SVENSKA FOLKETS INTRESSEN 1973-1982

En sekundärbearbetning av Testologens mätningar av intressen

Ingela Strid

ARBETSRAPPORT NR 35
1988

ISSN 0283-6696

Förord

Arbetet med denna rapport har sitt ursprung i ett papper som skulle presenteras under en forskarutbildningskurs som behandlade kulturindikatorer. Föga anade jag då att jag var på väg in i något som tycks sakna naturligt slut. En del av det arbete som presenteras här är tänkt att på sikt ingå i en större rapport om de svenska mediernas utveckling under efterkrigstiden.

Huvudsyftet, eller kanske snarare förhoppningen, är att genom analyser av intressemönster komma åt det svårdefinierade och svårmätta fenomenet livsstil. Livsstilen skall sedan användas som ett komplement till de mer traditionella bakgrundsvariablerna som kön, ålder och socioekonomiska faktorer.

På ett mer konkret plan bör rapporten ses som ett försök att använda material som insamlats i ett annat sammanhang som empiriskt underlag i en studie. Undersökningen är i första hand att betrakta som explorativ och de resultat som presenteras här är tänkta att använda i vidare analyser av livsstilsproblematiken.

Denna rapport skulle aldrig ha kommit till om det inte varit för det unika material som Testologens undersökningar utgör. Materialet har varit tillgängligt för mig genom Svensk Samhällsvetenskaplig Datatjänst (SSD). Ansvaret för de analyser och resultat som presenteras i studien ligger enbart på mig och inte på vare sig SSD eller Testologen.

Förutom Testologen och SSD vill jag också tacka Bo Reimer, Karl Erik Rosengren, Lennart Weibull, Bertil Flodin och Jan Strid som bistått med många goda tankar samt Kristin Törngren som svarat för en del av utskriften.

Västra Frölunda i februari 1988

Ingela Strid

Innehållsförteckning

Kapitel 1
Inledning

Denna rapport är ett första försök att studera livsstil, mätt som intressemönster, som en förklaringsfaktor vid studier av massmedieanvändning. Intressemönster studeras här på individnivå. För att om möjligt i senare sammanhang kunna användas på aggregerad nivå som en indikator på samhällsutveckling. Samtliga data som redovisas i rapporten är hämtade från Testologens mätningar.

Tonvikten i rapporten ligger inom problemområdet att mäta livsstil som intressemönster. Det mönster som faller ut används sedan som en förklaringsfaktor i en modell över massmedieanvändning. Modellen används sedan empiriskt i ett exempel, kvinnors läsning av veckopress. Exemplet har valts med tanke på den kraftiga minskning i veckopressläsning som skedde under 1970-talet samtidigt som den förändrade kvinnorollen kan antas ha påverkat kvinnornas intresseinriktning.

1.1 Bakgrund

Forskningen kring samhällsindikatorer har sitt ursprung i forskningen kring ekonomiska indikatorer. Genom olika typer av mått har ekonomerna länge försökt kartlägga samhällsutvecklingen. De ekonomiska indikatorerna visade sig ge en något ofullständig bild av samhällsutvecklingen och dessa följdes under 1960-talet av sociala indikatorer som inte bara mätte ekonomisk utveckling utan också försökte visa hur denna fördelades bland befolkningen. Denna typ av objektiva sociala indikatorer följdes av subjektiva där försök gjordes att mäta upplevelse av social utveckling.

Mätningar av kulturindikatorer startade i slutet av 1960-talet med George Gerbners mätningar av innehållet i amerikansk TV (Gerbner 1969). I dag finns det tre huvudtyper av kulturindikatorforskning utifrån en metodologisk indelning (Rosengren 1984). Den första bygger på innehållsanalys av kulturindikatorerna som de tar sig uttryck i olika typer av förmedlat budskap. Budskapet kan vara förmedlat antingen genom massmedier (se t ex Nowak-Andren 1982 eller Gerbner 1984) eller genom andra typer av informationsbärare, t ex politiska tal (se Weber 1984). Den andra typen av kulturindikatorforskning syftar till att mäta kulturen som den tar sig uttryck hos individen. I olika intervjuundersökningar har intervjupersonerna fått ta ställning till en rad påståenden av värdetyp (se t ex Ingelhart 1977 eller Reimer 1985).

Den tredje typen av kulturindikatorforskning bygger på sekundärbearbetning av data insamlad i andra sammanhang. Ett exempel på detta är de studier som gjorts i USA på data som insamlats av Louis Harris valorganisation och som ursprungligen publicerades som "Americans and the Art". I två fristående studier analyseras dessa data i efterhand med olika metoder

i syfte att finna kulturmönster hos den amerikanska befolkningen. Uppsatserna är skrivna av Richard Peterson och Michel Hughes samt J S Reed och P V Marsden (Petersson och Hughes 1984 samt Reed och Marsden 1983). De metodologiska skillnaderna när det gäller dessa uppsatser kommer att behandlas närmare i avsnitt 2.2, varför vi här ska nöja oss med att titta lite på de teoretiska antagande som ligger bakom. Ett antagande som ligger till grund för båda av dessa ovan nämnda uppsatser är att det finns ett fast kulturkonsumtionsmönster i samhället. Olika grupper attraheras av olika typer av kulturella aktiviteter eller om man så vill, tillhör olika livsstilsgrupper. Grupperna antas vara desamma över tid även om aktiviteterna förändras något. De två huvudinriktningar av förklaringsvariabler när det gäller tillhörighet till livsstilsgrupp som finns är att livsstilen bestäms av social position eller av individuell smak. En utvecklad metod för att studera livsstilar i form av intressedimensioner kan få betydelse för olika typer av beteendeforskning, inte minst när det gäller forskning kring massmedieanvändning.

1.2 Disposition

Uppsatsen inleds med ett kapitel om tidigare forskning kring livsstilar med en genomgång av de olika metoder med vilka detta fenomen undersökts. Tonvikten ligger här dessvärre på amerikanska studier. Resultatmässigt är detta en brist eftersom förhållandena kan antas var mycket olika i de båda länderna. Vad gäller olika analysmetoder ger de amerikanska studierna däremot en mer heltäckande bild.

Den statistiska metoden redovisas i kapitel fyra som inleds med en kort redogörelse för den huvudmetod som används här, faktoranalys. Det datamaterial som används presenteras med avseende på insamlingsteknik, svarsfrekvens och frågeformuleringar. som används i uppsatsen Avslutningsvis diskuteras några av de metodologiska problem som visat sig vara de mest kritiska.

Kapitlen fem, sex och sju består av en ren resultatredovisning där utfallet av databearbetningen redovisas. Först visas utvecklingen av de olika intressena bl a med avseende på hur stor andel av befolkningen som säger sig vara mycket intresserade av vart och ett. I det därpå följande kapitlet redovisas resultaten av en faktoranalys på intressevariablerna. Dessutom redovisas de olika faktorerna med avseende på olika bakgrundsvariabler.

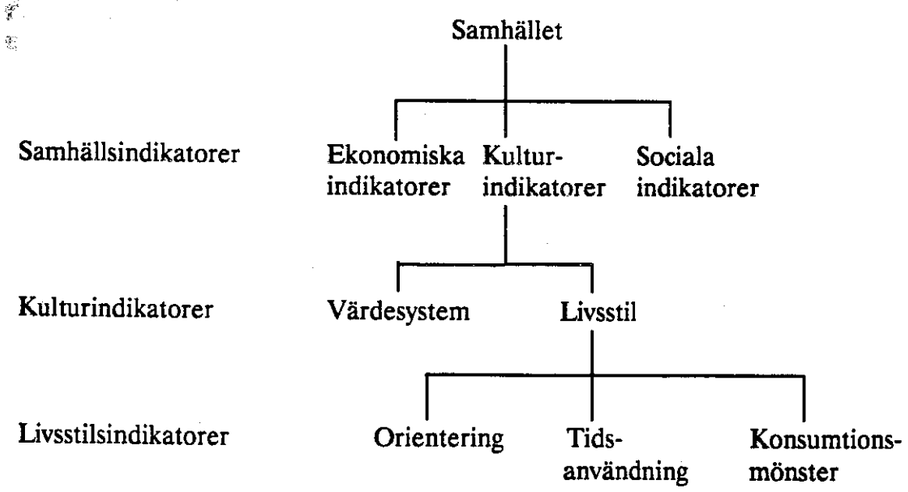
I det avslutande kapitlet summeras huvudresultaten från databearbetningen. Dessutom diskuteras möjligheterna att gå vidare och använda intressefaktorerna som förklaringsvariabler till massmediekonsumtion.

Kapitel 2
Att mäta intressemönster

2.1 Intressemönster

Den term som jag här valt att använda, intressemönster, faller inom ramen för vad som brukar kallas livsstil. Att inte den senare termen används bottnar i att livsstil är ett bredare begrepp som rymmer så mycket mer än bara intressemönster. Intressen i den bemärkelse de mäts här är snarast att kategorisera som ett mått på tidsanvändning (se avsnitt 2.2) andra mått på livsstil är konsumtionsmönster och subjektivt uttryckta värden (Peterson 1983). Relationen mellan livsstil och kulturindikatorer kan utryckas som att livsstil är en typ av kulturindikatorer, en form av rambegrepp för Rosengrens två senare typer (se sid 1); intervjudata och sekundärbearbetningar.

Figur 2.1 Relationen mellan kulturindikatorer och livsstil



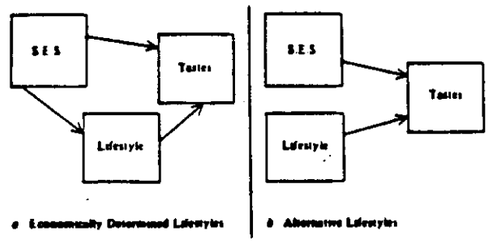
I figuren ovan görs ett försök att åskådliggöra denna relation. I toppen finns det vi alla vill undersöka, samhället. Det antas vara mätbart genom tre typer av samhällsindikatorer, ekonomiska, kulturella och sociala indikatorer. Kulturindikatorerna kan i sin tur delas in i två huvudtyper beroende på om de tar sin utgångspunkt i basen eller överbyggnaden.

omfattande men tyvärr görs inget försök att analysera i vilken omfattning livsstilsgrupperna förklarar mer eller mindre än de traditionella bakgrundsvariablerna.

Livsstil som oberoende variabel

Två amerikanska forskare som gjort en stor litteraturgenomgång av olika undersökningar av livsstil är Benjamin D. Zablocki och Rosabeth Moss Kanter (1977). Författarna skiljer mellan två typer av livsstil dels den klassiska, som är bestämd av socioekonomiska faktorer, dels en alternativ, där livsstil betraktas som en oberoende variabel (se fig nedan).

Figur 2.2 Två typer av livsstil



Källa:Zablocki och Kanter 1977

Zablocki och Kanter startar med ett antagande att smak är något som varken är helt bestämt av ekonomisk status, som Marx säger, eller helt indivdualistiskt. Smak bestäms delvis av den relativa sociala positionen dels är det ett individuellt, delvis frivilligt, val styrt av utbildning och erfarenhet. Dessutom påverkas smaken av den grupptilhörighet man valt.

Målet är, enligt författarna, att skapa en distinkt och analytiskt användbar definition av livsstil i termer av delade värden eller smak, som den i första hand återspeglas i konsumtionsmönster, och som även är användbar för att uppskatta det ogripbara eller den allmänna välfärden.

En livsstil kännetecknas av ett gemensamt konsumtionsmönster och ett gemensamt motiv för detta. Livsstil måste avgränsas från social klass och social status samt från kultur och subkultur.

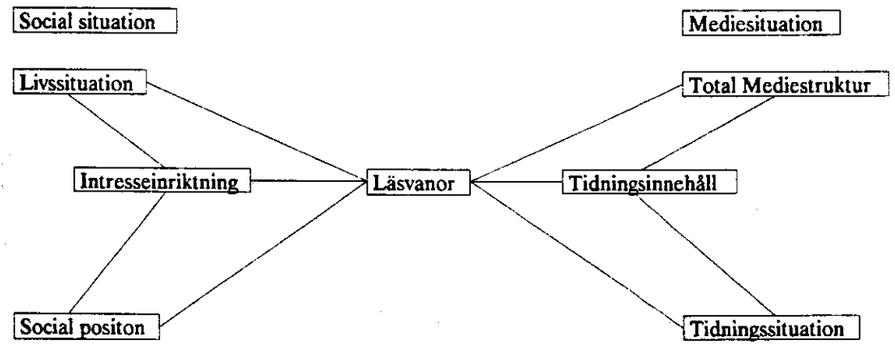
2.3 Intressen och massmediekonsumtion

Intressets betydelse för massmediekonsumtionen kom först att diskuteras inom den sk användningsforskningen. Det som kännetecknar denna tradition, jämfört med tidigare mer effektin-

riktade teorier, är att de i högre grad betonar mottagarens roll. Lite schematiskt brukar man sammanfatta användningsforskningens huvudfrågeställning enligt följande: Vad gör människorna med medierna? Mottagaren förutsätts vara selektiv i sina kontakter med massmedia och välja såväl medier som innehåll efter sina individuella behov. Använd- ningen av medier ger individen behovstillfredställelse. Behoven antas bottna i individens sociala och psykologiska förutsättningar.

Lennart Weibull presenterar i sin avhandlig en modell för tidningsläsning (Weibull 1984) där just läsarnas intresse spelar en stor roll. Det som framförallt skiljer Weibulls modell från tidigare användningsmodeller är att mediesituationen antas spela en betydande roll. I modellen som presenteras nedan antas intresset ha betydelse som en mellanliggande variabel mellan social position och livssituation å den ena sidan och tidningsläsning å den andra. Modellen över tidningsläsning har visat sig vara fruktbar även i studier av andra medier (se tex Funke 1985 och Strid 1985). Intressevariabeln har dock visat sig vara problematisk att mäta. Weibull själv nöjer sig huvudsakligen med att kontrollera för läsarnas politiska intresse.

Figur 2.3 Modell över vanan att läsa tidning



Källa: Weibull 1983

Med livssituation avses både egenskaper knutna till individen, som ålder, och egenskaper i den yttre situationen som t ex bostadsort. Med social position avses individens sociala ställning i förhållande till andra människor i samhället, t ex utbildning och inkomst.

Intresset antas dels ha betydelse för viljan att ta del av olika medier dels för inriktningen i mediekonsumtionen t ex olika typer av dagspressinnehåll eller val av populärtidning (jmf även Frank och Greenberg 1980 när det gäller TV-tittande).

Kapitel 3
Syfte och frågeställningar

Syftet med denna uppsats är att studera i vad mån intressefrågor, i första hand av den typen Testologen mäter, kan användas för att hitta olika typer av livsstilar som kan vara användbara i studiet av massmediekonsumtion. Tanken är att på individnivå försöka hitta samband mellan massmediekonsumtion och livsstil för att i nästa steg studera i vad mån förändringar i livsstilsmönstret på aggregerad nivå kan förklara förändringar i mediestrukturen.

De intressen som används i denna undersökning går inte att direkt hänföra till någon enskild indikator på livsstil (se sid 3). De mer hobbyinriktade intressena, t ex segelbåtar, jobba med bilen samt kulturintressena ligger närmast kategorin tidsanvändning. Men det är omöjligt att veta om ett visst intresse leder till en viss aktivitet. Andra intressen som de samhällsinriktade, t ex miljövård, är snarare en typ av attityd eller orientering.

3.1 Frågeställningar

De frågor som uppsatsen försöker besvara är dels av metodologisk art dels rent emipriska. Först gäller det att utveckla en metod för att få fram olika intressedimensioner som sedan kan användas vidare som förklaringsvariabler t ex vid studier av massmediekonsumtion. Tillvägagångssättet begränsas något av att det datamaterial som används är en av själva utgångspunkterna. Eftersom jag har för avsikt att studera utvecklingen över tid har jag varit hänvisad till sekundärbearbetning av redan insamlad data. Det mest lämpliga data jag kunnat finna är Testologens frågor om svenska folkets intressen (se sid 14). Den genomgång av tidigare forskning som presenterades i avsnitt 2.2 visar att den typ av variabler som används här bara är en i en lång rad möjliga vägar att mäta den livsstil som intressemönstret kan antas vara en del av.

Oavsett typ av variabler har en rad olika statistiska metoder använts för att bearbeta insamlad data. Att här helt kopiera någon av de tidigare undersökningarna visade sig vara omöjligt då ingen av dessa berört utvecklingen över tid. Eftersom en reducering av antalet intressevariabler är nödvändig har jag tagit som utgångspunkt att använda en statistisk metod som är mycket vanlig i de studier som presenteras, faktoranalys. Men trots denna metodologiska utgångspunkt återstår många frågetecken kring bästa sättet att bearbeta datamaterialet.

De empiriska frågeställningarna kan grupperas i fyra huvudgrupper:

1. Vilka intressediensioner finns i det svenska samhället? Här gäller det att föra samman intressen med hög korrelation till ett antal dimensioner och studera hur dessa olika dimensioner är uppbyggda.

2. Hur har intressedimensionerna utvecklats över tid? Är det alltid samma intressen som bildar en dimension eller ser dimensionern helt olika ut för olika år? Det troliga är att resultatet ligger någon stans mitt emellan dessa två yttterpunkter med dragning åt att vara relativt stabila.

3. Vilka bakgrundsvariabler kan förklara höga respektive låga värden på de olika dimensionerna? För att komma vidare måste ett index skapas där varje individ tilldelas ett värde på varje dimension. Hur ett sådant index kan se ut diskuteras närmare i nästa kapitel. Individsammansättningen för högt respektive lågt värde på de olika dimensionerna jämförs med avseende på t ex kön, ålder och olika socioekonomiska bakgrundsvariabler.

4. Vad finns det för samband mellan intressedimensioner och massmediekonsumtion? Det är inte möjligt att inom ramen för denna uppsats gå igenom mer än ett medium, det som valts är populärpress.

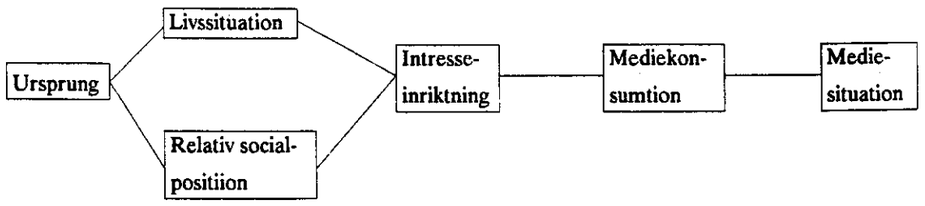
Frågeställningarna besvaras helt utifrån en statistisk analys av Testologens material. I ett senare skede måste även en teoretiisk analys göras för att om möjligt användas som underlag för specifika emipiriska studier.

3.2 Analysmodell

Den modell för intresseinriktningens betydelse för massmediekonsmutionen som används här är en något modifierad form av Weibulls modell som presenterades i avsnitt 2.3. Skillnaden ligger främst i att ålder och kön har brutits ut ur social situation. Ålder och kön utgör tillsammans med social bakgrund en individs ursprung. Att man föds ett visst år, tillhör ett visst kön och växer upp i ett visst socialt sammanhang är något man i ytterst liten grad kan påverka själv. Ålder antas i första hand ha betydelse i form av att man tillhör en viss generation samt växer upp i en viss tid. Ålderns betydelse som det antal år man har levat antas spela en mindre roll (jmf Strid 1986).

Termen social position har här ersatts med relativ social position. Relativ inom den "ursprungsgrupp" man tillhör. Weibull använder termen relativ utbildning, där t ex en äldre gymnasieutbildning antas vara mer värd en nyare. På samma sätt kan inkomst antas ha större betydelse i jämförelse med personer inom samma åldersgrupp och med samma kön.

Figur 3.1 En analysmodell för massmediekonsumtion



Vi skall nu titta lite närmare på vad de olika enheterna i modellen ovan kan ha för betydelse för mediekonsumtionen. För att konkretisera används veckopressläsning som exempel, då det också är denna som kommer att analyseras senare i denna uppsats.
Modellen består av sex komponenter:

- Ursprung
- Mediekonsumtion
- Social position
- Livssituation
- Intresseinriktning
- Mediesituation

Mediekonsumtion

Den mediekonsumtion vi skall titta på här är veckopressläsning. Denna kan sägas bestå av fyra olika aspekter eller val:

1. Att överhuvudtaget läsa veckopress
2. Hur lång tid man lägger ner på veckopressläsning
3. Val av tidning
4. Val av innehåll

De två förstnämnda kan sägas vara veckopressläsningens kvantitatva element och de två sistnämnda dess kvalitativa. På grund av begränsningar i vårt material kan vi här enbart titta på punkt ett.

Social position

Den sociala positionen kan sägas vara uppbyggd av tillgång till två olika typer av kapital, ekonomiskt och intellektuellt. Sambandet mellan dessa är idag på intet vis självklart. Hög utbildning behöver inte leda till hög inkomst och hög inkomst förutsätter inte på något vis hög utbildning. Könets betydelse för den sociala positionen antas bygga på att kvinnor av tradition har haft både sämre inkomst och sämmre utbildning än männen. Vi kommer inte här att betrakta kön som en enhet inom den sociala positionen utan kön och ålder antas snarare vara två variabler som ligger före såväl social position som livssituation.

Livssituation

Två aspekter på livssituation kan antas påverka mediekonsumtionen de resurser som konsumenterna har i fråga om tillgänglig tid och tillgång till utbud. När det gäller tillgången till tid spelar sådana saker in som i vilken utsträckning man är yrkesverksam, förekomst av barn samt civilstånd. Den faktor som kan tänkas ha störst betydelse för utbudet är bostadsort. Med utbud avses här inte enbart medier utan även andra typer av aktiviteter som kan antas konkurrera med dessa.

Intresseinriktning

Som vi tidigare varit inne på är intresseinriktningen något som kan tänkas påverka vilka olika aktiviteter man väljer att ta del av. Ramarna för detta val sätts av den sociala positionen och den livssituation man befinner sig i. Dessa faktorer antas även styra själva intresseinriktningen. Inte bara valet av aktivitet, t ex läsa veckotidning, utan även inriktningen i aktiviteten, t ex vilken typ av veckotidning eller vilken typ av innehåll man väljer att ta del av, kan tänkas påverkas.

Ursprung

Med ursprung menas här de attribut som tilldelas en person vid födseln i form av att man föds till ett visst kön, i en viss tid och i ett visst socialt sammanhang.

Mediesituation

Med mediesituation avses här utbudet av medier och medieinnehåll. Dels vad det finns för alternativa medier att välja på och hur konkurrenssituation ser ut dels vad det finns för utbud inom mediegruppen, t ex typer av veckopress och typer av innehåll i dessa.

Kapitel 4
Metod

Den databearbetning som ligger till grund för analysen består av fyra steg:

1. Reducering av intressevariablerna till ett antal dimensioner

2. Skapande av ett index där varje individ tilldelas ett värde för vardera dimension

3. Analys av vilka bakgrundsvariabler som i störst utsträckning predicerar de olika intressedimensionerna

4. Analys i syfte att kartlägga sambandet mellan intressedimensionerna och massmediekonsumtion

Vad gäller de två första punkterna löses dessa med hjälp av faktoranalys medan jag på punkt tre använder regressions- analys. Faktoranalys är en teknik som inte är så vanligt förekommande varför denna beskrivs i avsnitt 4.2. Avsnitt 4.1 beskriver det datamaterial som används i analysen. Det sista avsnittet i kapitlet (4.3) redovisar några av de metodologiska problem som uppkommer i samband med analysen.

4.1 Material

Materialet som används här är hämtat från Testologens regelbundna mätningar. I ett mycket omfattande frågeformulär på ca 20 sidor kartlägger man svenska folkets vanor, intressen önskemål och attityder rörande mängder av olika saker från tvättmedel till politik. Bland dessa frågor ingår de intressefrågor som använts här. Antalet svarspersoner de olika åren varierar mellan 4936 år 1973 och 8332 år 1979. Bortfallet uppgår som mest till 32%. Beträffande antal intervjupersoner se bilaga A1, där det också framgår hur många av intervjupersonerna som återstår efter faktoranalysen.

De frågor från Testologens undersökning som används här är av fyra typer:

1. Bakgrundsfrågor, t ex kön, ålder, utbildning

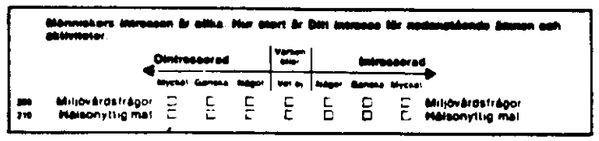
2. Intressefrågor

3. Attitydfrågor (enbart 1979)

4. Massmediefrågor

De olika bakgrundsfrågorna framgår av bilaga A2 där fördelningen på de frågor som ingår i undersökningen redovisas. Bakgrundsegenskaperna kan delas in i tre huvudgrupper ursprung, social position och livssituation (se sid 19).

Av de totalt mellan 60 och 70 intressefrågor som Testologen ställer varje år ingår här 51. Dessa framgår av tabell 5.1, sid 31. Hur urvalet av intressen har gått till redovisas på sid 28. Intressefrågornas formulering är enligt följande:



Kodningen har sedan tillgått så att mycket ointresserad har kodats som värde ett och mycket intresserad som värde sju.

År 1979 lät Testologen intervjupersonerna ta ställning till en rad påståenden mer av typen attityder. Dessa har här använts i syfte att ge en bild av personer med högt värde på de olika dimensionerna. I tabell A39 (i bilaga) framgår hur dessa item är formulerade. De olika alternativ som intervjupersonerna fått välja på är: instämmer starkt, instämmer delvis, varken eller, instämmer nog inte, instämmer absolut inte. Attitydfrågorna speglar bl a inställningen till moral och familjefrågor samt olika typer av fritidsaktiviteter.

De massmediefrågor som används här är frågor om hur ofta man läser 23-25 veckoutgivna populärtidningar. De svarsalternativ som ges är aldrig samt 9 olika läsfrekvenser från en gång per år till en gång i veckan.

4.2 Faktoranalys

Faktoranalys är en metod för att reducera data. Utgångspunkten kan vara en uppsättning variabler som man önskar uttrycka i termer av ett mindre antal hypotetiska variabler (faktorer) som svarar för variansen bland de observerade variablerna. De observerade variablernas varians kan delas upp i två delar: Gemensam varians (common variance) och unik varians: Den gemensamma variansen är den del av variansen som är gemensam hos flera olika variabler och den unika variansen är den varians som är unik för varje variabel. Den unika variansen kan i sin tur delas upp i specifik varians och felvarians.

Som ett mått på sambandet mellan faktorerna och de bakomliggande observerade variablerna brukar variablernas faktorladdningar anges. Faktorladdningar är i de fall då faktorerna antas vara okorrelerade med varandra (ortogonal rotering) detsamma som korrelationen mellan faktorer och variabler. Om en variabels faktorladdningar för samtliga faktorer kvadreras och

sedan summeras erhålles kommunaliteten som anger andelen gemensam varians för variabeln. Om en faktors faktorladdningar för samtliga variabler kvadreras och sedan summeras erhålles faktorns eigenvalue. Detta värde anger hur stor del av den gemensamma variansen som faktorn förklarar.Faktoranalysen består normalt av fyra steg (Kim-Mueller 1978a):

1. Datainsamling och framräknande av korrelationsmatris eller kovariansmatris

2. Framtagande av initialfaktorer

3. Rotering av faktorerna till en slutgiltig lösning och tolkning av faktorerna

4. Konstruktion av faktorskalor

Under den första punkten ingår formuleringen av frågorna och själva fältarbetet. I en sekundäranalys av befintliga data blir det här fråga om att studera de items som skall ingå och eventuellt utesluta några. Att ta fram den datamatris utifrån vilken faktorerna skall räknas fram ingår som en del i det dataprogrampaket som används här (SAS). När det gäller valet mellan korrelations eller kovariansmatris säger Kim-Mueller (1978a) att på grund av att korrelationsmatrisen är den vanligaste metoden både i litteraturen och i olika dataprogram bör denna väljas.

Med att få fram initialfaktorer avses att man med hjälp av någon metod (se nedan) plockar ut det antal faktorer som skall ingå i undersökningen. För att göra denna begränsning finns ett flertal metoder. (Kim-Mueller 1978a s 48) räknar upp fem olika metoder för att få fram faktorerna: (1) maximum likelihood, (2) minsta kvadratmetoden, (3) alpha factoring, (4) image factoring samt (5) principalkomponent- analys. Tumregeln som författarna ger den som är ovan vid faktoranalys är att använda någon av de två första metoderna eller förlita sig på den metod som dataprogrammet har som defaultvärde. När det gäller SAS är det den sistnämnda - principalkomponentanalys. Även när det gäller att bestämma antalet faktorer som skall ingå i analysen finns det en rad möjliga vägar att gå. I den ovannämnda källan rekomenmderas en metod som brukar kallas antingen Kaisers eller eigenvalue kriteriet (Kim-Mueller 1978a) Detta går ut på att alla faktorer med ett eigenvalue mindre än ett plockas bort ur analysen. De faktorer som återstår förklarar minst lika mycket som en variabel. En metod som inte diskuteras i ovanstående källa är att bestämma antalet faktorer teoretiskt den metod används speciallt vid sk konfirmativ faktoranalys.

Anledningen att faktorerna bör roteras är att förenkla tolkningen av dem, bl a att undvika en första allmän faktor som laddar högt på samtliga variabler. Förhoppningen är att finna faktorer som laddar högt på ett fåtal variabler och lågt på resten. Roteringen kan indelas i två huvudtyper oblig och ortogonal rotering. Vid ortogonal rotering antas faktorerna vara okorrelerade med varandra, vid oblig rotering görs inget sådant antagande. De roterade faktorerna förklarar lika stor del av variansen som de oroterade så det uppstår enbart en förskjutning i faktorladdningarna. Valet mellan ortogonal och oblig rotering kommenteras närmare i avsnitt 4.3.

Tolkning av faktorer innebär i första hand att försöka förstå de dimensioner som ligger bakom och att ge någon form av namn åt faktorerna. Det vanligaste sättet att namge faktorerna är att titta på de variabler som har de högsta faktorladdningarna. Gränsen för när en laddning skall anses som hög varierar i olika källor. Kim-Mueller (1978b s 70) säger att den bör dras vid 0.3 medan andra sätter gränsen vid 0.4 (se t ex Holmberg 1981 och Weibull 1983). I Holmberg (1981) räknas variablerna enbart till de faktorer som har högst laddning oavsett om de laddar mer än 0.4 på flera faktorer.Konstruerandet av någon typ av faktorskalor hör också till de problem som kommer att tas upp mer i avsnitt 4.3 varför det här bara skall beröras i några rader. Det finns två huvudtyper av faktorskalor dels sk factorscoores där hänsyn tas till hur höga faktorladdningarna är dels faktorbaserade skalor. Med faktorbaserade skalor menas att man bygger ett index av variabelvärdena för de variabler som bygger upp faktorn enligt de kriterier som nämnts i ovanstående stycke.

4.3 Metodologiska problem

Utgångspunkten för denna uppsats är de amerikanska studier som presenterades i föregående kapitel. Trots att mycket har gått att hämta från dessa studier återstår en rad viktiga metodologiska problem som måste lösas.

1. Val av roteringstyp för att rotera faktorerna
2. Val av intressen som skall ingå
3. Skapande av index på individnivå
4. Jämförelsen över tid

I faktoranalys brukar man tala om två huvudtyper av faktorrotering, ortogonal och oblig rotering (se sid 26). Anledningen till att jag här valt ortogonal rotering (faktorerna okorrelerade) är att denna metod är den klart vanligaste i den litteratur som jag gått igenom. Rent logiskt sett borde en oblig rotering ge ett teoretiskt mer relevant resultat eftersom faktorerna då tillåts att vara korrelerade med varandra. En kontroll gjordes med de båda roteringstyperna Denna gav inte några större skillnader i resultat.

Det som genomgående visade sig var att ortogonal rotering gav ett mer lättolkat resultat eftersom det gav färre antal item med hög faktorladdning för varje faktor. Dubbeltäckningen, items med hög faktorladdning på mer än en faktor minskade. Valet av rotering torde inte i någon större utsträckning ha påverkat slutresultatet med tanke på att de bearbetningssteg som sedan följer tar bort effekten av detta val.

Antalet intressefrågor som Testologen ställt varierar något mellan olika år. En viktig fråga var därför om faktoranalysen skulle göras på samtliga ingående intressen varje år eller om bara de intressen som fanns med under samtliga år skulle ingå. Om alla intressefrågor skulle tas med

skulle detta innebära ett stor problem med att inget skulle vara konstant över tid. Det skulle vara omöjligt att besvara frågan om intressemönstret förändrades över tid eller om eventuella förändringar berodde enbart på det faktum att nya intressen tillkommit i undersökningen.

Problemet med att hålla intressena konstanta är att detta ger en skev bild av samhället. Verkligheten är nu en gång för alla så att vissa intressen dör ut samtidigt som nya växer fram. Testologens urval av intressen bygger dessvärre inte på någon typ av teoretiskt antagande om hur nya intressen sprids i samhället. Deras undersökningar är av kommersiell art och valet av intressen styrs i första hand av beställarna. Eftersom det senare problemet i viss mån saknar lösning har jag här valt att hålla intressena konstanta och enbart analysera de 51 intressen som finns med under hela perioden. Utöver att de intressen som inte finns med samtliga år har plockats bort har ytterliga fem intressen fått utgå på grund av brist på relevans. Detta gäller intresset för att prova nya cigaretter, nya cigariller och ny piptobak samt intressena för medel mot mjäll och rakapparater. Dessa intressen verkar helt och hållet vara med för att mäta konsumtionsbenägenhet och ingår alltså inte.

För att möjliggöra någon typ av jämförelser mellan faktorerna och olika bakgrundsvariabler måste varje individ tilldelas ett värde på varje variabel. Som framgick på sidan 27 kan detta i huvudsak ske på två sätt; factorscoores eller additativa faktorskalor.

Fördelen med factorscoores är att dessa inte enbart tar hänsyn till de variabler som har höga positiva faktorladdningar på en faktor, utan alla variabler kommer med i relation till sin laddning inklusive tecken. Problem å andra sidan är att dessa värden blir svårbegripliga, det är omöjligt att säga om ett värde är högt eller inte, de kan bara bedömmas i relation till varandra. Om man t ex i en regressionsanalys väljer att dikotomisera sina variabler och tilldela en del av individerna högt värde på en faktor medan övriga får lågt blir man i stort sätt tvungen att sätta gränsen mellan högt och lågt slumpmässigt. Alternativt kan man sätta gränsen så att hälften av individerna hamnar i vardera grupp eller efter medelvärdet.

Om man å andra sidan väljer additativa faktorskalor ger detta begripbara värden. Det vanligaste sättet att göra detta är att summera varje individs variabelvärden på de variabler som laddar högst på varje faktor. Det är på detta sätt vi har gått tillväga här. För att ytterligare förenkla är sedan faktorskalan dividerad med det antal variabler den är beräknad på vilket ger ett värde från ett till sju. Ett litet problem med detta är att faktorskalor som är beräknade på många variabler tenderar att få ett medelvärde närmare mitten än de som är beräknade på ett färre antal. Om det tex finns sju ingående variabler är det mindre troligt att intervjupersonen har ett (mycket ointresserad) eller sju (mycket intresserad) på samtliga av dessa än om de bara är tre. Antalet variabler per faktor varierar mellan tre och sju.

Det största problemet, där det också visat sig finnas minst hjälp att hämta i tidigare forskning, är tidsaspekten. Samtliga undersökningar av liknade typ som har används som referens här har gällt mätningar vid ett tillfälle medan vårt material omfattar fyra olika mättillfällen. Problemet som uppstår i och med detta är att vi riskerar att hamna i ett läge där "allt" varierar. De olika intressedimensionerna varierar över tid samtidigt som de grupper som har högt värde på dimensionerna ändrar sammansättning. Detta kan illustreras genom följande fyfältstabell.

		Populationsgrupper	
		Statiska	Dynamiska
Intresse-dimensioner	Statiska	1	2
	Dynamiska	3	4

Den utgångspunkt som valts här är att låta intressedimensionerna variera över tid och anta att populationen utgörs av grupper med i stort sett samma sammansättning vad gäller bakgrundsvariabler. Dessa grupper förändrar sin sammansättning av intressen över tid (ruta 3). Antagandet bygger på den teoretiska genomgång som görs av Richard Peterson (1983). Detta antagande här överges sedan när det inte kan styrkas av det emipiska materialet. Den troligaste slutsatsen är att såväl intressedimensioner som populationsgrupper förändras över tid (ruta 1). Denna utgångspunkt är dock omöjlig eftersom intressedimensionerna är tänkta att användas som mellanliggande variabler i ett senare skede. Vi blir då tvungna att utgå från ruta 2 och använda en uppsättning dimensioner som är konstanta över tid och sedan utifrån dessa studera förändringar i populationens preferenser.

Kapitel 5
Intressenas utveckling 1973-1982

De olika intressenas utveckling beskrivs här på två olika sätt. För det första har medelpoängen på den sjugradiga skala som Testologen använder räknats fram. Detta ger någon form av mått på hur högt ett intresse uppskattas bland allmänheten. Men det säger inget om spridningen. Ett ämne med medelvärde fyra (varken eller vet ej) kan antingen uppstå genom att svarspersonerna är delade i två grupper en mycket intresserad och en mycket ointresserad, vilka tar ut varandra. Eller också kan det röra sig om ett ämne där väldigt få tar ställning eller har någon egentlig uppfattning. Som exempel på detta kan nämnas intresset för att handarbeta som har en medelpoäng på 3.8 men där en tredjedel av de tillfrågade säger sig vara mycket eller ganska intresserade. Detta kan jämföras med intresset för religion- och trosfrågor med ett medelvärde på 4.0 men där enbart en femtedel är mycket eller ganska intresserade.

Ett sätt att komma till klarhet med dessa skillnader är att jämföra tabell 5.1 som redovisar genomsnittspoängen med tabell 5.3 som redovisar andelen mycket intresserade. Ett annat sätt att är studera något mått på spridning. I tabell 5.5 redovisas standardavvikelsen för de olika åren.

Genomsnittspoängen för de olika intressena är relativt stabil över tid, som framgår av tabell 5.1 på nästa sida.

Tabell 5.1 Den genomsnittliga poängen för olika intressen på en sjugradig skala från 1 (mycket ointresserad) till 7 (mycket intresserad) 1973, 1976,1979 och 1982

Intresseområde	1973	1976	1979	1982
Sociala rättigheter	5,4	5,4	5,2	5,2
Skattefrågor	5,6	5,5	5,2	5,2
Samlevnadsproblem	5,2	5,1	4,9	4,9
Religions- och trosfrågor	4,0	3,8	3,5	3,5
Arbetsmarknad	5,5	5,3	5,2	5,4
Miljövård	5,8	5,5	5,5	5,3
Hälsonyttig mat	5,5	5,3	5,3	5,2
Sjukdomar och hälsa	5,6	5,4	5,5	5,4
Bantningstips	3,4	3,2	3,4	3,4
Hushålla ekonomiskt	5,7	5,6	5,7	5,7
Heminredning	5,4	5,4	5,4	5,4
Modenyheter	4,4	4,4	4,3	4,3
Matvarunyheter	4,8	4,7	4,5	4,6
Barnavård	4,8	4,8	4,8	4,7
Skönhetsvård	3,9	3,8	3,7	3,8
Villa/Eget hem	5,7	5,7	5,8	5,7
Fritidshus	4,8	4,7	4,6	4,4
Personbilar	5,0	5,0	4,9	4,8
Stereoanläggningar	4,3	4,8	4,3	4,1
Hushållsmaskiner	4,7	4,8	4,6	4,4
Fotoutrustning	4,0	4,0	4,0	3,9
Motorcyklar/Mopeder	3,0	2,8	2,7	3,0
Laga mat	5,2	5,4	5,4	5,4
Pröva nya maträtter	5,2	5,4	5,4	5,4
Baka	4,5	4,6	4,7	4,8
Ha gäster	5,4	5,5	5,5	5,5
Köra bil	5,1	5,2	5,2	5,2
Jobba med bilar	3,8	3,7	3,4	3,4
Arbeta i trädgården	5,0	5,0	5,0	4,9
Fotografera	4,3	4,4	4,4	4,4
Smalfilma	3,3	3,3	3,2	3,0
Lyssna på popmusik	3,7	3,8	4,1	4,1
Lyssna på klassisk musik	4,2	4,1	4,0	4,0
Teaterbesök	4,4	4,4	4,4	4,3
Konstuställningar	3,7	3,7	3,7	3,6
Vidarutbildning	4,9	4,8	4,9	4,9
Läsa böcker	5,3	5,4	5,5	5,4
Läsa populärtidningar	4,4	4,4	4,1	4,2
Sykläder	3,3	3,3	3,1	3,1
Handarbeta	3,8	3,8	3,8	3,8
Måla hemma	4,0	4,0	4,7	4,6
Snickra	4,0	4,0	4,2	4,2
Motionera	5,4	5,4	5,5	5,5
Friluftsliv	5,8	5,7	5,6	5,5
Sportfiska	4,0	3,9	3,7	3,7
Åka motorbåt	4,0	4,0	4,1	4,1
Segla	3,4	3,4	3,5	3,5
Campa	4,3	4,2	4,3	4,3
Semestra utomlands	5,0	5,1	5,2	5,4
Semestra i Sverige	5,9	6,0	6,0	6,0
Pröva nya produkter	4,6	4,8	4,8	4,9
Genomsnitt samtliga	4,6	4,6	4,6	4,5

I topp samtliga år ligger intresset för att semestra i Sverige, mellan 5.9 och 6.0 poäng. Lägst poängantal uppnår intresset för motorcyklar under 3 poäng. Tabellen nedan visar de intressen som har högst respektive lägst poäng, för de fyra undersökningsåren.

Tabell 5.2 Intressen med högst respektive lägst genomsnittspoäng på en sjugradig skala 1973, 1976, 1979 samt 1982

Rang 1973			1976		1979		1982	
1	Semestra i Sverige	5,9	Semestra i Sverige	6,0	Semestra i Sverige	6,0	Semestra i Sverige	6,0
2	Friluftsliv	5,8	Friluftsliv	5,7	Villa/eget hem	5,8	Villa/eget hem	5,7
3	Miljövård	5,8	Villa/eget hem	5,7	Hushålla ekonomiskt	5,7	Hushålla ekonomisk	5,7
4	Hushålla ekonomiskt	5,7	Hushålla ekonomiskt	5,6	Friluftsliv	5,6	Friluftsliv	5,5
5	Villa/eget hem	5,7	Skattefrågor	5,5	Miljövård	5,5	Ha gäster	5,5
6	Skattefrågor	5,6	Miljövård	5,5	Sjukdomar och hälsa	5,5	Motionera	5,5
7	Sjukdomar och hälsa	5,6	Ha gäster	5,5	Ha gäster	5,5		
8					Motionera	5,5		
45	Populärmusik	3,7	Jobba med bilar	3,7	Religion- och tro	3,5	Religion- och tro	3,5
46	Konstutställning	3,7	Konstutställning	3,7	Segla	3,5	Segla	3,5
47	Segla	3,4	Segla	3,4	Bantningstips	3,4	Bantningstips	3,4
48	Bantningstips	3,4	Smalfilma	3,3	Jobba med bilar	3,4	Jobba med bilar	3,4
49	Smalfilma	3,3	Sy kläder	3,3	Smalfilma	3,2	Sy kläder	3,1
50	Sy kläder	3,3	Bantningstips	3,2	Sy kläder	3,1	Smalfilma	3,0
51	Motorcyklar	3,0	Motorcyklar	2,8	Motorcyklar	2,7	Motorcyklar	3,0

Variationen mellan olika år kan studeras som den skillnad som finns mellan högsta och lägsta värdet för respektive ämne. För 10 av de 51 intressena överstiger denna differens 0.3 poäng. Största förändringen noteras för intressena att måla hemma, 4.0 1973 som ökar till 4.7 1979 samt intresset för stereoanläggningar som har en topp på 4,8 1976 och sedan minskar till 4,1. Två intressen uppvisar skillnader på 0.5 procent: intresset för religion- och trosfrågor som minskar från 4.0 till 3.5 och miljövård från 5,8 1973 till 5,3 1982. Av de 6 intressen där förändringen ligger på 0.4 poäng uppvisar 4 stycken en klart sjunkande tendens: skattefrågor, hushållsmaskiner, fritidshus samt att jobba med bilar. Endast två intressen ökar sina genomsnittspoäng klart: lyssna på popmusik och semestra utomlands. För övriga ämnen är tendensen oklar eller också är skillnaderna för små att dra några slutsatser från.

Ser vi till andelen som säger sig vara mycket intresserad av olika ämnen så varierar denna mellan 3 och 43 procent (tabell 5.3). Det är svårt att avgöra vilka förändringar som skall anses som signifikanta i tabellen. För varje enskild siffra ligger felmarginalen på ca 1.5 procent. Ämnen som intresset minskar kraftigt för är miljövård, skattefrågor, samlevnadsproblem, hälsonyttig mat, stereoanläggningar och hushållsmaskiner. Andelen intresserade av miljövård halverades mellan 1973 och 1982. För övriga intressen ovan minskade andelen intresserade med emllan en tredje- och en fjärdedel. När det gäller stereo och hushållsmaskiner hade intresset en topp 1976 och andelen intresserade har därefter halverats.

Några ämnen har minskat sin andel intresserade med ca 20 procent: religion- och trosfrågor, sjukdomar och hälsa, fritidshus, lyssna på klassisk musik, sy kläder, sportfiske samt friluftsliv. Kraftiga intresseökningar noteras för motorcyklar/mopeder, nya maträtter, populärmusik, läsa böcker, måla, snickra, segla, semestra utomlands samt pröva nya produkter. För några ämnen (sociala rättigheter, arbetsmarknad och populärtidningar) märks en kraftig nedgång fram till 1979 och därefter en uppgång.

Tabell 5.3 Andelen som säger sig vara mycket eller ganska intresserade av olika ämnen 1973, 1976, 1979 och 1982.

Intresseområde	1973	1976	1979	1982
Sociala rättigheter	20,7	21,8	15,8	17,9
Skattefrågor	31,3	27,8	19,9	21,1
Samlevnadsproblem	17,4	16,6	12,6	12,5
Religions- och trosfrågor	9,5	9,2	7,1	7,5
Arbetsmarkna	25,2	20,2	17,3	21,8
Miljövård	34,7	25,0	20,8	16,6
Hälsonyttig mat	30,2	25,8	20,9	20,1
Sjukdomar och hälsa	29,8	25,9	24,7	23,4
Bantningstips	7,7	7,8	7,1	6,9
Hushålla ekonomiskt	33,6	30,7	30,3	31,1
Heminredning	24,9	26,9	25,1	24,5
Modenyheter	12,2	13,1	10,6	12,1
Matvarunyheter	11,4	13,7	12,2	12,3
Barnavård	18,9	20,1	18,6	17,3
Skönhetsvård	5,7	6,7	5,5	6,4
Villa/Eget hem	42,0	43,5	43,1	40,6
Fritidshus	22,5	22,8	20,0	17,5
Personbilar	17,5	20,2	17,6	16,9
Stereoanläggningar	12,1	19,1	9,1	8,2
Hushållsmaskiner	11,1	13,3	8,7	6,9
Fotoutrustning	6,7	7,7	6,5	6,3
Motorcyklar/Mopeder	5,9	5,8	4,9	7,8
Laga mat	24,4	27,2	26,1	24,2
Pröva nya maträtter	22,9	28,0	27,3	27,6
Baka	20,6	22,3	23,1	23,2
Ha gäster	16,5	18,1	19,7	18,2
Köra bil	26,9	28,7	27,8	27,3
Jobba med bilar	9,4	9,3	8,7	8,2
Arbeta i trädgården	22,9	23,2	22,1	19,5
Fotografera	9,1	9,8	9,0	9,4
Smalfilma	4,3	4,5	3,3	2,8
Lyssna på popmusik	10,4	12,8	13,5	16,1
Lyssna på klassisk musik	9,9	10,5	8,7	7,5
Teaterbesök	10,2	11,6	9,3	9,7
Konstuställningar	6,0	6,7	6,2	5,9
Vidarutbildning	14,6	14,7	15,2	15,4
Läsa böcker	26,4	29,3	31,2	31,3
Läsa populärtidningar	7,8	7,7	5,7	7,0
Sy kläder	10,8	11,2	8,0	8,7
Handarbeta	19,7	21,7	20,8	20,6
Måla hemma	9,9	10,2	13,0	11,9
Snickra	9,8	11,3	13,5	12,4
Motionera	23,8	23,7	24,4	25,8
Friluftsliv	33,3	32,1	29,0	28,1
Sportfiska	15,5	13,3	13,0	12,4
Åka motorbåt	12,2	12,6	13,0	13,7
Segla	8,5	8,9	9,7	10,9
Campa	14,6	14,7	13,4	13,9
Semestra utomlands	28,8	30,4	33,1	37,0
Semestra i Sverige	35,1	38,5	39,3	39,2
Pröva nya produkter	6,3	11,8	11,2	11,6
Genomsnitt samtliga	17,6	17,9	16,5	16,4

Intresset för stereoanläggningar och hushållsmaskiner har en topp i mitten av 1970-talet men minskar efter detta åter. Det finns inga större skillnader mellan mönstret i tabell 4.1 och denna tabell. Ser vi till listan med de som har den högsta respektive lägsta andelen intresserade blir det inte heller några större förändringar, i topp varje år semestra i Sverige och i botten motorcyklar. I tabell 5.5 visas hur många ämnen som attraherar hälften, en tredjedel respektive en fjärdedel av intervjupersonerna. Det rör sig om ca 15, 30 respektive 40 ämnen.

Tabell 5.4 Intressen med högsta respektive lägsta andel som säger sig vara mycket eller ganska intresserade 1973, 1976, 1979 och 1982.

Rang 1973			1976		1979		1982	
1	Villa/eget hem	42	Villa/eget hem	44	Villa/eget hem	43	Villa/eget hem	41
2	Semstra i Sverige	35	Semestra i Sverige	38	Semestra i Sverige	39	Semestra i Sverige	39
3	Miljövård	35	Friluftsliv	32	Semestra utomlands	33	Semstra utomlands	37
4	Hushålla ekonomiskt	34	Hushålla ekonomiskt	31	Läsa böcker	31	Läsa böcker	31
5	Friluftsliv	33	Semstra utomlands	30	Hushålla ekonomiskt	30	Hushålla ekonomiskt	31
			Populärtidningar	8			Hushållsmaskiner	7
49	Pröva nya produkter	6	Fotoutrustning	8	Konstutställning	6	Bantningstips	7
50	Konstutställning	6	Konstutställning	7	Populärtidningar	6	Skönhetsvård	6
51	Motorcyklar	6	Skönhetsvård	7	Skönhetsvård	6	Fotoutrustning	6
50	Skönhetsvård	6	Motorcyklar	6	Motorcyklar	5	Konstutsällning	6
51	Smalfilma	4	Smalfilma	4	Smalfilma	3	Smalfilma	3

Tabell 5.5 Antalet intressens som hälften, en tredjedel respektive en fjärdedel säger sig var mycket eller ganska intresserade av 1973, 1976, 1979 och 1982.

Andel intresserade	1973	1976	1979	1982
30 % eller mer	7	5	5	5
25 % eller mer	12	14	10	9
20 % eller mer	20	23	18	17
10 % eller mindre	15	11	16	15

Tabell 5.6 Redovisar standardavvikelser för de olika ämnena 1973, 1976, 1979 och 1982. Standardavvikelsen kan sägas vara ett mått på hur eniga vi är om ett ämnes viktighet. Mest eniga är vi om intresset för att semestra i Sverige och minst om handarbete.

Tabell 5.6 Standardavvikelse för de olika intressena 1973, 1976, 1979 och 1982.

Intresseområde	1973	1976	1979	1982
Sociala rättigheter	1,4	1,4	1,4	1,4
Skattefrågor	1,4	1,5	1,5	1,6
Samlevnadsproblem	1,4	1,5	1,5	1,5
Religions- och trosfrågor	1,9	1,9	2,0	2,0
Arbetsmarknad	1,3	1,4	1,4	1,4
Miljövård	1,4	1,3	1,2	1,3
Hälsonyttig mat	1,7	1,6	1,5	1,5
Sjukdomar och hälsa	1,3	1,4	1,3	1,4
Bantningstips	2,0	2,1	2,1	2,1
Hushålla ekonomiskt	1,4	1,4	1,3	1,4
Heminredning	1,5	1,5	1,4	1,5
Modenyheter	1,9	1,9	1,9	2,0
Matvarunyheter	1,6	1,7	1,8	1,7
Barnavård	1,8	1,8	1,8	1,8
Skönhetsvård	1,9	2,0	1,9	2,0
Villa/Eget hem	1,6	1,6	1,5	1,6
Fritidshus	1,8	1,9	2,0	2,0
Personbilar	1,7	1,7	1,8	1,8
Stereoanläggningar	1,9	1,9	1,8	1,9
Hushållsmaskiner	1,6	1,7	1,6	1,7
Fotoutrustning	1,8	1,8	1,8	1,8
Motorcyklar/Mopeder	1,9	2,0	1,9	2,1
Hundars skötsel	2,2	2,2	2,2	2,2
Katters skötsel	2,0	2,1	2,1	2,2
Laga mat	1,7	1,6	1,6	1,6
Pröva nya maträtter	1,6	1,6	1,6	1,6
Baka	2,1	2,1	2,0	2,0
Ha gäster	1,3	1,3	1,3	1,3
Köra bil	1,9	1,9	1,8	1,8
Jobba med bilar	2,1	2,1	2,1	2,1
Arbeta i trädgården	1,8	1,8	1,8	1,8
Fotografera	1,8	1,8	1,8	1,8
Smalfilma	1,8	1,9	1,8	1,8
Lyssna på popmusik	2,1	2,2	2,2	2,2
Lyssna på klassisk musik	2,0	2,0	2,0	2,0
Teaterbesök	1,8	1,9	1,8	1,9
Konstutställningar	1,9	2,0	1,9	2,0
Vidarutbildning	1,6	1,7	1,6	1,6
Läsa böcker	1,6	1,6	1,6	1,6
Läsa populärtidningar	1,7	1,8	1,8	1,8
Sy kläder	2,2	2,2	2,1	2,2
Handarbeta	2,4	2,4	2,4	2,4
Måla hemma	2,0	2,1	1,8	1,8
Snickra	2,0	2,1	2,0	2,0
Motionera	1,4	1,5	1,4	1,5
Friluftsliv	1,3	1,3	1,5	1,5
Sportfiska	2,2	2,2	2,2	2,2
Åka motorbåt	2,0	2,1	2,1	2,1
Segla	2,0	2,0	2,0	2,1
Campa	2,0	2,1	2,0	2,0
Semestra utomlands	1,9	1,9	1,9	1,9
Semestra i Sverige	1,2	1,2	1,2	1,2
Pröva nya produkter	1,4	1,9	1,5	1,4
Genomsnitt samtliga	1,8	1,8	1,8	1,8

Kapitel 6
Intressefaktorer

Antalet faktorer som föll ut med Kaisers kriterium (se sid 16) varierar något mellan åren. Åren 1973,1979 och 1982 blev det 11 faktorer och 1976 12 faktorer. Antalet variabler som laddar högst på respektive faktor (och här räknas till den faktorn, se nedan) varierar också mellan åren. Som bilaga A3-A6 finns en fullständig uppställning över samtliga faktorer de olika åren. Där framgår även variablernas faktorladdningar samt andelen förklarad varians för varje faktor.

De olika intressedimensionerna är framtagna helt utifrån metodologiska aspekter och sammansättningens teoretiska relevans kan i flera fall diskuteras I det fortsatta arbetet blir det en viktig uppgift att skapa teoretiskt avgränsade grupper av intressen.

Trots de variationer som beskrivits ovan är faktorerna relativt stabila varför de fått samma benämnning de olika åren. Nedan följer en kortfattad beskrivning av de olika faktorerna och deras förändringar. Ordningen säger inget om hur stor andel av variansen som de olika faktorerna förklarar.

Finkultur: Fyra variabler ingår samtliga år, gå på konstutställning, gå på teater, lyssna på klassisk musik samt läsa böcker.

Samhällsfrågor: Även denna faktor byggs upp av fyra konstanta variabler: sociala rättigheter, skattefrågor, arbetsmarknad och samlevnadsfrågor. Första året ingår även intresset för att hushålla ekonomiskt, sjukdommar och hälsa samt miljövård. De två senare finns med tom 1976. Från och med År 1979 tillkommer intresset för vidarutbildning. År 1982 ingår miljövård och hushålla ekonomiskt.

Popukärkultur: Den faktor jag valt att benämna populärkultur består av en kärna på enbart två intressen: lyssna på popmusik och läsa populärtidningar. År 1976 byggs faktorn upp enbart av dessa två intressen men för de andra åren tillkommer ytterligare totalt åtta. Två av dessa modenyheter och semestra utomlands ingår såväl 1973, 1979 samt 1982.

Fotografering: En av de mer stabila faktorerna. Består samtliga år av fotoutrustning, fotografering och smalfilmning. Från och med 1976 tillkommer även intresset för stereoanläggningar.

Bilar: Under samtliga tre år byggs denna faktor upp av intressena för att köra bil, jobba med bilar samt personbilar. Från och med 1979 tillkommer dessutom intresset för motorcyklar.

Båtar: Intressena för motorbåtar, segling samt sportfiske ingår samtliga år. Under 1973 ingår även intresset för motorcyklar. Andra ämnen som ingår är att campa (1976 och 1982) samt från och med 1979 fritidshus och snickra.

Friluftsliv: Denna faktor byggs huvudsakligen upp av tre intressen; friluftsliv, motion och att semestra i Sverige. Under 1976 och 1979 ingår även intresset för camping.

Kropp och själ: Faktorn förändras kraftigt innehållsmässigt mellan 1976 och 1979. Gemensamma variabler för alla år är bantningstips, hälsonyttig mat samt religion- och trosfrågor. År 1973 ingår även skönhetsvård. Under 1979 tillkommer tre nya variabler; sjukdommar och hälsa, hushålla ekonomiskt samt miljövårdsfrågor. Det första ingår även 1982.

Hushållssysslor: År 1973 förekommer denna faktor sammanslagen med matlagningsfaktorn som presenteras nedan. De gemensamma variablerna för alla år är sy kläder, handarbeta och barnavård. Under åren 1973-1979 ingår även bakning. År 1976 förekommer även skönhetsvård, mode, samt att hushålla ekonomiskt.

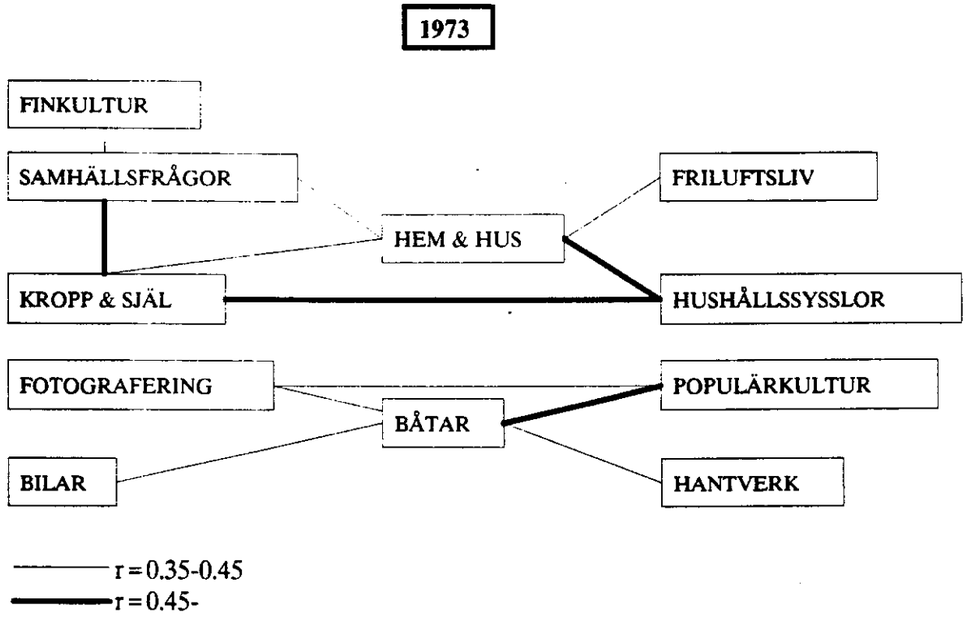
Matlagning: Denna faktor är år 1973 gemensam med hushållssysslor. De variabler som ingår är pröva nya maträtter, laga mat samt matvarunyheter. Prova nya produkter ingår t.o.m. 1979. År 1979 ingår även ha gäster och 1982 bakning.

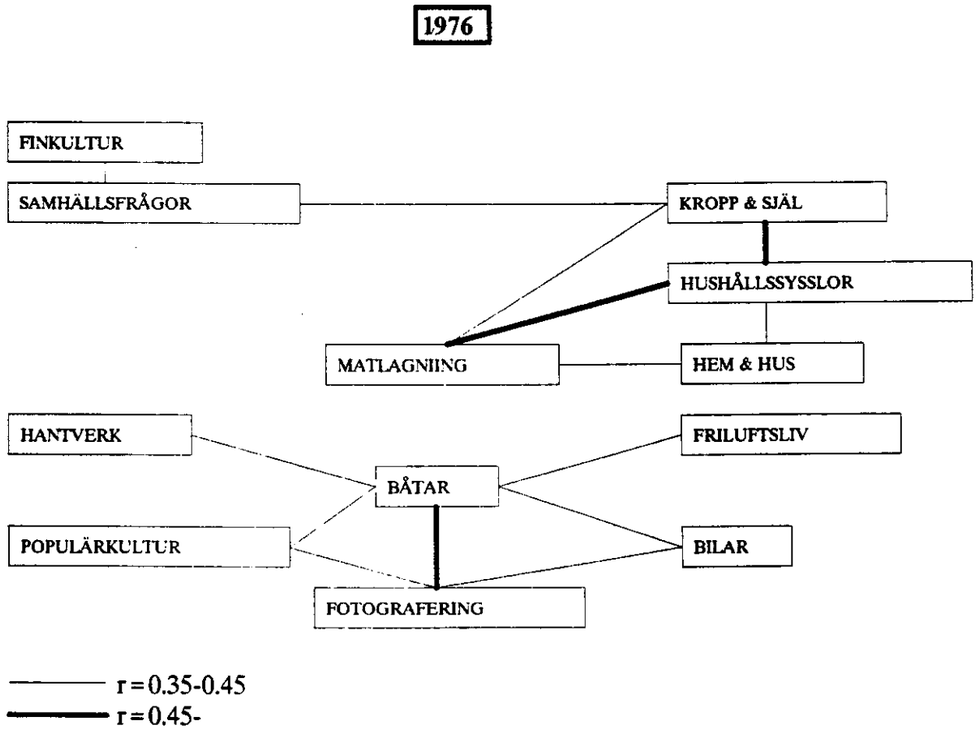
Hantverk: En konstant faktor enbart bestående av intressena för måla hemma och snickra. År 1979 går denna faktor upp i hem och hus-faktorn.

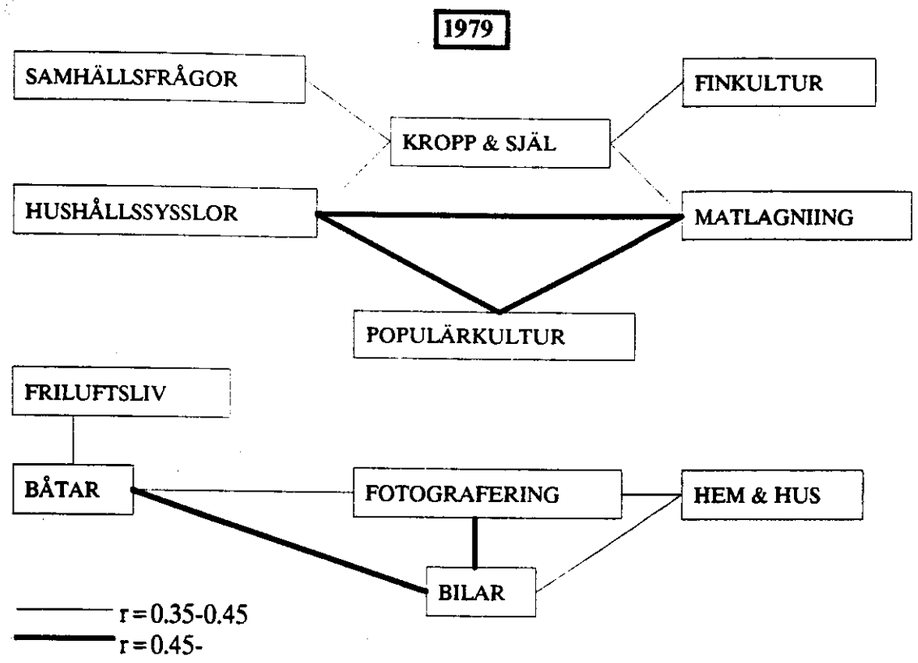
Hem och hus: Tre variabler är gemensamma för samtliga år; villa/eget hem, arbeta i trädgården samt hushållsmaskiner. År 1973 och 1976 ingår även heminredning, och fritidshus. År 1979 och 1982 ingår måla hemma.

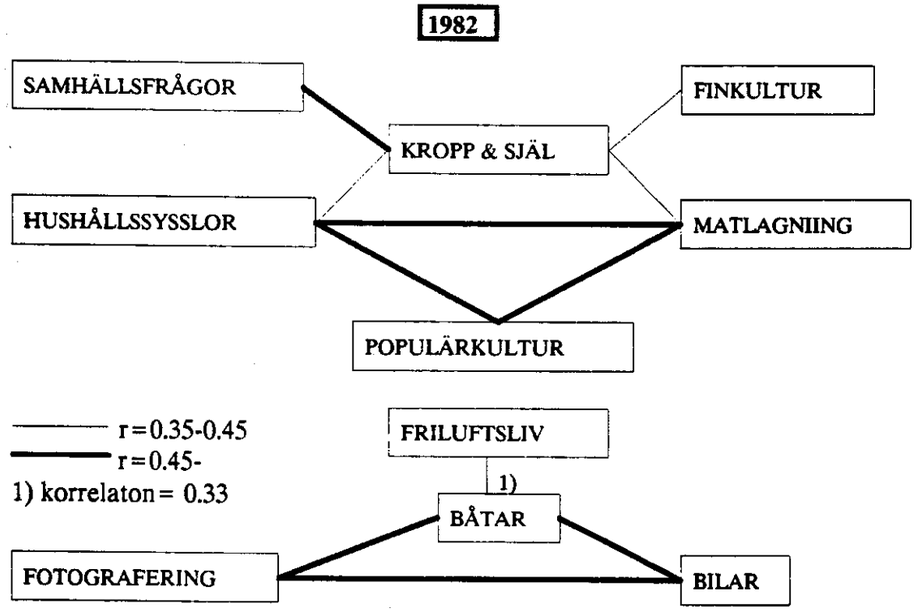
Det kan vara på sin plats att påpeka att faktorerna utgör olika dimensioner och på intet sätt får betraktas som grupper av individer. De försök till fortsatt klusteranalys som gjorts visar att ca en tredjedel av intervjupersonerna inte har, var vi här kallar, högt värde på någon faktor, i övrigt förekommer en nästan oändlig kombination av intressefaktorer. För att ge någon bild av faktorernas inbördes relationer har en korrelationsanalys gjorts på faktorskalorna. Figurerna nedan visar de mönster som faller ut när det gäller korrelationer >0.35 (Pearsons r). Korrelationsmatrisen finns som bilaga, appendix A7-A10.

Figur 6.1 Sambandet mellan olika intresseinriktningar









Korrelationerna ger ett mycket likartat mönster för de olika åren. Dimensionerna delas in i två grupper den ena består samtliga år av fotografering, bilar och båter. Den andra har som sin fasta kärna dimensionerna finkultur, samhällsfrågor, kropp och själ samt hushållssysslor. Populärkultur ingår 1973 och 1976 i den första gruppen och byter 1979 plats med hem och hus. hantverk ingår 1973 i nedre gruppen och byter från och med 1976 med friluft.

Kapitel 7
Intressedimensionernas bakgrund

Vi skall nu titta lite närmare på vad som kännetecknar de personer som har högt respektive lågt indexvärde på de olika intressedimensionerna. Bakgrundsvariablerna kan också användas för att kontrollera om dimensionerna är de samma över tid trots att de ingående variablerna förändras en hel del, se sid 42. Om kraftiga förskjutningar sker med avseende på bakgrundsfaktorerna finns det anledning att förkasta indexen och i stället bygga index på de variabler som ingår i respektive faktor varje år.

Tittar vi på de totalt 12 dimensioner som blir resultatet av faktoranalysen uppvisar fem mycket små förskjutningar i sammansättning vad gäller, i första hand, kön, ålder och utbildning. Det gäller dimensionerna samhällsfrågor,foto- grafering, friluftsliv, matlagning samt hantverk. De två senare finns bara med under tre respektive två år vilket naturligtvis ökar stabilitetspotentialen. Av de fyra övriga är det enbart samhällsfrågor som uppvisar någon större förändring i variabelsammansättningen. Vad gäller de övriga sju dimensionerna så sker så stora förskjutningar med avseende på bakgrundsvariablerna att det knappast är fruktbart att studera respektive dimension över tid.

Som framgår av föregående resonemang blir vi fortsättningsvis tvungna att överge de intressedimensioner som bygger på samtliga 51 intressen och istället bygga skalor enbart baserade på de intressen som ingår i faktorerna minst tre av de fyra åren. När det gäller de faktorer som enbart föll ut under två av undersöknings- åren kommer dessa fortsättningsvis att ingå varje år. De olika variabler som ingår i respektive dimension framgår av uppställningen nedan.

Samhällsfrågor: sociala rättigheter, skattefrågor, arbetsmarknad, samlevnadsfrågor och miljövård.

Finkultur: gå på konstutställning, gå på teater, lyssna på klassisk musik och läsa böcker.

Populärkultur: lyssna på popmusik, läsa populärtidningar och semestra utomlands.

Fotografering: fotoutrustning, fotografera, smalfilma och stereoanläggningar.

Bilar: köra bil, jobba med bilar och personbilar.

Båtar: motorbåtar, segla och sportfiska.

Friluftsliv: friluftsliv, motion och semestra i Sverige.

Kropp och själ: bantningstips, hälsonyttig mat samt religion- och trosfrågor.

Hushållsysslor: bakning, sy kläder, handarbeta och barnavård.

Matlagning: pröva nya maträtter, laga mat, matvarunyheter och pröva nya produkter.

Hem och hus: villa/eget hem, arbeta i trädgården samt hushållsmaskiner.

Hantverk: måla hemma och snickra.

I tabellen nedan framgår hur stor andel som har minst värde sex i genomsnitt på varje dimension samt hur dessa andelar förändrats över tid.

Tabell 7.1 Andel mycket intresserade av varje intressedimension 1973,1976, 1979 och 1982

Intressedimensioner	1973	1976	1979	1982
Populärkultur	12,9	12,8	12,2	15,0
Finkultur	14,9	15,6	14,9	14,5
Samhällsfrågor	39,4	33,0	23,8	23,7
Friluftsliv	50,4	49,9	51,2	50,0
Fotografering	8,7	9,6	7,0	6,0
Bilar	25,2	26,5	23,1	21,6
Båtar	11,6	11,3	10,3	11,2
Fixa	18,4	20,5	27,5	25,0
Hem och hus	33,8	35,6	33,5	29,9
Matlagning	23,5	27,6	27,1	27,2
Hushållssysslor	19,2	20,1	18,0	16,8
Kropp och själ	11,9	10,9	8,9	8,6
N	4103	5583	6150	5735

För det stora flertalet dimensioner håller sig intresset tämligen konstant. Den kraftigaste nedgången noteras för samhällsfrågor. År 1973 sade sig 39 procent vara intresserade, år 1982 var andelen nere i 24 procent. En annan dimension som uppvisar en nedgång, om än svagare, är kropp och själ, från 12 till 9 procent. Ökningar noters för matlagning (24 till 27 procent) samt hantverk (18 till 25 procent).

Dimensionerna kan delas in i tre huvudgrupper efter hur stor del av allmänheten som säger sig vara intresserade. Den första gruppen består enbart av friluftsliv som intresserar hälften av de tillfrågade. Nästa grupp hus och hem, hantverk, matlagning samt samhällsfrågor intresserar mellan var femte och var fjärde intervjuperson.

Vi skall nu gå över och titta på vilka bakgrundsvariabler som kännetecknar de personer som har högt värde på de olika intressedimensionerna. För att kartlägga detta har tre olika analyser gjorts. För det första en bivariat regressionsanalys mot kön, ålder, utbildning, hushållsinkomst, civilstånd, förekomst av barn samt ortsstorlek. Samtliga bakgrundsvariabler har dikotomiserats. Den bakgrundsvariabel som visade sig ge högst regressionskoefficient i de flesta fallen

var kön varför ytterligare regressionsanalyser gjorts på varje intressedimension med kontroll för kön. Eftersom samtliga bakgrundsvariabler dikotomiseras i regressionsanalysen blir resultaten i vissa fall svåra att utläsa. För att ge en enklare bild har även en vanlig tabellanalys gjorts, denna visar andelen mycket och ganska intresserade inom olika undergrupper.

Resultaten av de ovan beskrivna analyserna beskrivs nedan dimension för dimension, samtliga tabeller som är underlag för texten finns som bilaga (tabell A11-A38). Vid beskrivning av vilka som har högt värde på en viss dimension används i första hand värden från 1979. Utifrån detta beskrivs sedan de förändringar som skett sedan 1973. Dessutom finns beskrivet vilka olika attityder som korrelerar med vilka intressedimensioner (se tabell A39).

Friluftsliv

Totalt är det ca 50 procent som uppvisar högt värde på friluftsdimensionen. Det finns enbart små skillnader mellan olika grupper när det gäller denna dimension. Ser vi till livssituation kan förekomsten av familj, dock ej barn under två år, ge ett högre intresse. Intresset är också mera utbrett bland de som bor på orter med mer än 10 000 invånare, bland lantbrukare är intresset mycket lågt (35 procent). Vad gäller social position kan generellt sägas att ökad social position ger ökat intresse för friluft. Skillnaderna är dock hela tiden mycket små. Intresset för friluft har varit relativt konstant över tid. Ser vi till skillnader i mönstret vad gäller män och kvinnor finner vi att dessa är mycket. Möjligtvis kan påpekas att så gott som samtliga bakgrundsvariabler har större betydelse för männen än för kvinnorna.

Personer med högt värde på friluftsliv håller i större utsträckning än andra med om att naturen ger dem sinnesro. De säger också att de gör en massa trevliga saker med familjen.

Hem och hus

Sett till hela urvalet är ca en tredjedel intresserade av hem och hus. Den bakgrundsfaktor som betyder mest är civlstånd, därefter kommer ålder och utbildning. Bland gifta eller sammanboende är 39 procent intresserade av hus och hem, motsvarande siffra för ogifta är 11 procent. Bland personer med minst gymnasieutbildning är drygt 20 procent intresserade jämfört med 35 procent bland dem med lägre utbildning. Intresset ökar också kraftigt med ålder och minskar med storleken på bostadsorten. För kvinnor är sysselsättningen en viktig faktor, högst är intresset bland hemmafruarna, 51 procent.

De hem och husintresserade gör en massa trevliga saker med familjen och tycker att barn är det viktigaste i en kvinnas liv. De vill gärna bo på landet och säger att naturen ger dem sinnesro. Dessutom är de noga med att den mat de äter är hälsosam. Tycker att samhället är för släpphänt mot brottslingar.

Hantverk

Denna dimension intresserar totalt 25 procent. Kön är den bakgrundsfaktor som förklarar mest när det gäller intresset för att hantverk. Bland männen är 38 procent intresserade, att jämföra med 11 procent bland kvinnorna. Könets betydelse ökar också över tid. De olika bakgrundsvariablerna slår väldigt olika på männen och kvinnorna. De som är intres- serade bland männen är lågutbildade, gifta, över 30 år och bor dessutom i hus. Bland kvinnorna finner vi däremot de intresserade bland ogifta yngre än 30 år. Personer som gillar att hantverk vill gärna bosätta sig på landet.

Matlagning

Totalt är 27 procent intresserade av matlagning. Den bakgrundsfaktor som förklarar mest är kön, även om dess betydelse minskar något. Bland kvinnorna är 41 procent intresserade och bland männen 13 procent. Intresset för matlagning har äkat kraftigt inom vissa grupper: hemmafruar, pensionärer samt bland de som har barn i lågstadieåldern. De kvinnor som är intresserade är i allmänhet lågutbildade, över 30 år och bor i flerfamiljshushåll. Bland männen är de intresserade yngre än fyrtio år och storstadsbor, dessutom är de småbarnsföräldrar.

De matlagningsintresserade gillar att bjuda på annorlunda mat och får ofta beröm för sin matlagning, men tycker att det är viktigt att maten är hälsosam. De är snabba på att pröva nyheter, både vad gäller mat och andra varor. Gillar att gå i affärer och att vara snyggt klädda. Kopplar gärna av med en veckotidning och gillar att känna sig lite lyxiga.

Samhällsfrågor

Intresset för samhällsfrågor sjönk kraftigt under 1970-talet, från 39 till 24 procent. Den bakgrundsfaktor som spelar störst roll för intresset är civilstånd. Kontrollerat för kön visar sig detta enbart gälla för männen för vilka även åldern spelar en stor roll. För kvinnorna spelar utbildningen störst roll, men dess betydelse minskar. De samhällsintresserade tycker om att ta stort ansvar och att arbeta i föreningar.

Bilar

Olika intressen rörande bilar intresserar 22 procent av urvalet. Klart störst förklaringskraft har kön som förklarar 15 procent av variansen. Av männen är hela 35 procent intresserade motsvarande siffra för kvinnorna är 8 procent. Intresset är högst i den yngsta åldersgruppen (30 procent). Intresset är större på små orter än på stora detta gäller främst de yngre åldersgrupperna. Högst är intresset bland dem som har låg eller medelhög utbildning medan endast 11 procent av de som har högskoleutbildning är intresserade. Ser vi till skillnader i vad som förklarar mäns och kvinnors intresse finner vi att det är viktigt för män att vara lågutbildade och för kvinnor att vara yrkesarbetande och att bo på en liten ort. Åldern är viktigare för kvinnor än för män.

De bilintresserade håller inte med om påståendet att det inte spelar någon roll hur en bil ser ut bara den rullar. De är beredda på att satasa hårt för att komma framåt här i livet och gillar att köpa och sälja. Anser vidare att proffsboxning bör tillåtas.

Hushållsysslor

Denna grupp som totalt består av 17 procent utgörs nästan enbart av kvinnor. Bland dessa är 34 procent intresserade mot 0 procent bland männen. Kön förklarar drygt 50 procent av variansen. Intresset är störst bland gifta eller sammanboende och i åldersgruppen 25-34 år. Inte oväntat är hemmafruar den kategori som har den högsta andelen intresserade (47%). Intresset minskar med ökad ortsstorlek. Ser vi till den sociala positionen finns det ett klart samband, högre social position ger lägre intresse, vilket till en del kan antas hänga samman med den sociala positionens ojämlika fördelning mellan könen.
Förekomst av barn spelar också en viss roll. Alla konstaterande ovan är giltiga även om vi enbart tittar på kvinnorna medan det som förklarar mest för männens intresse är att vara ung, ha småbarn och att ha låg hushållsinkomst.

De som är hushållsintresserade intresserar sig även för matlagning och får beröm för sin matlagning. Bjuder gärna på annorlunda maträtter. Tycker att det är skönt att koppla av med en veckotidning och att känna sig lyxig. Förespråkar hälsosam mat och örtmediciner och är negativa till alkohol, kärnkraft, porrtidningar och proffsboxning.

Populärkultur

Totalt är 15 procent intresserade av populärkultur. Den grupp som framförallt faller ut här är de som är under 25 år, där hela 40 procent är intresserade. Inom denna kategori är det främst de ogifta som uppvisar högt värde. Åldern är viktigare för män än för kvinnor, liksom frånvaron av familj. Nedbrutuet på olika åldersgrupper framträder också ett samband med låg utbildning.

Personer med högt värde på populärkulturdimensionen tycker om fester med mycket musik och prat, besöker hellre dessa fester än de har en lugn hemmakväll. Tycker att fritiden är viktigare än arbetet men att det finns för lite att göra på denna fritid. Tycker dessutom att det är skönt att koppla av med en veckotidning och att känna sig lite lyxig. Har inget emot att folk tuggar tuggemi och tycker inte att man skall förbjuda porrtidningar.

Finkultur

Intresset för finkultur ligger på 15 procent. Störst andel intresserade finner vi bland kvinnor (21%) medan enbart 8 procent av männen är intresserade. Intresset ökar med ålder och storleken på orten samt med barnens ålder. Störst är det hos de som bor i enpersonshushåll (20%). Mellan intresset för finkultur och social position finns ett markant samband. Om vi t ex ser till utbildning så är 9 procent i gruppen med den lägsta utbildningen intresserade jämfört med 33 procent bland de med högskoleutbildning. Utbildningen är det som förklarar mest både för män och kvinnor följt av inkomst. Hög ålder är viktigare för männen än för kvinnorna. Ortsstorleken har störst betydelse i de ymgsta åldersgrupperna.

De finkulturintresserade tycker om att bjuda på annorlunda maträtter och får ofta beröm för sin matlagning. Är emot proffsboxning och vill sänka sin levnadsstandard för att hjälpa folk i u-länderna.

Båtar

Totalt är 11 procent intresserade av båtar. Kön förklarar mest följt av civilstånd och ålder. För kvinnorna är det viktigt att ha minst gymnasieutbildning och för männen att ej ha högskola. De båtintresserade tycker att karriären är viktig och gillar att köpa och sälja. Vill inte förbjuda porrtidningar och vill tillåta proffsboxning.

Kropp och själ

Enbart 9 procent säger sig vara intresserade av ämnen rörande kropp och själ. Den bakgrundsvariabel som förklarar mest är är kön följt av ålder. För männen är det viktigt att vara gift och över 60 år gammal. Bland kvinnorna är 14 procent intresserade och bland männen 3 procent. Dessa personer anser att religionen får för lite utrymme. De förespråkar häsosam mat och örtmedicin och är negativa till alkohol, tuggemituggande, kärnkraft, porrtidningaqr och proffsboxning. Vill hjälpa folk i u-länderna, säger att naturen ger dem sinnesro och anser att barn är det viktigaste i en kvinnas liv.

Foto

Foto är ett område som intresserar 6 procent av befolkningen. Kön och ålder förklarar mest när det gäller fotointresset. Av männen är 9 procent intresserade och av kvinnorna 3 procent.

Kapitel 8
Intressen och massmediekonsumtion

Vi skall nu använda den modell för mediekonsumtion som presenterades på sid 19 för att titta lite på användbarheten av intressefaktorerna. Det är inte möjligt att inom ramen för denna uppsats analysera mediekonsumtionen som helhet Ett specialområde, veckopressläsning, har därför valts ut. Med veckopress avses här tidningar som riktar sig till den breda allmänheten, är rikspridda och som huvudsakligen innehåller reportage och underhållning. De tidningar som ingår i analysen kommer samtliga ut med ett nummer per vecka, vilket i och för sig inte är nödvändigt även en tidning som Månadsjournalen kan räknas in i samma kategori.

8.1 Veckopressen 1973-1982

Veckopressen i Sverige fick känna av en nedgång under perioden 1973-1982 både vad gäller upplaga och läsning. I tabellen nedan redovisas upplagans förändring mellan 1970 och 1982 både vad gäller veckopressen som helhet och och olika typer av veckopress.

Tabell 8.1 Veckopressens årsupplaga i miljoner ex. totalt och efter typ 1970-1982.

År	Dam-tidningar	Herr-tidningar	Familje-tidningar	Ungdoms-tidningar	Konsument-tidningar	Totalt
1970	66.50	33.00	131.80	9.50	66.00	306.80
1975	47.80	30.10	132.40	8.00	69.20	287.50
1980	40.00	26.00	105.50	9.70	69.80	251.00
1982	34.70	16.10	100.80	10.00	63.90	225.50
Förändring i procent	-48	-51	-24	+5	-3	-26

Av tabellen framgår en 25 procentig upplagenedgång för branchen som helhet. Kraftigast har nedgången varit för herr- och damtidningarna ca 50 procent.

Tabell 8.2 Nettoräckvidd för veckopressen 1974-1982.

År	Dam-tidningar	Herr-tidningar	Familje-tidningar	Konsument-marknadspr	Totalt Alla	Totalt Kvinnor	Totalt Män
1974	40	27	63	59	80	87	74
1975	38	24	61	60	77	83	83
1976	36	25	59	55	76	83	70
1977	33	25	60	57	76	83	70
1978	30	22	57	56	73	80	66
1979	30	21	57	57	73	80	66
1980	29	19	56	58	71	79	64
1981	27	17	53	55	69	77	61
1982	26	14	52	55	66	76	56
Förändring i proc.	-35	-48	-17	-7	-17	-13	-24

Källa: Testologen

Ser vi till läsningen, här mätt som nettoräckvidd vilketungefär kan sägas motsvara hur stor andel som läser minst en tidning per vecka, är nedgången inte lika kraftig. Jämför vi perioden 1975 till 1982 så minskar upplagan med 22 procent medan minskningen i andelen läsare stannar på 14 procent. En rimlig tolkning av detta är att antalet läsare per tidningsexemplar ökar samt att de som läser läser färre tidningar (Jmf. Strid 1983). I följande avsnitt skall vi titta närmare på några tänkbara förklaringar till veckopressens tillbakagång.

8.2 Veckopressens nedgång

Vilka faktorer är det då som kan tänkas ligga bakom dennedgång för veckopressen som visades i avsnitt 8.1. Nedanstående lista på förklaringsfaktorer bygger huvudsakligen på Strid (1983).

Förändringar i mediesituationen

-Videons introduktion
-Startandet av många nya specialtidningar
-Nedläggningen av tidningen SE

Videon kom till en början att få störst spridning bland den grupp som i första hand läste herrtidningar, yngre män. Detta i kombination med att tidningen SE, som i något större utsträckning vände sig till äldre män, lades ner och att många nya specialtidningar inom traditionellt manliga ämnen t.ex. motor och jakt växte fram är troligtvis den viktigaste förklaringen till den kraftiga nedgången för herrtidningar. Även om tidningens SE's läsekrets hade

reducerats kraftigt återstod ändå en grupp läsare som vid nedläggningen stod utan ersättningstidning. Den stora mängden specialtidningar kan även tänkas ha haft effekt för nedgången inom grupperna dam- och familjetidningar.

Förändringar i livssituationen

-Ökningen i andelen förvärvsarbetande kvinnor
-Den fortsatta urbaniseringen

I och med att kvinnorna börjar förvärvsarbeta minskar den tid de kan ägna olika fritidsaktiviteter bl.a. veckopress- läsning kraftigt. I en rad undersökningar har visats att kvinnorna trots förvärvsarbete vanligtvis lägger ner avsevärt mer tid på hemarbete än vad männen gör. Inflyttningen till de större städerna som pågått under hela perioden ger en möjlighet att ta del av ett större utbud av fritidsaktiviteter. Veckopressen kommer i ett hårdare konkurrensläge och det finns ett klart samband mellan veckopressläsning och storleken på bostadsorten.

Förändringar i social position

-Låg tillväxt av hushållsinkomst
-Ökad utbildning

Under 1970-talet ökade priset på en genomsnittlig veckotidning med 70 procent mätt i fasta priser. Motsvarande ökning av disponibel hushållsinkomst var 20 procent. Ser vi till enbart senare delen av 1970-talet då upplagenedgången för veckopress var som kraftigast blir skillnaden ändå mer markerad. Hushållen har inte längre råd att hålla sig med flera veckotidningar. Det finns ett klart positivt samband mellan veckopressläsning och utbildning. Möjligt är att den ökningen av andel gymnasie- och högskoleutbildade som pågår har en negativ effekt på veckopressupplagan.

Intresseförändringar

-Kvinnornas intresse för traditionella kvinnosysslor minskar.

I och med att kvinnorna börjar arbeta utanför hemmet så kan deras intresseinriktning förväntas genomgå en förändring. Veckotidningarna behandlar i stor utsträckning olika typer av hushållsarbete som matlagning, sömnad etc. Det föreligger desvärre ingen undersökning av i vad mån veckopressen innehållsmässigt anpassar sig till den nya situationen. Ett rimligt antagande är att en viss anpassning sker men att man av rädsla av att mista de mer traditionella läsarna inte vågar ta steget fullt ut.

Det kan vara på sin plats att påpeka att ovanstående för laringsfaktorer huvudsakligen måste ses som hypoteser. Samband på individnivå vid enstaka mättillfällen kan inte med full säkerhet antas vara giltiga över tid och på aggregerad nivå. Vi skall i det följande avsnittet närmare analysera olika förklaringar till veckopressens nedgång. Det datamaterial, i form av tidsserier, som utnyttjas här ger en bättre möjlighet till detta än vad som varit fallet för de tidigare undersökningar som gjorts.

Eftersom huvudintresset här ligger på intresseinriktningens betydelse för veckopressläsningen och tidigare studier visat på att förändringar i intressen kan antas ha störst betydelse för de kvinnliga läsarna avgränsas analysen till att enbart omfatta kvinnor inom åldersintervallet 15-60 år.

8.3 Kvinnornas situation

Vi skall nu med utgångspunkt i Testologens material titta på hur situationen för kvinnor mellan 15 och 60 år har förändrats under perioden 1973 till 1982. Tonvikten ligger på de faktorer som togs upp i föregående avsnitt: sysselsättning, bostadsort, utbildning och intresseinrikt- ning.

Andelen förvärvsarbetande kvinnor ökade under perioden från 53 procent 1972 till 71 procent 1982 (tabell 8.3). Främst är det andelen deltidsarbetande som ökar, från 23 till 36 procent. Detta sker på bekostnad av andelen hemmafruar som minskar från 30 till 11 procent.

Tabell 8.3 Typ av sysselsättning bland kvinnor 15-60 år i procent 1973, 1976, 1979 och 1982.

Sysselsättning	1973	1976	1979	1982
Heltid	30	34	35	35
Deltid	23	28	33	36
Hemmafru	30	25	15	11
Studerande	14	11	12	14
Övrigt	3	3	4	4
Totalt	100	101	99	100
Antal svar	1793	2526	2643	2468

När det gäller storleken på bostadsorten sker under perioden en förskjutning mot de större städerna (tabell 8.4). Andelen av kvinnorna som bor i städer med mer än 100.000 invånare ökar från 19 procent 1973 till 23 procent 1982.

Tabell 8.4 Storlek på bostadsorten för kvinnor, i procent 1973, 1976, 1979 och 1982.

Antal innevånare	1973	1976	1979	1982
-10 000	39	37	36	35
10-25 000	15	15	15	15
25-100 000	27	26	28	27
100 000-	19	21	21	23
Totalt	100	99	100	100
Antal svar	1693	2406	2477	2282

När det gäller tendensen att allt fler skaffar sig högre utbildning är denna starkare bland kvinnorna än bland befolkningen som helhet. Eftersom vi här har begränsat oss till kvinnor i åldern 15 till 60 år har vi dessutom fått en grupp där den genomsnittliga utbildningen är något högre än för hela populationen.

Tabell 8.5 Utbildning bland kvinnor 15-60 år 1973, 1976, 1979 och 1982

Utbildning	1973	1976	1979	1982
Utbildning 1	59	56	54	48
Utbildning 2	18	15	11	11
Utbildning 3	11	15	20	25
Utbildning 4	12	14	15	17
Totalt	100	100	100	101
Antal svar	1795	2531	2622	2464

Anm:

Av tabellen ovan framgår att andelen bland kvinnorna med minst gymnasieutbildning ökar med knappt 20 procent.

På vad sätt avviker då kvinnorna när det gäller intressen? Tabellen nedan visar andelen kvinnor med minst ganska intresserad i genomsnitt per intressedimension.

Tabell 8.6 Andelen med minst ganska intresserad i genomsnitt per intressedimenssion bland kvinnor 15-60 år

	1973	1976	1979	1982
Populärkultur	17	18	19	23
Finkultur	21	21	20	20
Samhällsfrågor	37	34	23	23
Friluftsliv	52	51	52	52
Fotografering	5	6	3	3
Bilar	12	12	8	8
Båtar	6	5	5	5
Hantverk	11	11	11	11
Hus & Hem	40	43	38	35
Matlagning	38	43	40	41
Hushållssysslor	39	41	36	34
Kropp & Själ	18	17	13	12
Manssysslor	25	26	22	21

Som tidigare visats är kvinnorna mer intresserade av populärkultur, finkultur, hus & hem, matlagning samt kropp & själ än vad som gäller för hela populationen. Ämnen som intresserar dem mindre är foto, bil, båt och hantverk, här även sammanslagna under beteckningen manssysslor.

Eftersom vår hypotes bygger på att kvinnor som arbetar utanför hemmet får andra intressen än yrkesarbetande skall vi även titta på hur de skillnader som finns ser ut.

För de flesta intresseinriktningar finns det ett rakt samband med heltidsarbetande i ena ändan, hemarbetande i andra och de deltidsarbetande någon stans i mitten. När det gäller populärkultur, finkultur, samhällsfrågor samt manssysslor är sambandet positivt - heltidsarbetande är mer intresserade. För de traditionella kvinnointressena; hus& hem, hushållssysslor, matlagning samt kropp & själ finns ett negativt samband. I tabell A40 visas andelen intresserade per dimension.

8.4 Kvinnorna och veckopressen

Vi skall börja med att titta på hur utbredd veckopressläsningen är bland kvinnorna. För detta använder vi två mått dels andelen som läser minst en tidning med varje nummer dels de som läser mer än en tidning med varje nummer.

Tabell 8.7 Andelen regelbundna veckotidningsläsare bland kvinnor 15-60 år

	1973	1976	1979	1982	förändring
Läser minst en tidning	83	75	77	68	-18 %
Läser mer än en tidning	55	49	46	38	-31 %

Som framgår av tabellen minskar andelen veckopressläsare från 83 procent 1973 till 68 procent 1982. Andelen som läser mer än en tidning minskar från 55 till 38 procent, en procentuellt sett mycket kraftigare minskning. I enlighet med tidigare resultat så visar det sig att läsningen minskar med sysselsättningsgraden, storleken på bostadsorten och ökad personlig inkomst. Läsningen minskar med ålder. Dessutom läser gifta i större utsträckning än ogifta (tab A41).

Ser vi till förändringar över tid kan vi konstatera att läsningen minskar i alla grupper. Andelen läsare minskar mest i åldersgruppen 15 till 34 år, bland ogifta och bland de som har barn i åldern 2 till 6 år. Den minsta nedgången i andelen läsare finner vi inom åldersgruppen 35 till 60 år, bland de deltidsarbetande, de med medellåg utbildning och de med hög personlig inkomst.

Andelen flertidningsläsare minskar kraftigast bland de yngsta (15-24 år), de som bor på medelstora orter samt bland de som har barn i åldern 2 till 6 år. De gymnasieutbildade, de som bor i storstad samt i enpersonshushåll minskar inte sin flertidningsläsning i samma utsträckning som genomsnittet (tab A42).

Ser vi på intressenas betydelse för läsningen finner vi att det enda intresse som uppvisar ett negativt samband med läsning är finkultur för övriga intressen är sambandet positivt, om än svagt i vissa fall (samhällsfrågor och manssysslor).

8.5 Intressemönster som förklaringsfaktor

Vi skall nu gå vidare och titta på vad som kan tänkas ligga bakom kvinnornas minskade veckopressläsning. Är det ett utfall av kvinnornas förändrade situation, och vilken faktor är det i så fall som påverkar mest, eller är det någon allmän samhällstrend som ligger utanför individen.

Den mest genomgripande förändringen i kvinnornas situation är, som tidigare nämnts, den ökande andelen förvärvsarbetande, från 53 procent 1973 till 71 procent 1982. Denna förändning kan ses som ett utslag av den förändrade kvinnorollen. Som inte bara förändrar kvinnornas livssituation, t ex i form av minskad fritid och ökat ensamboende, utan även leder till att kvinnorna får en högre social position, t ex genom högre inkomst och utbildning. Även i intresseinriktningen märks denna förändring genom minskat intresse för sådant som ofta förknippas med hemarbetande, t ex hus & hem och hushållssysslor. Kraftigast är trenden mellan 1976 och 1979.

Ett faktum som vi direkt kan konstatera är att den hypotes som syntes självklar på aggregerad nivå - kvinnornas ökade grad av förvärvsarbete leder till en nedgång för veckopressen - inte håller för en kontroll på individnivå. Minskningen i andelen läsare är lika kraftig oavsett sysselsättningsgrad. Kontrollerar vi för intresse finner vi en något större minskning i andelen läsare bland de som är intresserade av sk manssysslor och en något mindre minskning bland de hem och husintreserade. Detta förklaras till största delen av den stora skillnaden i ålderssammansättning som finns inom grupperna.

Förklaringen till detta kan antingen vara att veckopressen själva har följt upp den utveckling som skett av kvinnors intresse med innehållsmässiga förändringar. En hypotes som vi inte kan kontrollera med mindre än en innehållsanalys. En annan förklaring är att vi inte kan tala om två kategorier av kvinnor yrkesarbetande och inte yrkesarbetande. Istället skulle vi skilja ut en grupp högutbildade, välbetalda kvinnor och ställa dessa mot övriga. Kontrollerat för personlig inkomst finner vi att kvinnor med hög personlig inkomst minskar sin läsning i mindre utsträckning än övriga. Den personliga inkomsten minskar i betydelse över tid.

Ovanstående resonemang skulle styrka antagandet att hus- hållsekonomin spelar en stor roll för läsning av veckopress, se avsnitt 8.3. Troligtvis har vi också att göra med ett generationsfenomen. Läsningen minskar i större utsräckning bland de yngre än bland de äldre. Avslutningsvis kan vi konstatera att kvinnornas intresse endast i ringa utsträck- ning påverkar omfattningen av deras veckopressläsning. Detta oavsett om intresseförändringarna styrs av att de kommer ut på arbetsmarknaden eller av att de skaffar utbildning och får ett välbetalt jobb.

Tabellbilaga

A1 Antal svarspersoner Testologen 1973,1976,1979 och 1982

	1973	1976	1979	1982
Totalt antal svar	4936	7123	7393	7559
Antal svar i analysen 1)	4103	5583	6150	5735

Anm: 1) De personer som svarat på samtliga intressefrågor

A2 Svarspersonernas fördelning på olika bakgrundsvariabler

Bakgrundsvariabel	1973	1976	1979	1982
Man	53	51	51	51
Kvinna	47	49	49	49
Gift eller sammanboende	68	69	71	67
Ogift eller Änka	32	31	29	33
Mellan 15 och 24 år	24	22	20	22
Mellan 25 och 39 år	24	25	23	22
Mellan 40 och 60 år	45	44	44	44
Äldre än 60 år	8	8	12	12
Arbetar heltid	53	54	53	51
Arbetar deltid	12	14	17	18
Hemmafru	15	14	8	6
Studerande	13	10	10	13
Pensionär	7	7	8	8
Utbildning 1	57	54	56	50
Utbildning 2	18	16	11	10
Utbildning 3	13	17	19	25
Utbildning 4	12	13	14	15
Ort under 10 000 inv	38	37	37	35
Ort med 10-25 000 inv	15	15	14	14
Ort med 25-99 000 inv	26	27	27	26
Ort med över 100 000 inv	21	22	22	24
Bor i lägenhet	50	47	42	40
Bor i hus	42	46	51	54
Bor på jordbruksfastighet	8	7	7	6
Barn under 2 år	10	10	8	7
Barn 2 till 6 år	19	18	18	16
Barn 7 till 10 år	19	18	16	16
Barn 11 till 14 år	19	19	20	18
Barn under 14 år	45	45	43	40
Enpersonshushåll	9	10	10	13
Låg personlig inkomst	28	32	29	43
Medelhög personlig inkomst	32	26	21	36
Hög personlig inkomst	39	43	50	21
Låg hushållsinkomst	43	37	33	29
Medelhög hushållsinkomst	33	16	37	40
Hög personlig inkomst	24	47	30	31
Antal Svar	4103	5583	6150	5735

Anm: Utbildningsvariabeln är delad så att 1 = grundskola,folkskola,2 = folkhögskola,3 = gymnasium och 4 = högskola
Med ort avses storleken på bostadsorten
Med barn avses minst ett barn i det angivna åldersintervvallet
Inkomsten är delad för att åstadkomma tre jämnstora grupper detta har dock inte varit möjlig varje år pga av den indelning som gjorts i materialet inkomsterna är inte jämförbara över tid.

A3 Resultat av faktoranalys 1973

Faktor	Variabler med högst laddning	Faktor-laddning	Andel förklarad varians 1)
Faktor 1 Hushållssysslor	Laga mat	0.84	13.5%
	Pröva nya maträtter	0.80	(8.0%)
	Baka	0.77	
	Handarbeta	0.58	
	Sy kläder	0.55	
	Matvarunyheter	0.53	
	Pröva nya produkter	0.41	
	Barnavård	0.37	
	Ha gäster	0.32	
Faktor 2 Samhällsfrågor	Sociala rättigheter	0.76	11.3%
	Skatter	0.71	(6.7%)
	Arbetsmarknad	0.69	
	Samlevnadsfrågor	0.64	
	Miljövård	0.59	
	Sjukdomar och hälsa	0.50	
	Hushålla ekonomiskt	0.41	
Faktor 3 Finkultur	Konstutställning	0.77	10.4%
	Teaterbesök	0.74	(6.2%)
	Klassisk musik	0.72	
	Läsa böcker	0.59	
	Vidarutbildning	0.46	
Faktor 4 Populärkultur	Populärmusik	0.70	9.4%
	Stereoanläggningar	0.53	(5.6%)
	Modenyheter	0.56	
	Semestra utomlands	0.45	
	Campa	0.41	
	Läsa populärtidningar	0.43	
Faktor 5 Båtar	Motorbåtar	0.78	8.9%
	Segla	0.70	(5.3 %)
	Sportfiske	0.67	
	Motorcyklar	0.44	
Faktor 6 Hem och hus	Villa/eget hem	0.71	8.9%
	Heminredning	0.60	(5.3 %)
	Hushållsmaskiner	0.50	
	Fritidshus	0.48	
	Arbeta i trädgården	0.41	
Faktor 7 Kropp och själ	Bantningstips	0.70	8.7%
	Skönhetsvård	0.53	(5.2%)
	Religion och trosfrågor	0.53	
	Hälsonyttig mat	0.47	

Faktor 8			
Fotografering	Fotoutrustning	0.83	8.6%
	Fotografera	0.83	(5.1%)
	Smalfilma	0.77	
Faktor 9			
Bilar	Köra bil	0.81	8.0%
	Jobba med bilar	0.79	(4.8%)
	Personbilar	0.76	
Faktor 10			
Friluftsliv	Friluftsliv	0.80	6.9%
	Motionera	0.76	(4.1%)
	Semestra i Sverige	0.49	
Faktor 12			
Fixa	Måla hemma	0.65	5.4%
	Snickra	0.50	(3.2%)
Total förklarad varians			100.0% (59.5%)

Anm: Faktorladdningar avser positiva laddningar
1) Anger andel av gemensam varians. andel av total varians inom parantes.

A4 Resultat av faktoranalys 1976

Faktor	Variabler med högst laddning	Faktor-laddning	Andel förklarad varians 1)
Faktor 1 Hushållssysslor	Handarbeta	0.78	15.5%
	Sy kläder	0.78	(9.4%)
	Skönhetsvård	0,68	
	Baka	0.68	
	Barnavård	0,61	
	Modenyheter	0.57	
	Hushålla ekonomiskt	0.34	
Faktor 2 Samhällsfrågor	Sociala rättigheter	0.76	10.3%
	Arbetsmarknad	0.69	(6.2%)
	Skatter	0.68	
	Samlevnadsfrågor	0.64	
	Miljövård	0.57	
	Sjukdomar och hälsa	0.46	
Faktor 3 Finkultur	Teaterbesök	0.76	9.8%
	Konstutställning	0.76	(5.9%)
	Klassisk musik	0.72	
	Läsa böcker	0.52	
	Semestra utomlands	0.43	
	Vidarutbildning	0.44	
Faktor 4 Båtar	Åka motorbåt	0.83	8.8%
	Segla	0.78	(5.3%)
	Sportfiska	0.59	
	Motorcyklar	0.47	
	Campa	0.38	
Faktor 5 Fotografering	Fotoutrustning	0.84	8.4%
	Fotografera	0.84	(5.1%)
	Smalfilma	0.71	
	Stereoanläggningar	0.37	
Faktor 6 Bilar	Köra bil	0.83	7.6%
	Personbilar	077	(4.8%)
	Jobba med bilar	0.71	
Faktor 7 Hem och hus	Villa/eget hem	0.73	7.5%
	Hushållsmaskiner	0.51	(4.5%)
	Arbeta i trädgården	0.50	
	Fritidshus	0.50	
	Heminredning	0.50	
Faktor 8 Matlagning	Pröva nya maträtter	0.78	7.4%
	Laga mat	0.72	(4.5%)
	Pröva nya produkter	0.55	
	Matvarunyheter	0.50	

Faktor 9 Friluftsliv	Friluftsliv Motionera Semestra i Sverige	0.80 0.77 0.49	6.6% (4.0%)
Faktor 10 Kropp och själ	Bantningstips Hälsonyttig mat Religion och trosfrågor	0.53 0.49 0.49	6.4% (3.9%)
Faktor 11 Populärkultur	Läsa populärtidningar Populärmusik	0.74 0.34	5.7% (3.4%)
Faktor 12 Fixa	Måla hemma Snickra	0.74 0.69	5.6% (3.4%)
Total förklarad varians			99.9% (60.4%)

Anm: Faktorladdningar avser positiva laddnigar
1) Anger andelen av gemensam varians, andelen av total varians inom parantes.

A5 Resultat av faktoranalys 1979

Faktor	Variabler med högst laddning	Faktor-laddning	Andel förklarad varians 1)
Faktor 1 Populärkultur	Modenyheter	0.71	10.1%
	Skönhetsvård	0.63	(5.7%)
	Läsa populärtidningar	0.45	
	Heminredning	0.44	
	Semestra utomlands	0.43	
	Populärmusik	0.32	
Faktor 2 Finkultur	Konstutsällning	0.77	9.8%
	Klassisk musik	0.76	(5.7%)
	Teaterbesök	0.74	
	Läsa böcker	0.53	
Faktor 3 Hushållssysslor	Sy kläder	0.76	9.6%
	Handarbeta	0.74	(5.6%)
	Baka	0.58	
	Barnavård	0.52	
Faktor 4 Matlagning	Pröva nya maträtter	0.83	9.6%
	Laga mat	0.80	(5.6%)
	Matvarunyheter	0.53	
	Pröva nya produkter	0.46	
	Ha gäster	0.39	
Faktor 5 Samhällsfrågor	Sociala rättigheter	0.71	9.4%
	Samlevnadsfrågor	0.67	(5.5%)
	Arbetsmarknad	0.64	
	Skatter	0.59	
	Vidarutbildning	0.52	
Faktor 6 Fotografering	Fotoutrustning	0.84	9.4%
	Fotografera	0.83	(5.5%)
	Smalfilma	0.72	
	Stereoanläggningar	0.45	
Faktor 7 Kropp och själ	Hälsonyttig mat	0.66	9.0%
	Sjukdomar och hälsa	0.60	(5.2%)
	Bantningstips	0.58	
	Religion och trosfrågor	0.49	
	Hushålla ekonomiskt	0.41	
	Miljövårdsfrågor	0.38	
Faktor 8 Båtar	Åka motorbåt	0.77	8.9%
	Segla	0.72	(5.2%)
	Sportfiska	0.57	
	Fritidshus	0.42	
	Snickra	0.40	

Faktor 9			
Bilar	Köra bil	0,79	8,9%
	Personbilar	0,77	(5,2%)
	Jobba med bilar	0,74	
	Motorcyklar	0,51	
Faktor 10			
Hem och hus	Arbeta i trädgården	0,68	8,7%
	Villa/eget hem	0,65	(5,1%)
	Måla hemma	0,51	
	Hushållsmaskiner	0,52	
Faktor 11			
Friluftsliv	Friluftsliv	0,68	6,6%
	Motionera	0,63	(3,8%)
	Semestra i Sverige	0,60	
	Campa	0,41	
Total förklarad varians			100,0% (58,1%)

Anm: Faktorladdningar avser positiva laddningar
1) Anger andel av gemensam varians, andel av total varians inom parantes

A6 Resultat av faktoranalys 1982

Faktor	Variabler med högst laddning	Faktor-laddning	Andel förklarad varians 1)
Faktor 1 Finkultur	Konstutställning	0.78	10.1%
	Klassisk musik	0.77	(5.9%)
	Teaterbesök	0.73	
	Läsa böcker	0.58	
Faktor 2 Populärkultur	Modenyheter	0.67	10.1%
	Skönhetsvård	0.58	(5.9%)
	Pröva nya produkter	0.50	
	Semestra utomlands	0.48	
	Heminredning	0.47	
	Läsa populärtidningar	0.46	
	Ha gäster	0.34	
Faktor 3 Båtar	Åka motorbåt	0.74	10.1%
	Segla	0.69	(5.9%)
	Sportfiska	0.60	
	Snickra	0.47	
	Campa	0.45	
	Fritidshus	0.36	
Faktor 4 Hushållssysslor	Sy kläder	0.75	9.7%
	Handarbete	0.71	(5.7%)
	Barnavård	0.49	
Faktor 5 Samhällsfrågor	Sociala rättigheter	0.70	9.4%
	Samlevnad	0.66	(5.5%)
	Arbetsmarknad	0.62	
	Skattefrågor	0.51	
	Vidarutbildning	0.46	
	Hushålla ekonomiskt	0.44	
	Miljövård	0.40	
Faktor 6 Hem och hus	Arbeta i trädgården	0.68	9.3%
	Villa/eget hem	0.64	(5.4%)
	Måla	0.55	
	Hushållsmaskiner	0.53	
Faktor 7 Matlagning	Laga mat	0.85	9.1%
	Pröva nya maträtter	0.83	(5.3%)
	Baka	0.62	
	Matvarunyheter	0.48	
Faktor 8 Fotografering	Fotoutrustning	0.85	8.9%
	Fotografera	0.84	(5.2%)
	Smalfilma	0.70	
	Stereoanläggningar	0.45	

Faktor 9			
Kropp och själ	Hälsonyttig mat	0.62	8.4%
	Bantningstips	0.55	(4.9%)
	Sjukdomar och hälsa	0.54	
	Religion och trosfrågor	0.45	
Faktor 10			
Bilar	Köra bil	0.79	8.3%
	Personbilar	0.76	(4.9%)
	Jobba med bilar	0.66	
	Motorcyklar	0.46	
Faktor 11			
Friluftsliv	Friluftsliv	0.68	6.5%
	Motionera	0.67	(3.8%)
	Semestra i Sverige	0.49	
Total förklarad varians			99.9%
			(58.4%)

Anm: Faktorladdningar avser positiva laddningar
1) Anger andel av gemensam varians. andel av total varians inom parantes

A7 Korrelation mellan faktorer 1973 (pearsons-r)

		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11
Hushållssysslor	F1	1.00										
Samhällsfråor	F2	0.32	1.00									
Finkultur	F3	0.33	0.35	1.00								
Populärkultur	F4	0.33	0.09	0.25	1.00							
Kropp & själ	F5	0.60	0.45	0.32	0.23	1.00						
Foto	F6	0.11	0.12	0.23	0.41	0.09	1.00					
Båtar	F7	-0.06	0.01	0.06	0.45	-0.01	0.44	1.00				
Hem & hus	F8	0.50	0.44	0.28	0.26	0.42	0.31	0.15	1.00			
Bilar	F9	-0.13	0.07	-0.05	0.28	-0.06	0.34	0.41	0.20	1.00		
Friluftsliv	F10	0.24	0.34	0.30	0.26	0.25	0.22	0.20	0.38	0.14	1.00	
Hantverk	F11	0.01	0.14	0.12	0.17	0.03	0.34	0.36	0.29	0.33	0.19	1.00

A8 Korrelation mellan faktorer 1976 (pearsons-r)

		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12
Hushållssysslor	F1	1.00											
Samhällsfrågor	F2	0.25	1.00										
Finkultur	F3	0.26	0.35	1.00									
Båtar	F4	-0.11	0.01	0.07	1.00								
Foto	F5	0.11	0.10	0.23	0.45	1.00							
Bilar	F6	-0.12	0.05	-0.04	0.42	0.37	1.00						
Matlagning	F7	0.64	0.25	0.30	0.01	0.17	-0.04	1.00					
Hem & hus	F8	0.40	0.29	0.15	0.13	0.27	0.21	0.35	1.00				
Friluftsliv	F9	0.17	0.22	0.21	0.37	0.33	0.25	0.21	0.27	1.00			
Kropp & själ	F10	0.51	0.44	0.28	-0.09	0.03	-0.09	0.39	0.30	0.13	1.00		
Populärkultur	F11	0.22	0.01	0.14	0.36	0.39	0.24	0.22	0.05	0.25	-0.04	1.00	
Hantverk	F12	-0.02	0.12	0.12	0.39	0.33	0.34	0.01	0.27	0.26	0.00	0.13	1.00

A9 Korrelation mellan faktorer 1979 (pearsons-r)

		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11
Populärkultur	F1	1.00										
Hushållssysslor	F2	0.45	1.00									
Finkultur	F3	0.21	0.21	1.00								
Foto	F4	0.29	0.01	0.10	1.00							
Samhällsfrågor	F5	0.20	0.12	0.32	0.24	1.00						
Matlagning	F6	0.54	0.55	0.30	0.15	0.25	1.00					
Kropp & själ	F7	0.24	0.42	0.35	0.03	0.40	0.43	1.00				
Bil	F8	0.15	-0.16	-0.16	0.47	0.16	-0.01	-0.09	1.00			
Hem & hus	F9	0.08	0.13	0.06	0.36	0.27	0.22	0.21	0.36	1.00		
Båt	F10	0.19	-0.07	0.05	0.44	0.19	0.09	-0.03	0.45	0.33	1.00	
Friluftsliv	F11	0.27	0.17	0.13	0.34	0.27	0.24	0.19	0.26	0.31	0.40	1.00

A10 Korrelation mellan faktorer 1982 (pearsons-r)

		F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11
Populärkultur	F1	1.00										
Finkultur	F2	0.28	1.00									
Båtar	F3	0.10	-0.04	1.00								
Matlagning	F4	0.57	0.31	-0.05	1.00							
Samhällsfrågor	F5	0.29	0.30	0.14	0.28	1.00						
Hus & hem	F6	0.24	0.11	0.27	0.28	0.34	1.00					
Hushållssysslor	F7	0.49	0.25	-0.08	0.57	0.22	0.29	1.00				
Foto	F8	0.19	0.08	0.49	0.04	0.16	0.22	-0.04	1.00			
Kropp & själ	F9	0.33	0.38	-0.07	0.42	0.47	0.30	0.40	0.00	1.00		
Bil	F10	0.04	-0.22	0.53	-0.13	0.09	0.24	-0.18	0.47	-0.15	1.00	
Friluftsliv	F11	0.25	0.23	0.33	0.23	0.31	0.28	0.16	0.18	0.29	0.09	1.00

A11 Regressionsanalys 1973 faktorskalor mot bakgrundsvariabler (b-värde)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Utbildning	0,24	0.81	0.15	-	0.28	-	0.22	-	-0.48	-	-0.55	-0,35
Hushållsinkomst	-	0.42	0.08	-	-	-	-	-	-	-	-0.54	-0,32
Kön	0.52	0.72	-0,11	0.10	-0,54	-1.24	-1.00	1.04	0.41	1.11	2.56	1.02
Civilstånd	-0.83	-	0.31	0.12	-0,39	-0.16	-0.56	-	1.00	0,11	0,29	0,28
Barn	-	-0,26	-	-	0,19	0,14	-	0.18	0.44	0,11	0,36	-0,22
Ortsstorlek	- 0,51	0.12	-	-	-0,22	-	-	-	-0.35	-	-0,27	-0,13
Ålder	-0.85	0,29	0.31	0.09	-0.79	-0,39	0,66	-0.15	0.34	-0.09	-0,13	0.76
Förklard varians	11%	7%	2%	0%	7%	15%	9%	9%	14%	20%	54%	15%

Anm: Endast värden som är signifikanta på 95 % nivån har tagits med
Förklard varians är angiven för den variabel som har högst b-värdet

A12 Regressionsanalys 1976 faktorskalor mot bakgrundsvariabler (b-värde)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Utbildning	0.21	0.64	0.13	0.08	0.21	-	0.32	-	-0.48	-0.11	-0,49	-0.34
Hushållsinkomst	0,09	0.36	0.15	0.11	0.19	0.22	0.13	-	0,22	-	-0,40	-0,21
Kön	0.05	0.62	-	-	-0,49	-1.22	-1.14	-1.10	0.47	1,04	2,64	1,04
Civilstånd	-0,67	-	0.24	0,08	-0,31	1.19	-0,60	-	1,04	0.15	0,28	0.36
Barn	-	-0.28	-	-	0.24	0,12	-	-	0.37	0.08	0,36	-0,23
Ortsstorlek	0.13	0,56	0.14	-	-	-0.19	-	-	-0.38	-	-0,26	-0,12
Ålder	-0,80	0.37	0.15	-	-0,65	-0,41	-0,65	-0,13	0,40	-	-0,12	0,82
Förklarad varians	10%	5%	1%	0%	5%	15%	11%	9%	14%	18%	57%	14%

Anm: Endast värden som är signifikanta på 95 % nivån har tagits med
Förklard varians är angiven för den variabel som har högst b-värdet

F1 = Populärkultur
F2 = Finkultur
F3 = Samhällsfrågor
F4 = Friluftsliv
F5 = Fotografering
F6 = Bilar
F7 = Båtar
F8 = Hantverk
F9 = Hem och hus
F10 = Matlagning
F11 = Hushåll
F12 = Kropp och själ

A13 Regressionsanalys 1979 faktorskalor mot bakgrundsvariabler (b-värde)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Utbildning	0.33	0.55	0.08	-	0.13	-	0.23	-0.11	-0.52	-0.13	-0.30	-0.30
Hushållsinkomst	0.15	0.41	-	0.08	-	-	0.11	-	-	-	-0.38	-0.10
Kön	0.59	0.63	-0.08	-	-0.68	-1.24	-1.03	-1.51	0.28	1.02	2.39	0.95
Civilstånd	-0.60	-	0.23	0.13	-0.27	-0.11	-0.48	0.33	1.08	0.19	0.22	0.26
Barn	0.11	-0.24	-	0.06	0.15	-	-	0.21	0.34	0.09	0.39	-0.27
Ortsstorlek	0.16	0.52	0.11	-	-	-0.26	-	-0.22	-0.39	0.12	-0.22	-
Ålder	-0.85	0.42	0.18	-	-0.51	-0.33	-0.52	-	0.39	-	-0.26	0.73
Förklarad varians	4%	4%	1%	0%	6%	15%	10%	19%	15%	16%	52%	13%

Anm: Endast värden som är signifikanta på 95 % nivån har tagits med
Förklard varians är angiven för den variabel som har högst b-värdet

A14 Regressionsanalys 1982 faktorskalor mot bakgrundsvariabler (b-värde)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Utbildning	0,37	0,42	-	-	0.23	-	0.30	-	-0.51	-0.18	-0.33	-0.34
Hushållsinkomst	-	0.39	-	0.07	-	-	0.18	-	0.10	-	-0.39	-0.13
Kön	0.59	0.74	-	-	-0.74	-1.25	-1.05	-1.45	0.31	0.94	2.38	1.07
Civilstånd	-0.66	0.15	0.33	-	-0.44	-	-0.54	0.29	1.14	0.30	0.36	0.38
Barn	-	-0.28	-	-	-	-	-	0.23	0.34	-	0.42	-0.20
Ortsstorlek	0.21	0.51	0.06	-	-	-0.25	-	-0.12	-0.40	0.11	-0.22	-0.12
Ålder	-0.96	0.51	0.26	-	-0.46	-0.27	-0.07	-	0.52	0.09	-0.13	0.77
Förklarad varian	14%	7%	3%	0%	7%	16%	10%	18%	16%	15%	52%	15%

Anm: Endast värden som är signifikanta på 95 % nivån har tagits med
Förklard varians är angiven för den variabel som har högst b-värdet

F1 = Populärkultur
F2 = Finkultur
F3 = Samhällsfrågor
F4 = Friluftsliv
F5 = Fotografering
F6 = Bilar
F7 = Båtar
F8 = Hantverk
F9 = Hem och hus
F10 = Matlagning
F11 = Hushåll
F12 = Kropp och själ

A15 Andel intresserade av populärkultur inom olika grupper

	1973	1976	1979	1982
KÖN				
Man	9	8	7	9
Kvinna	17	17	17	21
CIVILSTÅND				
Ogift	26	24	23	27
Gift	6	8	8	9
ÅLDER				
15-24 år	35	32	33	40
25-34 år	10	13	13	16
35-60 år	4	5	5	6
61 år -	5	2	3	2
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	9	10	10	12
Deltid	11	12	11	13
Hemmafru	8	10	8	8
Studerande	38	34	34	42
Pensionär	14	8	3	3
UTBILDNING				
Utbildning 1	11	11	9	11
Utbildning 2	14	12	10	11
Utbildning 3	24	23	24	28
Utbildning 4	9	8	9	11
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	12	12	11	13
10-25 000 in	14	12	12	14
25-100 000 inv	14	14	13	17
100 000 inv -	13	13	14	16
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	13	14	14	19
Bor i hus	12	12	11	13
Bor på jordbruk	11	9	7	9
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	10	10	11	11
Barn 2-6 år	10	13	9	11
Barn 7-10 år	10	11	10	13
Barn 11-14 år	14	13	12	17
Barn under 14 år	12	13	12	15
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	14	14	16	17
PERSONLIG INKOMST				
Låg	21	18	17	21
Medelhög	13	14	15	14
Hög	6	7	8	5
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	13	12	12	16
Medlehög	12	11	10	14
Hög	13	13	13	14
Totalt	13	13	12	15

A16 Andel intresserade av finkultur inom olika grupper

	1973	1976	1979	1982
KÖN				
Man	7	10	9	8
Kvinna	22	22	21	21
CIVILSTÅND				
Ogift	16	17	15	14
Gift	14	15	15	15
ÅLDER				
15-24 år	12	11	10	10
25-34 år	12	13	11	11
35-60 år	16	18	18	17
61 år -	22	19	20	21
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	12	15	14	13
Deltid	22	19	17	18
Hemmafru	18	16	16	17
Studerande	19	17	16	14
Pensionär	11	12	16	20
UTBILDNING				
Utbildning 1	9	10	9	9
Utbildning 2	17	16	18	19
Utbildning 3	20	19	16	12
Utbildning 4	34	33	35	33
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	10	10	9	10
10-25 000 in	12	15	14	12
25-100 000 inv	18	16	17	15
100 000 inv -	22	25	23	23
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	15	17	16	16
Bor i hus	16	15	15	14
Bor på jordbruk	7	9	8	8
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	10	9	9	11
Barn 2-6 år	12	13	10	10
Barn 7-10 år	10	12	13	11
Barn 11-14 år	14	14	14	12
Barn under 14 år	12	13	12	11
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	24	22	23	20
PERSONLIG INKOMST				
Låg	16	16	16	15
Medelhög	15	15	14	13
Hög	14	16	15	17
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	13	14	14	14
Medelhög	14	13	11	11
Hög	22	19	22	20
Totalt	15	16	15	15

A17 Andel intresserade av samhällsfrågor inom olika grupper

	1973	1976	1979	1982
KÖN				
Man	41	32	24	24
Kvinna	37	34	23	23
CIVILSTÅND				
Ogift	32	26	18	18
Gift	43	36	26	26
ÅLDER				
15-24 år	25	21	13	15
25-34 år	37	33	24	23
35-60 år	47	39	27	26
61 år -	47	33	28	31
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	43	36	25	24
Deltid	45	36	25	25
Hemmafru	33	28	17	24
Studerande	27	24	18	18
Pensionär	40	26	27	32
UTBILDNING				
Utbildning 1	37	30	22	24
Utbildning 2	44	34	28	22
Utbildning 3	38	31	23	19
Utbildning 4	47	45	30	30
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	37	30	21	21
10-25 000 in	40	30	23	25
25-100 000 inv	42	36	27	25
100 000 inv -	43	38	26	25
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	40	34	25	25
Bor i hus	41	34	24	24
Bor på jordbruk	33	24	19	17
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	37	31	23	25
Barn 2-6 år	38	33	25	23
Barn 7-10 år	40	32	25	24
Barn 11-14 år	40	33	26	25
Barn under 14 år	38	33	25	23
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	41	34	24	21
PERSONLIG INKOMST				
Låg	28	27	19	21
Medelhög	41	32	23	25
Hög	47	38	27	27
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	37	29	22	21
Medelhög	42	35	25	25
Hög	43	37	25	25
Totalt	39	33	24	24

A18 Andel intresserade av friluftsliv inom olika grupper

	1973	1976	1979	1982
KÖN				
Man	49	50	51	48
Kvinna	52	50	51	52
CIVILSTÅND				
Ogift	48	47	47	48
Gift	51	51	53	51
ÅLDER				
15-24 år	47	47	46	49
25-34 år	47	48	54	50
35-60 år	53	53	53	51
61 år -	55	47	48	47
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	51	50	53	50
Deltid	55	54	52	55
Hemmafru	52	45	49	43
Studerande	48	55	51	52
Pensionär	38	42	45	43
UTBILDNING				
Utbildning 1	49	49	49	49
Utbildning 2	51	49	57	55
Utbildning 3	51	50	52	49
Utbildning 4	55	55	54	53
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	48	49	49	48
10-25 000 in	55	51	54	51
25-100 000 inv	52	51	53	53
100 000 inv -	51	51	52	50
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	50	50	52	50
Bor i hus	53	52	53	51
Bor på jordbruk	35	38	35	39
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	49	45	48	46
Barn 2-6 år	49	48	53	47
Barn 7-10 år	51	49	55	53
Barn 11-14 år	52	49	52	50
Barn under 14 år	50	48	52	50
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	52	47	50	47
PERSONLIG INKOMST				
Låg	49	48	47	49
Medelhög	47	47	50	50
Hög	53	52	55	52
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	48	46	47	46
Medelhög	54	49	54	51
Hög	50	52	54	53
Totalt	50	50	51	50

A19 Andel intresserade av fotografering inom olika grupper

	1973	1976	1979	1982
KÖN				
Man	12	13	11	9
Kvinna	5	6	3	3
CIVILSTÅND				
Ogift	12	12	9	8
Gift	7	9	6	5
ÅLDER				
15-24 år	13	13	11	10
25-39 år	11	11	8	6
35-60 år	6	8	6	5
61 år -	4	4	4	5
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	10	11	8	6
Deltid	4	7	4	2
Hemmafru	3	5	2	3
Studerande	15	15	13	12
Pensionär	6	7	3	5
UTBILDNING				
Utbildning 1	7	9	6	5
Utbildning 2	11	9	8	6
Utbildning 3	14	11	9	7
Utbildning 4	8	10	7	6
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	7	8	6	6
10-25 000 in	10	11	9	6
25-100 000 inv	10	10	7	6
100 000 inv -	10	10	8	6
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	9	10	7	6
Bor i hus	9	10	7	6
Bor på jordbruk	3	5	6	3
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	10	11	8	6
Barn 2-6 år	8	12	7	5
Barn 7-10 år	8	8	8	5
Barn 11-14 år	10	10	7	7
Barn under 14 år	9	10	7	6
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	11	8	10	6
PERSONLIG INKOMST				
Låg	7	9	6	6
Medelhög	8	8	6	6
Hög	11	11	8	6
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	8	8	7	6
Medelhög	9	9	7	6
Hög	10	11	6	6
Totalt	9	10	7	6

A20 Andel intresserade av bilar inom olika grupper

	1973	1976	1979	1982
KÖN				
Man	38	41	37	35
Kvinna	11	12	8	8
CIVILSTÅND				
Ogift	30	30	27	25
Gift	23	25	22	20
ÅLDER				
15-24 år	32	34	33	30
25-39 år	23	25	20	21
35-60 år	24	24	21	18
61 år -	17	23	20	18
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	33	33	30	27
Deltid	12	15	10	9
Hemmafru	8	10	5	6
Studerande	24	29	25	25
Pensionär	26	30	22	19
UTBILDNING				
Utbildning 1	25	27	24	23
Utbildning 2	30	29	25	20
Utbildning 3	27	31	29	25
Utbildning 4	17	14	12	11
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	28	28	26	24
10-25 000 in	26	27	23	23
25-100 000 inv	25	27	22	19
100 000 inv -	22	22	20	18
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	24	26	21	22
Bor i hus	25	26	24	21
Bor på jordbruk	26	28	24	20
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	23	24	20	21
Barn 2-6 år	25	23	21	19
Barn 7-10 år	24	24	22	20
Barn 11-14 år	27	28	23	21
Barn under 14 år	25	25	22	21
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	23	22	20	20
PERSONLIG INKOMST				
Låg	15	18	15	16
Medelhög	25	26	21	26
Hög	34	32	29	26
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	21	42	22	20
Medelhög	28	29	25	23
Hög	27	26	22	20
Totalt	25	26	23	22

A21 Andel intresserade av båtar inom olika grupper

	1979	1976	1979	1982
KÖN				
Man	17	17	16	17
Kvinna	6	5	4	5
CIVILSTÅND				
Ogift	17	15	14	15
Gift	9	10	9	9
ÅLDER				
15-24 år	19	19	17	20
25-39 år	13	11	10	11
35-60 år	8	8	8	8
61 år -	5	5	7	5
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	14	13	12	13
Deltid	4	4	5	3
Hemmafru	3	4	3	3
Studerande	20	22	18	21
Pensionär	11	11	6	7
UTBILDNING				
Utbildning 1	11	11	9	10
Utbildning 2	13	9	11	9
Utbildning 3	15	16	15	16
Utbildning 4	10	11	7	7
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	10	10	9	10
10-25 000 in	11	13	11	12
25-100 000 inv	13	12	11	12
100 000 inv -	11	11	12	11
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	12	12	11	12
Bor i hus	11	10	10	11
Bor på jordbruk	8	7	7	6
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	12	13	11	9
Barn 2-6 år	11	11	11	11
Barn 7-10 år	11	11	9	10
Barn 11-14 år	11	12	10	11
Barn under 14 år	12	12	10	11
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	15	10	10	10
PERSONLIG INKOMST				
Låg	11	10	8	10
Medelhög	9	9	9	11
Hög	14	13	12	13
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	11	10	8	9
Medelhög	12	11	10	11
Hög	11	12	12	13
Totalt	12	11	10	11

A22 Andel intresserade av hantverk inom olika grupper

	1973	1976	1979	1982
KÖN				
Man	25	30	44	38
Kvinna	10	11	10	11
CIVILSTÅND				
Ogift	16	19	21	19
Gift	19	21	30	28
ÅLDER				
15-24 år	18	19	22	19
25-39 år	19	20	27	26
35-60 år	18	21	30	27
61 år -	19	23	28	27
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	23	26	36	33
Deltid	11	10	14	13
Hemmafru	8	10	10	10
Studerande	18	18	20	16
Pensionär	21	26	30	27
UTBILDNING				
Utbildning 1	18	20	29	26
Utbildning 2	19	24	32	28
Utbildning 3	19	20	25	22
Utbildning 4	17	20	23	23
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	18	21	31	27
10-25 000 in	20	19	27	27
25-100 000 inv	19	19	27	24
100 000 inv -	17	22	26	22
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	17	19	23	21
Bor i hus	21	23	31	28
Bor på jordbruk	18	18	30	28
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	20	22	29	30
Barn 2-6 år	20	21	32	30
Barn 7-10 år	20	20	32	27
Barn 11-14 år	20	21	29	26
Barn under 14 år	20	21	30	27
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	16	19	20	19
PERSONLIG INKOMST				
Låg	12	13	16	15
Medelhög	17	18	21	28
Hög	25	26	37	40
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	17	20	25	21
Medelhög	20	20	31	27
Hög	18	20	26	26
Totalt	18	20	28	25

A23 Andel intresserade av hem och hus inom olika grupper

	1973	1976	1979	1982
KÖN				
Man	29	28	29	24
Kvinna	40	43	39	36
CIVILSTÅND				
Ogift	15	14	13	11
Gift	43	45	42	39
ÅLDER				
15-24 år	15	13	12	10
25-39 år	37	38	35	26
35-60 år	41	45	40	39
61 år -	38	38	42	41
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	32	33	32	28
Deltid	44	50	44	42
Hemmafru	52	54	54	51
Studerande	12	9	9	7
Pensionär	31	29	38	36
UTBILDNING				
Utbildning 1	37	40	38	36
Utbildning 2	35	41	42	35
Utbildning 3	21	21	23	19
Utbildning 4	29	29	25	26
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	40	44	40	36
10-25 000 in	34	35	37	36
25-100 000 inv	32	33	31	28
100 000 inv -	24	26	23	20
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	23	21	18	16
Bor i hus	49	52	47	41
Bor på jordbruk	34	40	35	32
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	45	42	40	37
Barn 2-6 år	44	46	43	34
Barn 7-10 år	42	44	41	38
Barn 11-14 år	36	41	37	35
Barn under 14 år	40	42	39	34
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	16	16	12	13
PERSONLIG INKOMST				
Låg	33	37	33	30
Medelhög	34	35	34	29
Hög	35	35	33	32
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	32	31	29	24
Medelhög	37	35	37	33
Hög	34	39	33	32
Totalt	34	36	34	30

A24 Andel intresserade av matlagning inom olika grupper

	1973	1976	1979	1982
KÖN				
Man	10	13	14	13
Kvinna	38	43	41	41
CIVILSTÅND				
Ogift	21	23	22	20
Gift	25	30	29	31
ÅLDER				
15-24 år	22	22	21	19
25-34 år	25	30	28	28
35-60 år	25	30	28	28
61 år -	23	25	27	27
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	18	21	22	23
Deltid	39	43	39	43
Hemmafru	38	47	48	45
Studerande	17	20	18	17
Pensionär	16	18	25	27
UTBILDNING				
Utbildning 1	23	29	28	30
Utbildning 2	26	27	31	30
Utbildning 3	21	24	23	22
Utbildning 4	24	26	24	26
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	22	26	24	26
10-25 000 in	24	29	25	28
25-100 000 inv	26	27	28	26
100 000 inv -	23	28	29	29
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	26	29	30	29
Bor i hus	23	28	27	27
Bor på jordbruk	15	24	18	21
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	27	29	26	29
Barn 2-6 år	27	32	28	29
Barn 7-10 år	23	29	30	29
Barn 11-14 år	22	27	28	30
Barn under 14 år	25	29	28	29
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	23	25	24	22
PERSONLIG INKOMST				
Låg	28	35	33	32
Medelhög	27	31	31	26
Hög	17	20	22	20
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	24	28	27	25
Medelhög	24	26	26	29
Hög	24	28	28	28
Totalt	24	28	27	27

A25 Andel intresserade av hushållssysslor inom olika grupper

	1973	1976	1979	1982
KÖN				
Man	1	1	1	0
Kvinna	39	41	36	34
CIVILSTÅND				
Ogift	15	15	12	11
Gift	21	22	20	20
ÅLDER				
15-24 år	18	20	15	14
25-34 år	22	24	23	20
35-60 år	18	19	17	17
61 år -	19	16	17	16
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	9	9	9	9
Deltid	37	38	34	35
Hemmafru	48	51	50	47
Studerande	16	18	13	13
Pensionär	11	12	15	13
UTBILDNING				
Utbildning 1	22	22	20	19
Utbildning 2	19	22	18	19
Utbildning 3	13	14	15	13
Utbildning 4	14	18	14	15
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	22	24	20	18
10-25 000 in	21	21	19	18
25-100 000 inv	17	17	17	16
100 000 inv -	13	14	13	13
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	18	18	17	16
Bor i hus	22	22	19	18
Bor på jordbruk	17	23	18	18
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	30	31	26	25
Barn 2-6 år	28	29	28	26
Barn 7-10 år	24	24	25	23
Barn 11-14 år	21	22	19	21
Barn under 14 år	24	25	22	22
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	14	12	11	9
PERSONLIG INKOMST				
Låg	34	37	31	26
Medelhög	21	21	24	13
Hög	6	7	8	4
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	23	23	21	18
Medelhög	20	21	19	19
Hög	14	17	14	13
Totalt	19	20	18	17

A26 Andel intresserade av kropp och själ inom olika grupper

	1973	1976	1979	1982
KÖN				
Man	6	5	4	3
Kvinna	19	18	14	14
CIVILSTÅND				
Ogift	10	8	7	6
Gift	13	12	10	10
ÅLDER				
15-24 år	5	3	3	3
25-34 år	7	6	5	5
35-60 år	17	16	12	11
61 år -	20	19	16	18
SYSSELSÄTTNING				
Heltid	9	8	6	6
Deltid	22	19	13	13
Hemmafru	20	20	16	19
Studerande	6	4	4	4
Pensionär	11	9	16	17
UTBILDNING				
Utbildning 1	13	12	10	10
Utbildning 2	12	11	12	11
Utbildning 3	9	6	4	4
Utbildning 4	10	11	9	10
ORTSSTORLEK				
-10 000 inv	14	12	9	9
10-25 000 in	10	11	8	9
25-100 000 inv	10	10	8	8
100 000 inv -	10	10	9	7
BOENDEFORM				
Bor i lägenhet	10	10	8	8
Bor i hus	14	12	9	9
Bor på jordbruk	15	16	13	10
FÖREKOMST AV BARN				
Barn under 2 år	6	6	5	3
Barn 2-6 år	8	9	7	6
Barn 7-10 år	10	9	6	8
Barn 11-14 år	10	9	6	8
Barn under 14 år	12	10	19	8
FAMILJEFÖRHÅLLANDE				
Enpersonshushåll	10	9	7	7
PERSONLIG INKOMST				
Låg	14	14	12	11
Medelhög	13	12	9	7
Hög	9	7	7	6
HUSHÅLLSINKOMST				
Låg	14	13	11	10
Medelhög	13	11	8	9
Hög	9	9	8	8
Totalt	12	11	9	9

A27 Regressionsanalys populärkultur mot bakgrundsvariabler kontrollerat för kön (b-värde)

	Män				Kvinnor			
	1973	1976	1979	1982	1973	1976	1979	1982
Minst högskola	-	-0,21	-0,32	-0,35	-	-0,25	-0,25	-0,28
Minst gymnasium	0,34	0,21	0,24	0,32	0,19	0,24	0,30	0,39
Hög personlig inkomst	-0,47	-0,53	-0,44	-0,45	-	-0,16	-	-0,45
Hög hushållsinkomst	-	-	-	-0,11	-	0,15	0,12	-
Arbetar heltid	-0,92	-0,68	-0,31	-0,58	-	-	-	-
Arbetar deltid	-	-	-0,33	-0,63	-	-	-0,18	-0,22
Under 30 år	1,20	1,10	0,99	1,17	0,84	0,75	0,79	0,98
Mellan 30 och 49 år	-0,53	-0,42	-0,32	-0,51	-0,31	-0,15	-0,28	-0,35
Över 40 år	-0,99	-0,91	-0,82	-1,01	-0,70	-0,62	-0,62	-0,83
Över 60 år	-0,63	-0,72	-0,52	-0,85	-0,69	-0,73	-0,75	-0,68
Barn 0-6 år	-0,13	-	-	-0,16	-	0,16	-	-
Barn 0-14 år	-0,16	-0,13	-	-0,16	-	0,16	-	-
Gift	-1,00	-0,86	-0,71	-0,83	-0,68	-0,44	-0,52	-0,65
Enpersonshushåll	0,38	0,26	0,26	0,28	-	-	-	0,25
Ortsstorlek	0,12	0,13	0,20	0,22	-	0,14	-	0,21
Bor i hus	-0,19	-0,24	-0,21	-0,25	-	-	-	-0,17
Ägd bostad	-0,16	-0,23	-0,36	-0,38	-	-0,18	-0,19	-0,18
Hemmafru	0,85	0,59	-	-	-0,52	-0,38	-0,39	-0,49

A28 Regressionsanalys finkultur mot bakgrundsvariabler kontrollerat för kön (b-värde)

	Män				Kvinnor			
	1973	1976	1979	1982	1973	1976	1979	1982
Minst högskola	1,07	1,04	0,95	1,09	0,96	0,86	1,08	1,03
Minst gymnasium	0,84	0,67	0,52	0,53	0,92	0,73	0,64	0,52
Hög personlig inkomst	0,30	0,41	0,28	0,74	0,52	0,53	0,51	0,89
Hög hushållsinkomst	0,40	0,50	0,43	0,44	0,57	0,32	0,47	0,53
Arbetar heltid	-0,26	-	-	-	0,16	0,42	0,31	0,23
Arbetar deltid	-	-	-	-	-	-	-	-
Under 30 år	-0,31	-0,50	-0,60	-0,51	-0,29	-0,29	-0,52	-0,39
Mellan 30 och 49 år	-	0,17	-	-	-	-	0,25	-
Över 40 år	0,27	0,43	0,54	0,59	0,29	0,28	0,41	0,37
Över 60 år	0,64	0,35	0,48	0,53	-	-	0,26	0,51
Barn 0-6 år	-0,27	-0,27	-0,22	-0,31	-0,35	-0,39	-0,34	-0,27
Barn 0-14 år	-0,27	-0,24	-0,27	-0,24	-0,25	-0,37	-0,25	-0,28
Gift	-	0,30	0,26	0,29	-0,25	-0,36	-	-
Enpersonshushåll	0,39	0,21	0,29	0,23	0,28	0,43	0,50	0,22
Ortsstorlek	0,50	0,60	0,54	0,55	0,48	0,53	0,44	0,45
Bor i hus	-	-	0,11	-	0,17	-	-	-
Ägd bostad	-	-	-	-	-	-	-	-
Hemmafru	-	-	-	-	-0,36	-0,61	-0,40	-0,34

A33 Regressionsanalys båtar mot bakgrundsvariabler kontrollerat för kön (b-värde)

	Män				Kvinnor			
	1973	1976	1979	1982	1973	1976	1979	1982
Minst högskola	-0,27	-0,23	-0,50	-0,48	-	-	-	-
Minst gymnasium	-	-	-	-	0,24	0,42	0,31	0,36
Hög personlig inkomst	-0,24	-0,34	-0,21	-0,35	-	-	-	-
Hög hushållsinkomst	-	-	-	-	-	-	-	0,22
Arbetar heltid	-0,42	-0,49	-0,33	-0,32	-	-	-	-
Arbetar deltid	-	-	-	-0,81	-	-	-0,31	-0,27
Under 30 år	0,72	0,72	0,52	0,75	0,73	0,79	0,68	0,85
Mellan 30 och 49 år	-0,24	-0,16	-	-0,20	-0,17	-0,32	-0,28	-0,32
Över 40 år	-0,66	-0,65	-0,45	-0,65	-0,61	-0,56	-0,53	-0,70
Över 60 år	-0,51	-0,83	-0,60	-0,68	-0,79	-0,76	-0,29	-0,63
Barn 0-6 år	-	-	-	-	-	-	-	-
Barn 0-14 år	-	-	-	-	0,18	-	-	-
Gift	-0,54	-0,54	-0,38	-0,53	-0,57	-0,52	-0,55	-0,53
Enpersonshushåll	0,29	-	-	-	-	-	-	-
Ortsstorlek	-	-	-	-	-	-	-	0,16
Bor i hus	-	-0,23	-	-	-	-	-0,23	-
Ägd bostad	-0,25	-0,25	-0,32	-0,33	-0,19	-0,19	-0,24	-0,26
Hemmafru	-	-	-	-	-0,47	-0,42	-0,27	-0,48

A34 Regressionsanalys hantverk mot bakgrundsvariabler kontrollerat för kön (b-värde)

	Män				Kvinnor			
	1973	1976	1979	1982	1973	1976	1979	1982
Minst högskola	-	-0,39	-0,50	-0,43	-	0,27	-	-
Minst gymnasium	-0,26	-0,39	-0,48	-0,44	0,21	-	0,18	-
Hög personlig inkomst	0,17	0,22	0,38	0,21	-	-	-	-
Hög hushållsinkomst	-0,15	-	-0,17	-	-	-	-	-
Arbetar heltid	0,27	0,34	0,35	0,50	-	-	-	-
Arbetar deltid	-0,56	-	-	-	-	-0,19	-0,19	-
Under 30 år	-0,17	-0,37	-0,39	-0,46	0,43	0,63	0,46	0,36
Mellan 30 och 49 år	-	-	0,24	0,20	-	-0,32	-0,14	-
Över 40 år	-	0,26	0,20	0,21	-0,47	-0,48	-0,41	-0,43
Över 60 år	-	-	-	-	-0,51	-0,51	-0,30	-0,52
Barn 0-6 år	-	0,27	0,32	0,35	0,36	0,20	0,18	-
Barn 0-14 år	-	0,21	0,41	0,32	0,26	-	-	0,19
Gift	0,46	0,47	0,73	0,78	-0,45	-0,46	-	-
Enpersonshushåll	-	-0,30	-0,69	-0,67	-	-	-	-
Ortsstorlek	-0,22	-	-0,30	-0,32	-	-	-0,14	-
Bor i hus	0,37	0,35	0,41	0,32	0,18	-	-	-
Ägd bostad	0,40	0,31	0,42	0,38	-	-	-	-
Hemmafru	-	-	-	-	-	-	-	-

A35 Regressionsanalys hem och hus mot bakgrundsvariabler kontrollerat för kön (b-värde)

	Män 1973	1976	1979	1982	Kvinnor 1973	1976	1979	1982
Minst högskola	-	-	-0,35	-0,20	-0,30	-0,35	-0,36	-0,20
Minst gymnasium	-0,37	-0,33	-0,52	-0,49	-0,43	-0,46	-0,51	-0,54
Hög personlig inkomst	0,69	0,70	0,70	0,47	-	-0,17	-0,19	-
Hög hushållsinkomst	-	0,29	-	0,16	-	0,26	-	0,13
Arbetar heltid	0,98	0,85	0,72	0,75	-0,21	-0,17	-0,19	-0,23
Arbetar deltid	-	-	-	-	0,26	0,26	0,31	0,42
Under 30 år	-0,72	-0,84	-0,90	-0,85	-0,50	-0,54	-0,56	-0,83
Mellan 30 och 49 år	0,50	0,43	0,43	0,36	0,44	0,45	0,27	0,47
Över 40 år	0,39	0,53	0,52	0,57	0,22	0,20	0,36	0,48
Över 60 år	0,33	-	0,23	0,57	-	-0,24	0,35	0,39
Barn 0-6 år	0,47	0,41	0,42	0,41	0,37	0,34	0,25	0,22
Barn 0-14 år	0,45	0,34	0,42	0,40	0,37	0,37	0,25	0,30
Gift	1,07	1,18	1,17	1,13	0,86	0,87	0,99	1,17
Enpersonshushåll	-0,64	-0,85	-0,96	-0,89	-0,82	-0,82	-0,91	-1,07
Ortsstorlek	-0,26	-0,28	-0,31	-0,39	-0,38	-0,46	-0,45	-0,41
Bor i hus	0,61	0,76	0,83	0,78	0,73	0,84	0,75	0,77
Ägd bostad	0,43	0,65	0,63	0,72	0,71	0,84	0,65	0,79
Hemmafru	-	-	-	-	0,45	0,32	0,45	0,51

A36 Regressionsanalys matlagning mot bakgrundsvariabler kontrollerat för kön (b-värde)

	Män 1973	1976	1979	1982	Kvinnor 1973	1976	1979	1982
Minst högskola	-	-	-	-	-	-0,18	-0,32	-0,21
Minst gymnasium	-	-	-	-	-0,13	-0,17	-0,30	-0,25
Hög personlig inkomst	0,18	-	-	-	-	-0,15	-	-
Hög hushållsinkomst	-	-	-	-	-	0,10	-	-
Arbetar heltid	-	-	-	-	-	-0,12	-	-
Arbetar deltid	-	-	-	-	0,16	0,14	-	0,17
Under 30 år	0,18	0,16	-	-	-0,17	-0,17	-0,30	-0,35
Mellan 30 och 49 år	-	-	-	-	0,15	0,11	0,15	0,21
Över 40 år	-0,29	-0,24	-0,11	-0,12	-	0,14	0,21	0,25
Över 60 år	-	-0,47		-0,24	-			
Barn 0-6 år	-	0,20	-	-	0,11	-	-	-
Barn 0-14 år	-	-	-	-	0,12	-	-	-
Gift	-	-	-	-	0,20	0,20	0,38	0,43
Enpersonshushåll	0,25	-	-	-	-	-0,28	-0,34	-0,36
Ortsstorlek	-	0,13	0,20	0,21	-	0,09	-	-
Bor i hus	-	-0,12	-	-0,12	-	0,11	-	0,11
Ägd bostad	-0,20	-0,23	-0,27	-0,24	-	0,14	-	0,19
Hemmafru	-	-	-	-	-	0,11	0,24	-

A37 Regressionsanalys hushållssysslor mot bakgrundsvariabler kontrollerat för kön (b-värde)

	Män				Kvinnor			
	1973	1976	1979	1982	1973	1976	1979	1982
Minst högskola	-0,26	-0,23	-0,21	-0,19	-0,44	-0,31	-0,43	-0,19
Minst gymnasium	-0,33	-0,16	-0,19	-0,11	-0,39	-0,33	-0,32	-0,23
Hög personlig inkomst	-0,19	-0,16	-0,18	-0,20	-0,59	-0,57	-0,54	-0,51
Hög hushållsinkomst	-0,35	-0,28	-0,33	-0,26	-0,42	-0,19	-0,37	-0,26
Arbetar heltid	-	-0,24	-0,15	-	-0,38	-0,52	-0,38	-0,40
Arbetar deltid	-	0,42	0,25	-	-	0,15	0,18	0,34
Under 30 år	0,15	0,27	0,24	0,24	-	-	-	-0,16
Mellan 30 och 49 år	-	0,14	-	-	-	-	- -	0,14
Över 40 år	-0,22	-0,29	-0,29	-0,34	-	-	-	-
Över 60 år	-	-	-	-	-	-	0,24	-
Barn 0-6 år	0,22	0,41	0,40	0,40	0,56	0,53	0,45	0,55
Barn 0-14 år	0,15	0,23	0,24	0,32	0,42	0,43	0,35	0,50
Gift	-	-	-	-	0,36	0,35	0,46	0,51
Enpersonshushåll	-	-	-	-0,14	-0,41	-0,60	-0,56	-0,71
Ortsstorlek	-	-	-0,09	-	-0,44	-0,42	-0,39	-0,33
Bor i hus	-	-0,17	-0,13	-0,11	-	0,27	0,24	0,23
Ägd bostad	-0,12	-0,15	-0,23	-0,20	-	0,28	0,23	0,28
Hemmafru	-	2,28	-	-	0,40	0,45	0,56	0,47

A38 Regressionsanalys kropp och själ mot bakgrundsvariabler kontrollerat för kön (b-värde)

	Män				Kvinnor			
	1973	1976	1979	1982	1973	1976	1979	1982
Minst högskola	-	-	-	0,28	-	-	-	-
Minst gymnasium	-0,31	-0,18	-0,26	-0,19	-0,18	-0,24	-0,20	-0,27
Hög personlig inkomst	0,16	0,21	0,13	0,25	-	-	-	-
Hög hushållsinkomst	-0,20	-	-	-	-0,24	-0,15	- -	
Arbetar heltid	0,34	0,22	-	0,15	-0,13	-0,16	-	-0,13
Arbetar deltid	0,43	1,09	0,71	0,40	0,22	-	-	0,18
Under 30 år	-0,75	-0,76	-0,68	-0,56	-0,61	-0,76	-0,68	-0,77
Mellan 30 och 49 år	0,19	-	-	-	-	0,12	0,15	0,22
Över 40 år	0,77	0,83	0,77	0,67	0,70	0,74	0,73	0,74
Över 60 år	0,79	0,68	0,81	0,72	0,62	0,47	0,53	0,74
Barn 0-6 år	-0,33	-0,25	-0,31	-0,22	-0,32	-0,30	-0,34	-0,30
Barn 0-14 år	-0,25	-0,22	-0,25	-0,14	-0,22	-0,27	-0,29	-0,13
Gift	0,31	0,43	0,30	0,39	0,13	0,16	0,21	0,26
Enpersonshushåll	-	-	-	-	0,27	-	-	-
Ortsstorlek	-	-	-	-0,13	-0,16	-0,15	-	-0,15
Bor i hus	-	0,12	0,15	-	-	0,16	0,11	0,22
Ägd bostad	-	-	0,13	0,15	0,17	0,25	0,22	0,27
Hemmafru	-	-	-	-	0,16	0,18	0,22	0,29

A39 Korrelation mellan faktorskalor och attityder 1979 (Pearsons-r)

	Populär-kultur	Hus-hålls-sysslor	Fin-kultur	Sam-hälls-frågor	Mat-lagning	Kropp & själ	Bilar	Hus & hem	Båtar	Fri-lufts-liv	Hant-verk
Jag tycker om fester där det är massa musik och prat	.38										
Fritiden är viktigare än arbetet	.22										
Det finns för lite att göra på fritiden	.23										
Det ser illa ut när folk tuggar tuggummi	-.29										
Jag är nog lite gammaldags i mina åsikter	-.24										
Jag har hellre en stilla hemmakväll än jag går ut på fest	-.27										
Jag tycker om att koppla av med att läsa en veckotidning	.28	.29			.23						
Jag tycker det är skönt att få känna mig lite lyxig ibland	.21	.20			.31						
Porrtidningar borde förbjudas	-.23	.26				.33			-.22		
Jag är mycket noga med att den mat jag äter är hälsosam		.25			.23	.43		.21			
Att ta en öl eller drink är ett bra sätt att slappna av när arbetsdagen är slut		-.20									
Jag anser att det är förkastligt att dricka vin eller sprit		.20				.27					
Kärnkraftverk borde förbjudas		.26				.21					
Örtmediciner borde användas mer allmänt i Sverige		.20				.25					
Jag tycker om att bjuda på lite annorlunda maträtter		.32	.27		.55	.22					
Folk ger mig ofta beröm för min matlagning		.48	.20		.55	.25					
Proffsboxning borde vara tillåten i Sverige		-.30	-.22			-.25	.25		.23		
Jag är beredd att sänka min levnadsstandard för att hjälpa folk i utvecklingsländerna		.21			.20						
Jag tycker om att ta stort ansvar				.22							
Jag tycker om att arbeta i föreningar				.24							
Jag är snabbare att pröva nyheter än mina vänner och bekanta					.33						
Jag går ofta i affärer bara för att se om det finns något nytt					.22						
När det kommer nya livsmedel är jag bland de första som prövar dem					.42	.21					
Att vara snyggt klädd är viktigt					.23	.24					
Naturen ger mig sinnesro						.20		.20		.31	
Barn är det viktigaste i en kvinnas liv						.22		.23			

A39 Korrelation mellan faktorskalor och attityder 1979 (Pearsons-r)

	Populär-kultur	Hus-hålls-sysslor	Fin-kultur	Sam-hälls-frågor	Mat-lagning	Kropp & själ	Bilar	Hus & hem	Båtar	Fri-lufts-liv	Hant-verk
Religiösa frågor ger för lite utrymme i dagens Sverige						.44					
Det spelar ingen roll hur en bil ser ut bara den rullar							-.25				
Jag är beredd att satsa hårt för att komma framåt här i livet							.22		.24		
Jag är intresserad av att köpa och sälja							.22		.20		
Jag vill bosätta mig på landet								.21			.20
I vår familj gör vi massa trevliga saker tillsammans								.25		.21	
Samhället är alldeles för släpphänt mot brottslingar								.20			

A40 Andel som läser minst en populärtidning regelbundet bland kvinnor 15-60 år

	1973	1976	1979	1982	%diff
Civilstånd					
Gift	83	75	77	71	-12
Ogift	82	73	74	62	-20
Ålder					
15-24 år	80	72	74	61	-19
25-39 år	81	74	70	61	-20
40-60 år	85	76	82	75	-10
Sysselsättning					
Heltidsarbete	82	72	75	67	-15
Deltidsarbete	82	76	77	71	-11
Hemmafru	86	78	82	73	-13
Studerande	78	67	70	60	-18
Utbildning					
Utbildning 1	86	75	79	73	-13
Utbildning 2	81	76	81	71	-10
Utbildning 3	78	76	75	63	-15
Utbildning 4	75	69	65	61	-14
Ortsstorlek					
Under 10 000 inv	87	77	82	74	-13
10-25 000 inv	86	75	78	69	-17
25-100 000 inv	81	75	76	66	-15
Över 100 000 inv	75	69	67	63	-12
Minst ett barn					
0-2 år	79	70	67	64	-15
2-6 år	84	77	74	63	-21
7-10 år	85	77	77	64	-21
11-14 år	89	78	81	71	-18
0-14 år	84	76	77	66	-18
Enpersonshushåll	76	67	71	61	-15
Personlig inkomst					
Låg	84	77	79	69	-15
Medel	83	73	76	66	-17
Hög	78	74	74	70	- 8
Hushållsinkomst					
Låg	82	74	76	66	-16
Medel	85	72	76	70	-15
Hög	82	75	76	66	-12
Intresserade av					
Populärkultur	86	80	81	70	-16
Finkultur	82	71	73	67	-15
Samhällsfrågor	84	74	76	68	-16
Friluftsliv	85	75	76	67	-18
Foto	86	79	72	73	-13
Bilar	86	77	78	64	-22
Båtar	83	72	70	66	-17
Hantverk	83	74	72	67	-16
Hem & hus	85	77	83	74	-11
Matlagning	87	78	80	72	-15
Hushållssysslor	88	79	82	72	-16
Kropp & själ	86	77	82	72	-14
Manssysslor	85	75	73	66	-19
Totalt	83	75	77	68	-15

Luger, Kurt, Windahl, Sven (1986): Toward a self-typification of youth cultural groupings: a suggestion.

Marsden, Peter V, Reed, John Shelton (1983): Cultural Choice Among Southernes. American Behavioral scientist. Vol nr 26 No 3 479-492.

Nowak, Kjell, Andrén, Gunnar (1982): Reklam och samhällsförändring. Variation och konstans i svenska populärpressannonser 1950-1975. Lund, Studentlitteratur.

Peterson, Richard A (1976): The Production of Culture. A Prolegomenon. American Behavioral scientist. Vol nr 19 No 6 668-684.

Peterson, Richard A (1983): Patterns of Cultural Choice. A Prolegomenon. American Behavioral scientist. Vol nr 26 No 3 422-438.

Peterson, Richard A, Hughes, Michael (1984): Isolating Patterns of Cultural Choice to Facilitate the Formation of Cultural Indicators. I Cultural Indicators: An International Symposium. Melischek, Gabriele, Rosengren, Karl Erik samt Stappers, James (eds) Wien.

Rosengren, Karl Erik (1984):Cultural Indicators for the Comparative Study of Culture. I Cultural Indicators: An International Symposium. Melischek, Gabriele, Rosengren, Karl Erik samt Stappers, James (eds) Wien.

Sobel, Michael E (1983): Lifestyle Expenditures in Contemporary America. Relations Between Stratification and Culture. American Behavioral scientist. Vol nr 26 No 3 521-533.

Strid, Ingela (1985): Svensk Populärpress 1945-1983. Projektbete vid Informationsteknik, Göteborgs universitet.

Strid, Jan (1986): Ungdommar och intressen. Internt papper vid avd för Masskommunikation, Göteborgs universitet.

Weber, Robert Philip (1984): Content-Analytic Cultural Indicators. I Cultural Indicators: An International Symposium. Melischek, Gabriele, Rosengren, Karl Erik samt Stappers, James (eds) Wien.

Weibull, Lennart (1983): Tidningsläsning i Sverige. Tidningsinnehav, tidningsval, läsvanor. Stockholm.

Zablocki, Benjamin D, Kanter, Rosabeth Moss (1976): The Differentation of Life-Styles. Annual Review of Sociology. 2:269-297.