen?								
Alle, der har interesse og viden om sagen	151	23,5%	106	25,6%	326	22,2%	1883	25,1%
Alle, der er fyldt 18 år	125	19,5%	79	19,2%	261	17,8%	1503	20,0%
Alle, der kan bevise at fakta eller oplysninger er forkerte	160	25,0%	112	27,2%	318	21,7%	1765	23,5%
Alle, der direkte eller indirekte er omtalt i historien	85	13,2%	64	15,6%	140	9,6%	907	12,1%
Ved ikke	120	18,7%	51	12,4%	421	28,7%	1456	19,4%
Hvilken blok inden for dansk politik hører Det Radikale Venstre til?								
Blå blok	133	20,8%	83	20,0%	431	29,4%	1936	25,8%
Rød blok	429	66,9%	291	70,5%	778	53,1%	4660	62,0%
Ved ikke	79	12,3%	39	9,5%	257	17,5%	918	12,2%

Tabel 13	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad hedder EU's præsident?										
Margrethe Vestager	31	3,7%	46	2,6%	34	2,6%	28	2,6%	229	3,0%
Angela Merkel	83	9,9%	91	5,2%	69	5,2%	57	5,4%	471	6,3%
Donald Tusk	238	28,5%	623	35,7%	507	37,6%	445	41,8%	2669	35,5%
Jean Claude Juncker	272	32,5%	685	39,2%	555	41,2%	400	37,6%	2771	36,9%
Ved ikke	212	25,4%	302	17,3%	181	13,5%	134	12,6%	1375	18,3%

Tabel 13	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvad hedder EU's præsident?								
Margrethe Vestager	24	3,7%	31	7,5%	35	2,4%	229	3,0%
Angela Merkel	32	4,9%	31	7,4%	109	7,4%	471	6,3%
Donald Tusk	217	33,9%	178	43,1%	459	31,3%	2669	35,5%
Jean Claude Juncker	263	41,0%	142	34,3%	454	31,0%	2771	36,9%
Ved ikke	105	16,4%	31	7,6%	410	27,9%	1375	18,3%

Tabel 13	De Overfladiske		De velinformede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvordan er Danmark placeret på listen over lande med mindst økonomisk forskel på rig og fattig i OECD?														
Som nummer 1	72	5,6%	163	10,1%	208	14,0%	42	7,4%	78	10,6%	114	7,2%	676	9,3%
Som nummer 2	114	8,9%	177	10,9%	259	17,4%	46	8,1%	104	14,2%	190	12,0%	890	12,2%
Som nummer 4	215	16,8%	394	24,3%	401	26,9%	75	13,2%	171	23,2%	283	17,9%	1537	21,1%
Som nummer 7	189	14,8%	310	19,1%	245	16,4%	88	15,5%	164	22,4%	264	16,6%	1260	17,3%
Ved ikke	691	54,0%	574	35,5%	376	25,3%	317	55,8%	218	29,7%	735	46,3%	2910	40,0%

Tabel 13	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Kompetencetesten	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Hvilket område i de offentlige udgifter var det største i 2015?														
Sundhedsvæsenet	375	29,3%	672	41,5%	602	40,5%	123	21,7%	267	36,3%	480	30,2%	2519	34,6%
Undervisning	8	0,6%	12	0,8%	6	,4%	27	4,8%	34	4,6%	43	2,7%	130	1,8%
Løn til offentligt ansatte	160	12,5%	226	14,0%	227	15,3%	75	13,3%	93	12,6%	209	13,2%	991	13,6%
Sociale ydelser	306	23,9%	431	26,7%	473	31,8%	110	19,5%	227	30,9%	381	24,0%	1928	26,5%
Ved ikke	431	33,7%	276	17,1%	180	12,1%	231	40,8%	114	15,6%	473	29,8%	1706	23,4%
Hvem er Danmarks kulturministere?														
Inger Støjberg	68	5,3%	51	3,2%	14	0,9%	60	10,6%	43	5,9%	104	6,5%	340	4,7%
Kristian Jensen	50	3,9%	43	2,7%	20	1,4%	28	4,9%	45	6,2%	90	5,7%	277	3,8%
Søren Pind	102	7,9%	58	3,6%	32	2,1%	48	8,5%	45	6,2%	137	8,6%	422	5,8%
Bertel Haarder	658	51,4%	1281	79,2%	1357	91,2%	178	31,3%	512	69,7%	798	50,3%	4784	65,8%
Ved ikke	403	31,5%	184	11,4%	64	4,3%	254	44,8%	89	12,0%	458	28,9%	1452	20,0%
Hvor mange regioner er der i Danmark?														
5	606	47,4%	883	54,6%	913	61,4%	192	33,8%	336	45,8%	597	37,6%	3528	48,5%
7	220	17,2%	316	19,5%	270	18,1%	97	17,1%	148	20,1%	271	17,1%	1322	18,2%
9	119	9,3%	171	10,6%	161	10,8%	51	9,0%	87	11,9%	195	12,3%	784	10,8%
11	100	7,8%	87	5,4%	65	4,3%	60	10,6%	75	10,2%	161	10,1%	547	7,5%
Ved ikke	235	18,4%	160	9,9%	79	5,3%	167	29,5%	88	12,0%	362	22,8%	1093	15,0%
Hvad er 'den danske model'?														
At arbejdsgiverforeninger og fagforeninger i Danmark selv aftaler arbejdsmarkedsoverenskomster	650	50,8%	1169	72,3%	1264	84,9%	174	30,6%	423	57,6%	711	44,9%	4391	60,4%
At Færøerne og Grønland hver har to mandater i Folketinget	81	6,3%	99	6,1%	50	3,3%	57	10,1%	82	11,2%	152	9,6%	522	7,2%
At danske virksomheder i høj grad bygger på andelstanken	19	1,5%	18	1,1%	8	0,6%	26	4,5%	39	5,3%	60	3,8%	170	2,3%
At Forbrugerombudsmanden er en offentlig myndighed, der er helt uafhængig af regeringsindflydelse	39	3,0%	49	3,0%	44	3,0%	40	7,0%	58	7,8%	71	4,5%	301	4,1%
Ved ikke	492	38,4%	282	17,4%	122	8,2%	271	47,8%	133	18,1%	591	37,3%	1891	26,0%

Tabel 13	De Overfladiske		De velinformerede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten														
Hvem eller hvad afgør, hvornår der udskrives kommunalvalg?														
Borgmesteren	66	5,2%	39	2,4%	24	1,6%	56	9,9%	53	7,2%	118	7,5%	357	4,9%
Et flertal i byrådet uden om borgmesteren	47	3,7%	33	2,0%	12	0,8%	43	7,6%	39	5,3%	103	6,5%	277	3,8%
Valget afholdes altid samtidig med valget til EU-parlamentet	36	2,8%	28	1,8%	18	1,2%	29	5,1%	57	7,8%	88	5,6%	257	3,5%
Valget følger faste intervaller i valgloven	881	68,8%	1410	87,2%	1395	93,7%	264	46,5%	497	67,6%	871	54,9%	5317	73,1%
Ved ikke	250	19,5%	107	6,6%	39	2,6%	175	30,9%	89	12,2%	405	25,5%	1066	14,6%
Carl Holst blev i efteråret 2015 nødt til at gå af som forsvarsminister. Hvorfor?														
Beskyldninger om kontakt til en rockergruppe	29	2,3%	29	1,8%	9	0,6%	32	5,6%	26	3,5%	61	3,9%	186	2,6%
Læk af private oplysninger om skatteforhold	129	10,1%	83	5,1%	50	3,3%	59	10,4%	69	9,4%	136	8,6%	526	7,2%
Brug af en ansat i Region Syddanmark til hjælp til sin valgkamp til Folketinget	774	60,4%	1354	83,7%	1389	93,3%	238	41,9%	504	68,6%	896	56,5%	5154	70,9%
Rod i processen om køb af nye kampfly til Forsvaret	67	5,2%	46	2,8%	13	0,8%	37	6,6%	52	7,1%	79	5,0%	294	4,0%
Ved ikke	280	21,9%	106	6,5%	28	1,9%	202	35,6%	84	11,5%	414	26,1%	1114	15,3%
Hvad er finansloven?														
Loven om hvordan Finansministeriet skal organiseres	38	3,0%	17	1,1%	7	0,5%	35	6,1%	46	6,3%	83	5,2%	227	3,1%
Loven om statens budget	1017	79,4%	1500	92,8%	1433	96,3%	330	58,1%	538	73,2%	1064	67,1%	5880	80,8%
Loven der fastlægger skatteprocenternes størrelse	39	3,1%	35	2,2%	14	0,9%	29	5,0%	52	7,1%	87	5,5%	256	3,5%
Loven om finansiering af Nationalbankens virke	40	3,1%	21	1,3%	9	0,6%	32	5,7%	38	5,2%	60	3,8%	199	2,7%
Ved ikke	145	11,3%	44	2,7%	26	1,7%	142	25,0%	61	8,3%	293	18,5%	711	9,8%

Tabel 13	De Overfladiske		De velinformede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Kompetencetesten														
Hvor mange lande er medlem af EU?														
19	41	3,2%	58	3,6%	66	4,5%	18	3,2%	50	6,8%	59	3,7%	293	4,0%
24	144	11,2%	208	12,8%	181	12,2%	54	9,6%	96	13,0%	220	13,9%	903	12,4%
28	512	40,0%	873	54,0%	926	62,2%	175	30,8%	347	47,2%	582	36,7%	3414	46,9%
35	112	8,7%	124	7,7%	90	6,1%	64	11,2%	86	11,7%	181	11,4%	656	9,0%
Ved ikke	471	36,8%	354	21,9%	224	15,1%	257	45,2%	156	21,3%	545	34,4%	2008	27,6%
Hvem kan klage over artikler eller indslag i pressen?														
Alle, der har interesse og viden om sagen	298	23,3%	455	28,1%	495	33,3%	105	18,5%	183	24,9%	326	20,6%	1862	25,6%
Alle, der er fyldt 18 år	257	20,1%	310	19,2%	283	19,0%	128	22,5%	162	22,1%	333	21,0%	1474	20,3%
Alle, der kan bevise at fakta eller oplysninger er forkerte	309	24,1%	429	26,5%	347	23,3%	118	20,7%	185	25,2%	346	21,8%	1733	23,8%
Alle, der direkte eller indirekte er omtalt i historien	149	11,6%	205	12,7%	233	15,7%	44	7,8%	116	15,8%	149	9,4%	896	12,3%
Ved ikke	266	20,8%	219	13,5%	130	8,7%	173	30,5%	88	12,0%	432	27,2%	1308	18,0%
Hvilken blok inden for dansk politik hører Det Radikale Venstre til?														
Blå blok	431	33,7%	357	22,1%	263	17,6%	198	34,8%	191	26,0%	448	28,2%	1887	25,9%
Rød blok	692	54,1%	1179	72,9%	1164	78,3%	216	38,1%	484	65,8%	850	53,6%	4585	63,0%
Ved ikke	157	12,2%	82	5,1%	61	4,1%	154	27,1%	60	8,2%	288	18,2%	801	11,0%
Hvad hedder EU's præsident?														
Margrethe Vestager	27	2,1%	28	1,8%	12	0,8%	36	6,3%	51	6,9%	68	4,3%	222	3,1%
Angela Merkel	120	9,4%	71	4,4%	15	1,0%	42	7,4%	54	7,3%	148	9,4%	450	6,2%
Donald Tusk	309	24,1%	715	44,2%	808	54,3%	111	19,5%	253	34,4%	435	27,4%	2630	36,2%
Jean Claude Juncker	483	37,8%	664	41,1%	601	40,4%	150	26,5%	307	41,8%	521	32,9%	2727	37,5%
Ved ikke	340	26,6%	139	8,6%	53	3,6%	229	40,3%	70	9,6%	413	26,1%	1245	17,1%

Tabel 14	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden betalte indholdsabonnementer?						
Film- og TV-serie abonnement via internettet						
Nej	2722	73,1%	2598	68,6%	5320	70,8%
Ja	1003	26,9%	1190	31,4%	2193	29,2%
Avisabonnement/papiravis leveret på adressen						
Nej	2844	76,4%	2971	78,4%	5815	77,4%
Ja	881	23,6%	818	21,6%	1699	22,6%
Abonnement på e-nyheder på internettet						
Nej	3313	88,9%	3481	91,9%	6794	90,4%
Ja	412	11,1%	308	8,1%	719	9,6%
TV-pakker fra kabel-TV/satellit/parabol						
Nej	1561	41,9%	1590	42,0%	3152	41,9%
Ja	2163	58,1%	2198	58,0%	4362	58,1%
Ingen betalte nyheds- eller TV-abonnementer						
Nej	3064	82,2%	3088	81,5%	6152	81,9%
Ja	661	17,8%	700	18,5%	1362	18,1%
Ved ikke						
Nej	3441	92,4%	3513	92,7%	6955	92,6%
Ja	284	7,6%	276	7,3%	559	7,4%

Tabel 14	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Er der i husstanden betalte indholdsabonnementer?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Film- og TV-serie abonnement via internettet														
Nej	1037	59,2%	610	56,6%	798	62,5%	936	76,9%	932	85,3%	1007	91,9%	5320	70,8%
Ja	715	40,8%	468	43,4%	479	37,5%	282	23,1%	161	14,7%	89	8,1%	2193	29,2%
Avisabonnement/papiravis leveret på adressen														
Nej	1560	89,1%	993	92,1%	1131	88,6%	960	78,8%	641	58,6%	530	48,3%	5815	77,4%
Ja	192	10,9%	85	7,9%	146	11,4%	258	21,2%	452	41,4%	566	51,7%	1699	22,6%
Abonnement på e-nyheder på internettet														
Nej	1597	91,2%	980	90,9%	1167	91,4%	1120	92,0%	964	88,2%	965	88,1%	6794	90,4%
Ja	154	8,8%	98	9,1%	110	8,6%	98	8,0%	129	11,8%	131	11,9%	719	9,6%
TV-pakker fra kabel-TV/satellit/parabol														
Nej	1009	57,6%	526	48,7%	502	39,3%	389	32,0%	327	29,9%	400	36,5%	3152	41,9%
Ja	742	42,4%	553	51,3%	775	60,7%	829	68,0%	766	70,1%	697	63,5%	4362	58,1%
Ingen betalte nyheds- eller TV-abonnementer														
Nej	1451	82,8%	874	81,1%	1014	79,4%	979	80,4%	918	83,9%	917	83,7%	6152	81,9%
Ja	301	17,2%	204	18,9%	263	20,6%	239	19,6%	175	16,1%	179	16,3%	1362	18,1%
Ved ikke														
Nej	1468	83,8%	971	90,1%	1210	94,7%	1176	96,6%	1072	98,1%	1057	96,5%	6955	92,6%
Ja	284	16,2%	107	9,9%	67	5,3%	42	3,4%	21	1,9%	39	3,5%	559	7,4%

Tabel 14	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Er der i husstanden betalte indholdsabonnementer?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Film- og TV-serie abonnement via internettet												
Nej	1579	71,0%	908	73,6%	1130	71,7%	1144	69,1%	559	67,8%	5320	70,8%
Ja	646	29,0%	326	26,4%	445	28,3%	511	30,9%	265	32,2%	2193	29,2%
Avisabonnement/papiravis leveret på adressen												
Nej	1676	75,3%	985	79,8%	1211	76,9%	1309	79,1%	635	77,0%	5815	77,4%
Ja	550	24,7%	249	20,2%	364	23,1%	347	20,9%	189	23,0%	1699	22,6%
Abonnement på e-nyheder på internettet												
Nej	1987	89,3%	1131	91,7%	1454	92,3%	1502	90,7%	721	87,4%	6794	90,4%
Ja	238	10,7%	103	8,3%	121	7,7%	153	9,3%	104	12,6%	719	9,6%
TV-pakker fra kabel-TV/satellit/parabol												
Nej	960	43,1%	524	42,4%	663	42,1%	663	40,0%	342	41,5%	3152	41,9%
Ja	1265	56,9%	710	57,6%	912	57,9%	992	60,0%	483	58,5%	4362	58,1%
Ingen betalte nyheds- eller TV-abonnementer												
Nej	1806	81,2%	997	80,8%	1290	81,9%	1358	82,0%	702	85,1%	6152	81,9%
Ja	419	18,8%	236	19,2%	285	18,1%	298	18,0%	123	14,9%	1362	18,1%
Ved ikke												
Nej	2086	93,7%	1136	92,1%	1446	91,8%	1553	93,8%	735	89,1%	6955	92,6%
Ja	140	6,3%	98	7,9%	129	8,2%	102	6,2%	90	10,9%	559	7,4%

Tabel 14	Øst		Vest		Total	
Er der i husstanden betalte indholdsabonnementer?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Film- og TV-serie abonnement via internettet						
Nej	2492	72,4%	2828	69,5%	5320	70,8%
Ja	951	27,6%	1242	30,5%	2193	29,2%
Avisabonnement/papiravis leveret på adressen						
Nej	2653	77,0%	3163	77,7%	5815	77,4%
Ja	791	23,0%	908	22,3%	1699	22,6%
Abonnement på e-nyheder på internettet						
Nej	3116	90,5%	3678	90,4%	6794	90,4%
Ja	328	9,5%	392	9,6%	719	9,6%
TV-pakker fra kabel-TV/satellit/parabol						
Nej	1476	42,9%	1676	41,2%	3152	41,9%
Ja	1968	57,1%	2394	58,8%	4362	58,1%
Ingen betalte nyheds- eller TV-abonnementer						
Nej	2783	80,8%	3369	82,8%	6152	81,9%
Ja	660	19,2%	702	17,2%	1362	18,1%
Ved ikke						
Nej	3196	92,8%	3758	92,3%	6955	92,6%
Ja	247	7,2%	312	7,7%	559	7,4%

Tabel 14	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervs-uddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden betalte indholdsabonnementer?										
Film- og TV-serie abonnement via internettet										
Nej	670	73,7%	561	64,3%	1441	76,2%	692	70,1%	5320	70,8%
Ja	239	26,3%	311	35,7%	450	23,8%	295	29,9%	2193	29,2%
Avisabonnement/papiravis leveret på adressen										
Nej	769	84,6%	756	86,8%	1519	80,4%	793	80,3%	5815	77,4%
Ja	140	15,4%	115	13,2%	371	19,6%	194	19,7%	1699	22,6%
Abonnement på e-nyheder på internettet										
Nej	851	93,6%	804	92,3%	1750	92,6%	918	92,9%	6794	90,4%
Ja	58	6,4%	67	7,7%	140	7,4%	70	7,1%	719	9,6%
TV-pakker fra kabel-TV/satellit/parabol										
Nej	414	45,5%	456	52,3%	722	38,2%	397	40,2%	3152	41,9%
Ja	495	54,5%	415	47,7%	1169	61,8%	590	59,8%	4362	58,1%
Ingen betalte nyheds- eller TV-abonnementer										
Nej	738	81,2%	712	81,7%	1518	80,3%	803	81,3%	6152	81,9%
Ja	171	18,8%	160	18,3%	373	19,7%	185	18,7%	1362	18,1%
Ved ikke										
Nej	790	86,9%	757	86,8%	1765	93,4%	932	94,4%	6955	92,6%
Ja	119	13,1%	115	13,2%	125	6,6%	55	5,6%	559	7,4%

Tabel 14	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden betalte indholdsabonnementer?								
Film- og TV-serie abonnement via internettet								
Nej	1329	68,6%	535	66,6%	93	81,4%	5320	70,8%
Ja	609	31,4%	268	33,4%	21	18,6%	2193	29,2%
Avisabonnement/papiravis leveret på adressen								
Nej	1369	70,6%	510	63,5%	98	85,6%	5815	77,4%
Ja	569	29,4%	293	36,5%	16	14,4%	1699	22,6%
Abonnement på e-nyheder på internettet								
Nej	1714	88,4%	650	80,9%	107	93,9%	6794	90,4%
Ja	224	11,6%	153	19,1%	7	6,1%	719	9,6%
TV-pakker fra kabel-TV/satellit/parabol								
Nej	750	38,7%	341	42,4%	73	63,6%	3152	41,9%
Ja	1188	61,3%	463	57,6%	42	36,4%	4362	58,1%
Ingen betalte nyheds- eller TV-abonnementer								
Nej	1616	83,4%	668	83,1%	98	86,2%	6152	81,9%
Ja	323	16,6%	136	16,9%	16	13,8%	1362	18,1%
Ved ikke								
Nej	1861	96,0%	773	96,2%	77	67,8%	6955	92,6%
Ja	78	4,0%	31	3,8%	37	32,2%	559	7,4%

Tabel 14	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden betalte indholdsabonnementer?										
Film- og TV-serie abonnement via internettet										
Nej	636	76,1%	1335	76,4%	941	69,8%	675	63,5%	5320	70,8%
Ja	200	23,9%	412	23,6%	407	30,2%	388	36,5%	2193	29,2%
Avisabonnement/papiravis leveret på adressen										
Nej	740	88,5%	1390	79,6%	1037	76,9%	798	75,1%	5815	77,4%
Ja	96	11,5%	357	20,4%	311	23,1%	265	24,9%	1699	22,6%
Abonnement på e-nyheder på internettet										
Nej	783	93,7%	1633	93,4%	1234	91,5%	930	87,5%	6794	90,4%
Ja	52	6,3%	115	6,6%	114	8,5%	133	12,5%	719	9,6%
TV-pakker fra kabel-TV/satellit/parabol										
Nej	461	55,1%	715	40,9%	514	38,2%	383	36,0%	3152	41,9%
Ja	375	44,9%	1032	59,1%	833	61,8%	680	64,0%	4362	58,1%
Ingen betalte nyheds- eller TV-abonnementer										
Nej	598	71,6%	1368	78,3%	1122	83,3%	912	85,8%	6152	81,9%
Ja	237	28,4%	380	21,7%	226	16,7%	151	14,2%	1362	18,1%
Ved ikke										
Nej	753	90,1%	1669	95,5%	1283	95,2%	1023	96,2%	6955	92,6%
Ja	83	9,9%	79	4,5%	65	4,8%	41	3,8%	559	7,4%

Tabel 14	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden betalte indholdsabonnementer?								
Film- og TV-serie abonnement via internettet								
Nej	377	58,8%	248	60,2%	1109	75,6%	5320	70,8%
Ja	264	41,2%	164	39,8%	358	24,4%	2193	29,2%
Avisabonnement/papiravis leveret på adressen								
Nej	429	66,9%	265	64,2%	1156	78,8%	5815	77,4%
Ja	212	33,1%	148	35,8%	310	21,2%	1699	22,6%
Abonnement på e-nyheder på internettet								
Nej	526	82,0%	319	77,2%	1371	93,5%	6794	90,4%
Ja	115	18,0%	94	22,8%	96	6,5%	719	9,6%
TV-pakker fra kabel-TV/satellit/parabol								
Nej	220	34,3%	166	40,3%	693	47,3%	3152	41,9%
Ja	421	65,7%	247	59,7%	773	52,7%	4362	58,1%
Ingen betalte nyheds- eller TV-abonnementer								
Nej	574	89,5%	367	88,9%	1212	82,6%	6152	81,9%
Ja	67	10,5%	46	11,1%	255	17,4%	1362	18,1%
Ved ikke								
Nej	604	94,2%	393	95,2%	1232	84,0%	6955	92,6%
Ja	37	5,8%	20	4,8%	235	16,0%	559	7,4%

Tabel 14	De Overfladiske		De velinformedede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total		
	Er der i husstanden betalte indholdsabonnementer?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Film- og TV-serie abonnement via internettet															
Nej	820	64,0%	1041	64,3%	1163	78,1%	397	70,0%	538	73,3%	1159	73,1%	5118	70,4%	
Ja	460	36,0%	577	35,7%	325	21,9%	170	30,0%	197	26,7%	427	26,9%	2156	29,6%	
Avisabonnement/papiravis leveret på adressen															
Nej	1176	91,8%	1472	91,0%	621	41,7%	516	90,9%	497	67,7%	1301	82,0%	5582	76,7%	
Ja	104	8,2%	146	9,0%	867	58,3%	51	9,1%	238	32,3%	286	18,0%	1692	23,3%	
Abonnement på e-nyheder på internettet															
Nej	1238	96,7%	1504	93,0%	1227	82,5%	531	93,5%	627	85,3%	1431	90,2%	6558	90,2%	
Ja	42	3,3%	113	7,0%	261	17,5%	37	6,5%	108	14,7%	155	9,8%	716	9,8%	
TV-pakker fra kabel-TV/satellit/parabol															
Nej	511	39,9%	520	32,2%	454	30,5%	317	55,9%	319	43,3%	851	53,6%	2971	40,8%	
Ja	770	60,1%	1097	67,8%	1034	69,5%	251	44,1%	416	56,7%	735	46,4%	4303	59,2%	
Ingen betalte nyheds- eller TV-abonnementer															
Nej	977	76,3%	1293	80,0%	1327	89,2%	436	76,8%	635	86,4%	1284	80,9%	5952	81,8%	
Ja	303	23,7%	324	20,0%	161	10,8%	131	23,2%	100	13,6%	302	19,1%	1322	18,2%	
Ved ikke															
Nej	1239	96,8%	1589	98,3%	1472	98,9%	510	89,8%	705	95,9%	1325	83,6%	6840	94,0%	
Ja	41	3,2%	28	1,7%	16	1,1%	58	10,2%	30	4,1%	261	16,4%	434	6,0%	

Tabel 15 Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Bærbar computer						
Nej	905	24,3%	773	20,4%	1678	22,3%
Ja	2820	75,7%	3016	79,6%	5836	77,7%
Stationær computer/PC						
Nej	1879	50,4%	2238	59,1%	4117	54,8%
Ja	1846	49,6%	1551	40,9%	3397	45,2%
AppleTV						
Nej	3265	87,6%	3369	88,9%	6634	88,3%
Ja	460	12,4%	420	11,1%	880	11,7%
Spillekonsol						
Nej	2470	66,3%	2542	67,1%	5013	66,7%
Ja	1255	33,7%	1246	32,9%	2501	33,3%
Smartphone						
Nej	890	23,9%	774	20,4%	1664	22,2%
Ja	2835	76,1%	3015	79,6%	5849	77,8%
Tablet						
Nej	1501	40,3%	1502	39,6%	3003	40,0%
Ja	2224	59,7%	2287	60,4%	4510	60,0%
HD TV						
Nej	1515	40,7%	2035	53,7%	3550	47,2%
Ja	2210	59,3%	1754	46,3%	3964	52,8%
Smart TV						
Nej	2134	57,3%	2400	63,3%	4534	60,3%
Ja	1591	42,7%	1389	36,7%	2979	39,7%
Billedrørs-TV						
Nej	3455	92,8%	3551	93,7%	7006	93,2%
Ja	270	7,2%	238	6,3%	508	6,8%

Tabel 15	Mand		Kvinde		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?						
Google Chromecast						
Nej	3109	83,5%	3206	84,6%	6316	84,1%
Ja	616	16,5%	583	15,4%	1198	15,9%
Digitalradio, internetradio eller DAB-radio						
Nej	2278	61,2%	2364	62,4%	4642	61,8%
Ja	1447	38,8%	1425	37,6%	2872	38,2%
Ingen af disse						
Nej	3679	98,8%	3764	99,3%	7443	99,1%
Ja	46	1,2%	25	,7%	71	,9%
Ved ikke						
Nej	3613	97,0%	3660	96,6%	7274	96,8%
Ja	112	3,0%	128	3,4%	240	3,2%

Tabel 15	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?														
Bærbar computer														
Nej	514	29,3%	265	24,6%	192	15,0%	191	15,7%	214	19,6%	302	27,5%	1678	22,3%
Ja	1238	70,7%	813	75,4%	1085	85,0%	1027	84,3%	879	80,4%	794	72,5%	5836	77,7%
Stationær computer/PC														
Nej	1193	68,1%	717	66,5%	700	54,8%	571	46,9%	462	42,3%	474	43,2%	4117	54,8%
Ja	559	31,9%	361	33,5%	577	45,2%	647	53,1%	631	57,7%	622	56,8%	3397	45,2%
AppleTV														
Nej	1515	86,5%	892	82,8%	1079	84,5%	1103	90,6%	1008	92,2%	1036	94,5%	6634	88,3%
Ja	236	13,5%	186	17,2%	198	15,5%	115	9,4%	85	7,8%	60	5,5%	880	11,7%
Spillekonsol														
Nej	946	54,0%	571	52,9%	605	47,3%	841	69,1%	975	89,2%	1074	98,0%	5013	66,7%
Ja	805	46,0%	508	47,1%	673	52,7%	376	30,9%	118	10,8%	22	2,0%	2501	33,3%

Tabel 15	15 - 29 År		30 - 39 År		40 - 49 År		50 - 59 År		60 - 69 År		70 + År		Total	
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Smartphone														
Nej	507	28,9%	222	20,6%	151	11,8%	166	13,6%	216	19,8%	403	36,7%	1664	22,2%
Ja	1245	71,1%	856	79,4%	1126	88,2%	1052	86,4%	877	80,2%	693	63,3%	5849	77,8%
Tablet														
Nej	883	50,4%	379	35,2%	342	26,8%	436	35,8%	406	37,1%	558	50,9%	3003	40,0%
Ja	869	49,6%	699	64,8%	935	73,2%	782	64,2%	687	62,9%	538	49,1%	4510	60,0%
HD TV														
Nej	1097	62,6%	560	51,9%	511	40,0%	470	38,6%	414	37,8%	499	45,5%	3550	47,2%
Ja	655	37,4%	519	48,1%	766	60,0%	747	61,4%	679	62,2%	597	54,5%	3964	52,8%
Smart TV														
Nej	1151	65,7%	643	59,6%	674	52,8%	653	53,6%	665	60,8%	749	68,4%	4534	60,3%
Ja	601	34,3%	436	40,4%	603	47,2%	565	46,4%	429	39,2%	347	31,6%	2979	39,7%
Billedrørs-TV														
Nej	1660	94,8%	1020	94,5%	1200	93,9%	1136	93,3%	1014	92,8%	977	89,1%	7006	93,2%
Ja	92	5,2%	59	5,5%	78	6,1%	81	6,7%	79	7,2%	119	10,9%	508	6,8%
Google Chromecast														
Nej	1432	81,8%	820	76,1%	1030	80,7%	1057	86,8%	977	89,4%	999	91,1%	6316	84,1%
Ja	319	18,2%	258	23,9%	247	19,3%	160	13,2%	116	10,6%	98	8,9%	1198	15,9%
Digitalradio, internetradio eller DAB-radio														
Nej	1298	74,1%	761	70,5%	807	63,2%	718	59,0%	525	48,0%	533	48,6%	4642	61,8%
Ja	453	25,9%	318	29,5%	470	36,8%	499	41,0%	568	52,0%	563	51,4%	2872	38,2%
Ingen af disse														
Nej	1733	99,0%	1060	98,3%	1266	99,2%	1211	99,5%	1088	99,5%	1084	98,9%	7443	99,1%
Ja	18	1,0%	19	1,7%	11	,8%	6	,5%	5	,5%	12	1,1%	71	,9%
Ved ikke														
Nej	1620	92,5%	1032	95,7%	1252	98,0%	1199	98,5%	1085	99,3%	1085	99,0%	7274	96,8%
Ja	131	7,5%	46	4,3%	25	2,0%	19	1,5%	8	,7%	11	1,0%	240	3,2%

Tabel 15	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Bærbar computer												
Nej	506	22,7%	285	23,1%	336	21,4%	343	20,7%	208	25,2%	1678	22,3%
Ja	1720	77,3%	948	76,9%	1238	78,6%	1313	79,3%	617	74,8%	5836	77,7%
Stationær computer/PC												
Nej	1280	57,5%	631	51,2%	855	54,3%	919	55,5%	433	52,5%	4117	54,8%
Ja	945	42,5%	602	48,8%	720	45,7%	737	44,5%	392	47,5%	3397	45,2%
AppleTV												
Nej	1978	88,9%	1125	91,2%	1379	87,6%	1446	87,3%	706	85,6%	6634	88,3%
Ja	247	11,1%	109	8,8%	196	12,4%	210	12,7%	119	14,4%	880	11,7%
Spillekonsol												
Nej	1539	69,2%	822	66,6%	1035	65,7%	1079	65,2%	538	65,2%	5013	66,7%
Ja	686	30,8%	412	33,4%	540	34,3%	576	34,8%	287	34,8%	2501	33,3%
Smartphone												
Nej	518	23,3%	278	22,6%	328	20,8%	315	19,0%	225	27,2%	1664	22,2%
Ja	1707	76,7%	955	77,4%	1246	79,2%	1340	81,0%	600	72,8%	5849	77,8%
Tablet												
Nej	945	42,5%	496	40,2%	630	40,0%	610	36,8%	323	39,2%	3003	40,0%
Ja	1280	57,5%	738	59,8%	945	60,0%	1046	63,2%	502	60,8%	4510	60,0%
HD TV												
Nej	1092	49,1%	568	46,0%	690	43,8%	788	47,6%	412	49,9%	3550	47,2%
Ja	1133	50,9%	666	54,0%	885	56,2%	867	52,4%	413	50,1%	3964	52,8%
Smart TV												
Nej	1354	60,8%	784	63,6%	907	57,6%	986	59,6%	504	61,1%	4534	60,3%
Ja	872	39,2%	450	36,4%	668	42,4%	669	40,4%	321	38,9%	2979	39,7%
Billedrørs-TV												
Nej	2090	93,9%	1157	93,8%	1464	93,0%	1541	93,1%	754	91,4%	7006	93,2%
Ja	135	6,1%	76	6,2%	111	7,0%	115	6,9%	71	8,6%	508	6,8%

Tabel 15	Hovedstaden		Sjælland		Syddanmark		Midtjylland		Nordjylland		Total	
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Google Chromecast												
Nej	1905	85,6%	1032	83,7%	1309	83,1%	1383	83,6%	686	83,2%	6316	84,1%
Ja	320	14,4%	201	16,3%	266	16,9%	272	16,4%	139	16,8%	1198	15,9%
Digitalradio, internetradio eller DAB-radio												
Nej	1383	62,1%	739	59,9%	961	61,0%	1012	61,1%	547	66,3%	4642	61,8%
Ja	842	37,9%	495	40,1%	613	39,0%	644	38,9%	278	33,7%	2872	38,2%
Ingen af disse												
Nej	2195	98,6%	1223	99,1%	1567	99,5%	1637	98,9%	822	99,6%	7443	99,1%
Ja	30	1,4%	11	0,9%	7	,5%	19	1,1%	3	,4%	71	0,9%
Ved ikke												
Nej	2169	97,5%	1196	96,9%	1517	96,4%	1607	97,1%	784	95,1%	7274	96,8%
Ja	56	2,5%	38	3,1%	57	3,6%	48	2,9%	40	4,9%	240	3,2%

Tabel 15	Øst		Vest		Total	
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Bærbar computer						
Nej	769	22,3%	909	22,3%	1678	22,3%
Ja	2675	77,7%	3162	77,7%	5836	77,7%
Stationær computer/PC						
Nej	1895	55,0%	2222	54,6%	4117	54,8%
Ja	1549	45,0%	1848	45,4%	3397	45,2%
AppleTV						
Nej	3093	89,8%	3541	87,0%	6634	88,3%
Ja	351	10,2%	529	13,0%	880	11,7%
Spillekonsol						
Nej	2348	68,2%	2665	65,5%	5013	66,7%
Ja	1096	31,8%	1405	34,5%	2501	33,3%

Tabel 15	Øst		Vest		Total	
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Smartphone						
Nej	772	22,4%	893	21,9%	1664	22,2%
Ja	2672	77,6%	3177	78,1%	5849	77,8%
Tablet						
Nej	1422	41,3%	1582	38,9%	3003	40,0%
Ja	2022	58,7%	2488	61,1%	4510	60,0%
HD TV						
Nej	1641	47,7%	1909	46,9%	3550	47,2%
Ja	1803	52,3%	2161	53,1%	3964	52,8%
Smart TV						
Nej	2119	61,5%	2415	59,3%	4534	60,3%
Ja	1325	38,5%	1655	40,7%	2979	39,7%
Billedrørs-TV						
Nej	3234	93,9%	3772	92,7%	7006	93,2%
Ja	210	6,1%	298	7,3%	508	6,8%
Google Chromecast						
Nej	2927	85,0%	3389	83,3%	6316	84,1%
Ja	517	15,0%	682	16,7%	1198	15,9%
Digitalradio, internetradio eller DAB-radio						
Nej	2107	61,2%	2535	62,3%	4642	61,8%
Ja	1337	38,8%	1535	37,7%	2872	38,2%
Ingen af disse						
Nej	3403	98,8%	4040	99,3%	7443	99,1%
Ja	41	1,2%	30	0,7%	71	,9%
Ved ikke						
Nej	3347	97,2%	3927	96,5%	7274	96,8%
Ja	97	2,8%	143	3,5%	240	3,2%

Tabel 15	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?										
Bærbar computer										
Nej	222	24,5%	220	25,2%	453	24,0%	222	22,5%	1678	22,3%
Ja	687	75,5%	651	74,8%	1438	76,0%	765	77,5%	5836	77,7%
Stationær computer/PC										
Nej	444	48,8%	573	65,8%	964	51,0%	543	55,0%	4117	54,8%
Ja	465	51,2%	298	34,2%	926	49,0%	445	45,0%	3397	45,2%
AppleTV										
Nej	815	89,7%	767	88,1%	1694	89,6%	883	89,4%	6634	88,3%
Ja	94	10,3%	104	11,9%	196	10,4%	105	10,6%	880	11,7%
Spillekonsol										
Nej	554	60,9%	510	58,5%	1242	65,7%	669	67,8%	5013	66,7%
Ja	355	39,1%	361	41,5%	649	34,3%	318	32,2%	2501	33,3%
Smartphone										
Nej	244	26,9%	212	24,3%	401	21,2%	210	21,2%	1664	22,2%
Ja	665	73,1%	659	75,7%	1489	78,8%	778	78,8%	5849	77,8%
Tablet										
Nej	383	42,1%	438	50,3%	736	39,0%	378	38,3%	3003	40,0%
Ja	526	57,9%	433	49,7%	1154	61,0%	610	61,7%	4510	60,0%
HD TV										
Nej	465	51,2%	504	57,9%	772	40,8%	453	45,9%	3550	47,2%
Ja	444	48,8%	367	42,1%	1119	59,2%	535	54,1%	3964	52,8%
Smart TV										
Nej	530	58,3%	572	65,7%	1127	59,6%	571	57,9%	4534	60,3%
Ja	379	41,7%	299	34,3%	763	40,4%	416	42,1%	2979	39,7%
Billedrørs-TV										
Nej	866	95,3%	810	93,0%	1761	93,2%	925	93,7%	7006	93,2%
Ja	43	4,7%	61	7,0%	129	6,8%	62	6,3%	508	6,8%

Tabel 15	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?								
Bærbar computer								
Nej	380	19,6%	130	16,2%	50	43,4%	1678	22,3%
Ja	1558	80,4%	673	83,8%	65	56,6%	5836	77,7%
Stationær computer/PC								
Nej	1090	56,2%	428	53,3%	75	65,9%	4117	54,8%
Ja	849	43,8%	375	46,7%	39	34,1%	3397	45,2%
AppleTV								
Nej	1693	87,3%	678	84,4%	103	90,4%	6634	88,3%
Ja	245	12,7%	125	15,6%	11	9,6%	880	11,7%
Spillekonsol								
Nej	1381	71,2%	572	71,2%	85	74,5%	5013	66,7%
Ja	558	28,8%	231	28,8%	29	25,5%	2501	33,3%
Smartphone								
Nej	399	20,6%	142	17,6%	57	49,5%	1664	22,2%
Ja	1539	79,4%	662	82,4%	58	50,5%	5849	77,8%
Tablet								
Nej	710	36,6%	283	35,2%	75	66,0%	3003	40,0%
Ja	1229	63,4%	520	64,8%	39	34,0%	4510	60,0%
HD TV								
Nej	919	47,4%	368	45,8%	69	60,4%	3550	47,2%
Ja	1019	52,6%	435	54,2%	45	39,6%	3964	52,8%
Smart TV								
Nej	1161	59,9%	487	60,7%	86	75,1%	4534	60,3%
Ja	778	40,1%	316	39,3%	28	24,9%	2979	39,7%
Billedrørs-TV								
Nej	1813	93,5%	724	90,1%	108	94,4%	7006	93,2%
Ja	126	6,5%	80	9,9%	6	5,6%	508	6,8%

Tabel 15	Folkeskole / grundskole		Gymnasial uddannelse		Erhvervsuddannelse		Kort videregående uddannelse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?										
Google Chromecast										
Nej	788	86,6%	721	82,8%	1601	84,7%	826	83,7%	6316	84,1%
Ja	121	13,4%	150	17,2%	290	15,3%	161	16,3%	1198	15,9%
Digitalradio, internetradio eller DAB-radio										
Nej	611	67,2%	604	69,4%	1164	61,5%	606	61,4%	4642	61,8%
Ja	298	32,8%	267	30,6%	727	38,5%	381	38,6%	2872	38,2%
Ingen af disse										
Nej	899	98,8%	862	98,9%	1881	99,5%	975	98,8%	7443	99,1%
Ja	10	1,2%	9	1,1%	9	,5%	12	1,2%	71	,9%
Ved ikke										
Nej	869	95,6%	827	94,9%	1843	97,5%	957	96,9%	7274	96,8%
Ja	40	4,4%	45	5,1%	47	2,5%	30	3,1%	240	3,2%

Tabel 15	Mellemlang videregående uddannelse		Lang videregående uddannelse		Andet		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?								
Google Chromecast								
Nej	1642	84,7%	644	80,2%	94	82,2%	6316	84,1%
Ja	296	15,3%	159	19,8%	20	17,8%	1198	15,9%
Digitalradio, internetradio eller DAB-radio								
Nej	1109	57,2%	457	56,8%	91	79,6%	4642	61,8%
Ja	829	42,8%	347	43,2%	23	20,4%	2872	38,2%
Ingen af disse								
Nej	1921	99,1%	796	99,1%	110	96,0%	7443	99,1%
Ja	18	0,9%	8	0,9%	5	4,0%	71	,9%
Ved ikke								
Nej	1897	97,9%	787	98,0%	94	82,1%	7274	96,8%
Ja	41	2,1%	16	2,0%	20	17,9%	240	3,2%

Tabel 15	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?										
Bærbar computer										
Nej	253	30,2%	429	24,6%	271	20,1%	169	15,9%	1678	22,3%
Ja	583	69,8%	1318	75,4%	1077	79,9%	894	84,1%	5836	77,7%
Stationær computer/PC										
Nej	574	68,7%	971	55,6%	696	51,7%	541	50,9%	4117	54,8%
Ja	262	31,3%	777	44,4%	652	48,3%	522	49,1%	3397	45,2%
AppleTV										
Nej	793	94,9%	1625	93,0%	1206	89,5%	889	83,6%	6634	88,3%
Ja	43	5,1%	122	7,0%	142	10,5%	174	16,4%	880	11,7%

Tabel 15	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?								
Bærbar computer								
Nej	112	17,5%	103	24,9%	341	23,3%	1678	22,3%
Ja	529	82,5%	310	75,1%	1125	76,7%	5836	77,7%
Stationær computer/PC								
Nej	326	50,9%	209	50,6%	800	54,5%	4117	54,8%
Ja	314	49,1%	204	49,4%	667	45,5%	3397	45,2%
AppleTV								
Nej	509	79,4%	310	75,2%	1303	88,8%	6634	88,3%
Ja	132	20,6%	102	24,8%	164	11,2%	880	11,7%

Tabel 15	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?										
Spillekonsol										
Nej	634	75,8%	1276	73,0%	913	67,8%	619	58,2%	5013	66,7%
Ja	202	24,2%	471	27,0%	435	32,2%	444	41,8%	2501	33,3%
Smartphone										
Nej	252	30,2%	421	24,1%	275	20,4%	128	12,1%	1664	22,2%
Ja	583	69,8%	1327	75,9%	1073	79,6%	935	87,9%	5849	77,8%
Tablet										
Nej	552	66,0%	884	50,6%	423	31,4%	279	26,2%	3003	40,0%
Ja	284	34,0%	863	49,4%	924	68,6%	784	73,8%	4510	60,0%
HD TV										
Nej	513	61,4%	794	45,5%	597	44,3%	432	40,6%	3550	47,2%
Ja	323	38,6%	953	54,5%	750	55,7%	631	59,4%	3964	52,8%

Tabel 15	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?								
Spillekonsol								
Nej	353	55,1%	227	55,0%	990	67,5%	5013	66,7%
Ja	288	44,9%	186	45,0%	476	32,5%	2501	33,3%
Smartphone								
Nej	118	18,5%	102	24,6%	369	25,1%	1664	22,2%
Ja	523	81,5%	311	75,4%	1098	74,9%	5849	77,8%
Tablet								
Nej	145	22,6%	117	28,3%	603	41,1%	3003	40,0%
Ja	496	77,4%	296	71,7%	863	58,9%	4510	60,0%
HD TV								
Nej	265	41,3%	173	41,8%	776	52,9%	3550	47,2%
Ja	376	58,7%	240	58,2%	690	47,1%	3964	52,8%

Tabel 15	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?										
Smart TV										
Nej	638	76,3%	1183	67,7%	781	58,0%	544	51,2%	4534	60,3%
Ja	198	23,7%	564	32,3%	566	42,0%	519	48,8%	2979	39,7%
Billedrørs-TV										
Nej	785	94,0%	1627	93,1%	1237	91,8%	994	93,5%	7006	93,2%
Ja	50	6,0%	120	6,9%	111	8,2%	69	6,5%	508	6,8%
Google Chromecast										
Nej	737	88,2%	1520	87,0%	1102	81,8%	853	80,3%	6316	84,1%
Ja	99	11,8%	228	13,0%	246	18,2%	210	19,7%	1198	15,9%

Tabel 15	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?								
Smart TV								
Nej	284	44,3%	207	50,2%	897	61,2%	4534	60,3%
Ja	357	55,7%	206	49,8%	570	38,8%	2979	39,7%
Billedrørs-TV								
Nej	592	92,3%	382	92,5%	1388	94,7%	7006	93,2%
Ja	49	7,7%	31	7,5%	78	5,3%	508	6,8%
Google Chromecast								
Nej	519	81,0%	319	77,4%	1265	86,3%	6316	84,1%
Ja	122	19,0%	94	22,6%	201	13,7%	1198	15,9%

Tabel 15	0-200.000 DKK		200.001-400.000 DKK		400.001-600.000 DKK		600.001-800.000 DKK		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?										
Digitalradio, internetradio eller DAB-radio										
Nej	629	75,3%	1148	65,7%	779	57,8%	566	53,2%	4642	61,8%
Ja	206	24,7%	599	34,3%	568	42,2%	497	46,8%	2872	38,2%
Ingen af disse										
Nej	821	98,2%	1735	99,3%	1340	99,5%	1057	99,4%	7443	99,1%
Ja	15	1,8%	12	0,7%	7	,5%	6	,6%	71	,9%
Ved ikke										
Nej	795	95,1%	1714	98,1%	1329	98,6%	1045	98,3%	7274	96,8%
Ja	41	4,9%	33	1,9%	18	1,4%	18	1,7%	240	3,2%

Tabel 15	800.001-1.000.000 DKK		1.000.001 DKK eller derover		Ved ikke / Vil ikke oplyse		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?								
Digitalradio, internetradio eller DAB-radio								
Nej	349	54,4%	231	56,1%	939	64,0%	4642	61,8%
Ja	292	45,6%	181	43,9%	527	36,0%	2872	38,2%
Ingen af disse								
Nej	636	99,3%	407	98,6%	1446	98,6%	7443	99,1%
Ja	5	0,7%	6	1,4%	21	1,4%	71	,9%
Ved ikke								
Nej	632	98,6%	408	98,7%	1351	92,1%	7274	96,8%
Ja	9	1,4%	5	1,3%	116	7,9%	240	3,2%

Tabel 15	De Overfladiske		De velinformede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?														
Bærbar computer														
Nej	192	15,0%	209	13,0%	262	17,6%	187	33,0%	222	30,1%	485	30,6%	1557	21,4%
Ja	1088	85,0%	1408	87,0%	1226	82,4%	380	67,0%	513	69,9%	1101	69,4%	5717	78,6%
Stationær computer/PC														
Nej	708	55,3%	843	52,1%	660	44,4%	338	59,5%	418	56,8%	974	61,4%	3940	54,2%
Ja	572	44,7%	775	47,9%	828	55,6%	230	40,5%	317	43,2%	612	38,6%	3334	45,8%
AppleTV														
Nej	1155	90,2%	1416	87,5%	1349	90,7%	496	87,4%	644	87,6%	1354	85,3%	6414	88,2%
Ja	125	9,8%	201	12,5%	139	9,3%	72	12,6%	91	12,4%	233	14,7%	860	11,8%
Spillekonsol														
Nej	714	55,8%	965	59,7%	1220	82,0%	363	63,9%	546	74,2%	1039	65,5%	4847	66,6%
Ja	566	44,2%	652	40,3%	268	18,0%	205	36,1%	189	25,8%	547	34,5%	2427	33,4%

Tabel 15	De Overfladiske		De velinformede		De interesserede		De uengagerede		De socialt korrekte		De Pligtskyldige		Total	
Er der i husstanden nogle af nedenstående elektroniske enheder?	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Smartphone														
Nej	125	9,8%	198	12,2%	261	17,6%	189	33,3%	270	36,7%	509	32,1%	1551	21,3%
Ja	1155	90,2%	1420	87,8%	1227	82,4%	379	66,7%	465	63,3%	1078	67,9%	5723	78,7%
Tablet														
Nej	480	37,5%	524	32,4%	521	35,0%	270	47,5%	347	47,2%	717	45,2%	2859	39,3%
Ja	801	62,5%	1093	67,6%	967	65,0%	298	52,5%	388	52,8%	869	54,8%	4415	60,7%
HD TV														
Nej	600	46,8%	639	39,5%	584	39,2%	319	56,2%	372	50,6%	868	54,7%	3382	46,5%
Ja	680	53,2%	978	60,5%	904	60,8%	249	43,8%	363	49,4%	718	45,3%	3892	53,5%
Smart TV														
Nej	756	59,1%	880	54,4%	917	61,6%	398	70,1%	438	59,6%	973	61,3%	4362	60,0%
Ja	524	40,9%	737	45,6%	571	38,4%	170	29,9%	297	40,4%	613	38,7%	2912	40,0%
Billedrørs-TV														
Nej	1219	95,2%	1528	94,5%	1328	89,3%	536	94,4%	673	91,6%	1488	93,8%	6772	93,1%
Ja	61	4,8%	89	5,5%	160	10,7%	32	5,6%	62	8,4%	98	6,2%	502	6,9%
Google Chromecast														
Nej	1059	82,8%	1341	82,9%	1298	87,2%	487	85,8%	600	81,7%	1330	83,8%	6115	84,1%
Ja	221	17,2%	277	17,1%	190	12,8%	81	14,2%	135	18,3%	257	16,2%	1159	15,9%
Digitalradio, internetradio eller DAB-radio														
Nej	833	65,1%	936	57,9%	655	44,0%	419	73,8%	453	61,6%	1138	71,8%	4436	61,0%
Ja	447	34,9%	681	42,1%	833	56,0%	148	26,2%	282	38,4%	448	28,2%	2838	39,0%
Ingen af disse														
Nej	1272	99,4%	1613	99,8%	1480	99,5%	554	97,6%	732	99,6%	1559	98,3%	7211	99,1%
Ja	8	0,6%	4	0,2%	8	,5%	13	2,4%	3	,4%	27	1,7%	63	,9%
Ved ikke														
Nej	1268	99,1%	1610	99,5%	1487	99,9%	544	95,8%	726	98,8%	1487	93,8%	7122	97,9%
Ja	12	0,9%	8	0,5%	1	0,1%	24	4,2%	9	1,2%	99	6,2%	152	2,1%

Tabel 16	Antal	Procent
Køn		
Mand	3725	49,6%
Kvinde	3789	50,4%
Total	7514	100,0%
Aldersgrupper		
15 - 29 År	1752	23,3%
30 - 39 År	1078	14,4%
40 - 49 År	1277	17,0%
50 - 59 År	1218	16,2%
60 - 69 År	1093	14,5%
70 + År	1096	14,6%
Total	7514	100,0%
Region		
Hovedstaden	2225	29,6%
Sjælland	1234	16,4%
Syddanmark	1575	21,0%
Midtjylland	1655	22,0%
Nordjylland	825	11,0%
Total	7514	100,0%
Region2		
Øst	3444	45,8%
Vest	4070	54,2%
Total	7514	100,0%

Tabel 16	Antal	Procent
Personlig indkomst		
0-100.000 DKK	568	7,6%
100.001-200.000 DKK	1103	14,7%
200.001-300.000 DKK	1264	16,8%
300.001-400.000 DKK	1406	18,7%
400.001-500.000 DKK	843	11,2%
500.001-600.000 DKK	357	4,7%
600.001-700.000 DKK	231	3,1%
700.001-800.000 DKK	175	2,3%
800.001-900.000 DKK	88	1,2%
900.001-1.000.000 DKK	45	0,6%
1.000.001 DKK eller mere	83	1,1%
Vil ikke oplyse	1038	13,8%
Ved ikke	312	4,2%
Total	7514	100,0%

Tabel 16	Antal	Procent
Personlig indkomst		
0-100.000 DKK	568	7,6%
100.001-200.000 DKK	1103	14,7%
200.001-300.000 DKK	1264	16,8%
300.001-400.000 DKK	1406	18,7%
400.001-500.000 DKK	843	11,2%
500.001-600.000 DKK	357	4,7%
600.001-700.000 DKK	231	3,1%
700.001-800.000 DKK	175	2,3%
800.001-900.000 DKK	88	1,2%
900.001-1.000.000 DKK	45	0,6%
1.000.001 DKK eller mere	83	1,1%
Vil ikke oplyse	1038	13,8%
Ved ikke	312	4,2%
Total	7514	100,0%

Tabel 17	Antal	Procent
Husstandsindkomst		
0-100.000 DKK	223	3,0%
100.001-200.000 DKK	612	8,2%
200.001-300.000 DKK	848	11,3%
300.001-400.000 DKK	899	12,0%
400.001-500.000 DKK	746	9,9%
500.001-600.000 DKK	602	8,0%
600.001-700.000 DKK	549	7,3%
700.001-800.000 DKK	514	6,8%
800.001-900.000 DKK	422	5,6%
900.001-1.000.000 DKK	219	2,9%
1.000.000-1.099.999 DKK	145	1,9%
1.100.000-1.199.999 DKK	84	1,1%
1.200.000-1.299.999 DKK	62	0,8%
1.300.000-1.399.999 DKK	30	0,4%
1.400.000-1.499.999 DKK	17	0,2%
1.500.000 DKK eller derover	75	1,0%
Vil ikke oplyse	1046	13,9%
Ved ikke	420	5,6%
Total	7514	100,0%
Antal personer i husstanden		
1	1900	25,3%
2	3203	42,6%
3	1078	14,3%
4	901	12,0%
5 eller flere	366	4,9%
Ønsker ikke at oplyse	66	0,9%
Total	7514	100,0%

Tabel 17	Antal	Procent
Antal hjemmeboende børn i husstanden under 21 år		
1	1151	15,3%
2	944	12,6%
3	282	3,8%
4	109	1,4%
5	16	0,2%
6 eller flere	13	0,2%
Ingen børn	4999	66,5%
Total	7514	100,0%
Højeste fuldførte uddannelse		
Folkeskole / grundskole	909	12,1%
Gymnasial uddannelse	871	11,6%
Erhvervsuddannelse	1890	25,2%
Kort videregående uddannelse	987	13,1%
Mellemlang videregående uddannelse (l	1938	25,8%
Lang videregående uddannelse (Kandid	803	10,7%
Andet	114	1,5%
Total	7514	100,0%
Nuværende beskæftigelse		
Studerende	979	13,0%
Fuldtidsansat	2959	39,4%
Deltidsansat	475	6,3%
Selvstændig	337	4,5%
Værnepligtig	29	0,4%
Barsel	67	0,9%
Pensionist / efterløn	2043	27,2%
Arbejdsløs	480	6,4%
Hjemmegående	116	1,5%
Orlov	29	0,4%
Total	7514	100,0%

Tabel 17	Antal	Procent
Boligtype		
Lejer	2647	35,2%
Ejer	4241	56,4%
Andel	514	6,8%
Vil ikke oplyse	111	1,5%
Total	7514	100,0%

Tabel 18	Antal rigtige	Procent
Scorer over gennemsnit	9-11	12%
Scorer på gennemsnit	5-8	58%
Scorer under gennemsnit	0-4	30%
Total		100%

Tabel 19	0-4 rigtige		5-8 rigtige		9-11 rigtige		Total	Total
Segment	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
De Overfladiske	514	23,5%	682	16,4%	84	9,1%	1280	17,6%
De velinformerede	228	10,4%	1151	27,6%	239	26,0%	1617	22,2%
De interesserede	87	4,0%	1001	24,0%	400	43,5%	1488	20,5%
De uengagerede	381	17,4%	172	4,1%	15	1,6%	568	7,8%
De politisk korrekte	226	10,3%	427	10,2%	82	9,0%	735	10,1%
De Pligtskyldige	755	34,5%	732	17,6%	100	10,8%	1586	21,8%
Total	2190	100,0%	4164	100,0%	920	100,0%	7274	100,0%
Køn								
Mand	937	39,6%	2176	51,5%	612	66,2%	3725	49,6%
Kvinde	1431	60,4%	2046	48,5%	312	33,8%	3789	50,4%
Total	2368	100,0%	4222	100,0%	924	100,0%	7514	100,0%

Tabel 19	0-4 rigtige		5-8 rigtige		9-11 rigtige		Total	Total
Aldersgrupper	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
15 - 29 År	1038	43,8%	641	15,2%	73	7,9%	1752	23,3%
30 - 39 År	457	19,3%	545	12,9%	77	8,3%	1078	14,4%
40 - 49 År	377	15,9%	757	17,9%	143	15,5%	1277	17,0%
50 - 59 År	240	10,1%	801	19,0%	177	19,2%	1218	16,2%
60 - 69 År	130	5,5%	748	17,7%	215	23,3%	1093	14,5%
70 + År	127	5,4%	731	17,3%	238	25,8%	1096	14,6%
Total	2368	100,0%	4222	100,0%	924	100,0%	7514	100,0%
Region								
Hovedstaden	629	26,6%	1281	30,3%	316	34,2%	2225	29,6%
Sjælland	407	17,2%	678	16,1%	149	16,2%	1234	16,4%
Syddanmark	466	19,7%	920	21,8%	190	20,5%	1575	21,0%
Midtjylland	524	22,1%	939	22,2%	192	20,8%	1655	22,0%
Nordjylland	342	14,5%	405	9,6%	77	8,3%	825	11,0%
Total	2368	100,0%	4222	100,0%	924	100,0%	7514	100,0%
Region 2								
Øst	1011	42,7%	1967	46,6%	466	50,4%	3444	45,8%
Vest	1356	57,3%	2256	53,4%	458	49,6%	4070	54,2%
Total	2368	100,0%	4222	100,0%	924	100,0%	7514	100,0%
Højeste fuldførte uddannelse								
Folkeskole / grundskole	478	20,2%	378	9,0%	52	5,7%	909	12,1%
Gymnasial uddannelse	374	15,8%	423	10,0%	74	8,0%	871	11,6%
Erhvervsuddannelse	604	25,5%	1100	26,1%	186	20,1%	1890	25,2%
Kort videregående uddannelse	305	12,9%	575	13,6%	107	11,6%	987	13,1%
Mellemlang videregående uddannelse (l	394	16,7%	1232	29,2%	312	33,7%	1938	25,8%
Lang videregående uddannelse (Kandid	137	5,8%	482	11,4%	184	19,9%	803	10,7%
Andet	74	3,1%	32	,7%	9	,9%	114	1,5%
Total	2368	100,0%	4222	100,0%	924	100,0%	7514	100,0%

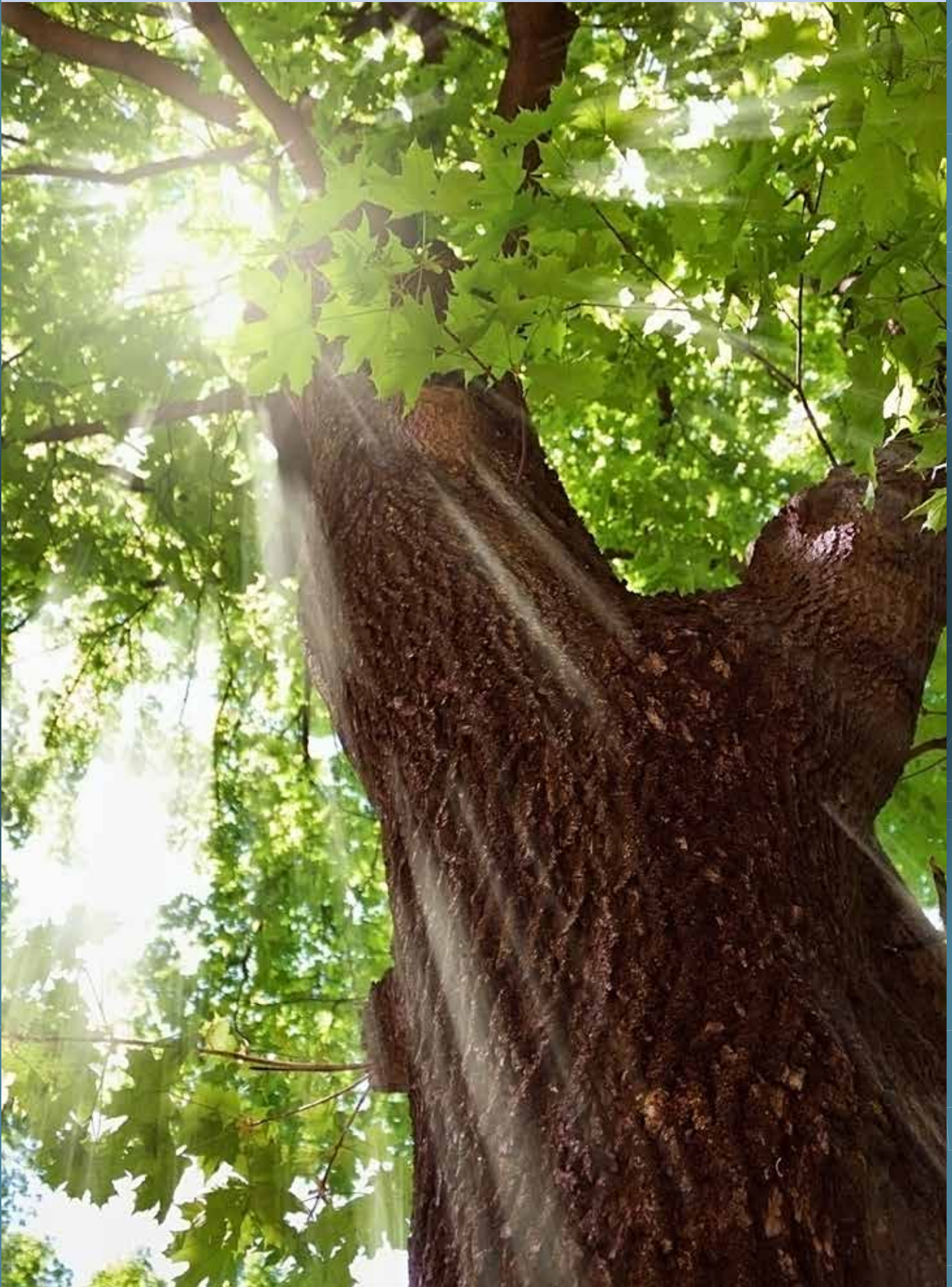
Tabel 19	0-4 rigtige		5-8 rigtige		9-11 rigtige		Total	Total
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Nuværende beskæftigelse								
Studerende	526	22,2%	395	9,4%	58	6,2%	979	13,0%
Fuldtidsansat	861	36,4%	1744	41,3%	353	38,2%	2959	39,4%
Deltidsansat	178	7,5%	258	6,1%	40	4,3%	475	6,3%
Selvstændig	109	4,6%	177	4,2%	51	5,5%	337	4,5%
Værnepligtig	27	1,1%	2	,1%	0	0,0%	29	,4%
Barsel	43	1,8%	21	,5%	3	,3%	67	,9%
Pensionist / efterløn	325	13,7%	1341	31,8%	377	40,8%	2043	27,2%
Arbejdsløs	222	9,4%	223	5,3%	35	3,8%	480	6,4%
Hjemmegående	59	2,5%	49	1,2%	8	,8%	116	1,5%
Orlov	17	,7%	11	,3%	1	,1%	29	,4%
Total	2368	100,0%	4222	100,0%	924	100,0%	7514	100,0%
Personlig indkomst								
0-100.000 DKK	272	11,5%	252	6,0%	45	4,9%	568	7,6%
100.001-200.000 DKK	373	15,8%	615	14,6%	115	12,4%	1103	14,7%
200.001-300.000 DKK	341	14,4%	777	18,4%	146	15,8%	1264	16,8%
300.001-400.000 DKK	349	14,7%	869	20,6%	188	20,3%	1406	18,7%
400.001-500.000 DKK	191	8,1%	526	12,5%	125	13,6%	843	11,2%
500.001-600.000 DKK	76	3,2%	211	5,0%	70	7,5%	357	4,7%
600.001-700.000 DKK	59	2,5%	135	3,2%	37	4,0%	231	3,1%
700.001-800.000 DKK	48	2,0%	94	2,2%	33	3,5%	175	2,3%
800.001-900.000 DKK	21	,9%	53	1,2%	14	1,5%	88	1,2%
900.001-1.000.000 DKK	13	,6%	24	,6%	8	,8%	45	,6%
1.000.001 DKK eller mere	24	1,0%	40	1,0%	19	2,0%	83	1,1%
Vil ikke oplyse	395	16,7%	531	12,6%	112	12,2%	1038	13,8%
Ved ikke	203	8,6%	96	2,3%	13	1,4%	312	4,2%
Total	2368	100,0%	4222	100,0%	924	100,0%	7514	100,0%

Tabel 19	0-4 rigtige		5-8 rigtige		9-11 rigtige		Total	Total
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Husstandsindkomst								
0-100.000 DKK	123	5,2%	85	2,0%	15	1,7%	223	3,0%
100.001-200.000 DKK	245	10,3%	320	7,6%	48	5,2%	612	8,2%
200.001-300.000 DKK	262	11,1%	492	11,7%	94	10,2%	848	11,3%
300.001-400.000 DKK	233	9,8%	540	12,8%	126	13,6%	899	12,0%
400.001-500.000 DKK	159	6,7%	473	11,2%	113	12,3%	746	9,9%
500.001-600.000 DKK	155	6,5%	374	8,9%	73	7,9%	602	8,0%
600.001-700.000 DKK	134	5,7%	328	7,8%	87	9,4%	549	7,3%
700.001-800.000 DKK	118	5,0%	319	7,6%	76	8,2%	514	6,8%
800.001-900.000 DKK	113	4,8%	246	5,8%	62	6,7%	422	5,6%
900.001-1.000.000 DKK	64	2,7%	131	3,1%	24	2,6%	219	2,9%
1.000.000-1.099.999 DKK	29	1,2%	84	2,0%	32	3,5%	145	1,9%
1.100.000-1.199.999 DKK	25	1,0%	42	1,0%	17	1,9%	84	1,1%
1.200.000-1.299.999 DKK	30	1,3%	27	,6%	5	,6%	62	,8%
1.300.000-1.399.999 DKK	14	,6%	13	,3%	4	,4%	30	,4%
1.400.000-1.499.999 DKK	3	,1%	13	,3%	1	,1%	17	,2%
1.500.000 DKK eller derover	24	1,0%	34	,8%	17	1,9%	75	1,0%
Vil ikke oplyse	390	16,5%	542	12,8%	114	12,4%	1046	13,9%
Ved ikke	246	10,4%	159	3,8%	15	1,6%	420	5,6%
Total	2368	100,0%	4222	100,0%	924	100,0%	7514	100,0%
Boligtype								
Lejer	1076	45,5%	1340	31,7%	231	25,0%	2647	35,2%
Ejer	1064	44,9%	2547	60,3%	630	68,3%	4241	56,4%
Andel	140	5,9%	311	7,4%	63	6,8%	514	6,8%
Vil ikke oplyse	87	3,7%	24	,6%	0	0,0%	111	1,5%
Total	2368	100,0%	4222	100,0%	924	100,0%	7514	100,0%

Tabel 19	0-4 rigtige		5-8 rigtige		9-11 rigtige		Total	Total
	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent	Antal	Procent
Antal personer i husstanden								
1	584	24,7%	1072	25,4%	243	26,3%	1900	25,3%
2	794	33,5%	1931	45,7%	478	51,8%	3203	42,6%
3	421	17,8%	566	13,4%	90	9,8%	1078	14,3%
4	363	15,3%	453	10,7%	86	9,3%	901	12,0%
5 eller flere	151	6,4%	191	4,5%	25	2,7%	366	4,9%
Ønsker ikke at oplyse	55	2,3%	10	,2%	1	,1%	66	,9%
Total	2368	100,0%	4222	100,0%	924	100,0%	7514	100,0%
Antal hjemmeboende børn i husstanden under 21 år								
1	480	20,3%	568	13,5%	103	11,1%	1151	15,3%
2	380	16,0%	491	11,6%	73	7,9%	944	12,6%
3	132	5,6%	131	3,1%	19	2,0%	282	3,8%
4	61	2,6%	44	1,0%	4	,5%	109	1,4%
5	10	,4%	7	,2%	0	0,0%	16	,2%
6 eller flere	9	,4%	4	,1%	0	0,0%	13	,2%
Ingen børn	1296	54,8%	2978	70,5%	725	78,5%	4999	66,5%
Total	2368	100%	4222	100%	924	100%	7514	100%

Appendiks 4

ESOMAR



MARCH 2016

The primary aim of these 28 Questions is to increase transparency and raise awareness of the key issues for researchers to consider when deciding whether an online sampling approach is fit for their purpose. Put another way, the aim is to help researchers to ensure that what they receive meets their expectations. The questions are also designed to introduce consistent terminology for providers to state how they maintain quality, to enable buyers to compare the services of different sample suppliers. Notes on the context of the questions explain why the questions should be asked and which issues researchers should expect to be covered in the answer.

These new questions replace ESOMAR's "26 Questions to help Research Buyers of Online Samples". ESOMAR has updated the text to recognize the ongoing development of techniques. While some of the questions remain constant, new questions have been added to incorporate new techniques and new technology in this area. In particular, this revision recognises the broad trend within the industry to build online samples from multiple sources rather than relying on a single panel.

It should be noted that these 28 Questions focus on the questions that need to be asked by those buying online samples. If the sample provider is also hosting the data collection you will need to ask additional questions to ensure that your project is carried out in a way that satisfies your quality requirements.

The 28 Questions complement ESOMAR's Guideline to Online Research which was revised in 2011 to add updated legal and ethical guidance and new sections on privacy notices, cookies, downloadable technology and interactive mobile.

COMPANY PROFILE

1. What experience does your company have with providing online samples for market research?

Context: This answer might help you to form an opinion about the relevant experience of the sample provider. How long has the sample provider been providing this service and do they have for example a market research, direct marketing or more technological background? Are the samples solely provided for third party research, or does the company also conduct proprietary work using their panels?

M3 Research is one of the leading and most experienced market research agencies in the Nordic region. We help companies to gather feedback and opinions from virtually any target audiences and based on insight, experience and innovative thinking we focus on providing high-end quality research and actionable solutions to our clients.

M3 Research's highly profiled, broadly recruited, carefully managed Nordic research-only online panels are keeping our clients ahead. Our Nordic proprietary, research-only online panels in Denmark, Norway, Sweden and Finland comprise more than 300,000 double opt-in respondents.

Our proprietary recruitment and maintenance strategies provide our panels with in-depth profile information on our panel members and give us access to identify low incidence and hard to reach target groups like mothers with babies, responsible for purchases, IT professionals, decision makers within others.

SAMPLE SOURCES AND RECRUITMENT

2. Please describe and explain the type(s) of online sample sources from which you get respondents. Are these databases? Actively managed research panels? Direct marketing lists? Social networks? Web intercept (also known as river) samples?

Context: The description of the types of sources a provider uses for delivering an online sample will provide insight into the quality of the sample.

M3 Research's proprietary, research-only online panels in Denmark, Norway, Sweden and Finland are actively managed.

We do not apply sourcing from databases, direct marketing lists, Web intercept sampling, and river sampling or any similar of the above mentioned approaches.

Powered by our diversified multi-source recruitment approach using more than 1,000 online and offline sources and our active panel management policies, we monitor constantly and secure the composition and quality of our market research panels.

Panel Members are recruited exclusively using permission-based techniques. M3 Research's panels are recruited via both online and offline sources including:

- ✓ Radio – major networks
- ✓ Ads in newspapers
- ✓ Ads in magazines
- ✓ Telephone recruitment (CATI)
- ✓ Public relations
- ✓ Partnerships/Alliances
- ✓ Internet banners
- ✓ Internet newsletters
- ✓ Member-get-member program

3. If you provide samples from more than one source: How are the different sample sources blended together to ensure validity? How can this be replicated over time to provide reliability? How do you deal with the possibility of duplication of respondents across sources?

Context: The variation in data coming from different sources has been well documented. Overlap between different panel providers can be significant in some cases and de-duplication removes this source of error, and frustration for respondents.

As M3 Research is using more than 1,000 online and offline sources we do not have the challenge with a biased panel and the lack of validity as a panel coming from only a few sources. Through the number of sources we ensure that the entire population has the possibility to sign up for the panel and our quarterly quality checks on various variables, e.g. household and personal income, number of people in household, NUTS etc. ensure the balance in the panel.

A survey conducted by M3 Research can only be duplicated from a panel provider using the same approach to recruitment and quality checks. When using subcontractors outside the Nordic countries we ask to verify their panel the same way as M3 Research to ensure consistency in data.

M3 Research is using de-duplication to ensure that a respondent can only answer a questionnaire one time.



4. Are your sample source(s) used solely for market research? If not, what other purposes are they used for?

Context: Combining respondents from sources set up primarily for different purposes (like direct marketing for example) may cause undesirable survey effects.

M3 Research's proprietary panels are used solely for market and opinion research.

5. How do you source groups that may be hard to reach on the internet?

Context: Ensuring the inclusion of hard-to-reach groups on the internet (like ethnic minority groups, young people, seniors etc.) may increase population coverage and improve the quality of the sample provided.

Powered by our diversified multi-source recruitment approach using more than 1,000 online and offline sources we have access to low incidence and hard to reach target groups like mothers with babies, responsible for purchases, IT professionals, decision makers within many areas, management people, doctors, ailment sufferers, and many others.

We spend a lot of efforts and are constantly using niche recruiting sources to attract and recruit hard to reach target groups.

6. If, on a particular project, you need to supplement your sample(s) with sample(s) from other providers, how do you select those partners? Is it your policy to notify a client in advance when using a third party provider?

Context: Many providers work with third parties. This means that the quality of the sample is also dependent on the quality of sample providers that the buyer did not select. Transparency is essential in this situation. Overlap between different providers can be significant in some cases and de-duplication removes this source of error, and frustration for respondents. Providers who observe process standards like the ISO standards are required to give you this information.

Due to our panels Nordic reach, we rarely supplement with samples from other providers. We only work with certain panel providers that live up to our high quality standards and naturally we always inform our clients if external sample is needed to complete their research projects.

If M3 Research is working together with a 3rd party provider a de-duplication will always be activated as default.

SAMPLING AND PROJECT MANAGEMENT

7. What steps do you take to achieve a representative sample of the target population?

Context: The sampling processes (i.e. how individuals are selected or allocated from the sample sources) used are the main factor in sample provision. A systematic approach based on market research fundamentals may increase sample quality.

We draw stratified random samples from our panels based on known proportions of individuals in various demographic segments.

When applying our representative sampling we normally quote samples into a matrix with 56 cells including gender, age, area, and our segmentation variable, defining the 6 segments in a population. The use of quotas in both the invitation process and in the closing process makes us reach nearly a perfect representative sample with almost no need for post weighting.

For special target groups we use a random sample on behalf of the criteria defined by the client.

We can exclude panel members from research in a variety of ways including but not limited to; subject matter, time of period, and past participation depending on the specific needs for any given research project.

Naturally, sampling can be deployed as batches/replicates, by time zones, geography etc. This is a feature of our sampling tool. We do this manually when we deploy batches 24x7x365 to accommodate needs of all clients or panel members in any time zone or sample needed in any geographic location.

8. Do you employ a survey router?

Context: A survey router is a software system that allocates willing respondents to surveys for which they are likely to qualify. Respondents will have been directed to the router for different reasons, perhaps after not qualifying for another survey in which they had been directly invited to participate, or maybe as a result of a general invitation from the router itself. There is no consensus at present about whether and how the use of a router affects the responses that individuals give to survey questions.

M3 Research does not employ any kind of survey router directing respondents to special surveys depending on qualifying questions. This policy is set to ensure that no groups of the population are missing from certain surveys. M3 Research uses one invite for each survey.



9. If you use a router: Please describe the allocation process within your router. How do you decide which surveys might be considered for a respondent? On what priority basis are respondents allocated to surveys?

Context: Biases of varying severity may arise from the prioritisation in choices of surveys to present to respondents and the method of allocation.

Referring to question 8.

10. If you use a router: What measures do you take to guard against, or mitigate, any bias arising from employing a router? How do you measure and report any bias?

Context: If Person A is allocated to Survey X on the basis of some characteristic then they may not be allowed to also do Survey Y. The sample for Survey Y is potentially biased by the absence of people like Person A.

Referring to question 8.

11. If you use a router: Who in your company sets the parameters of the router? Is it a dedicated team or individual project managers?

Context: It may be necessary to try to replicate your project in the future with as many of the parameters as possible set to the same values. How difficult or easy will this be?

Referring to question 8. A client can replicate any project at another panel provider provided that the panel provider does not use any router and that the panel is recruited and carefully managed the same way as M3 Research.

12. What profiling data is held on respondents? How is it done? How does this differ across sample sources? How is it kept up-to-date? If no relevant profiling data is held, how are low incidence projects dealt with?

Context: The usefulness to your project of pre-profiled information will depend on the precise question asked and may also depend on when it was asked. If real time profiling is used, what control do you have over what question is actually asked?

In the recruitment process all panel members undergo an extensive socio – and psycho-demographic profiling. Upon registration we ask all panel members to register:

- ✓ Gender
- ✓ Age
- ✓ Number, gender and age of children in the household
- ✓ Zip code and area
- ✓ Marital status
- ✓ Education
- ✓ Number of persons in household
- ✓ Type of household
- ✓ Personal income
- ✓ Household income
- ✓ Employment status hereunder type of branch and employment level
- ✓ Number of employees
- ✓ Level of decision making within major purchase areas in the company
- ✓ Approx. 50 psycho demographic variables used for segmentation modelling

After becoming an active panel member in M3 Research's panels, panel members are encouraged to extend their profiling within different categories such as:

- ✓ Use of various products and shopping pattern
- ✓ Illnesses and the use of medical products
- ✓ Use of media and internet
- ✓ Holliday and transportation
- ✓ Household
- ✓ Economy and insurances
- ✓ Telephone and internet

All in all we have more than 300 background variables on most of our panel members.

Panel members are encouraged to update their profiles throughout the year and 4 times a year our in-depth profiling program collects and updates hundreds of variables on our active panel members.

13. Please describe your survey invitation process. What is the proposition that people are offered to take part in individual surveys? What information about the project itself is given in the process? Apart from direct invitations to specific surveys (or to a router), what other means of invitation to surveys are respondents exposed to? You should note that not all invitations to participate take the form of emails.

Context: The type of proposition (and associated rewards) could influence the type of people who agree to take part in specific projects and can therefore influence sample quality. The level of detail given about the project may also influence response.

When people are recruited to M3 Research's panels, they are informed and have agreed to participate in paid online research surveys and provide their honest opinions. All our panel members have agreed to our terms and conditions of panel membership as well as our privacy policy.

In exchange for their time and opinions, our panel members receive point rewards that can be exchanged to gifts in our panel shop, gift certificates, and donations for charity organizations.

14. Please describe the incentives that respondents are offered for taking part in your surveys. How does this differ by sample source, by interview length, by respondent characteristics?

Context: The reward or incentive system may impact on the reasons why people participate in a specific project and these effects can cause bias to the sample.

Various studies and our experiences have shown that to achieve high response rates and reliable data you have to incentivize according to the time used by the respondent.

In exchange for our panel members' time and opinions, they receive point rewards that can be exchanged to gifts in our panel shop, gift certificates, and donations for charity organizations.

Based on the length of interview, panel members will receive various point rewards per research projects. As a rule of thumb we incentivize 10 points (according to 0.14 Euro) per estimated minute used. In specialist or B2B panels we intensive with 80 points (according to 1.07 Euro) points per minute used.

15. What information about a project do you need in order to give an accurate estimate of feasibility using your own resources?

Context: The "size" of any panel or source may not necessarily be an accurate indicator that your specific project can be completed or completed within your desired time frame.

Our Nordic proprietary, research-only online panels in Denmark, Norway, Sweden and Finland comprise more than 300,000 active double opt-in respondents. Our country panels currently represent the following sizes:

- ✓ Denmark 88,280 active panel members
- ✓ Sweden 85,747 active panel members
- ✓ Finland 78,721 active panel members
- ✓ Norway 49,225 active panel members

To be defined as an active panel member in M3 Research's panels each panel member are required to complete at least one survey within the past 12 months.

We have the recruitment source information on each panelist and this gives us the possibility to monitor the number of active panelists by the type of source.

16. Do you measure respondent satisfaction? Is this information made available to clients?

Context: Respondent satisfaction may be an indicator of willingness to take future surveys. Respondent reactions to your survey from self-reported feedback or from an analysis of suspend points might be very valuable to help understand survey results.

Bi-annually, we conduct panel satisfaction surveys of all panellists to monitor and evaluate pros and cons of being an



active panel member in M3 Research's panels. On top of that we continuously run various internal checks on all our research projects to keep a finger on the pulse of how panel members act and participate in our surveys.

Clients can require a copy of our last respondent satisfaction survey if this has any purpose for a specific project.

17. What information do you provide to debrief your client after the project has finished?

Context: One should expect a full sample provider debrief report, including gross sample, start rate, participation rate, drop-out rate, the invitation/contact text, a description of the field work process, and so on. Sample providers should be able to list the standard reports and metrics that they make available.

We monitor all our research projects closely and after a research project is completed, we are in dialogue with the client to confirm that we have delivered all according to our agreement. On top of that we provide our client with a detailed survey report indicating number of completes, incidence rate, response rate, sample outgo etc.

DATA QUALITY AND VALIDATION

18. Who is responsible for data quality checks? If it is you, do you have in place procedures to reduce or eliminate undesired within survey behaviours, such as (a) random responding, (b) Illogical or inconsistent responding, (c) overuse of item non-response (e.g. "Don't Know") or (d) speeding (too rapid survey completion)? Please describe these procedures.

Context: The use of such procedures may increase the reliability and validity of the survey data.

M3 Research is working with an extensive quality program to ensure the highest reliability and validity of the surveys. The quality check covers;

18.1 Speedsters

18.2 Straightliners

18.3 Happy clickers

18.4 Validation in relation to background data

18.5 Open responses

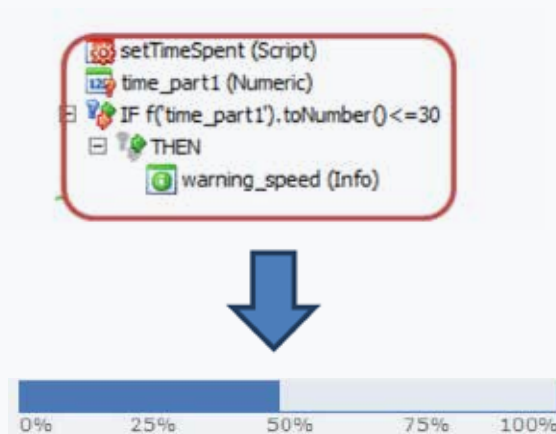
18.6 IP Control

Ad 18.1 Speedsters

Panellists read at very different speeds, just as some questionnaires can be more complex than others. In principle, M3 Research defines a speedster as a panellist that completes a survey in less than half the expected LOI. If a panellist completes a questionnaire with LOI= 10 minutes in less than 5 minutes the person will be caught as a speedster. He or she will receive a warning the first time this occurs. The second time, the panellist will be set as disabled in Confirmit and will no longer receive invitations.

A speedster is screened in the survey and is thus not included in M3 Research's data basis.

Fig.: Validation of speedster.



Warning to panelist, that answers have been registered as "speedster".

18.2 Straightliners

A straightliner is defined as a person that adds responses in the same column all the way through the questionnaire. Especially, in grids the person will cross the same column all the way through. Straightliners will usually cross the "Don't know" response in order to avoid more detailed questions.

These panellists will also receive one warning and will then be set as disabled. Hereafter, they will not receive any more survey invitations.



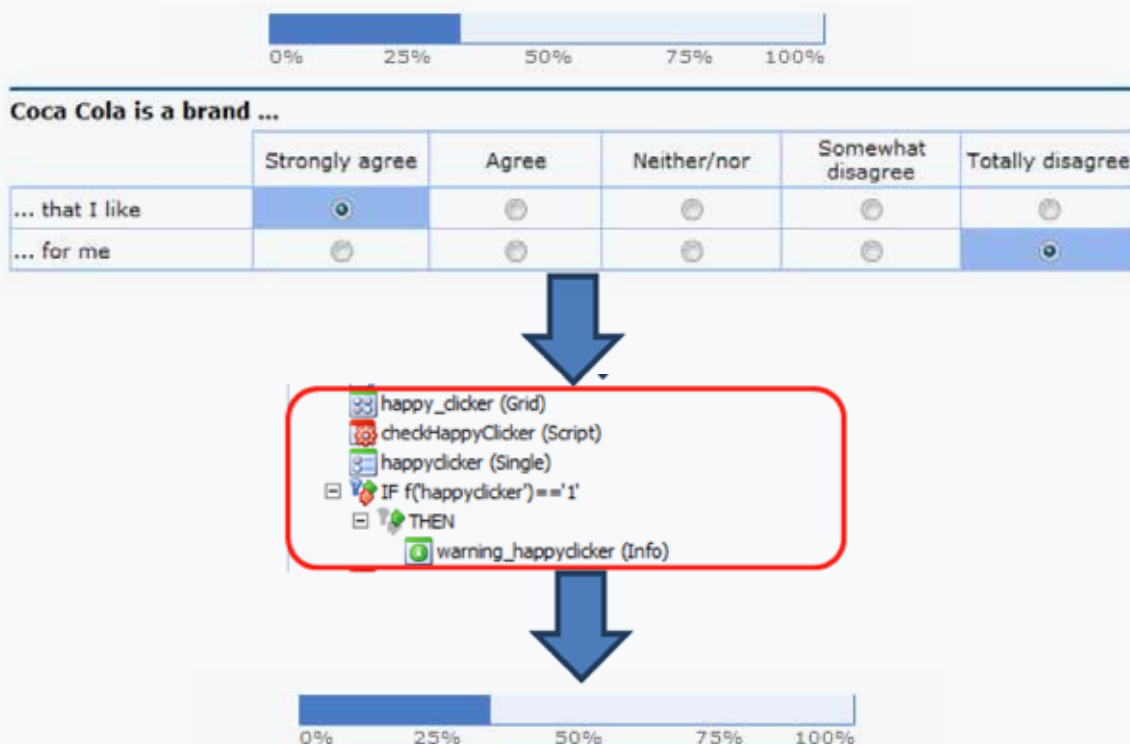
Warning to panelist, that answers have been registered as "straight liners".

Fig.: Validation of straightliner.

Based on their experience, programmers at M3 Research will themselves insert criteria for straightliners in grids, but we are naturally also ready to fulfil any special requirements from our customers.

18.3 Happy Clickers

A happy clicker is defined as a panellist who answers questions without really reading the question text. Thus, there will be inconsistency in the responses given, as the panellist will only be participating in order to get points, without contributing real knowledge. For example, it is deemed inconsistent to respond to a questionnaire as follows:



Warning to panelist, that answers have been registered as "happy clicker".

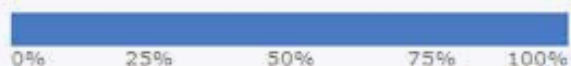
Fig.: Validation of happy clicker.

Happy clickers are handled in the same way as speedsters and straightliners, i.e. by giving the panellist a warning, after which he/she is disabled from the panel, and will no longer receive survey invitations.

Identification of any happy clickers is defined in cooperation with the customer. Alternatively, obviously inconsistent responses are programmed when branch logic is programmed.

18.4 Validation in relation to background data

At the start of each questionnaire the panellist is asked to confirm that the information is correct. This is done in order to validate that it is the correct panellist, and also to avoid the panellist having to spend time on answering questions to which we already know the answers, such as: name, gender, date of birth and post number.



To maintain a high quality in the panel we kindly ask you to verify/adjust your information below.

First name

Last name

Gender

Male

Female

Birthday

Zip Code

18.5 Open responses

On categorising semi- and fully-open responses any panellists with non-valid responses (typically responses where the panellist just presses any keys on the keyboard) will be sorted to a separate list and will receive a warning that if this continues they will be excluded from the panel.

18.6 IP Control

M3 Research has two options on using IP control: exclusion of panellists with the same IP address, and exclusion of panellists with a particular IP address and any sub-mask. At M3 Research the same IP address may be used maximum twice per survey. This is because several members of a household may have registered for the panel – for example both a son/daughter and an adult. When the IP address has been used twice in a survey, the survey can no longer be accessed.

In addition, we can exclude a particular IP address and any sub-mask. This function is used if the customer does not wish a particular IP address to have access to a survey. This might, for example, be the IP address of the firm for which the survey is being conducted, so that the firm's employees cannot respond to the survey.

19. How often can the same individual be contacted to take part in a survey within a specified period whether they respond to the contact or not? How does this vary across your sample sources?

Context: Over solicitation may have an impact on respondent engagement or on self-selection and non-response bias.

At M3 Research we aim to send out 52 invites in average a year to each panellists and no more than 104 invites a year. Our yearly panel satisfaction survey has shown that this is the average number of invites a panellist would like to receive.

20. How often can the same individual take part in a survey within a specified period? How does this vary across your sample sources? How do you manage this within categories and/or time periods?

Context: Frequency of survey participation may increase the risk of undesirable conditioning effects or other potential biases.

M3 Research is aiming to send out between 1 – 2 invites per week to each individual. This may vary according to age group and gender, but not according to sample source. We are able to exclude panellists who have participated in previous surveys for the same company or in surveys conducted for companies in the same branch/category. Especially, when doing tracking studies we are excluding panellists for 6 months for the same study as default.

21. Do you maintain individual level data such as recent participation history, date of entry, source, etc., on your survey respondents? Are you able to supply your client with a project analysis of such individual level data?

Context: This type of data per respondent including how the total population is defined and how the sample was selected and drawn, may increase the possibilities for analysis of data quality.

We keep historical track of all our panel members and all their individual actions as a panel member over time. Thus, we upon request can provide our client with a per-job analysis of individual level data such as participation history, date of entry, recruitment source a.o.

22. Do you have a confirmation of respondent identity procedure? Do you have procedures to detect fraudulent respondents? Please describe these procedures as they are implemented at sample source registration and/or at the point of entry to a survey or router. If you offer B2B samples what are the procedures there, if any?

Context: Confirmation of identity can increase quality by decreasing multiple entries, fraudulent panellists etc.

We collect all panel members physical addresses when they sign up to our panels and via our quality management program we run checks for duplets and fraudulent panellists. As we do not do any kind of real time sampling, but only sample from our proprietary panels and using IP check our panellists cannot be duplets neither in B2B samples nor in B2C samples.

POLICIES AND COMPLIANCE

23. Please describe the 'opt-in for market research' processes for all your online sample sources.

Context: The opt-in process indicates the respondents' relationship with the sample source provider. The market generally makes a distinction between single and double opt-in. Double opt-in refers to the process by which a check is made to confirm that the person joining a panel or database wishes to be a member and understands what to expect (in advance of participating in an actual survey for a paying client).

All our panel members have completed a double opt-in process.

In the recruitment process, the first opt in is that all panel members are asked for basic information (sex, area and age).

Secondly, all members are send an email where they are asked to read and agree to our terms and conditions of panel membership as well as our privacy policy and in the end click on a link to verify their membership (second opt in).

24. Please provide a link to your Privacy Policy. How is your Privacy Policy provided to your respondents?

Context: Not complying with local and international privacy laws might mean the sample provider is operating illegally. An example privacy policy is given in the ESOMAR Guideline for Online Research.

M3 Research's privacy policy is based on "THE RIGHTS OF RESPONDENTS" as it is defined in "ICC/ESOMAR INTERNATIONAL CODE OF MARKETING AND SOCIAL RESEARCH PRACTISE". Furthermore, all national laws regarding data collection, protection, and storage are being respected. The privacy policy listed on our four websites in native languages includes:

- ✓ The type of personal information collected at the registration.
- ✓ The security connected to the storage and use of information and the protection from loss or improper usage of information.
- ✓ Policy on updating, correcting and/or deleting of personal information.
- ✓ That M3 Research does not sell or rent any personal information to third party.

Furthermore, M3 Research is also attached to the EU Safe harbour and the MRA standards to ensure the highest level of quality in all aspects of the data collection and analysis process.

M3 Research is compliant with all the regional, national, and local laws in the countries where we operate.

Our privacy policy and our common rules are to be found on every page of www.m3panel.com. Please have a look at the below link.

[http://www.m3panel.com/communities/default.aspx?p=p677632708&n=\(0%3a0-880695680%230%2c+690\)](http://www.m3panel.com/communities/default.aspx?p=p677632708&n=(0%3a0-880695680%230%2c+690))

25. Please describe the measures you take to ensure data protection and data security.

Context: The sample provider usually stores sensitive and confidential information on panellists and clients in databases. These data need to be properly secured and backed-up, as does any confidential information provided by the client. The sample provider should be able to provide you with the latest date at which their security has been evaluated by a credible third-party

In addition to the elements highlighted in the above answer to Q16 we add the following security measures to strengthen our high quality standards further.

- ✓ Email login and password protections are applied.
- ✓ Inconsistency responding puts panellist into quarantine segments for further analysis. If inconsistency responding occurs more than 3 times panellist are excluded from our panels.
- ✓ Permanently block suspicious email addresses, IPs, and domains.
- ✓ Upon completion all data are screened for duplicates, bad responses and infraction are recorded on the respondents' record.
- ✓ Included verification questions and tolls are able to scan for consistency between survey data and background data.
- ✓ Evaluating responses for consistency of data, length of completion time (compared with the estimated time for completion), number of words written in open-ended questions etc.
- ✓ All data is subject to stringent data backup policies and practices.

26. What practices do you follow to decide whether online research should be used to present commercially sensitive client data or materials to survey respondents?

Context: There are no foolproof methods for protecting audio, video, still images or concept descriptions in online surveys. In today's social media world, clients should be aware that the combination of technology solutions and respondent confidentiality agreements are "speed bumps" that mitigate but cannot guarantee that a client's stimuli will not be shared or described in social media.

Audio, video, still images, or concept descriptions are not suitable for online surveys as a panellists with various technology solutions will be able to copy and share these on social media etc. Respondent confidentiality agreements can be signed with the panellists on special studies, but the client must be aware of, that this has no legal authority in the Nordic area.

27. Are you certified to any specific quality system? If so, which one(s)

Context: Being certified may require the supplier to perform tasks in a pre-determined manner and document procedures that should be followed.

The rapid growth of the internet has opened new opportunities for conducting market and opinion research using the internet and today, this market research method is used and preferred by many market research professionals.

In that connection it is of vital importance that internet based market and opinion research lives up to certain quality standards and aspects. The M3 Research Quality Management program is the cornerstone of M3 Research and formulates strict guidance in all stages of the value chain for conducting high-end quality data collection and market research.

The M3 Research Quality Management program involves 3 areas.



Ad 27.1: Panel recruitment & management

Powered by our diversified multi-source recruitment approach using more than 1,000 online and offline sources and our active panel management policies we constantly monitor and secure the composition and quality of our market research panels.

Ad 27.2: Project management

Our experienced project management department is involved in all stages of the value chain for a research project. The M3 Research project management department closely monitors surveys in field and secures that data collection lives up to our quality standards.

Ad 27.3: ESOMAR - Code to internet research

We believe in the ESOMAR code of conduct for conducting market and opinion research using the internet and we adhere to or exceed its standards.

28. Do you conduct online surveys with children and young people? If so, do you adhere to the standards that ESOMAR provides? What other rules or standards, for example COPPA in the United States, do you comply with?

Context: The ICC/ESOMAR International Code requires special permissions for interviewing children. These are described in the ESOMAR Online Research Guideline. In the USA researchers must adhere to the requirements of the Children's Online Privacy Act (COPPA). Further information on legislation and codes of practice can be found in Section 6 of ESOMAR's Guideline for Online Research.

Research projects among children and teens are conducted from time to time. Our policies for conducting research projects among children comply with the legal codes of conduct in each country in which we conduct research projects.

When conducting research projects among children and teens below 15 years old, we collect approval from parents and request that parents take part in children and teens' interviewing.

GUIDANCE ON PROFESSIONAL STANDARDS

Maintaining consumer trust is integral to effective market, social and opinion research. ESOMAR through its codes and guidelines promotes the highest ethical and professional standards for researchers around the world.

The ICC/ESOMAR Code on Market and Social Research, which was developed jointly with the International Chamber of Commerce, sets out global fundamentals for self-regulation for researchers. It has been undersigned by all ESOMAR members and adopted or endorsed by more than 60 national market research associations worldwide.

The ESOMAR Guideline on Guideline on Online Research is of particular relevance to researchers using online panels and should be read in conjunction with these questions for more explanation of the legal and professional responsibilities of researchers who are collecting and analysing online research data.

In addition, ESOMAR has issued the following guidelines to provide more detailed advice on how to address the legal, ethical, and practical considerations of conducting specific areas of research:

- ✓ Guideline on Social media research
- ✓ Guideline for Conducting mobile research
- ✓ Guideline on Online research
- ✓ Guideline on Distinguishing market research from other data collection activities
- ✓ Guideline on Passive data collection, observation and recording
- ✓ Guideline on Interviewing children and young people
- ✓ Guideline on Customer satisfaction studies
- ✓ Guideline on Mystery shopping
- ✓ Guideline on How to commission research
- ✓ ESOMAR/WAPOR Guide to opinion polls

There are also two ISO standards which relate to market research:

ISO Standard 26362 – Access panels in market, opinion and social research - Vocabulary and service requirements
ISO 20252 - Market, opinion and social research - Vocabulary and service requirements

These documents contain useful definitions and explain process quality standards for access panels and research projects. They explain good practice and the information that should be provided to clients. They can be purchased from the International Standards Organisation <http://www.iso.org/iso/home.html>

ESOMAR – World Association for Social, Opinion and Market Research

Eurocenter 2,11th Floor

Barbara Strozziiaan 384

1083 HN Amsterdam

The Netherlands

Tel: +31 20 664 2141

www.esomar.org

For more information contact professional.standards@esomar.org

PROJECT TEAM

- ✓ Adam Phillips, Chair of ESOMAR's Legal and Professional Standards Committees
- ✓ Pete Cape, Global Knowledge Director, SSI and Editor of the text
- ✓ Reg Baker, COO, Market Strategies International,
- ✓ Mike Cooke, Director, Global Panel Management, GfK
- ✓ Efrain Ribeiro, COO, Lightspeed Research
- ✓ George Terhanian, Chief Strategy and Product Officer, Toluna U

M3RESEARCH
part of Bilendi

Londongade 4, DK-5000 Odense C, Tel: +45 7070 1718 | Østergade 13, 2., DK-1100 Copenhagen K, Tel: +45 7070 1718
Birger Jarlsgatan 50, SE-114 29 Stockholm, Tel: +46 723 28 94 22 | Yrjönkatu 34 A 12, FIN-00100 Helsinki, Tel: +35 8 50 349 7543
RFQ@M3Research.com | www.m3research.com | Cvr. nr.: 31176360

M3 Research is the largest provider of internet-based analyses in Denmark, Norway, Sweden and Finland. Our internet panel consists of more than 300,000 respondents collected using more than 1000 different sources (online and offline) to guarantee the highest data quality on the market.

Our extensive quality programme combined with our experienced market analysts translates into precise and usable analyses for our customers. Each year, M3 Research runs more than 2000 projects, making us the largest data provider in the Nordic countries. Our customer group consists primarily of research institutes, media and advertising agencies, as well as companies with internal analytical skills.

If you would like a quote for your next research assignment, you are very welcome to write to RFQ@M3Research.com