

Sindre Uhlen Steinsrud

Idrettsinteressen som forsvant

En kvantitativ undersøkelse av endringer i interessen for å følge med på idrett i Norge i perioden 1985 til 2015

Masteroppgave i idrettsvitenskap
Seksjon for kultur og samfunn
Norges idrettshøgskole, 2017

Sammendrag

Denne masteroppgaven utforsker hvordan interessen for å følge med på idrett har endret seg i perioden 1985 til 2015. Bakgrunnen for studien er de massive summene mediehusene bruker for å sikre seg rettighetene til å kringkaste idrett, samtidig som den teknologiske utviklingen har tilført underholdningsmarkedet utallige alternativer til idrett som underholdning. For å utforske hvordan idretten plasserer seg i underholdningsmarkedet har jeg anvendt økonomiske teorier om etterspørsel og konsum. Videre har jeg anvendt teoretiske perspektiver formulert av Inglehart, Giddens og Beck for å bedre forståelsen for hvilke sosiale faktorer og verdisyn som har betydning for interessen for å følge med på idrett. Datamaterialet er fra undersøkelsen Norsk Monitor av Ipsos MMI. Oppgavens hovedfunn er som følger:

Analysene viser at det er en tydelig sosial skjevhet i forhold til interessen for å følge med på idrett. Personer med lavere utdanning og spesielt menn er overrepresentert. De sosiale skjevhetene for utdanning og kjønn reduseres imidlertid noe i løpet av perioden. Personer som er meget interessert i å følge med på idrett har mer tradisjonelle og materialistiske verdisyn enn gjennomsnittet i befolkningen, uten at dette endrer seg nevneverdig i løpet av perioden.

Interessen for å følge med på idrett er betraktelig svekket. Av utvalgets 22 idretter viser analysene mine at det har foregått en gjennomsnittlig nedgang på 38 % i perioden. Hvor sykkel og ekstremспорт er de eneste idrettene som kan vise til en interessevekst. Nedgangen i interesse ser i tillegg ut til å intensiveres i undersøkelsens siste ti år.

Sist, men absolutt ikke minst, har vi betydningen av alder for å være interessert i å følge med på idrett. Fra å være en underholdningsarena dominert av de to yngste aldersgruppene, har idretten blitt en underholdningsform for den eldre garde. Både unge og unge voksne har mistet interessen for idrett – spesielt de siste 10 årene -, og er i 2015 underrepresentert.

Innhold

Sammendrag	3
Innhold	4
Forord	7
1. Innledning, struktur og forskningsspørsmål	8
1.1 Studiens videre struktur.....	9
1.2 Forskningsspørsmål.....	9
2. Bakgrunn	11
2.1 Medias rolle i idretten.....	11
2.2 Idrett som underholdningsprodukt.....	13
2.3 Utviklingen av nye underholdningsplattformer.....	14
3. Tidligere forskning og hypoteser	16
3.1 Litteratursøk	16
3.1.1 Søkeord.....	16
3.2 Utvalg av tidligere forskning.....	17
3.2.1 Utviklingen av interesse for å følge med på idrett i Norge.....	17
3.2.2 Idrettsinteresse, verdiendringer og samfunnsutvikling	20
3.2.3 Etterspørsel etter idrett som kringkastet underholdningsprodukt	21
3.3 Hypoteser.....	22
4. Teori	24
4.1 Etterspørsel.....	25
4.2 Konsumentteori.....	26
4.3 Den postmaterialistiske dreining	28
4.4 Anthony Giddens & Ulrich Beck.....	29
4.4.1 Modernitet	29
4.4.2 Selvkonstruksjon	30
4.4.3 Individualiseringstenen	31
4.5 Oppsummering.....	32
5. Metode	34
5.1 Norsk Monitor.....	34

5.1.1	Norsk Monitor og interesse for å følge med på idrett.....	35
5.1.2	Norsk Monitor og verdier	35
5.1.3	Datakvalitet.....	35
5.2	Operasjonalisering.....	37
5.2.1	Avhengig variabel.....	37
5.2.2	Demografiske variabler	38
5.2.3	Variabler som sier noe om holdninger og verdier	39
5.3	Logistisk regresjon.....	39
5.3.1	Sannsynlighet.....	41
5.3.2	Odds.....	41
5.3.3	Log-odds.....	41
5.3.4	Oddsratio	42
5.3.5	Predikerte sannsynligheter.....	42
5.3.6	Naglekerke R²	43
5.3.7	Forutsetninger for binomisk logistisk regresjon	43
5.4	Presentasjon av resultater	44
5.4.1	Gjennomsnittsverdier.....	44
6.	Resultater.....	45
6.1	Deskriptiv statistikk.....	45
6.2	Utviklingen av idrettsinteresse fra 1985 til 2015	45
6.2.1	Fotball, skøyteløp, friidrett, langrenn og sykkel	46
6.3	Generell idrettsinteresse.....	47
6.3.1	Den generelle idrettsinteressen i endring.....	48
6.3.2	Alder	48
6.3.3	Utdanning	50
6.3.4	Kjønn	51
6.3.5	Verdidimensjoner	52
6.4	Fotball, skøyteløp, friidrett, langrenn og sykkel	53
6.4.1	Alder	53
6.4.2	Utdanning	55
6.4.3	Kjønn	55
6.4.4	Verdidimensjoner	57
6.5	Gjennomgang av hypoteser og studiens hovedfunn.....	58
7.	Diskusjon	60
7.1	Synkende interesse for å følge med på idrett.....	60
7.1.1	Idrett som et underholdningsprodukt.....	60
7.1.2	Interesseendring.....	61
7.1.3	Nye utfordringer for idretten i underholdningsmarkedet.....	63
7.1.4	‘The silver lining’	65
7.2	Sosiale faktorer	66
7.2.1	Utdanning	67
7.2.2	Kjønn	67
7.2.3	Alder	68

7.3	Verdidimensjoner	70
8.	Konklusjon.....	72
8.1	Begrensninger og veien videre	73
	Referanser.....	74
	Tabelloversikt	82
	Figuroversikt.....	83
	Forkortelser	85
	Vedlegg 1	86
	Vedlegg 2	87
	Vedlegg 3	88
	Vedlegg 4	93
	Vedlegg 5	94
	Vedlegg 6	96
	Vedlegg 7	98
	Vedlegg 8	99
	Vedlegg 9	100
	Vedlegg 10	101
	Vedlegg 11	102
	Vedlegg 12	103
	Vedlegg 13	104

Forord

Arbeidet med masteroppgaven har vært en lang, lærerik og krevende prosess. Nå som denne prosessen er over, er også min akademiske reise ved sin ende. Først og fremst er det på sin plass å takke min veileder Professor Ørnulf Seippel. Uten deg ville arbeidet blitt vesentlig mer utfordrende. Ipsos MMI fortjener også en takk for tilgangen til datamaterialet Norsk Monitor. Videre ønsker jeg å takke mine medstudenter for en herlig studietid og mange gode minner fra masterbrakka.

Jeg ønsker også å takke familien for god støtte i et utfordrende år. Spesielt stor takk til pappa for korrekturlesing på tampen av tidsfristen. Setter stor pris på det.

Avslutningsvis vil jeg takke Hans Henrik, Stian og resten av 1430-gutta for både nødvendige og unødvendige avbrekk fra skrivingen.

Eventuelle feil og mangler i denne oppgaven er ene og alene mine egne.

Med Sportslig hilsen

Sindre Uhlen Steinsrud

Oslo, 30. Mai 2017

1. Innledning, struktur og forskningsspørsmål

Året er 1998, stedet er Marseille. Hele Norge sitter spent foran TV-skjermene. På motsatt banehalvdel står stjerner som Cafu, Roberto Carlos, Rivaldo og Ronaldo. Men hva gjør vel det? Vi har våre egne helter; Øyvind Leonhardsen, Kjetil Rekdal, Tore André Flo og for ikke å snakke om vår alles kjære Drillo. Et taktisk geni. Og akkurat slik det sto skrevet i stjernene, vinner Norge 2-1 etter et iskaldt straffespark av Rekdal i det 88 minutt. Norge er i åttendelsfinalen i VM. Vi har slått verdens beste fotballag. Folk fester i gatene, synger, ler og gråter.

Entusiasmen fotballandslaget skapte i befolkningen denne junidagen i 1998, er ikke til å kjenne igjen. Ved inngangen av høsten 2016 er herrelandslaget i fotball rangert som nummer 70 i verden (FIFA, 2016). I løpet av en liten uke har vi tapt 0-1 mot Hviterussland og 0-3 mot Tyskland. Mediene krever landslagstrener Per-Mathias Høgmos hode på et fat. Folket distanserer seg fra landslaget, det er ikke lenger vi, men dem. Etter gode publikumsår i mellom 2005 og 2010 – uten at internasjonale prestasjoner var særlig bedre da - har tomme seter blitt vanligere i Eliteserien. Siden 2012 har gjennomsnittet stabilisert seg på rett under 7000 besøkende. En nedgang på over 30% fra toppåret 2007 (European-football-statistics, 2017).

Likevel, direktesendt sport er fortsatt populært, og kampen for å tiltrekke seg TV-seere blir stadig tøffere, spesielt for rettighetene til å kringkaste fotball. Discovery har vunnet kampen om både Tippeligaen og de neste fire OL-ene. TV 2 måtte også punge ut for å beholde melkekua si, Premier League. Budkrigen de vant for tre nye sesonger med Premier League i 2015, endte på 1,6 milliarder kroner. En dobling av foregående avtale (Østbø, Ottesen & Jørstad, 2016). Med Discovery som en ny pengesterk kringkastingsaktør på markedet i Norge, ser det ut til at konkurransen for direktesendt sport vil fortsette å øke. Uten at interessen for å følge med på idrett virker til følge denne trenden. Snarere virker det som interessen synker i befolkningen. Er det et misforhold mellom konkurransen for å vinne rettighetene for å kringkaste idrett og befolkningens interesse for å følge med på idrett?

Denne studiens mål er å utforske den generelle interessen for å følge med på idrett hos den norske befolkningen, finne ut av hvordan interessen for enkeltidretter har endret seg, og hva som eventuelt kan være bakgrunnen for endringene.

1.1 Studiens videre struktur

Oppgavens videre struktur starter med en presentasjon av oppgavens forskningsspørsmål. Kapittel 2 er et tredelt kontekstuet rammeverk for oppgaven. Kapittelet inneholder en forklaring av forholdet mellom idrett og media. Denne delen har et spesielt fokus på fotball, ettersom fotballens plass i mediebildet er såpass stor, og godt utforsket. Videre presenterer jeg hvilke spesielle egenskaper idretten har som et kringkastet underholdningsprodukt. Avslutningsvis presenterer jeg utviklingen av nye, og konkurrerende underholdningsprodukter.

Videre presenterer jeg et utvalg av tidligere relevant forskning. Dette kapittelet avsluttes med utformingen av 10 hypoteser som tar utgangspunkt i tidligere forskning, kontekst og forskningsspørsmålet. Neste kapittel tar for seg oppgavens teoretiske rammeverk. Dette består av to økonomiske teorier og tre sosiologiske teoretiske tilnærminger til samfunnsendringer. Det femte kapittelet tar for seg oppgavens metodiske arbeid. Videre presenterer jeg studiens resultater. Denne delen deles inn i resultater fra uni- og bivariate analyser som presenteres i prosentandel, og resultater fra de multivariate logistiske regresjonsanalysene som presenteres i predikerte sannsynligheter og oddsratio. Resultatene oppsummeres med en gjennomgang av hypotesene. Deretter diskuteres resultatene i lys av kontekst, tidligere forskning og teoretisk rammeverk. Avslutningsvis samler jeg funnene mine i konklusjonen, og svarer på forskningsspørsmålene.

1.2 Forskningsspørsmål

I mitt forskningsprosjekt ønsker jeg å utforske utviklingen i interessen for å følge med på forskjellige idrettsgrener i tidsperioden 1985 til 2015. For å få en generell oversikt over denne utviklingen skal jeg bruke et samlemål – de som er meget interessert i minst en idrett. For å få en mer konkret forståelse for denne utviklingen skal jeg se på utviklingen i et mindre utvalg idretter: Fotball, skøyteløp, friidrett, langrenn og sykkel. Utviklingen i idrettsinteressen skal analyseres i lys av de uavhengige variablene utdanning, kjønn, alder og verdisyn. Dette for å utforske om interessen for å følge med på idrett har forskjellig utvikling blant ulike sosiale grupper. Oppgavens problemstillinger blir som følger:

1. Hvordan har interessen for idrett generelt og for forskjellige idrettsgrener utviklet seg i Norge mellom 1985 og 2015?

For å få en større forståelse for hvilke endringer i idrettsinteressen har gjennomgått, ønsker jeg videre å utforske om ulike sosiale grupper har utviklet seg forskjellig i løpet av perioden. De resterende problemstillingene blir som følger:

2. Hvilken betydning har utdanning, kjønn og alder for interessen for å følge med på idrett, og hvordan har de sosial faktorenes betydning endret seg i perioden 1985 til 2015?

3. Hvilken betydning har befolkningens verdisyn for interessen for å følge med på idrett, og hvordan har dette endret seg mellom 1985 og 2015?

Med oppgavens siste forskningsspørsmål ønsker jeg å utforske hva som skyldes eventuelle endringer i interessen for følge med på idrett. Med dette mener jeg hvilke faktorer i samfunnet som kan tenkes å ha påvirket interessen for å følge med på idrett. Det siste forskningsspørsmålet blir dermed som følger:

4. Hva er bakgrunnen for endringene i interessen for å følge med på idrett i perioden 1985 til 2015?

Problemstillingene som blir presentert over har som formål å både beskrive og forklare interessen for å følge med på idrett de siste 30 årene. Den første problemstillingen har til hensikt å kartlegge utviklingen av interessen for å følge med på idrett her til lands.

Oppgavens andre problemstilling skal utforske hvilke sosiale grupper som er interessert i følge med på idrett, og hvordan dette har endret seg. Basert på sammensetningen av sentrale sosiale faktorer- utdanning, kjønn og alder- er interessen for å følge med på idrett, og endringene i perioden analysert. Oppgavens tredje problemstilling har til hensikt å utforske hvilken betydning forskjellige verdisyn har på interessen for å følge med på idrett. Basert på konstellasjonen av analysens fire verdidimensjoner – moderne materialister, tradisjonelle materialister, moderne idealister og tradisjonelle idealister - er interessen for å følge med på idrett, og endringene i perioden analysert.

Avslutningsvis har oppgavens fjerde problemstilling til hensikt å forklare bakgrunnen for endringene i perioden. Hvilke faktorer i samfunnet som påvirker interessen for å følge med på idrett i Norge. Denne problemstillingen har til hensikt å forklare endringene generelt og samt å forklare eventuelle endringer innad i de uavhengige variablene.

2. Bakgrunn

Her presenterer jeg det kontekstuelle rammeverket for oppgaven. Kapittelet starter med en forklaring av media sin plass i idretten. Deretter presenteres de økonomiske egenskapene idretten har som underholdningsprodukt. Avslutningsvis forklarer jeg hvordan underholdningsmarkedet utvider seg i dagens moderne, teknologiske samfunn.

2.1 Medias rolle i idretten

Det skal ikke stå på mediernes evne til å sette idrett på dagsordenen. Media har fulgt den organiserte idretten helt fra sin opprinnelse i Norge på slutten av 1800-tallet. Men fikk ikke særlig mye spalteplass i avisene før starten av 1900-tallet (Helland, 2003). Idretten og media har siden dette utviklet seg symbiotisk. Etterspørselen etter idrettsrelatert informasjon vokste, og mediernes rolle i idretten utviklet seg deretter. Først gjennom direkte sendte konkurranser på radio, senere med utviklingen av TV-en (Gammelsæter & Ohr, 2003) og de siste årene har direkte sendt idrett over internett tatt over store deler av markedet. Finansieringen av toppidretten- slik vi kjenner den i dag- er betinget av mediernes rolle i toppidretten. Uten mediedekning faller det økonomiske rammeverket rundt idretten sammen. Sponsorinntekter er avhengig av stor mediedekning, og rettighetene til å kringkaste de største arrangementene og ligaene er en av de største inntektspostene for toppidretten. I fotball går det mot det ekstreme, hvor inntektene til klubbene i flere av de største ligaene i verden finansieres med så mye som 60% av kringkastingsrettigheter (Szymanski, 2015).

Kuper & Szymanski (2014) tar utgangspunkt i tre faktorer når de skal forklare interesse for fotball. Hvor stor del av befolkningen som er registrerte spillere, hvor mange som møter opp på tribunen og andelen av befolkningen som ser fotball på tv. I denne kåringen er Norge plassert helt i toppen, kun slått av Island. Vi er altså verdens nest mest fotballgale land. Denne kåringen er et tegn på en sterk forankring til fotball i den norske befolkningen – på tross av begrensede nasjonale prestasjoner. Dette begrunnes blant annet i kringkastingen av fotball her til lands. Kuper & Szymanski (2014) viser til at norske medier var de første utenfor Storbritannia, til å kringkaste engelsk fotball. Allerede i 1969 viste NRK den første direkte sendte fotballkampen fra den engelske toppdivisjonen. Med tanke på monopolet NRK hadde på denne tiden, var det kun engelsk fotball som ble sendt i dette tidsrommet. Hver lørdag benket befolkningen seg

ned foran TV-en for å se på «tippekampen» kl. 16.00. Dette førte naturlig til en sterk forankring for engelsk fotball i Norge, noe som fortsatt er gjeldene. Kuper & Szymanski (2014) viser til at det hvert år reiser over 80 000 nordmenn over til balløya på fotballtur, og at lag langt ned i det engelske divisjonssystemet fortsatt har norske supporterklubber. Idretten generelt, og fotballen spesielt har vært svært populær - både nasjonalt og internasjonalt - over en lang periode. Dette har ført til at forbundene og ligaene har oppfattet sin kringkastingsverdi, og begynt å utnytte dette. Mediehusene er villige til å betale store summer for rettighetene til store ligaer eller arrangementer, og konkurransen mediehusene imellom dytter prisene enda høyere opp. Denne utgiften må finansieres. Det har nærmest blitt en norm innen kringkasting at fotball ikke skal sendes på åpne kanaler. De store summene mediehusene betaler for rettighetene til fotballen, dekkes rett og slett ikke av reklameinntekter alene. Gammelsæter & Ohr (2003) forklarer at dette stenger de som ikke har råd, eller ikke finner fotballen verdt pengene, ute fra fotballen. Dette kan føre til en nedgang i interesse, både på kort og lang sikt. Gammelsæter & Ohr (2003) peker på at fotballen er et produkt som strekker seg langt utenfor stadion- og landegrenser for den saks skyld. Denne utviklingen forsterkes ytterligere med strømmetjenestenes inntog i idrettskringkastingen. «Favorittlagets kamper kan følges uansett, bare tilhengeren –dvs. underholdningskonsumenten – vil betale» (Gammelsæter & Ohr, 2003. S.143).

I februar 2017 relanserte TV2 konseptet som både NRK og TV 2 tidligere hadde stor suksess med; tippekampen. Sportssjef i TV 2, Vegard Jansen Hagen uttaler at det er svært gledelig å dele Premier League med et enda større publikum. Sendingen rundt programmet skal også endres, slik at produktet treffer både fotballfolket, og hele familien (Stenersen, 2017). Dette kan sees som et ledd i å igjen *folkeligjøre* engelsk fotball her til lands. Med utgangspunkt i avtalen om å kringkaste toppserien i norsk fotball- Eliteserien- sendes det allerede noen kamper på åpne kanaler. Tidligere har C-more og TV 2 hatt rettighetene til toppserien i norsk fotball. I disse årene ble kampene hovedsakelig sendt på betalingskanaler, som kun et fåtall av den norske befolkningen har sagt seg villige til å betale for. Dette fortsetter til en viss grad videre under Discovery. Men de har sammen med Norges fotballforbund lansert konseptet «Fotball til folket». Med denne avtalen skal det blant annet sendes fire kamper hver runde på åpne kanaler (Tingve, 2015). Dette er endringer som kan styrke fotballens posisjon i underholdningsmarkedet i tiden som kommer, men er det nok?

2.2 Idrett som underholdningsprodukt

Gaustad (2000) peker på tre særegne egenskaper som skiller TV-sport fra andre fjernsynsprogrammer. For det første er sport veldig tidssensitiv. Sendingen mister store deler av sin verdi om den sendes utenfor tidsrommet begivenhetene faktisk utspilles. Dette forklares i lys av et begrep jeg kommer tilbake til senere; usikkert utfall. Etter at idrettskonkurransen er ferdig, og resultatene er kjent, mister idretten spenningsmomentet. Størrelsen på verditap varierer noe mellom idretter. Idretter hvor det legges større vekt på verdien av den sportslige prestasjonen, enn hvem som vinner, vurderer Gaustad (2000) som mindre påvirket.

Den andre særegne egenskapen TV-sport besitter er sterk produkt differensiering. I dette legger Gaustad (2000) at det er få gode substitutter til TV-sport. Dette medfører at tap av medierettighetene til visse ligaer og idretter er vanskelig å erstatte for mediehusene. Samtidig har idrettsorganisasjoner problemer med å justere tilbud til endring i etterspørsel, da konkurranseelementene er relativt ufravikelige. Dette resulterer i monopolistisk konkurranse og et lite elastisk tilbud. På lang sikt påpeker Gaustad (2000) at både etterspørsel og tilbud er mer elastisk. Ved at nye eller mindre idrettsorganisasjonene aktivt arbeider for å bygge opp merkevaren, kan popularitet og publikum øke til et nivå hvor de kan fungere som substitutter for kjøperne i rettighetsmarkedet.

Avslutningsvis legger Gaustad (2000) vekt på begrepet '*cultural discount*' i analyser av de økonomiske egenskapene til TV-sport. Han forklarer dette begrepet som tapet i verdi et medieprodukt har når det eksporteres utenfor hjemmemarkedet. Videre påpeker han at hjemmemarkedet ikke nødvendigvis styres av nasjonale grenser, men snarere av en rekke kulturelle fenomener. Det spesielle med '*cultural discount*' for TV-sport er at sport ikke har like sterke føringer av språk som andre fjernsynsprogrammer. En kulturell forankring i spesifikke idretter og ligaer styrer størrelsen på verditapet. Ved at norske utøvere gjør en god figur i spesifikke idretter eller ligaer over lengre tid, minker verditapet. «Den lokale og tradisjonsbundne sportsinteresse vil antagelig omfatte de sterkeste elementene i «*cultural discount*» for tv-sport. Inn under dette går fjernsynspublikumets kjennskap til og kunnskap om forskjellige idrettsgrener» (Gaustad, 2000. S. 18).

2.3 Utviklingen av nye underholdningsplattformer

Norge har gjennomgått en kraftig velstandsøkning de siste tiårene. Denne utviklingen reflekterer og påvirker menneskers verdier. Verdigrunnlaget påvirker hvordan mennesker oppfatter samfunnet de lever i, og hvilket liv man ønsker å leve. (Inglehart, 1997). Det pre-industrielle samfunnet klassifiseres av Hellevik (2008) som en tradisjonelt idealistisk kultur, som kjennetegnes av nøysomhet og ytelse. Videre karakteriserer han det industrielle samfunnet som en tradisjonell materialistisk kultur. Denne verdikulturen har et fokus på å eie, økonomisk trygghet trumfer personlig utvikling. Det post-industrielle samfunnet plasserer Hellevik (2008) i en moderne idealistisk kultur. Økonomisk trygghet og velstand fører til at behovet for selvrealisering øker. Avslutningsvis har vi den moderne materialistiske kulturen. Her er oppnåelsen av nytelse og konsum viktig. Inglehart (1990; 1997) presenterer en utvikling i retning post-materialister. At det moderne mennesket vil preges av moderne idealistiske verdier. Hellevik (2008) viser til en lignende utvikling, men viser også til at vi ser tendenser til en videre utvikling i retning av et moderne materialistisk verdigrunnlag.

I en tid hvor mennesket ønsker å styre sin hverdag selv, og forbruket vokser, åpner digitale strømmetjenester for en ny verden av underholdning. Man kan se akkurat det man ønsker, og når man selv har tid. Idretten passer dårlig inn i et slikt forhold til underholdning. I henhold til Gaustad (2000) svekker idretten ett av sine fortrinn som underholdning- usikkert utfall- når det ikke sees direkte. Spenningen som idrettskonkurranser representerer er avhengig av at befolkningen setter av tid når konkurransen pågår, ikke når det passer hver enkelt. Samtidig vokser bruken av internettbasert underholdning betraktelig, både i Norge og på verdensbasis. Blant annet antyder Wall Street Journal nå at Youtube er på vei til å bli større enn verdens største TV-kanal- China Central Television. Tall fra 2016 viser at over to millioner nordmenn bruker Youtube ukentlig, og på verdensbasis ser forbrukerne en milliard timer i døgnet (Hauger, 2017). Teknologiske utviklinger innen data og TV-spill gir også forbrukeren muligheten til å bli fanget inn i alternative virkeligheter.

Samtidig vokser interessen for E-sport¹ og forskjellige strømmetjenester av underholdning. E-sport har over en lengre periode vokst på verdensbasis, og de siste årene har interessen i Norge blitt fanget opp av blant annet TV 2 og Telenor. Telenor er nå hovedsponsoren til ligasystemet for profesjonell *gaming* i en norsk kontekst; Telenorligaen. I 2016 sikret TV 2 seg rettighetene til å kringkaste telenorligaen (Jerijervi, 2016a). Noe som sikrer en ny underholdningsplattform for den norske forbrukeren.

Den største teknologiske *nyvinningen* i underholdningsbransjen er strømmetjenestene. Jerijervi (2016b) viser til en undersøkelse fra Norstat som forteller at 38 % av husholdningene i Norge hadde tilgang til Netflix i 2016. Dette tilsvarer om lag 900.000 husholdninger. Netflix er den største strømeaktøren på det norske markedet, men langt fra den eneste. Andre aktører som NRK nett-tv, TV 2 Sumo, HBO, Viaplay har også voksende brukergrupper. Denne trenden utelukker ikke nødvendigvis idrett som underholdningsprodukt. Både Viaplay, NRK nett-tv og TV 2 Sumo tilbyr direktesendt idrett. Problemet er at rettighetene for slike sendinger har blitt så kostbare at de ofte stenges ute fra grunnpakkene. Tilgang til sportssendinger på strømmetjenestene koster ofte betraktelig mer enn tilgang til annen underholdning. Dette kan, som nevnt tidligere, *stenge* deler av befolkningen ut fra idrett som underholdningsprodukt.

¹ Elektroniske turneringer og konkurranser mellom profesjonelle dataspillere.

3. Tidligere forskning og hypoteser

I dette kapitlet skal jeg ta for meg tidligere forskning om idrett som et interessefelt og underholdningsprodukt. Innenfor dette temaet skal jeg vise til tidligere forskning på endringen av interessen for å følge med på idrett i Norge generelt, og for endring av interessen for spesifikke idretter. Videre skal jeg vise til tidligere forskning som tar for seg idrettsinteresse i lys av verdiendringer og samfunnsutvikling for øvrig. Idretten konkurrerer med diverse andre underholdningsprodukter om befolkningens interesse, og idrettsinteresse er for de fleste basert på massemedienes dekning. Derfor vises det videre til tidligere forskning på idrett som et underholdningsprodukt, og hvilke utviklingstrekk vi her ser- herunder etterspørselen etter idrett som underholdningsprodukt og medias rolle i dette. Avslutningsvis presenteres ti hypoteser som er ment å underbygge forskningsspørsmålet. Kapitlet starter med en redegjørelse av litteratursøkene mine.

3.1 Litteratursøk

For å finne frem til relevant forskning har jeg tatt i bruk fire forskjellige databaser; *SPORTDiscus*, *Web of Science*, *Oria* og *Google Scholar*. *SPORTDiscus* er en database som fokuserer spesifikt på idrettsrelatert forskning. *Web of Science* er en tverrfaglig database, som blant annet kan være nyttig for meg til å finne mer generelle sosiologiske og økonomiske aspekter til studien. *Oria* er databasen for bibliotekene ved høyskoler og universitet i Norge. Den inneholder alt bibliotekene har, både trykt og elektronisk. I tillegg har man gjennom *Oria* tilgang til et stort utvalg elektroniske artikler. Den siste databasen jeg bruker er *Google Scholar*. Dette er en veldig stor database, som blant annet kan brukes til å få tilgang til artikler og bøker som ikke er tilgjengelige i databasene ovenfor. I tillegg til databasene jeg har valgt ut, bruker jeg veileder, tidligere pensum og andre masterstudenters råd og tips til å finne relevante bøker og artikler.

3.1.1 Søkeord

Søkeordene jeg brukte for å finne tidligere forskning rettet mot idrett som et underholdningsprodukt var som følger: *Sport* interest, consumption; Sport* consumer;*

Sport entertainment; Sport* professional, demand, entertainment; Sport* demand, entertainment; Sport* underholdningsprodukt; Kringkasting* idrett; Idrett og media.*

Videre brukte jeg følgende søkeord for å avdekke tidligere forskning innenfor idrettsinteresse generelt, og i Norge spesielt, samt endringer denne interessen har gått gjennom de senere årene: *Idrettsinteresse* endring; Sport* interest, development;*

Avslutningsvis brukte jeg søkeordene: *Sport* postmaterialism; Sport* post-materialism; Idrett* postmaterialisme* for å avdekke tidligere forskning av verdiutviklingen i samfunnet, og idrettens plass i dette.

3.2 Utvalg av tidligere forskning

Det viste seg vanskelig å finne mye forskning som går direkte på folks idrettsinteresse. Det som særlig dukker opp i disse litteratursøkene er forskning som tar for seg den fysiske aktiviteten. De studiene som faktisk tar for seg interesse for å følge med på idrett har en tyngde på publikum under idrettsarrangementer og hvilke motivasjonsfaktorer som påvirker publikumdeltagelse. Dette går dermed ikke direkte på det jeg skal undersøke. Enkelte idretter, først og fremst lagidretter, får også større oppmerksomhet enn individuelle idretter. Jeg har valgt ut det settet av studier som har størst relevans til studiens formål og problemutforming.

3.2.1 Utviklingen av interesse for å følge med på idrett i Norge

Det finnes en del forskning på utviklingen av fysisk aktivitet i Norge (Breivik, 1999; 2013; Fasting, 1975; Smeland, 2014; Ulseth, 2008; Vaage, 2004;), men altså mindre som går direkte på mitt tema, og for norske forhold har jeg funnet tre bidrag til forskningsfeltet; Høgseth, Mørk & Railo (1973); Fasting (1975); Breivik (2013).

Høgseth et al. (1973) undersøkte blant annet det de kalte *passiv idrettsinteresse*. Altså hvor opptatt befolkningen er i å fysisk være til stede som tilskuer under idrettsarrangement, se idrett på TV, høre idrett på radio, samt lese og snakke om idrett. Datainnsamlingen til denne undersøkelsen ble foretatt på to landsrepresentative utvalg som summeres opp til om lag 3000 personer. Det ble brukt en to-trinns stratifisert klyngeutvalg, med statistisk tilfeldig uttrekning for å sikre at utvalget er representativt for befolkningen. Studiens hovedfokus er den fysiske aktiviteten, med et kapittel om idrettsinteresse.

I henhold til Høgseth et al. (1973) svarte 26,2 % av befolkningen at de var *meget interessert i idrett*. I motsetning til undersøkelsen fra Ipsos MMI var det her med fire

svaralternativer; *Meget interessert*, *Middels interessert*, *Lite interessert* og *ikke interessert*. De tre siste kategoriene hadde henholdsvis 35,2 %, 16,6 % og 22 % oppslutning. I deres studie vises det også til en stor kjønns- og aldersforskjell innen idrettsinteresse. Kvinner er mindre interessert enn menn (henholdsvis 14,7 % og 28 % er meget interessert), og yngre er mer interessert enn eldre (innen aldersgruppene 15-30 år, 31-50 år og 51- 87 år var henholdsvis 32%, 27,4% og 22,4% meget interessert).

Resultatene fra Høgseth et al. (1973) viser videre at fotball (32,1%) er den idretten som flest rangerer som sin passive favorittidrett. Etterfulgt av blant annet ski (22,9%), skøyter (15,4%), turn (8,7%), friidrett (7,9%) og håndball (4,5%). Lignende rekkefølge finner de både ved hvilke idretter man oftest ser på TV og er publikum på arenaer. Eneste forskjellen er at friidrett tar over fjerdeplassen fra turn. Fasting (1975) supplerer denne undersøkelsen med rangering av den idretten som er mest sett på utenom *de fire store* (fotball, friidrett, ski og skøyter). I utvalget svarte kun 14,8% at de hadde sett en annen idrettsgren oftere på TV enn 'de fire store'. Videre utforsket Fasting (1975) hvilke av de resterende idrettene befolkningen hadde sett oftest på utenom 'de fire store'. Resultatet viser at turn (37,4%) skiller seg tydelig fra resten av idrettene. Både ishockey (21,1%) og håndball (14,2%) viste seg å være nokså TV-vennlige idretter.

Den viktigste grunnen til en passiv idrettsinteresse var i henhold til Høgseth et al. (1973) at man har drevet, eller driver med idrett selv (29,2%). Tett fulgt av *gir spenning* (25,4%) og *det er vakkert å se på* (18,1%). De resterende 27,3% svarte blant annet at *Norge hevder seg godt* (7,2%) (pluss *lokale idrettsutøvere hevder seg godt* (2,3%), *familien er opptatt av idrett* (5,6%) og *virker avstressende* (4,4%)

Hovedlitteratur på emnet vil jeg påstå er *Jakten på et bedre liv* av Gunnar Breivik (2013). Også i denne boken vies utviklingen av fysiske aktivitetsvaner mest fokus. Men han har også inkludert et kapittel om idrett som interessefelt. I dette kapittelet kartlegger han utviklingen av interesse for forskjellige idrettsgrener mellom 2003 og 2011. Han viser til at de fleste idretter viser nedgang i interesse i forhold til 2003-tallene.

Skiskyting, langrenn og håndball har holdt seg på mer eller mindre den samme interessen. Derimot ser vi en tydelig nedgang for fotball. Sykkel er den eneste idretten med en kraftig økning av interesse. Motorsport er den idretten med størst nedgang i interesse i datasettet. Turn, snowboard, boksing og basketball vises også til som idretter med stor prosentvis nedgang.

Videre utforsker Breivik (2013) hvordan interessen varierer innen de forskjellige idrettsgrenene med alder, bosted, sosial klasse, treningsnivå og kjønn. Historisk viser han til at menn er dominerende innen alle aspekter av idrett; utøvelse, profilering i media, tildeling av anleggsmidler, økonomisk støtte etc. Interessetallene for 2011 viser at menn er nokså dominerende her også. Men i de tradisjonelle norske vinteridrettene er det ikke så stor forskjell. Derimot finner vi en veldig stor dominans i idretter som fotball, skøyteøp, sykkel, boksing, ishockey og motorsport. Kvinner er i flertall innen håndball, sandvolleyball og svømming. Dans, kunstløp og turn domineres av kvinner.

Ved å ta høyde for alderen til de interesserte, ser vi i Breivik (2013) sin studie at de tradisjonelle vinteridrettene- skiskyting, langrenn, skihopp og skøyteøp- er dominert av eldre mennesker. Kunstløp, turn, friidrett, dans, håndball og svømming deler samme skjebne. Derimot viser han en overvekt av unge mennesker i ishockey, snowboard, sandvolleyball og motorsport.

Breivik (2013) sine analyser på idrettsinteresse og sosiale klasser viser at den laveste klassen er overrepresentert i de fleste idretter. Unntaket finner vi i sykkel, tennis, golf og basketball. Fotball viser seg også å være noe overrepresentert av personer fra den høyeste klassen.

Resultatene Breivik (2013) finner på bosted og treningsnivå, viser ikke noen tydelige resultater. Tradisjonelle vinteridretter står noe sterkere på bygda. Personer som er aktive er generelt noe mer interesserte i de fleste idrettsgrener. Men det er ikke snakk om store forskjeller.

Breiviks (2013) studie tar ikke høyde for endringer i tidsperioden han undersøker i sine analyser av kjønn, sosial klasse og alder. Studien legger kun frem forskjellene innen disse variablene fra 2011-undersøkelsen. Dette mener jeg ikke er tilstrekkelig for å kunne si noe om endringsprosesser interessen for å følge med på idrett har gått gjennom, ei heller hvilke endringer vi kan se for oss fortsetter i fremtiden. Er det slik at noen av de tradisjonelle vinteridrettene er på vei til å dø ut? Eller blir vi mer nostalgiske og interesserer oss for slike idretter når vi blir eldre? Vil de unge holde på interessen for idrettene de liker nå? Eller vil slike idretter alltid være dominert av unge? Dette er spørsmål jeg mener Breivik ikke gjør nok analyser rundt til å danne seg en formening om dagens faktiske tilstand. Eller hvordan dette kan tenke seg å fortsette i fremtiden. Videre anvender Breivik (2013) kun deskriptiv statistikk i sine analyser. Deskriptiv

statistikk er oversiktlig og gir en god indikasjon på forholdet mellom forskjellige variabler. Problemet med deskriptiv statistikk er at resultatene ikke gir klare svar på om det faktisk er en signifikant forskjell, eller om det er helt tilfeldige resultater (O'Donoghue, 2012). Dette skyldes blant annet at de resterende uavhengige variablene ikke blir tatt høyde for i analysene. Noe som kan føre til misvisende resultater. I tillegg til dette analyserer Breivik (2013) perioden 2003 til 2011. Mine analyser går tilbake til 1985 (for de idrettene som var i undersøkelsen fra starten av) og strekker seg til 2015. Da tidsserieundersøkelser har den egenskapen at den blir mer interessant desto flere intervjuer som er gjennomført, mener jeg min undersøkelse kan bidra til en større forståelse av dette feltet.

3.2.2 Idrettsinteresse, verdiendringer og samfunnsutvikling

Forskningsfeltet innen idrettsinteresse i lys av verdiendringer og samfunnsutvikling har også størst fokus på deltakelsen i fysisk aktivitet. Hvordan dreiningen mot det postmaterialistiske samfunnet påvirker menneskers valg av type fysisk aktivitet (Bodet, 2009; Breivik, 2013; Hellevik, 1996; Llopis-Goig, 2014). Hvordan valget av fysisk aktivitet i større grad styres av individualisme, frihet, selvrealisering o.l.

Hellevik (1996) nevner kort idrettsinteresse i sine analyser av idrettsfeltet i et verdiperspektiv. Studien hans tar utgangspunkt i data fra Norsk Monitor i perioden 1985 til 1995. Den viser at forskjellige typer fysisk aktivitet plasserer seg i den moderne materialistiske og moderne idealistiske dimensjonene, mens interesse for forskjellige typer idrettsgrener har en tendens til å plassere seg i den tradisjonelle materialistiske og tradisjonelle idealistiske dimensjonene. Hellevik (1996) forklarer at moderne materialiser, i et idrettsperspektiv kjennetegnes av hensynet til utseende, konkurranse og spenning. Mentalt overskudd og sosialt fellesskap kjennetegner moderne idealister. De tradisjonelle materialistene og idealistene kjennetegnes henholdsvis av passivitet til egen fysisk aktivitet og pliktfølelse. Interesse for turn, dans og kunstløp plasserer seg i den tradisjonelle idealistiske dimensjonen. Idretter som fotball, motorsport og alpint plasseres i den tradisjonelle materialistiske dimensjonen. Ishockey og boksing finnes i den moderne materialistiske dimensjonen og tennis plasseres i den moderne idealistiske dimensjonen (selv om tennis plasser seg svært nærme origo i matrisen).

3.2.3 Etterspørsel etter idrett som kringkastet underholdningsprodukt

Tidligere forskning rettet opp mot etterspørselen etter idrett som kringkastet underholdningsprodukt har spesielt fokusert på lagidretter. I all hovedsak fotball i en europeisk kontekst, og typiske amerikanske idretter- basketball, baseball og amerikansk fotball- i en amerikansk kontekst. Etterspørselen etter individuelle idretter har i stor grad blitt neglisjert i tidligere forskning (Simmons, 2006). Siden idrettsinteresse for de fleste er basert på massemediens dekning, påvirker nødvendigvis massemediene interessen for å følge med på idrett.

Av faktorene som bestemmer etterspørsel etter idrett som underholdningsprodukt, har betydningen av usikkert utfall fått størst oppmerksomhet. Forskjellige ligaer- og i noen tilfeller statlige organer- arbeider for å bedre konkurransebalansen mellom konkurrerende lag. Dette gjøres for å opprettholde og øke interessen for deres produkt. Eksempler på dette fenomenet ser vi spesielt i USA, regler som regulerer lønnsnivået og et *draftingsystemt* som gir fordeler til lag som gjorde det mindre bra foregående sesong. I blant annet Premier League kommer dette frem ved at tv-rettighetene selges samlet, hvorpå halvparten av inntektene deles likt klubbene imellom. De resterende midlene deles ut i fra prestasjoner og antall TV-kamper (Forrest, Simmons & Buraimo, 2005).

Tidligere forskning på betydningen av usikkert utfall påpeker at det har en betydning, men at det er andre faktorer som er viktigere. Da spesielt den sportslige kvaliteten på utøverne totalt (Di Domizio,, 2010; Buraimo, 2008; Feddersen & Rott, 2011; Forrest et al., 2004; García & Rodríguez, 2006) og ‘stjernefaktoren’- spesielt dyktige enkeltutøvere (Hausman & Leonard, 1997; Lucifora & Simmons, 2003;). Alavy, Gaskell, Leach & Szymanski (2010) gikk dypere inn i faktoren usikkert utfall. De analyserte endringer i antall TV-seere under kamper. Resultatene deres viste en negativ korrelasjon mellom antall TV-seere og sannsynligheten for at et av lagene kom til å vinne. Samtidig fant de at det var en negativ korrelasjon mellom antall TV-seere og sannsynligheten for uavgjort. De konkluderte med at TV-seere ønsker seg spennende og innholdsrike kamper som ender med seier og tap.

Downward, Dawson & Dejonghe (2009) har samlet tidligere forskning innen usikkert utfall, og delt begrepet inn i tre nivåer. *Short-run uncertainty of outcome [UO]*; *medium-term UO*; *long-term UO*. De tre nivåene tar henholdsvis for seg enkeltkamper, hele sesongen og langsiktig konkurransedyktig balanse. Downward et al. (2009)

konkluderer med at det viktigste nivået av usikkert utfall er det langsiktige. Om noen få lag dominerer en liga i mange år kan det føre til synkende interesse.

3.3 Hypoteser

Tidligere forskning, datamaterialet og forskningsspørsmålet åpner for et bredt utvalg mulige hypoteser å teste ut. Av mulige hypoteser har jeg valgt ut ti forskjellige hypoteser jeg mener er viktige å teste ut for å belyse oppgavens problemstillinger. Hypotesenes hentes opp igjen og gjennomgås i oppsummeringen av resultatkapittelet. Jeg starter med hypoteser som tar for seg generelle endringer i interessen for å følge med på idrett, før jeg går inn i noen sannsynlige trekk i mine utvalgte idretter.

Min første hypotese bygger på resultatene fra tidligere forskning og blir at (H1) det er en generell nedgang i interessen for følge med på idrett i perioden. Min andre hypotese er at (H2) interessen for å følge med på idrett synker spesielt i undersøkelsens siste ti år. Bakgrunnen for denne hypotesen er utvidelsene underholdningsmarkedet har sett i denne perioden. Med utgangspunkt i de forskjellige resultatene i studiene til Høgseth et al. (1973) og Breivik (2013) vil min tredje hypotese bli at (H3) interessen for å følge med på idrett synker mest blant personer i de to yngste aldersgruppene. Tidligere forskning peker på idretten i et historisk perspektiv som et mannsdominert felt. Men Breivik (2013) antyder at dagens kjønnsbalansen er jevnere enn tidligere. Derfor blir min fjerde hypotese at (H4) det blir mindre kjønnsforskjeller blant personer som er meget interessert i å følge med på idrett. Tidligere forskning peker også på en historisk overrepresentasjon av personer med lavere utdanning. Min femte hypotese blir derfor at (H5) personer med lavere utdanning fortsatt er mer interesserte i følge med på idrett, men at forskjellene blir mindre i perioden. Hellevik (1996) antyder at tyngden av de som er meget interessert i å følge med på idrett plasserer seg i de tradisjonelle materialistiske og tradisjonelle idealistiske dimensjonene. Min sjette hypotese er at denne trenden fortsatt er gjeldende. (H6) Personer med et tradisjonelt og materialistisk verdisyn er mer interessert i å følge med på idrett enn personer med moderne og idealistisk verdisyn.

Fotballen har en sterk posisjon i den norske kulturen. Den er blant annet den idretten med flest aktive spillere (NFF, 2016) og får mye spalteplass i mediene. Men fotballen har også en fast plass bak betalingskanaler. Norske prestasjoner internasjonalt har også uteblitt de senere årene, både på klubb og landslagsnivå. Med bakgrunn i dette, og tidligere forskning, blir min syvende hypotese at (H7) interessen for å følge med på

fotball synker. Tidligere forskning peker på både skøyteøp og friidrett som to av idrettene flest var interessert (Høgseth et al. (1973) i 70-tallet. I nyere tid (Breivik, 2013) blir skøyteøp presentert som en idrett de færreste er meget interessert i, og med synkende interesse frem til 2011. Denne samme skjebnen gis til en viss grad også friidrett. Min åttende hypotese blir dermed at (H8) interessen for å følge med på friidrett og skøyteøp svekkes betraktelig, spesielt blant unge og unge voksne.

Langrenn er en idrett som har sterk forankring i den norske kulturen. Breivik (2013) fant at interessen for langrenn var størst blant eldre mennesker. Langrenn får mye plass i media, og vi har spesielt de siste årene hatt profiler som for eksempel Petter Northug som skiller seg litt ut og bryter med tradisjonelle norske verdier som janteloven. Jeg vil tro at nasjonale stjerner med høy medieprofilering har nådd ut til et større publikum enn tidligere, noe som fører til at min niende hypotese blir at (H9) interessen for å følge med på langrenn har holdt seg stabilt høy i perioden. Sykkelinteressen her til lands kan virke som har økt. Breivik (2013) viser til sykkel som den eneste idretten med økt interesse. Sterke internasjonale prestasjoner og god mediedekning har trolig påvirket interessen for sykkel positivt. Dette har gitt utslag på antall aktive. Norges Cykleforbund (NCF) har nesten firedoblet antall medlemmer i perioden 2000 til 2011 (Bugge, 2012). Min tiende hypotese blir derfor at (H10) interessen for å følge med på sykkel har økt i perioden.

4. Teori

Valget av det teoretiske rammeverket bygger på at idretten som et sosialt og kulturelt fenomen, som ikke kan sees isolert. Men at idretten både er formet og preget av den tiden og samfunnet det lever i (Beck & Bosshart, 2003). Derfor vil det være naturlig at også interessen for å følge med på idrett blir analysert i lys av samfunnet generelt, og opp mot underholdningsprodukter utenfor idretten som de konkurrerer med.

Dette kapitlet inneholder fem teoretiske perspektiver som skal benyttes i analysen av resultatene mine. Teoriene er delt inn i to kategorier; økonomiske og sosiologiske teorier. De økonomiske teoriene består av etterspørselsteori og konsumentteori.

Teoriene som tar for seg sosiologiske perspektiver består av Ronald Ingleharts teori om det postmaterialisme, Anthony Giddens teori om modernitet og selvkonstruksjon og Ulrich Becks individualiseringstese.

De to økonomiske teoriene har henholdsvis et strukturelt og et individuelt utgangspunkt. Etterspørsel tar for seg hvordan endringer i samfunnet, markedet og pris påvirker en vare eller tjenestes etterspørsel. Konsumentteori forklarer hvordan enkeltpersoner velger å bruke de ressursene de har tilgjengelig. Dette er teorier som skal anvendes for å utforske idrettens posisjon i underholdningsmarkedet og hvordan idretten påvirkes av konkurranse fra andre underholdningsprodukter. De tre sosiologiske teoriene tar for seg hvordan samfunnet utvikler seg i sin helhet. Hva som er bakgrunnen for utviklingen av interessen for idrett, og hvilke konsekvenser dette fører med seg. Ingleharts teori om postmaterialisme gir en forståelse av samfunnets utvikling og hvorfor personer fra forskjellige generasjoner er interessert i forskjellige idretter. Giddens forståelse av selvkonstruksjon handler om et stadig større krav til å danne sin egen identitet. Uavhengig av sosiale roller skaper individer et identitetsprosjekt, og må til enhver tid ta refleksive valg som underbygger dette prosjektet. Becks individualiseringstese bygger på identitetsvakuum som følge av at individers sosiale bakgrunn mister betydning. Retningslinjene som fulgte med den første moderniteten viskes ut, og individer må sette seg selv i sentrum for eget liv. Valg av underholdningsprodukt vil kunne sees som en del av prosjektet og identiteten til befolkningen, så nevnte teorier kan gi en større forståelse av endringer i å følge med på idrett.

4.1 Etterspørsel

Etterspørsel deler Eschenfelder & Li (2007) inn i to hovedkategorier- nødvendigheter og hva som er ønskelig. Nødvendigheter er varer og tjenester som er livsviktige, slik som mat, husly og medisinsk hjelp. Varer og tjenester som er ønskelige- men ikke livsviktige- utgjør den siste kategorien. Dette kan for eksempel være nye klær, idrettsutstyr eller underholdning. Konsumenter søker å tilfredsstillere sine behov- både de nødvendige og de ønskelige. Bedrifter forsøker å utvikle produkter og tjenester som tilfredsstillere konsumentenes behov, eller skape nye. Et behov hos en konsument kan tilfredsstillere på mange måter, for eksempel kan et behov for underholdning tilfredsstillere ved å dra på en konsert, fotballkamp, kino etc. Det er mange faktorer som avgjør hvordan konsumenten velger ut sine produkter og tjenester, prisen er kanskje den viktigste.

Viljen og evnen forbrukerne har for å kjøpe en spesifikk vare eller tjeneste forklarer Eschenfelder & Li (2007) som varens etterspørsel. Markedsprisen på varer og tjenester, gjenspeiles som oftest i etterspørselen. Ved hjelp av en *etterspørselskurve* kan bedrifter beregne hvor mye av en spesifikk vare eller tjeneste de får solgt til forskjellige priser. Når en bedrift har oversikt over etterspørselskurven på varen eller tjenesten de selger, kan de beregne hvilken pris det er mest lønnsomt å ta for produktet/tjenesten.

En *etterspørselsendring* er en endring i etterspørselskurven med bakgrunn i andre faktorer enn pris. Altså at en faktor gjør at etterspørselen etter en spesifikk vare eller tjeneste går opp eller ned, uavhengig av prisen bedriften belaster konsumenten. Slike faktorer kan ofte være vanskelige å lokalisere. For å snu på situasjonen, kan det også være vanskelig å med sikkerhet bekrefte at endringen i pris alene endrer etterspørselen. Økonomer bruker derfor ofte å avgrense situasjoner ved å si at *alt annet er uendret* i sine analyser av etterspørsel (Eschenfelder & Li, 2007).

Det er to hovedfaktorer som er avgjørende for at etterspørselen synker for en vare som øker i pris; *substitusjonseffekten* og *inntektseffekten*, forklarer Eschenfelder & Li (2007). Med substitusjonseffekten menes det at etterspørselen påvirkes av lignende varer og tjenester i markedet, deres kvalitet, tilgjengelighet og pris. Konsumenter som i utgangspunktet er lojale til et produkt, vil ved en prisøkning kunne utforske markedet etter lignende produkter. Inntektseffekten vil ha en lignende påvirkning. Ved en generell

økning av inntekt kan bedrifter øke prisen på sine produkter, uten at det påvirker konsumenten i særlig stor grad (så fremt de følger markedsprisene).

Eschenfelder & Li (2007) viser til flere faktorer som påvirker etterspørselen etter en spesifikk vare eller tjeneste i et marked. Pris utgjør en stor rolle, men betalingsvilligheten til forbrukeren avgjøres også av gjennomsnittsinntekt, størrelsen på markedet, andre produkters pris, tilgjengelighet og kvalitet, individuelle preferanser og spesiell innflytelse, som beskatning eller reguleringer fra myndigheter.

Inntektsøkning kan både ha positiv og negativ effekt på etterspørsel. Eschenfelder & Li (2007) forklarer at normale varer vil oppleve en økende etterspørsel ved en økt gjennomsnittsinntekt. Samtidig vil en økt gjennomsnittsinntekt minske etterspørselen etter billigere varer med dårligere kvalitet eller renommé.

Denne teorien skal hjelpe meg til å se på endringer i idrettsinteressen her til lands i et makroperspektiv. Hvordan idretten plasserer seg i et større underholdningsmarked, og hvordan nye underholdningstilbud, endringer av pris og kvalitet påvirker idrettens posisjon i underholdningsmarkedet.

4.2 Konsumentteori

Konsumentteori handler om hvordan personer velger å bruke ressursene de har til rådighet. Med utgangspunkt i enkeltpersoners inntekt og prisene på tjenester og varer, hjelper konsumentteori oss til å forstå hvordan personers inntekt og interesser/preferanser påvirker etterspørselskurven (*Investopedia*, 2016).

Med bakgrunn i at konsumentteori ønsker å kunne forutse hvordan enkeltpersoner kommer til å bruke sine inntekter, oppstår det noen utfordringer. Personer er ikke alltid rasjonelle, noen ganger kan de være likegyldige til hvilke valg som er tilgjengelige, valgene som er tilgjengelige er ikke alltid kjent for forbrukeren og emosjonelle komponenter kan påvirke valgene (*Investopedia*, 2016)

Simmons (2006) utviklet et teoretisk rammeverk som tar utgangspunkt i konsumentteori på publikum ved idrettsarrangement. Han viser til seks punkter innenfor konsumentteori som må tas høyde for; prisen for arrangementet (inkludert reisekostnader); inntektene til publikum; prisen på lignende varer som kan erstatte arrangementet; markedsstørrelse; hvor viktig konkurransen/kampen er; og hvor usikkert utfallet av konkurransen/kampen er.

Idrettsarrangement har et element av overraskelse, som man sjeldent finner igjen i andre arenaer. Utfallet av arrangementet er usikkert- selv om utøvere eller lag er rangert mye høyere enn sine motstandere, er idrettshistorien full av eksempler på overraskelser. Idrettsarrangement handler hovedsakelig om å gi publikum et spenningsmoment helt direkte (Simmons, 2006).

Videre forklarer Simmons (2006) at tilskuersport er nært knyttet til standhaftighet og partiskhet. Tilskuere på idrettsarrangement er ofte svært knyttet til et lag, land eller utøver(e). Spesielt innen lagsport vil supportere sjeldent bytte til et annet lag om det går dårlig. Om de først bytter vil det som oftest være til en ny sport eller et lag i en annen divisjon eller liga. Dårlige resultater kan også føre til at interessen for idretten blir helt borte, og andre arenaer- kultur, familie, jobb, etc.- blir viktigere. Atmosfære og supporterernes solidaritet eller identitet er elementer som oppleves som viktige under idrettsarrangement. Dette er- i tillegg til kampprogram, pauseunderholdning matservering, etc.- ekstra komponenter man får tilgang til ved å fysisk reise på idrettsarrangementet. I motsetning til å se det på TV.

Buraimo (2006) fortsetter med et teoretisk rammeverk for konsumentteori på etterspørselen for kringkastingen av sport. Etterspørselen etter kringkastet sport styres av lignende faktorer som ved idrettsarrangement, med noen forskjeller.

Markedsstørrelsen som styrer etterspørselen etter kringkasting av sport er, i mindre grad enn idrettsarrangement, styrt av befolkningsstørrelsen i nærområdet. Videre viser Buraimo (2006) til flere relevante faktorer som styrer etterspørselen etter kringkastet sport; abonnementspris/«pay-per-view»; kvaliteten på lag/utøver (spesielt på enkeltspillere/utøvere- «stjerner»); usikkert utfall av konkurransen.

Konsumentteori skal hjelpe meg med å analysere idretten som et underholdningsprodukt generelt, med sine fordeler og ulemper. I lys av denne teorien skal jeg analysere interessen for å følge med på idrett i et mikroperspektiv. Teoriens konkrete perspektiver på konsum av idrett, vil hjelpe meg forstå og forklare idrettens spesielle egenskaper til å fange forbrukerens interesse.

4.3 Den postmaterialistiske dreining

Verdier skapes i lys av samfunnet man lever i. Som Maslows behovspyramide viser har mennesket grunnleggende behov som først må oppfylles før vi kan søke neste steg i utviklingen. Pyramiden deles inn i fem typer behov; fysiologisk, trygghet, sosial, status og selvrealisering. Både samfunn og individer kan analyseres på denne måten. Først når vi har oppnådd de fysiologiske behovene kan vi søke trygghet. Og når individer eller samfunn har oppnådd både fysisk og materiell trygghet kan oppmerksomheten rettes videre opp på pyramiden. Dette foregår helt til man når selvrealisering i toppen av pyramiden. Selvrealisering handler her om å bruke sine individuelle ferdigheter til å bli den beste versjonen av seg selv. (Hagerty, 1999).

Et eksempel på dette er de materialistiske verdiene som kjennetegner krigsperioder og etterkrigstiden i store deler av Europa. Landet skulle bygges opp igjen etter krigen, økonomisk trygghet og materiell velferd var i fokus. I takt med bedre levevilkår, endres befolkningens prioriteringer. Den amerikanske statsviteren Ronald Inglehart har utviklet begrepet *postmaterialisme*. Dette begrepet er ment å forklare samfunnets utvikling. Etterkrigstidens økonomiske prioriteringer skyves til side, til fordel for personlige verdier som selvrealisering, utvikling og frihet. Inglehart (1990) presenterer to hypoteser som danner grunnlaget for hans teori om den postmaterialistiske dreining. 1) En knapphetshypotese; et individs prioriteringer reflekterer de sosiale og økonomiske omgivelsene det befinner seg i. Mennesket setter størst subjektiv verdi på de ting det er mangel på. 2) En sosialiseringshypotese; forholdet mellom sosiale og økonomiske forhold og et individs verdiprioriteringer justeres ikke automatisk til gjeldene tidsrom. Hvert enkelt individs grunnleggende verdier gjenspeiler i stor grad sosiale og økonomiske forhold i deres barne- og ungdomsår.

Breivik (2013) påpeker at en dreining mot postmaterialistiske verdier har satt i gang en endringsprosess med hensyn til hvilke fysiske aktivitetstyper befolkningen ønsker å ta del i. Han mener at tidligere idrettsutøvere og eldre i større grad vil vektlegge konkurranse, askese og hard trening. I lys av den postmaterialistiske hypotese mener han personlig frihet vil bli lagt større vekt på. Selvstyrte aktiviteter, uten autoritære strukturer og organisatorisk press, vil trolig øke i popularitet. Dette vil trolig influere hvilke typer underholdningsprodukter befolkningen vil etterspørre. Teorien skal kaste lys på hvordan endringer i samfunnet kan påvirke interessen for å følge med på idrett.

4.4 Anthony Giddens & Ulrich Beck

Anthony Giddens er en britisk sosiolog som sammen med sin tyske kollega- Ulrich Beck- regnes for å være noen av vår tids ledende samfunnsvitenskapelige tenkere. Deres modernitetsanalyser har svært mange likhetstrekk, men også noen forskjeller. Der Giddens refleksivitet omhandler valg tatt med forankring i vitenskap, ekspertviten og medier, peker Beck på utilsiktede forandringer. Herunder temaer som jeg ikke kommer inn på, slik som risikosamfunnet. Beck hevder også at individers refleksive valg tas på bakgrunn av 'ikke-viten' (Beck, 1997). Delkapittelet starter med en gjennomgang av Giddens modernitet og selvkonstruksjon. Avslutningsvis gjennomgår jeg kort Becks individualisering og modernitetsanalyse.

4.4.1 Modernitet

Giddens mener at det moderne samfunnet gjenkjennes ved sin dynamiske karakter. Endring foregår med en dybde, hastighet og intensitet som er historisk helt unik. Et annet viktig element Giddens peker på ved moderne samfunn, er utviklingen av moderne institusjoner. Sivilisasjonen kjennetegnes av blant annet urbanisering, nasjonalstaten og det moderne politiske system (Andresen, 2007). Gjennom de moderne institusjonene påvirker modernitetens ikke bare samfunnet vi lever i, men også individene som lever der. Giddens & Jørgensen (1996) påpeker at personlige aspekter ved individers erfaringer og det sosiale liv har blitt radikalt endret gjennom moderniteten. Dynamikken som best representerer det moderne samfunnet- og som går igjen i hele Giddens modernitetsanalyse- kan deles inn i tre hovedpunkter: *Tid-rom-seperasjon; utleiringsmekanismer (disembedding mechanisms); modernitetens refleksive karakter* (Andresen, 2007). Giddens anvender begrepene høymodernitet og sen-modernitet om sin samtid. Han ser høymoderniteten som en intensivering av moderniteten, snarere enn et tydelig brudd mellom to epoker (Strandbu, 2007).

Med begrepet adskillelse av tid og rom mener Giddens hvordan den sosiale interaksjonen ikke lenger nødvendigvis foregår på samme tid og sted. Teknologiske nyvinninger gir større muligheter, slik at tidssoner og landegrenser ikke setter en stopper for informasjon og kommunikasjon (Kaspersen, 2001). Utleiringsmekanismer er i henhold til Giddens delt i to; *symbolske tegn* og *ekspertsystemer*, forklarer Kaspersen (2001). Et eksempel på symbolske tegn er penger. Altså «utvekslingsmedier, som utgjør et selvstendig system, og de passerer rundt mellom individer og institusjoner»

(Kaspersen, 2001. S. 124). Giddens ekspertsystemer forklarer Strandbu (2007) som profesjonaliseringen av systemene som omgir oss i hverdagen. Eksempler på slike systemer kan være alt fra barneoppdragelse til konstruksjonen av kjøretøy, moderne teknologi og økonomi.

Det siste hovedpunktet av Giddens modernitetsanalyse handler om modernitetens refleksive karakter. Dette punktet deler Giddens inn i to former for refleksivitet. Den første formen viser til et vanlig trekk ved menneskelig adferd. Vi gjennomgår en kontinuerlig refleksiv handlingsregulering. En kontinuerlig gjennomgang av mulige handlinger i forskjellige situasjoner. Med utgangspunkt i hva man har gjort før, hvordan andre reagerer og har reagert og hvilken situasjon man befinner seg i, velger vi hvilken reaksjon eller handling som er passende (Kaspersen, 2001). Den andre formen for refleksivitet betegner Kaspersen (2001) som et særegent trekk ved moderniteten. Denne refleksiviteten forklarer han som en prosess som foregår både på individuelt og institusjonelt nivå. Denne typen refleksivitet påvirker endringer og dannelsen av sosiale organisasjonsformer og sosiale systemer. «Giddens definerer refleksivitet som den regelmessige bruk av viden, som vi, det vil si institusjoner og individer, konstant foretar om betingelserne for samfundets organisation og forandring» (Kaspersen, 2001. S. 125). Dette vil si at både individer og institusjoner aktivt leter etter kunnskap for å kunne gjøre bedre valg. Bedrifter utfører markedsundersøkelser, staten gjennomfører folketellinger og individer bruker tilgjengelig informasjon for å utvikle sine ferdigheter (Kaspersen, 2001).

4.4.2 Selvkonstruksjon

Selvkonstruksjon handler om det høymoderne menneskets interaksjon med samfunnet, hvor samfunnet og individet utvikler hverandre. Mennesket er sin egenart bevisst og det er refleksivt. Individet må forholder seg til seg selv og konstruerer dermed seg selv. Det høymoderne mennesket har større valgmulighet og frihet enn tidligere. Utdannelse, kjønn og økonomisk situasjon påvirker fortsatt valgmulighetene. Men Giddens hevder at det høymoderne mennesket blir tvunget til å velge en livsstil, uavhengig av kjønn, utdannelse etc. I en slik selvkonstruksjon er det et underliggende 'krav' til refleksivitet. Man må, i forhold til det prosjektet man har etablert, justere sin situasjon. Giddens påpeker at det er individet som konstruerer seg selv. Samtidig er det en interaksjon mellom samfunnet og individet som fører til at individet responderer på vesentlige trekk

ved samfunnets utvikling (Kaspersen, 2001). Prosjektet individet velger seg vil naturlig nok utelukke eller nedprioritere noen valg. Et intellektuelt og reflektert prosjekt vil kanskje ikke samsvare godt med den tradisjonelle arbeideklasseideologien som vi finner blant fotballsupportere. Derimot vil andre kulturarrangementer som opera og teater, passe bedre inn et slikt prosjekt.

4.4.3 Individualiseringstesen

Beck sin individualiseringsteori baserer seg på et skille mellom industrisamfunnet og det individualiserte samfunn. Industrisamfunnet betegner han som den første moderniteten eller enkel modernisering. Det individualiserte samfunn kaller han for den andre moderniteten eller refleksiv modernisering (Aakvaag, 2006). I likhet med Giddens, forklarer Beck den andre moderniteten som en intensivering av den første, men med tydeligere skiller mellom epokene (Krange & Øia, 2010). Den første moderniteten var dominerende frem til rundt 1970, og bygget på tre dominerende pilarer; *nasjonalstaten*, *klassemiljøet* og *kjernefamilien*. Nasjonalstaten forklares som territorielt avgrensede, alt samfunnsliv og sosiale prosesser foregikk innenfor nasjonalstatens rammer. Den første moderniteten var et tydelig klassesamfunn. Livssjanser og livsløp ble i stor grad styrt av posisjonen individet befant seg i den industrikapitalistiske produksjonsprosessen. Den siste pilaren som industrisamfunnet bygget på var kjernefamilien, hvor menn hadde det primære økonomiske ansvaret. Kvinner bisto med nødvendige, men ulønnede omsorgsoppgaver. I denne moderniteten ble individers identitet, basert på posisjonering i de tre pilarene, tilskrevet samfunnet (Aakvaag, 2006).

Endringene mellom industrisamfunnet og det individualiserte samfunn er grunnideen bak individualiseringstesen til Beck. Den andre modernitet kjennetegnes ved at industrisamfunnets tre dominerende pilarer forvitrer og skaper et tomrom i menneskers identitetsoppfattelse. Globaliseringen svekker nasjonalstatens betydning, Industrisamfunnets klassebevissthet blir svekket av elementer som velstandsvekst, utdanningsrevolusjon, velferdsstaten etc. Kvinnenes inntog i arbeidslivet bryter med kjernefamiliens kjønnsbaserte organisering. En slik endring fører med seg et identitetsvakuum (Aakvaag, 2006). Dette resulterer i individualisering. Individualisering betegnes, for Beck, som «den sentrale kulturelle impulsen i det samfunnet som har risiko som basis, et samfunn hvor individet stilles ovenfor den

formidable eksistensielle oppgaven *å sette seg selv i sentrum for eget liv*» (Krange, 2004. S. 21). Industrisamfunnets gamle institusjonelle determinantene svekkes, de mister sin handlingsanvisende karakter. Dette fører til betraktelig større individuell valgmulighet innenfor alle samfunnets arenaer. Samtidig *tvinges* mennesket til å ta aktive valg, istedenfor å følge retningslinjene fra industrisamfunnets pilarer (Krange & Øia, 2010). Denne forvitringen av industrisamfunnets pilarer er ikke bare et resultat av refleksivitet. Beck (1997) hevder den refleksive moderniseringen ikke bare omhandler viten og bevissthet. Det er også elementer av mekaniske og autonome, ureflekterte, utilsiktede og snikende forandringer av industrisamfunnets grunnlag. «Den refleksive moderniserings medium er ikke kun viten, men også «ikke-viden»» (Beck, 1997. S. 11).

Den teknologiske utviklingen og globaliseringen samfunnet har gjennomgått, resulterer i utallige nye valgmuligheter. Dette gjør at et hvert individs prosjekt kan nyanseres og spesialiseres mot selvets helt spesielle og individuelle livsstil (Kaspersen, 2001). Dette vil nødvendigvis svekke noen elementer som sto sterkere i samfunnet tidligere. Interessen for å følge med på forskjellige idrettsgrener kan være et eksempel på slike elementer. Som Høgseth et al. (1973) påpeker svarte mange (spesielt kvinner) at de fulgte med på idrettssendinger fordi TV-en står på, snarere enn ut fra en faktisk egen interesse. Med flere valgmuligheter, og større aksept for å ta reflekterte valg, vil dette trolig kunne påvirke introduksjonen til gleden ved direktesendt sport. Samt et frafall fra idretter med mindre spenningsnivå, til andre idretter eller helt andre underholdningsprodukter.

4.5 Oppsummering

Teorigrunnet i denne oppgaven har forskjellige oppgaver som er ment å utfylle hverandre. De økonomiske teoriene om etterspørsel og konsumentteori har til hensikt å forklare hvordan underholdningsmarkedet idretten befinner seg i, er satt sammen. Og hvordan det har utviklet seg – i lys av de sosiologiske teoriene. Interessen for følge med på idrett kan konkret forklares ved hjelp av en oversikt over hele underholdningsmarkedet og de økonomiske teoriens utforming. De Sosiologiske teoriene hevder at moderniteten vi befinner oss i tvinger individet til å ta refleksive valg for å utvikle selvet. Slike valg er ikke lenger styrt av den første modernitets begrensninger. Noe som skulle bety at valg av spesifikke idretter, eller idrett generelt, som underholdningsprodukt, ikke ville vært påvirket av sosiale kjennetegn som

utdanningsnivå eller kjønn. Eller i minste fall at effekten av slike variabler burde vært svekket. Inglehart sine hypoteser setter dette i et perspektiv om hvordan mennesket sosialiseres inn i samfunnet. I henhold til han må betydningen av sosiale grupper sees i lys av oppvekst og ungdomsår- og hvilke økonomiske og sosiale forhold som kategoriserte denne tiden.

5. Metode

I dette kapitlet skal jeg gjøre rede for datamaterialet studien tar utgangspunkt i og metodene som brukes for å komme frem til resultatene. Kapitlet starter med en presentasjon av datamaterialet fra Norsk Monitor, etterfulgt av en gjennomgang av datakvaliteten. Videre beskrives uavhengige og avhengige variabler, samt operasjonaliseringen av disse. Avslutningsvis presenteres og begrunnes studiens empiriske analyse; den logistiske regresjonsanalyse.

Studien er gjennomført i et postpositivistisk vitenskapssyn. Dette medfører at jeg gjennomfører strukturerte prosedyrer for å sikre at analysene er nøyaktige, konsistente og kontrollbare (Trochim, 2006). Jeg er med dette klar over at jeg umulig kan være helt objektiv til funnene mine, men allikevel arbeider jeg strukturert for å unngå bias og for en så objektivt sannhet som overhode mulig.

5.1 Norsk Monitor

Denne studiens empiri er i all hovedsak basert på datamateriale fra prosjektet Norsk Monitor. Dette er en landsomfattende undersøkelse av et representativt utvalg av personer over 15 år. Undersøkelsen ble gjennomført for første gang i 1985, og har blitt gjennomført hvert andre år siden den gang (Hellevik, 2008). Den ble tidligere utført av Markeds- og Mediainstituttet (MMI), dette er nå en del av det internasjonale foretaket Ipsos. Norsk monitor er tidsseriedata, og ikke en panelundersøkelse. I og med at de samme spørsmålene stilles hver runde, blir det mulig å få tidsserier som kan gi indikasjoner om utvikling og endringsprosesser i samfunnet. Noe som betyr at undersøkelsen blir mer verdifull for hver ny runde innsamlede data. Norsk monitor er en svært omfattende spørreundersøkelse, som nærmer seg 3000 opplysninger pr. respondent, delt utover ca. 130 sider (Breivik, 2013). Innsamlingsprosessen starter med et rekruteringsintervju, før utvalget fyller ut undersøkelsen på egen hånd. Før 1997 ble det anvendt hjemmebesøk for intervjuene, etter dette har intervjuene foregått over telefon. Dette er bakgrunnen for at antallet respondenter økte betraktelig fra 1995 til 1997.

Årstall	1985	1987	1989	1991	1993	1995	1997	1999	2001
Utvalg	2212	2818	2915	2948	3058	3025	4257	4084	4058
Årstall	2003	2005	2007	2009	2011	2013	2015	Totalt	
Utvalg	3955	3849	3909	3597	3980	3812	3981	56458	

Tabell 5.1: Utvalgsstørrelse fra 1985 til 2015.

5.1.1 Norsk Monitor og interesse for å følge med på idrett

Allerede ved oppstarten av prosjektet Norsk Monitor var spørsmål om interesse for å følge med på idrett inkludert. Empirien strekker seg tilbake til 1985 for seks av idrettene; skøyteløp, Ishockey, alpint, friidrett, fotball og tennis. 1989 for tre av idrettene; golf, boksing og motorsport. 1993 for tre av idrettene; dans, turn og kunsthopp. I 1995 og 1997 ble henholdsvis håndball og basketball med i undersøkelse. Videre ble det i 2003 inkludert syv nye idretter; skihopp, langrenn, skiskyting, snowboard, volleyball/sandvolleyball, sykkel og svømming. Det siste innskuddet i datasettet er ekstremsport, som ble inkludert i 2013.

5.1.2 Norsk Monitor og verdier

Norsk Monitor har siden oppstarten inkludert 61 spørsmål som til sammen danner 25 par med verdipotoper. Spørsmålene stilles på en slik måte at man graderer hvor enige man er i forskjellige utsagn. Verdipotopene er motpotoper som for eksempel 'lovrespekt' og 'lovforakt'. De 25 verdipotopene måler verdier på bakgrunn av tre kategorier; *samfunnsmessige* eller *politiske verdier*, *mellommenneskelige verdier* og *personlige verdier*. Samfunnsmessige eller politiske verdier handler om hvordan respondentene ønsker at samfunnet skal være. Mellommenneskelige verdier omhandler hvordan forhold respondentene ønsker å ha til menneskene rundt seg. De personlige verdiene forklarer hvordan respondentene ønsker å ha det eller være selv. Med utgangspunkt i verdiene dannes fire dimensjoner; moderne materialister, moderne idealister, tradisjonelle materialister og tradisjonelle idealister. Respondentene plasseres innenfor en av disse dimensjonene ut fra deres svar på de 61 spørsmålene, og i forhold til de andre respondentene sine svar. For hver datainnsamling plasserer Norsk Monitor om lag like stor andel i hver dimensjon (Hellevik, 2008).

5.1.3 Datakvalitet

Da datamaterialet jeg skal arbeide med er samlet inn av Ipsos MMI, har ikke jeg muligheten til å gjøre grep for å bedre kvaliteten på dataen. Spørsmålet som jeg da må stille meg er; kan jeg stole på dataen er representativ for den norske befolkningen? Hellevik (2015) viser til at det har vært en del kritikk rettet mot utvalgsundersøkelers representativitet i befolkningen. Bakgrunnen for denne kritikken er den synkende villigheten til å delta i slike undersøkelser. Datasettet norsk monitor er et av flere som det har blitt stilt spørsmålstegn ved.

Hellevik (2015) tar opp diskusjonen rundt norsk monitors representativitet. Han viser til norsk monitors respondentbortfall i 2013. Dette er svært problematisk, samtidig argumenter han for at svarene fortsatt er representative for den norske befolkningen. Dette fordi bortfallet ikke er av en systematisk, men av en tilfeldig karakter. Dette vil si at bortfallet av respondenter i norsk monitor ikke skaper en utvalgsskjevhet. Det er altså relativt tilfeldig hvem som velger å gjennomføre undersøkelsen, og hvem som velger å takke nei. Bakgrunnen for at Hellevik (2015) påstår dette, er flere undersøkelser av datamaterialet. Han argumenterer blant annet for at de relativt små forskjellene mellom respondentenes svar på foretrukket politisk parti og resultatene i politiske valg, kan forklares av andre faktorer.

Samtidig bruker Ipsos MMI sin erfaring til å tilrettelegge for normale faktorer som kan føre til utvalgsskjevhet. De tar blant annet høyde for kjønn, alder og geografi når de velger ut sitt utvalg. Ipsos MMI inkluderer derfor flere personer fra grupper i samfunnet som normalt svarer nei. De bruker altså en disproporsjonal stratifisert utvelging, de inkluderer blant annet flere menn og unge. Dette reduserer utvalgsusikkerheten- respondentenes deskriptive data ligner befolkningsstatistikken i Norge (Hellevik, 2015).

Konklusjonen som Hellevik (2015) presenterer i sin artikkel er at utvalgsundersøkelser er mer representative og robuste enn hva de ofte blir beskyldt for å være. Derfor velger jeg å stole på at dataen jeg mottar fra Ipsos MMI er representativ for den norske befolkningen. Jeg mener med bakgrunn i dette at resultatene jeg ender opp med, vil være gode indikatorer for hvordan interessen for forskjellige idrettsgrener er- og har vært- i Norge.

Ettersom svaralternativene for spørsmålene fra Norsk Monitor om interessen for å følge med på idrett er av en subjektiv karakter, vil ikke nødvendigvis hver respondent vekte sin grad av interesse likt. Dette vil si at en person som selv mener han/hun er meget interessert i langrenn, kan følge mindre med enn en person som svarer litt interessert. Ettersom utvalgene er såpass store, velger jeg å godta at det kan være noen problemer med den subjektive vektingen av svaralternativene. Uten at dette vil få store konsekvenser for resultatene. Et annen problemområde kan være at utvalget av idretter stiger i perioden. Dette kan føre til at respondentene setter sin interesse i de forskjellige idrettene opp mot hverandre. En person som er lidenskapelig interessert i håndball kan ha svart meget interessert på andre idretter før håndball ble inkludert. Men med

interessen for håndball som et spørsmål, vil kanskje litt interessert passe bedre for andre idretter.

5.2 Operasjonalisering

Oppgavens resultater baserer seg på regresjonsanalyser fra seks avhengige og fem uavhengige variabler. Nedenfor redegjøres det for de konkrete operasjonaliseringene av de forskjellige variablene, som utgjør empirien i analysen.

5.2.1 Avhengig variabel

De avhengige variablene bygger på et spørsmål som har vært inkludert i Norsk Monitor siden 1985 (vedlegg 13):

«Hvor interessert er du i å følge med i følgende idrettsgrener?».

Til dette spørsmålet skal respondentene svare «*Meget interessert*», «*Litt interessert*» eller «*Overhode ikke interessert*», på alle idrettene nevnt i 4.1.1. Jeg mener personer som er meget interessert er den gruppen som gir best indikator for interesse i de forskjellige idrettene. Derfor har jeg valgt å kode «*Litt interessert*» og «*Overhode ikke interessert*» som 0. «*Meget interessert*» blir da kodet som 1, og blir i realiteten min avhengige variabel. Analysene av mine avhengige variabler starter da fra det året hver enkelt idrett har blitt inkludert i Norsk Monitor. Jeg har valgt ut de idrettene som Høgseth et al. (1973) sin studie fant som de fire idrettene som flest fulgte med på; fotball, langrenn, skøyteløp og friidrett. I tillegg har jeg valgt å ta med den eneste av idretten som har en positiv interesselend over en lengre periode i datamaterialet; sykkel.

I tillegg til utvalget av idretter har jeg laget en samlevariabel som jeg har kalt 'generell idrettsinteresse'. Jeg har valgt å lage en slik variabel ettersom den gir en god oversikt over alle som er meget interessert i å følge med på minst en idrett. Dette gir en større oversikt over hvor stor del av befolkningen som er meget interessert i idrett. Denne avhengige variabelen koder alle som har svart at de er meget interessert i minst en idrett som 1. De som ikke har svart at de er meget interessert i noen idretter kodes som 0. Andelene som er meget interessert i minimum en idrett, vil naturlig bli større desto flere idretter som er inkludert i undersøkelsen. Ettersom de 22 forskjellige idrettene har blitt inkludert i undersøkelsen på forskjellige tidspunkt, vil resultatenes viktigste aspekt være forholdet mellom de forskjellige kategoriene i de uavhengige variablene.

5.2.2 Demografiske variabler

Innen tidligere forskning er det spesielt tre demografiske faktorer som vektlegges; kjønn, alder og en variabel som tar for seg et mål på sosial ulikhet (Breivik, 2013; James & Ross, 2004; Mehus, 2005; Rafoss & Seippel, 2016). I datamaterialet jeg bruker er det få indikatorer på sosial klasse som går langt nok tilbake i tid. Den eneste måleenheten som gir et mål på sosial klasse, og som går langt nok tilbake i tid er spørsmålet «Hva er din høyeste avsluttede utdanning?». Dette blir derfor mitt mål på sosial klasse. Dette spørsmålet har fem svaralternativer i undersøkelsen; Folkeskole/Framhaldskolenivå, Ungdomsskole/Realskolenivå, Videregående skole/Gymnasnivå, Høyskole/ Universitet lavere nivå og Høyskole/ Universitet høyere nivå. Sistnevnte svaralternativ ble først inkludert i undersøkelsen i 2011. Med bakgrunn i deskriptiv data har jeg valgt å dele utdanningsvariabelen inn i tre verdier; Utdanningsnivå 1, utdanningsnivå 2 og utdanningsnivå 3. Førstnevnte inkluderer dermed folkeskole/framhaldskolenivå og ungdomsskole/realskolenivå. Utdanningsnivå 2 er fullført videregående skole/ gymnasnivå, og høyskole/ universitet på lavere og høyere nivå danner mitt siste utdanningsnivå- utdanningsnivå 3.

Egen utdanning har sine utfordringer som et godt mål i slike undersøkelser som denne studien tar utgangspunkt i. Breivik (2013) forklarer hvordan alder har en stor påvirkning på sosial klasse. Respondentene i undersøkelsen er fra 15 til 96 år. Dette innebærer at mange av de yngre ikke er ferdig med sin utdanning. Samtidig vil utdanningsnivået til mange av de eldre i undersøkelsen være misvisende til deres sosial klasse. Dette med bakgrunn i at det har blitt betydelig mer normalt å utdanne seg (Breivik, 2013). Uansett om utdanning har sine svakheter, tilfører det studien min en ekstra dimensjon. Det gir en relativt god indikator på hvordan utdanning påvirker mine avhengige variabler.

Derfor velger jeg å inkludere utdanningsnivå som en uavhengig variabel i studien min.

Studiens andre uavhengige variabel er kjønn. I analysene vil kvinner kodes som 0, og menn som 1. Alder er studiens tredje og siste demografiske uavhengige variabel.

Aldersspennet blant respondentene er fra 15 til 96 år. Tidligere forskning har valgt to tilnærminger til aldersvariabelen; undersøke noen spesifikke aldersstrinn (Rafoss & Seippel, 2016) og slå sammen flere aldersstrinn til tre eller fire aldersvariabler (Breivik, 2013; Høgseth et al., 1973; Fasting, 1975). Med utgangspunkt i empirien fra Norsk Monitor har jeg valgt å danne fire alderskategorier; 15-24 år, 25-39 år, 40-59 år og 60-96 år. Bakgrunnen for at jeg har valgt å danne flere alderskategorier er at jeg ønsker å

utforske endringer i de forskjellige kategoriene over tid. For å kunne svare på hypotesene som omfatter alder er det nødvendig å dele aldersvariabelen på en slik måte at jeg kan utforske forskjeller mellom generasjoner. Aldersintervallene som blir brukt i studien er valgt ut på bakgrunn av deskriptiv statistikk på alderen til respondentene.

5.2.3 Variabler som sier noe om holdninger og verdier

Resultatene fra undersøkelsens 25 verdipar analyser Norsk Monitor med en faktoranalyse for å danne et *verdikart* (vedlegg 7). Resultater fra faktoranalysen gir svar på avstanden mellom de forskjellige verdiene i verdikartet. Verdikartet deles inn i dimensjonene moderne-tradisjonell og materialistisk-idealistisk. Respondentene får, med utgangspunkt i sin plassering på verdikartet, en verdi mellom -24884 og 20928 på den moderne-tradisjonelle verdidimensjonen og -20816 og 17544 på materialistisk-idealistisk dimensjonen.

For å operasjonalisere de to verdidimensjonene har jeg først valgt å standardisere variablene. Med dette får jeg verdier som enklere kan brukes, og sammenliknes med hverandre. Dette gjøres ved å dele alle verdiene på den høyeste verdien. Quartilene en og tre (25% og 75%) brukes til å forklare forskjellene i variablene i de grafiske fremstillingene av dimensjonene. Variabelen som tar for seg den første verdidimensjonen (tradisjonelle mot moderne verdisyn) kalles 'dimensjon 1'. Den andre verdidimensjonen (materialistisk mot idealistisk verdisyn) kalles 'dimensjon 2'.

5.3 Logistisk regresjon

Innen samfunnsforskning har regresjonsanalyse vokst frem som den dominerende statistiske analysen. Dette med bakgrunn i metodens fortrinn ved analyser som stadig brukes innen samfunnsforskningen- da spesielt *multivariate analyser*. Dette er analyser som tar høyde for flere uavhengige variabler for å belyse en avhengig variabel. Ved slike analyser vil tradisjonelle statistiske analyser, slik som krysstabellanalyse, komme til kort. Ordinær regresjonsanalyse- også kalt lineær regresjon (OLS) - har en rekke forutsetninger som datamaterialet må oppfylle. Den aller viktigste av disse forutsetningene er at den avhengige variabelen som skal belyses, er kategorisert som kvantitativ eller metrisk. Altså at variabelen er på intervall- eller forholdstallsnivå (ratio) (Tuftes, 2000). Minste kvadrats metode brukes for å estimere lineær regresjon. Hensikten med analysen er å finne regresjonskoeffisientene i den lineære regresjonsmodellen som leverer den laveste kvadrerte avstanden mellom observerte og predikerte Y-verdier.

Dette for å utforske hvor godt en uavhengig variabel forklarer endringer i den avhengige variabelen (Eikemo & Clausen, 2012).

Om den avhengige variabelen ikke tilfredsstillter forutsetningene for ordinær logistisk regresjon er det alternativer. Da samfunnsvitenskapelige studier ofte ønsker å utforske avhengige variabler som er dikotome, eller på nominal-/ordinalnivå, har den dominerende regresjonsmetoden etter millenniumskiftet blitt logistisk regresjon (Tuftte, 2000). Denne regresjonsmetoden estimerer regresjonskoeffisientene henseende til *Maximum Likelihood*. Dette forklarer Eikemo & Clausen (2012) som at logistisk regresjon har til hensikt å maksimere sannsynligheten for at de observerte X- og Y-verdiene opptrer sammen, der OLS-regresjon minimerer den gjennomsnittlige feilproduksjonen.

Da idrettsinteresse er målt i ‘meget interessert’, ‘litt interessert’ og ‘overhode ikke interessert’, kategoriseres i utgangspunktet min avhengige variabel som ordinal. Det vil med andre ord bety at mitt datamateriale ikke tilfredsstillter forutsetningene for ordinær lineær regresjon, ergo må jeg benytte meg av logistisk regresjon. Den ordinære logistiske regresjonsanalysen- binomisk logistisk regresjon- er avhengig av dikotome avhengige variabler (Tuftte, 2012). Det er to måter å løse dette problemet på, jeg kan omkode min avhengige variabel slik at den møter forutsetningene til binomisk logistisk regresjon. Eller ta i bruk *ordinal logistisk regresjon*. Denne regresjonsanalysen deler den avhengige variabelen inn i flere dikotome variabler. Først velges en referansekategori på den avhengige variabelen. Deretter sammenlignes de andre kategoriene med denne. Dette gjøres ved å danne *dummyvariabler* for de resterende kategoriene (Ibid). Slike dummyvariabler kodes til om man har/ikke har krysset av for ‘litt interessert’ og ‘overhode ikke interessert’. Som da sammenlignes opp mot ‘meget interessert’.

Ordinal logistisk regresjon er en mer avansert regresjonsanalyse, uten at den nødvendigvis belyser problemstillingen bedre. Jeg er ikke ute ett hvem som er ‘litt interessert’ eller ‘overhode ikke interessert’, ettersom jeg mener kategorien ‘meget interessert’ vil gi de mest interessante resultatene på interessen for å følge med på idrett. Jeg har derfor valgt å omkode min avhengige variabel til en dikotom variabel for idrettsinteresse; Meget interessert (1), litt interessert (0) og overhode ikke interessert (0). For å forstå fremgangsmåten og resultatene av en binomisk logistisk regresjon, skal

jeg nedenfor forklare *sannsynlighet, odds, logiten/log oddsen, oddsratio og predikerte sannsynligheter*.

5.3.1 Sannsynlighet

Sannsynlighet er et mål på hva sjansen er for at en hendelse inntreffer eller ikke. Innenfor dikotome variabler vil dette si at deltagerne av studien har krysset av for ja (1) eller nei (0). For å finne sannsynligheten for at personer har krysset av Ja, deles antallet som har verdien 1 med antallet av hele studien. Dette vil gi et tall på mellom 0 og 1, som er sannsynligheten (Tufte, 2000).

5.3.2 Odds

Odds (φ) er et forholdstall som uttrykker blandingsforholdet mellom sannsynligheten for at noe inntreffer (P) og at noe ikke inntreffer (1-P). Slik som vist i formelen under:

$$\varphi = \frac{P}{(1 - P)}$$

Odds uttrykkes som en positiv verdi. Ved høyere odds, desto større sannsynlighet for at noe inntreffer. Ved en odds på 1, er det like stor sannsynlighet for at noe inntreffer, som at det ikke inntreffer. Ved at sannsynligheten øker, kan odds bli uendelig stor, men aldri bli negativ. Omgjøring fra sannsynlighet til odds er første steget på veien til binomisk logistisk regresjon. Ved å regne om sannsynligheten til odds, fjernes den øvre grensen som man møter på ved sannsynlighetsregning (verdi 1). Neste steg er å fjerne den nedre grensen. Dette gjøres ved å regne ut den naturlige logaritmen av odds (Tufte, 2000).

5.3.3 Log-odds

Log-odds, eller logiten, er et nødvendig steg i logistisk regresjon, da denne funksjonen gir en avhengig variabel som går fra pluss uendelig til minus uendelig. Dette fjerner begrensningene på regresjonsligningenes koeffisientverdier. Det er ikke mulig å gjennomføre logistisk regresjon med slike begrensninger. Samtidig som rangeringen tallene imellom opprettholdes. Resultatene kan regnes tilbake til sannsynlighet, uten at verdiene faller utenfor 0 og 1 (Eikemo & Clausen, 2012; Tufte, 2000). Formelen for log-odds er som følger:

$$\ln\left(\frac{P}{1 - P}\right)$$

Eikemo & Clausen (2012) forklarer at den avhengige variabelen i logistisk regresjon er logaritmen til oddsen for $Y=1$. I mitt forskningsprosjekt vil dette si at den avhengige variabelen er logaritmen til oddsen for å være ‘meget interessert’ i den idretten som analyseres. Formelen for den logistiske regresjon er som følger:

$$L = \ln\left(\frac{P}{1-P}\right) = b_0 + b_1x_1 + \dots + b_nx_n$$

I regresjonsformelen er b_0 konstantleddet. De andre koeffisientene vises som b_1 - b_n , disse viser hvor mye logiten endres ved en enhets økning i verdi hos de uavhengige variablene. Samtidig som de andre uavhengige variablene holdes konstant. Med utgangspunkt i koeffisientenes fortegn, kan man lese av koeffisientens påvirkning på avhengig variabel. Positivt fortegn betyr positiv sammenheng, negativt fortegn betyr negativ sammenheng. Altså at oddsen (og da også sannsynligheten) henholdsvis øker og synker med høyere verdi på den uavhengige variabelen (Tufte, 2000). En enklere måte å forstå resultatene fra en logistisk regresjon, er å presentere de i oddsratio.

5.3.4 Oddsratio

Oddsratio er et forholdstall mellom odds. Dette vil si å dele oddsen for en bestemt verdi i den uavhengige variabelen (øverste del av formelen ($P_1/1 - P_1$)). Med den tilsvarende oddsen for en lavere verdi i den uavhengige variabelen (nederste del av formelen ($P_0/1 - P_0$)). Formelen for oddsratio blir da som følger:

$$\theta = \frac{\frac{P_1}{1-P_1}}{\frac{P_0}{1-P_0}}$$

Sannsynligheten for at avhengig variabel har verdien 1, på de uavhengige variablene vises her som P_1 og P_0 (Tufte, 2000).

For å kunne beregne oddsratio av resultatene i en logistisk regresjon regnes antilogaritmen av logitkoeffisientene. Dette gir den verdien oddsen for å ha verdien 1 (i den avhengige variabelen) må ganges med, når den uavhengige variabelen øker i verdi. I oddsratio er verdien 1 nullpunktet. Ved verdier høyere enn 1 stiger oddsen med høyere verdi på uavhengig variabel, og omvendt med under 1. Oddsratio kan ikke bli negativt (Tufte, 2000).

5.3.5 Predikerte sannsynligheter

Den intuitivt enkleste måten å forstå resultatene fra logistisk regresjon er å presentere de i *predikerte sannsynligheter*. Resultatene fra de predikerte sannsynlighetene kan forstås

likt som beskrevet under 3.3.1. Formelen for å omgjøre logiten til predikerte sannsynligheter er som følger (Tuft, 2000).

$$P = \frac{1}{1 + e^{-(b_0 + b_1x_1 + \dots + b_nx_n)}}$$

5.3.6 Naglekerke R^2

Naglekerke R^2 er et mål for vurdere om en logistisk regresjonsmodell er godt tilpasset data eller ikke. Verdiene varierer mellom 0 og 1, hvor modellens forklaringskraft stiger i takt med verdiene. Naglekerke R^2 har sine svakheter, men gir i mitt tilfelle en god mulighet for å følge modellens forklaringskraft over tid (Tuft, 2000). Som det fremkommer av vedlegg 1 har forklaringskraften til de fleste modellene styrket seg i perioden. Unntaket er modellen til den avhengige variablene 'generell idrettsinteresse' som synker i løpet av perioden, mens fotball har holdt seg relativt stabil etter et fall de første tre analysene. Modellene forklaringskraft er jevnt over gode.

5.3.7 Forutsetninger for binomisk logistisk regresjon

Logistisk regresjon har ingen forutsetninger for fordeling av de uavhengige variablene. Den håndterer alt fra dikotome til numeriske variabler, og kan kombinere dem (O'Donoghue, 2012). En spesifikk forutsetning for binomisk logistisk regresjon er, som nevnt tidligere, at avhengig variabel må være dikotom (Tuft, 2000). De resterende forutsetningene gjelder samtlige logistiske regresjonsanalyser. For det første skal det være fravær av multikollinearitet. Altså at det ikke er en sterk lineær sammenheng mellom to eller flere av modellens uavhengige variabler. For det andre skal sannsynligheten eller andelen være avhengig av de uavhengige variablene. Det skal altså være fravær av bakenforliggende variabler som korrelerer med de uavhengige variablene som inngår i analysen, og som er årsaken til endring i den avhengige variabelen. For det tredje skal den logistiske kurven gi en korrekt beskrivelse av den empiriske sammenhengen (O'Donoghue, 2012; Skog, 2013; Tuft, 2000).

For å kontrollere for den første av forutsetningene for ordinær logistisk regresjon anvendes en korrelasjonsmatrise. Ettersom ingen av mine uavhengige variabler korrelerer med mer enn 0,8, er første forutsetning oppfylt (vedlegg 3). Den andre forutsetningen forklarer Skog (2013) som den empirisk vanskeligste å oppfylle, samtidig er dette også den viktigste av de tre forutsetningene. I ikke-eksperimentelle studier, slik som denne, er det derfor nødvendig å kontrollere for flere variabler, noe denne studien gjør. Den tredje forutsetningen testes ved å anvende Hosmer-Lemeshow-

testen. Den tester om regresjonskurven faktisk er logistisk. I en slik test er nullhypotesen at modellen passer til data. Om det er signifikante avvik mellom observerte og predikerte frekvenser, tyder det på en dårlig tilpasset modell (Christophersen, 2013; Skog, 2013). Hosmer-Lemshow testen viser at det ikke var noen signifikante avvik for modellene til friidrett og skøyter (vedlegg 2). Testen viser at resten av idrettene hadde noen årstall som viste signifikante avvik. Da dette gjelder svært få årstall, og utvalget er av en slik størrelse, velger jeg å lene meg på sentralgrenseteoremet. Dermed konkluderer jeg med at alle forutsetningene for logistisk regresjon er oppfylt.

5.4 Presentasjon av resultater

Resultatene fra mine analyser presenteres i deskriptiv statistikk og resultater fra logistiske regresjonsanalyser. Første del av den deskriptive statistikken presenteres ved gjennomsnittstall fra hele tidsserien på samtlige variabler. Videre presenteres et søylediagram som tar utgangspunkt i hver idretts inkluderingsår i undersøkelsen, og sammenligner det med tallene fra 2015. Avslutningsvis er det en grafisk fremstilling andelen som er 'meget interessert', 'litt interessert' og 'overhode ikke interessert' i mitt utvalg idretter i perioden. Resultatene som kommer direkte fra den logistiske regresjonsanalysen - logaritmer - gir ikke en veldig god intuitiv forståelse av resultatene (Tuft, 2000). Derfor har jeg valgt å presentere resultatene fra regresjonsanalysene i linjediagrammer basert på predikerte sannsynligheter og oddsratio der oddsratio gir et mer intuitivt bilde av forholdet. Bakgrunnen for dette er at predikerte sannsynligheter og oddsratio sammen gir et godt bilde på hvor populært det er å følge med på idrett, og forholdet mellom kategoriene i de uavhengige variablene.

5.4.1 Gjennomsnittsverdier

Regresjonsanalysene som utføres i denne studien presenteres i grafer. Dette for å gjøre resultatene mer oversiktlige og forståelige. For å muliggjøre en slik presentasjon av resultater, må resultatene ta utgangspunkt i gjennomsnittsverdier av de uavhengige variablene som ikke blir presentert. Med utgangspunkt i deskriptiv data fra datasettet studien er basert på, er utdanningsnivå 2, kvinner, Voksne (40-59 år), verdiene 0,0276 for dimensjon 1 og -0,0006 for dimensjon 2 gjennomsnittsverdier.

6. Resultater

I dette kapitlet presenteres befolkningens interesse for å følge med på idrett de siste 30 årene. Kapitlets første del er resultater fra uni- og bivariate analyser av de forskjellige idrettene. Deretter følger resultatene fra de logistiske regresjonsanalysene. Denne tar for seg hvilke variabler som har betydning for befolkningens interesse for å følge med på idrett, og hvordan dette har endret seg de siste 30 årene.

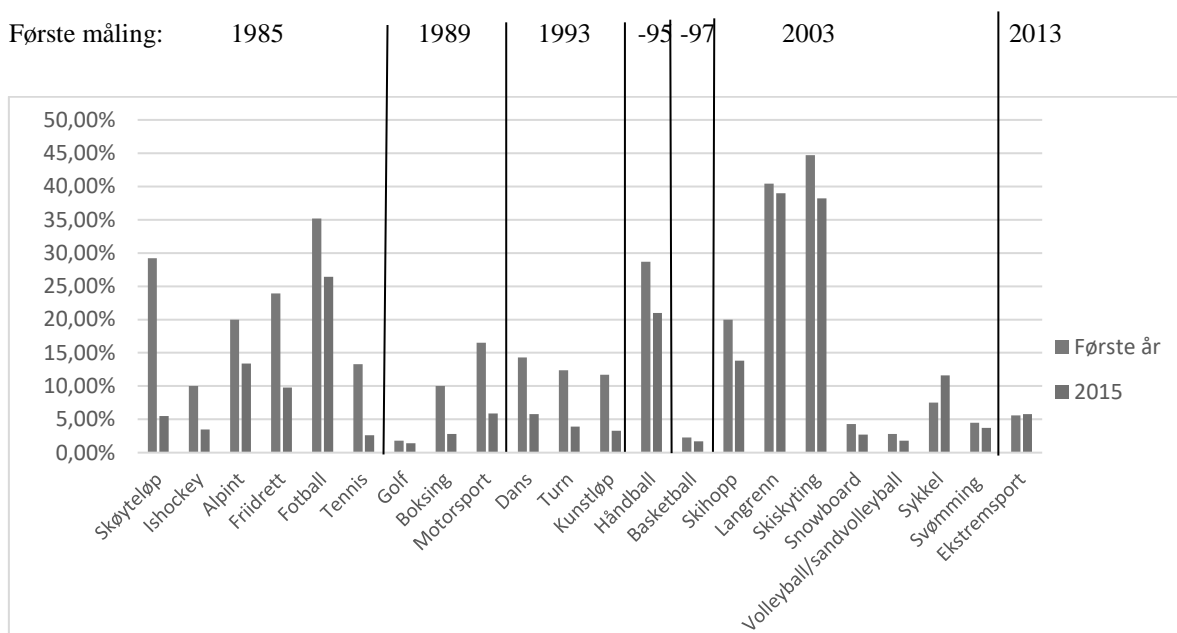
6.1 *Deskriptiv statistikk*

Deskriptiv statistikk for de uavhengige og avhengige variabler vises i henholdsvis vedlegg 4 og 5. Begge tabellene viser deskriptiv statistikk fra hele perioden 1985 til 2015. I vedlegg 4 fremkommer det at undersøkelsen har en relativt jevn kjønnsfordeling, 46,6 % menn mot 53,4 % kvinner. Undersøkelsens gjennomsnittsalder er 45 år, med en spredning fra 15 til 96 år. I undersøkelsen har om lag 40 % utdanning fra høyskole/universitet, 35 % fullført videregående skole og 24 % fullført grunnskolen. Gjennomsnittet av undersøkelsen plasserer seg i de tradisjonelle og materialistiske verdidimensjonene. De avhengige variablene som fremkommer i vedlegg 5 tar høyde for de valide snittverdiene, dette med bakgrunn i at ikke alle idrettene har vært inkludert i undersøkelsen siden 1985. Hver enkelt idretts inkluderingsår ble beskrevet i 4.1.1, store deler av mangelen på data skyldes dette. Resultatene viser at 11 % er totalt uinteressert i idrett (de har hverken krysset av for «meget interessert» eller «noe interessert» på noen av idrettene som var inkludert i undersøkelsen da de svarte). 62,2 % svarte at de var meget interessert i minimum en idrett. De valide snittverdiene viser at skiskyting er den mest populære idretten, tett fulgt av langrenn. Fotball kommer på tredjeplass i popularitet. Henholdsvis 45,9 %, 41,4 % og 30 % er interessert i å følge med på disse idrettene. De minst attraktive idrettene å følge med på er basketball med 1,5 % og golf med 2,1 %.

6.2 *Utviklingen av idrettsinteresse fra 1985 til 2015*

Utviklingen av interessen for de forskjellige idrettene presenteres i figur 6.1. Figuren viser prosentandelen som svarte at de var meget interessert i hver enkelt idrett i 2015 og de forskjellige idrettens første måling. Idrettene er plassert i kronologisk rekkefølge etter hvilket år de ble inkludert i undersøkelsen. Resultatene viser at det er en generell trend at interessen for å følge med på idrett faller drastisk. I utvalget er det kun sykkel og ekstremспорт (som bare har vært med siden 2013) som har en økende popularitet i

perioden. Her ser vi en prosentøkning på henholdsvis 54,7 % og 3,6 %. Utvalgets tapere er blant annet skøyteløp, tennis, boksing og kunstløp (nedgang på henholdsvis 81,2 %, 80,5 %, 72 % og 71,8 %). Interessen for å følge med på utvalget av idretter har en gjennomsnittlig nedgang på hele 38 %.

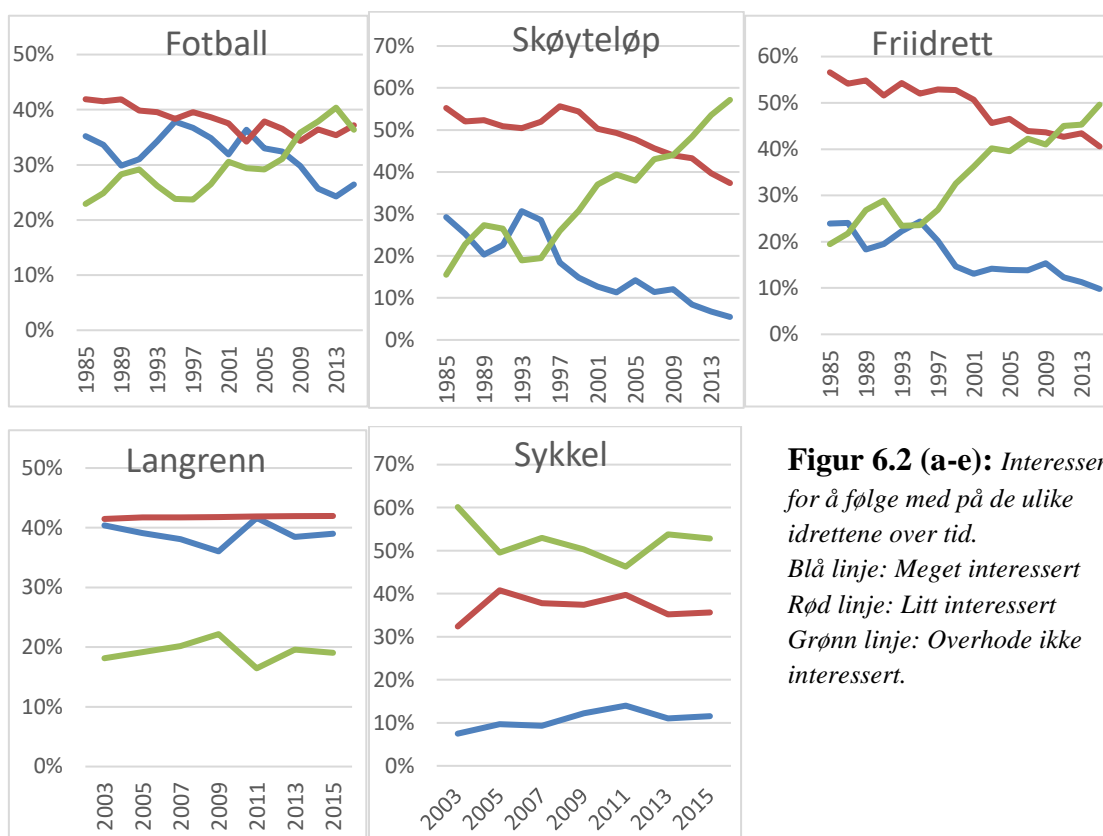


Figur 6.1: Endring av meget interessert i å følge med på forskjellige idretter. Fra hver respektive idretts første måling og 2015.

6.2.1 Fotball, skøyteløp, friidrett, langrenn og sykkel

Oppgavens skal videre avgrenses til fotball, skøyteløp, friidrett, langrenn, sykkel og 'generell idrettsinteresse'. Figur 6.2 (a-e) beskriver interessen for å følge med på utvalget av idretter. Her kan vi se at samtlige, med unntak av sykkel har en interessenedgang. Som det fremkommer av figur 6.2 (e) nådde andelen personer som er meget interessert i følge med på sykkel et toppunkt i 2011. Andelen som er litt interessert viser en lignende trend. Mellom 2011 og 2013 faller interessen noe, men 2015 tallene viser på ny en svak økning. Hele perioden sett i ett har både andelen litt og meget interessert styrket seg. Figur 6.2 (d) viser at andelen som er meget og litt interessert i å følge med på langrenn begge ligger på rundt 40 %, uten særlig store endringer i perioden. En svak nedgang vises på langrenn fra startpunktet i 2003, men vi ser en økende interesse fra bunnpunktet i 2009. Interessen for å følge med på fotball viser varierende resultater i perioden 1985 til 2003 (figur 6.2 (a)). Mellom 2003 og 2013

faller andelen som er meget interessert i å følge med på fotball betraktelig. Andelen overhode ikke interessert viser en motsatt trend. Denne trenden ser ut til å snu, med en økende andel meget og litt interesserte i 2015. Skøyteløp er som tidligere nevnt idretten med størst nedgang i interesse, friidrett kan også skilte med sterk nedgang i perioden (59 %). Skøyteløp og friidrett har lignende trender (figur 6.2 (b-c)). Fra 1995 til 2015 skytter andelen overhode ikke interessert i været. Dette på bekostning av personer som er meget og litt interessert i å følge med.



6.3 Generell idrettsinteresse

Oppgavens problemstillinger og hypoteser utforskes ved hjelp av multivariate analyser med binær logistisk regresjon. Jeg opererer med seks dikotome avhengige og fem uavhengige variabler. Redegjørelse av den logistisk regresjonsanalysen og variablene i modellen finnes i kapittelet 4.0 metode. Resultatene presenteres grafisk i predikerte sannsynligheter og oddsrater. De predikerte sannsynlighetene presenteres med gitte

kombinasjoner av verdier på de gjeldene uavhengige variablene, betinget av gjennomsnittsverdier for de resterende uavhengige variablene². Oddsratene viser forholdet mellom modellens referanseverdi og gitte verdier på de uavhengige variablene³.

6.3.1 Den generelle idrettsinteressen i endring

Her presenterer jeg endringer av interesse for å følge med på idrett basert på de uavhengige variablene alder, utdanning, kjønn, dimensjon 1 og dimensjon 2. Den første avhengige variablene som skal undersøkes er 'generell idrettsinteresse. Denne variabelen har sine begrensninger ettersom utvalget av idretter som var inkludert fra starten av tidsserien ikke er komplett. Dette vil si at de konkrete sannsynlighetene for å være meget interessert i å følge med på en idrett, ikke vil være i fokus. Derimot vil endringer i forholdet innad i de uavhengige variablene være interessante, deriblant oddsratene. De predikerte sannsynlighetene gir et bedre bilde fra 2003, ettersom alle idrettene- med unntak av ekstremsport, som ble inkludert i 2013- har blitt inkludert i undersøkelsen.

6.3.2 Alder

Slik det fremkommer av figur 6.3 har det foregått en markant endring i alderssammensetningen blant personer som har en generell idrettsinteresse. I 1985 viser de predikerte sannsynlighetene at interessen for å følge med på idrett var størst blant unge (52,5 %), etterfulgt av unge voksne (45,5 %), godt voksne (42 %) og voksne (40 %). Interessen er størst hos unge helt frem til 2001, hvor de blir tatt igjen av godt voksne. Det er også etter 2001 en ny alderssammensetning begynner å vokse frem. Unge blir videre passert av voksne i 2003. Resultatet i 2015 viser at de predikerte sannsynlighetene for å en generell idrettsinteresse forteller en helt annen historie enn i

² De predikerte sannsynlighetene er betinget av gjennomsnittsverdiene:

Kjønn: Kvinne

Alder: Voksen: 40- 59 år

Utdanning: Utdanningsnivå 2: Videregående skole

Dimensjon 1: 0,0276

Dimensjon 2: -0,0006

³ De uavhengige variabelenes referanse kategorier:

Kjønn: Kvinne

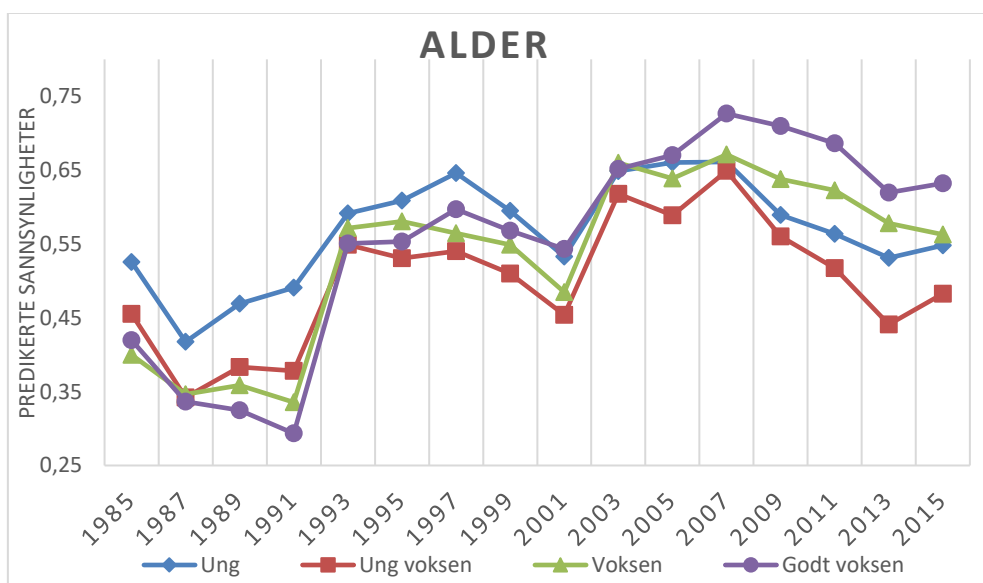
Alder: Unge: 15-24 år

Utdanning: Utdanningsnivå 1: Grunnskole

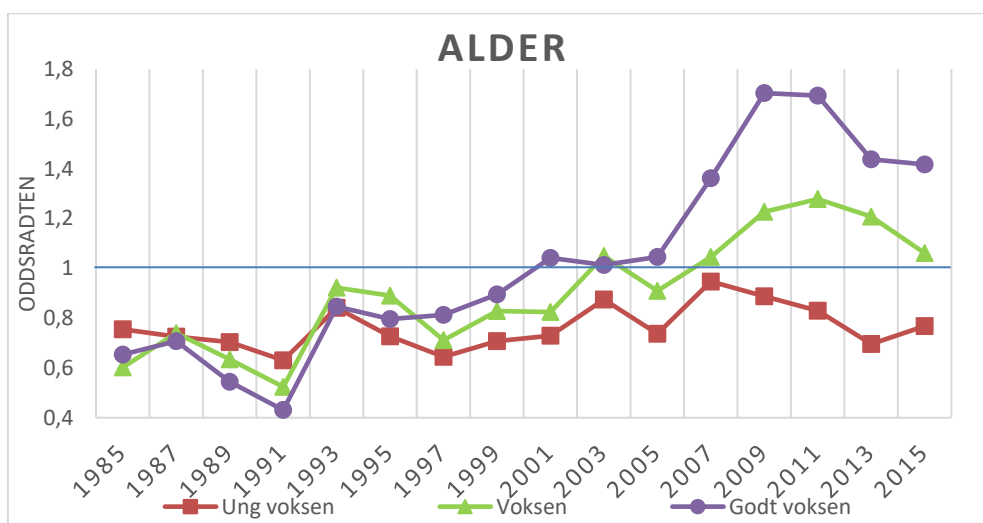
Dimensjon 1: Moderne: -0,1413; Tradisjonell: 0,1993

Dimensjon 2: Materialistisk: -0,1660; Idealistisk: 0,1609

1985. Interessen er lavest blant unge voksne (48,2 %), på tredje plass finner vi unge (54,8 %). Første og andreplass går henholdsvis til godt voksne (63,2 %) og voksne (56,3 %). Som vi ser i figur 6.4 er oddsraten til kategorien 'godt voksen' 1,42 i 2015. Dette vil si at oddsen for variabelen generell idrettsinteresse øker med 42 % når vi går fra en person mellom 15 og 24 år til en person over 60 år. Samtlige kategorier har en positiv økning av oddsraten sett opp mot kategorien ung. Dette vil si at det i perioden er størst frafall i interesse blant unge og unge voksne. Videre ser vi sterkere økning, desto høyere alderskategori.



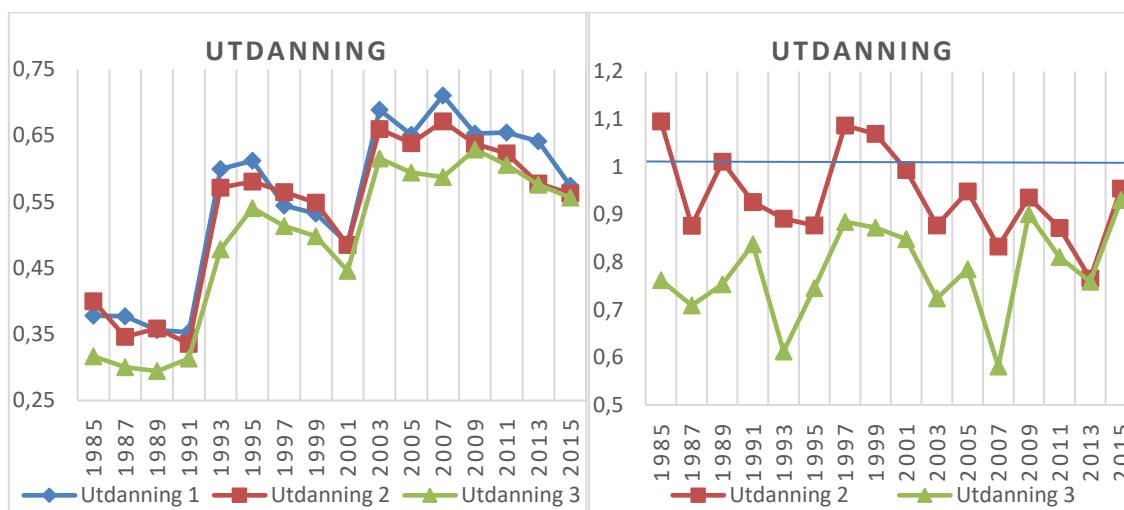
Figur 6.3: Alder: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i minimum en idrett. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.



Figur 6.4: Alder: Oddsratene for å være meget interessert i minimum en idrett. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Beregnet ut i forhold til referansekategorien 'ung' = blå strek. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.

6.3.3 Utdanning

Utdanningsnivået til personer som har en generell idrettsinteresse, viser at betydningen utdanningsnivå har på idrettsinteressen har endret seg noe i tidsperioden. Som det fremkommer av figur 6.6 har personer med utdanningsnivå 2- fullført videregående skole- en svak negativ trend i forhold til referansekategori utdanning 1- fullført grunnskolen. Derimot ser vi en positiv endring i oddsraten til personer med høyere utdanning- utdanningsnivå 3. I 1985 var oddsen for at en person med høyere utdanning skulle ha en generell idrettsinteresse bare 76 % av oddsen for en person med utdanningsnivå 1. I 2015 er oddsraten til personer med utdanningsnivå 3 0,93. Dette betyr at oddsen for at en personer med høyere utdanning i 2015 er 93 % av oddsen for at en person med bare fullført grunnskoleutdanning. I figur 6.5 ser vi at det i 2015 er en predikert sannsynlighet på 57 % for at en person med utdanningsnivå 1- betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene- skal ha en generell idrettsinteresse. For de resterende kategoriene ser vi predikerte sannsynligheter på 56 % for utdanningsnivå 2 og 55 % for utdanningsnivå 3.

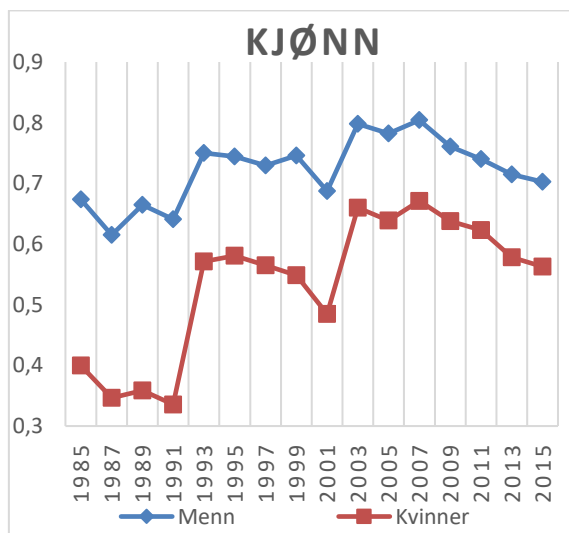


Figur 6.5: Utdanning: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i minimum en idrett. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.

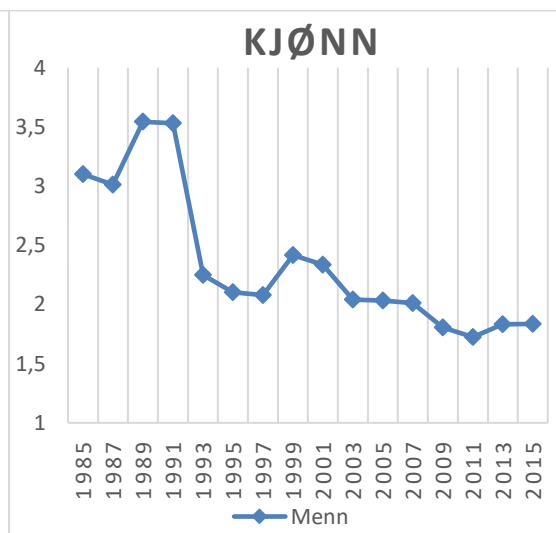
Figur 6.6: Utdanning: Oddsratene for å være meget interessert i minimum en idrett. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Beregnet ut i forhold til referansekategori 'utdanningsnivå 1' = blå strek. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.

6.3.4 Kjønn

I likhet med utdanning ser vi i figur 6.6 endringer i betydningen av kjønn på den predikerte sannsynligheten for å ha en generell idrettsinteresse. De predikerte sannsynlighetene viser en klar trend om mindre forskjeller mellom kvinner og menn. Samtidig ser det ut til å stabilisere seg noe etter inkluderingene av de fleste idrettene i 2003. Som vi ser av figur 6.7 viser oddsraten den samme trenden. Gapet mellom kvinner og menn ser ut til å fylles noe. Oddsen for at en mann hadde en generell idrettsinteresse var i 1985 310 % høyere enn oddsen for kvinner. Den største forskjellen finner vi i 1989, da var oddsen 354 % høyere. Disse figurene viser dog ikke et helt korrekt bilde før 2003. Som det fremkommer av figur 6.8, stuper oddsraten til menn i 1993. Dette er ikke fordi kvinner plutselig ble interessert i idrett, men inkluderingen av dans, turn og kunstløp i undersøkelsen. Dette er de tre idrettene som har størst andel kvinnelige interesserte (Breivik, 2013). Fra 2003 har, som nevnt tidligere, alle idrettene unntatt ekstremспорт blitt inkludert i undersøkelsen. Andelen menn som er har en generell idrettsinteresse synker i perioden 2003 til 2011, før den igjen stiger litt. I 2015 er oddsen for at en mann har en generell idrettsinteresse 'nede i' 184 % høyere enn oddsen for kvinner.



Figur 6.7: Kjønn: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i minimum en idrett. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.

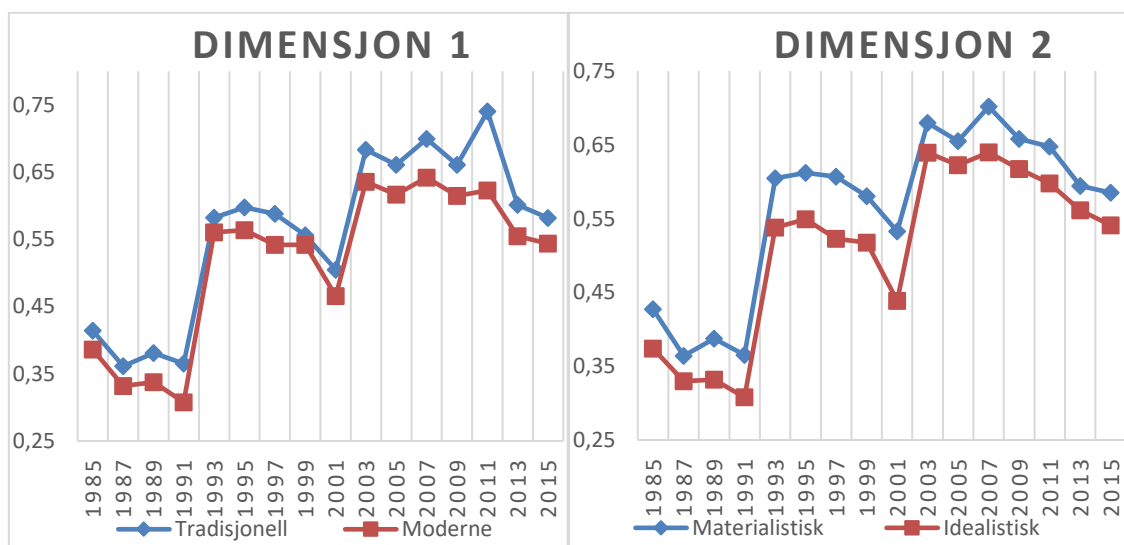


Figur 6.8: Kjønn: Oddsrater for å være meget interessert i minimum en idrett. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Beregnet ut i forhold til referansekategorien 'kvinner'. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.

6.3.5 Verdidimensjoner

Som det forekommer i figur 6.9 og 6.10 er verdidimensjonene relativt stabile forklaringsfaktorer for personer som har en generell idrettsinteresse. Personer som plasseres i den tradisjonelle verdidimensjonen har større tilbøyelighet for å følge med på idrett, enn personer med moderne verdisyn. I dimensjon 2 ser vi at det er større sannsynlighet for at personer som plasseres i den materialistiske verdidimensjonen er interessert i følge med på idrett, enn en person som plasseres i den idealistiske dimensjonen.

Der det var små forskjeller mellom de tradisjonelle og moderne verdisynene frem til 2003, har forskjellene vokst. Dette er trolig en konsekvens av inkluderingen av flere tradisjonspregede idretter i 2003. Etter dette har forskjellene vært relativt stabile. Andelen materialister var størst på 90-tallet, igjen påvirkes resultatene av inkluderingen av idrettene i 2003. Også her har andelen materialister kontra idealister holdt seg relativt stabile mellom 2003 og 2015.



Figur 6.9: Dimensjon 1: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i minimum en idrett. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.

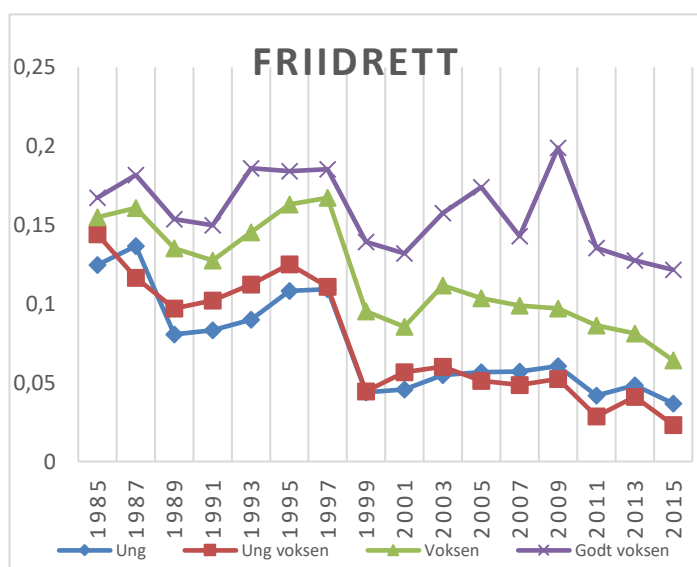
Figur 6.10: Dimensjon 2: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i minimum en idrett. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser

6.4 Fotball, skøyteløp, friidrett, langrenn og sykkel

Her skal jeg presentere resultatene fra de logistiske regresjonsanalysene for fotball, skøyteløp, friidrett, langrenn og sykkel. Hver idrett beskrives under hver av de uavhengige variablene. Utvalgte figurer presenteres i teksten, de resterende figurene plasseres i vedlegg 8 (fotball), 9 (skøyteløp), 10 (friidrett), 11 (langrenn) og 12 (sykkel).

6.4.1 Alder

Fotball, friidrett, skøyteløp og sykkel har lignende utvikling som vi så i generell idrettsinteresse. I fotball (vedlegg 8) er det veldig små forskjeller mellom de forskjellige alderskategoriene. Likevel kan vi se en gjennomgående trend frem til 2007 at unge er noe overrepresentert, tett fulgt av godt voksne. Fra 2007 faller interessen drastisk blant unge. Interessen blant godt voksne faller også, men ikke like mye som unge.



Figur 6.11: Alder: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert friidrett. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.

og nesten 85 % blant unge voksne.

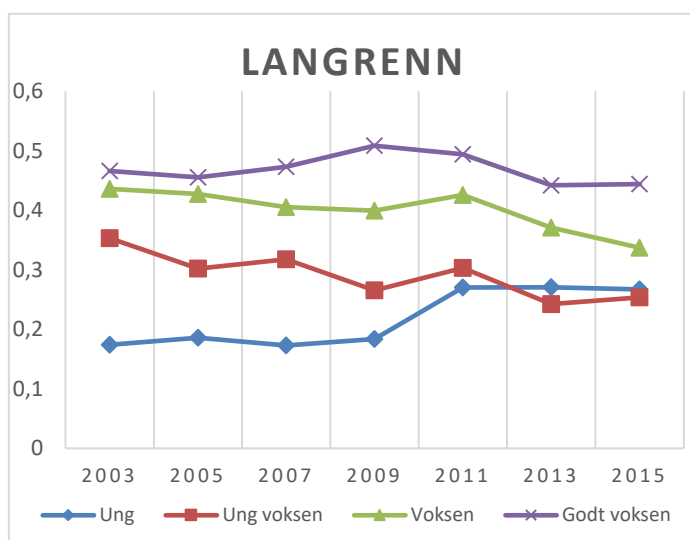
Allerede i 1985 er de unge - tross en relativt stor interesse - minst interessert i skøyteløp (vedlegg 9). Unge voksne er mest interessert, tett fulgt av godt voksne og

Interessen for friidrett var relativt jevnt fordelt mellom alderskategoriene i 1985 (figur 6.11). Fra 1985 til 2015 øker forskjellene betraktelig. Godt voksne har en veldig svak nedgang i perioden. Interessen blant voksne svekkes en god del, og nærmer seg unge og unge voksne mot slutten av perioden. Interessen blant unge og unge voksne stuper i perioden. De predikerte sannsynlighetene viser en nedgang på 70 % blant unge

voksne. Unge voksne holder interessen oppe frem til 1995, deretter stuper interessen for både unge og unge voksne. Interessen for å følge med på skøyteøp blant voksne og godt voksne holdes relativt stabil frem til 2013. Når vi skriver 2015 har samtlige aldersgrupper svært lav interesse for å følge med på skøyteøp, men vi ser fortsatt en tydelig overvekt av eldre mennesker.

Sykkel viser en økende interesse for samtlige alderskategorier i perioden (vedlegg 12). Også her starter perioden med en relativt jevn aldersbalanse. Deretter vokser forskjellene gjennom hele perioden. Sykkelinteressen blant unge når et toppunkt allerede i 2005, og synker deretter noe frem til 2015. Interessen for sykkel viser i 2015 at unge og unge voksne er underrepresentert.

Interessen for følge med på langrenn (figur 6.12) følger ikke den samme trenden som resten av idrettene. I løpet av perioden kan vi se en nedgang i alle aldersgrupper, med unntak av unge. Figuren viser at interessen blant unge har økt betraktelig i perioden

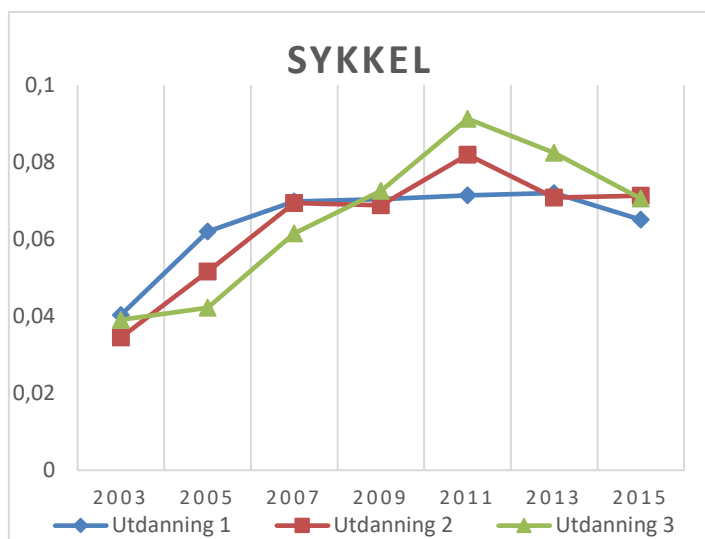


Figur 6.12: Alder: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert langrenn. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.

2003 til 2015. Når det er sagt, er interessen for langrenn fortsatt svært dominert av eldre mennesker. Langrenn står sterkt hos godt voksne mennesker. Som figur 6.12 viser har interessen vært relativt stabilt høy blant godt voksne gjennom hele perioden. Voksne har siden 2003 gjennomgått en svak negativ trend, og nærmer seg nivået til unge og unge voksne.

6.4.2 Utdanning

I fotball og friidrett er det veldig små forskjeller, og ingen tydelige trender for utdanningsnivået til de interesserte (vedlegg 8 og 10). Skøyteløp har en stabil negativ korrelasjon mellom utdanning og interesse, altså at desto høyere utdanning en person har, desto lavere predikert sannsynlighet er det for personen er interessert i å følge med



Figur 6.13: Utdanning: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert sykkel. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.

på skøyteløp.

Utdanningsforskjellene ser ut til å minske noe i løpet av perioden (vedlegg 9).

I sykkel og langrenn er det derimot en markant endring i utdanningsnivået til de som er meget interessert. I langrenn (vedlegg 11) er det relativt store forskjeller frem til 2011. Personer med utdanningsnivå 1 og 2 er svært

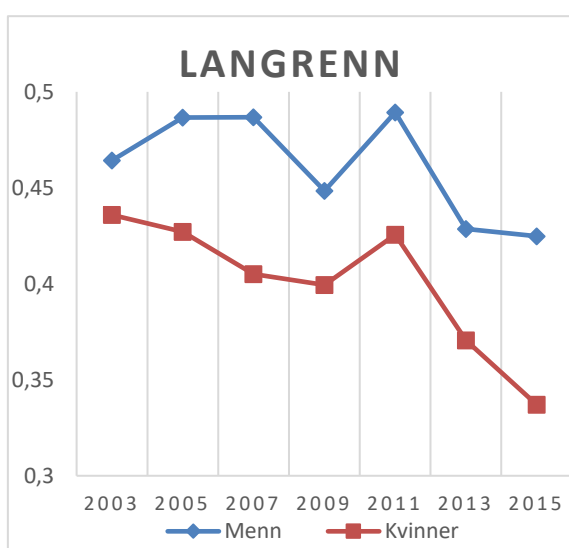
overrepresentert i undersøkelsens første år, deretter minsker forskjellene. Fra og med 2013 er faktisk personer med høyere utdanning noe overrepresentert. Sykkelinteresserte følger den normale utdanningstrenden frem til 2007 (figur 6.13). Fra 2009 ser vi en stikk motsatt rangering av utdanningsnivået hos sykkelinteresserte. Også her øker interessen for å følge med blant personer med høyere utdanning. 2015-tallene viser at rangeringen ser ut til å jevne seg noe ut.

6.4.3 Kjønn

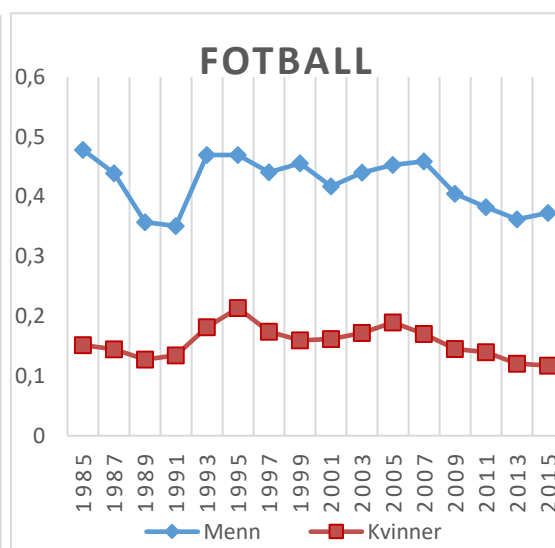
Av utvalget idretter er det ingen som har så skjev kjønnsbalanse som fotball.

Forskjellene var størst i 1985. De neste 10 årene synker forskjellene betraktelig, men fra 1995 til 2015 har andelen menn som er interessert i å følge med på fotball økt noe (figur 6.15). Betinget av gjennomsnittsverdiene viser de predikerte sannsynlighetene at 37,3 % av menn er meget interessert i følge med på fotball. Det står i sterk kontrast til de 11,7 % av kvinner med samme interesse.

Interessen for å følge med på skøyteløp og friidrett er gjennom hele perioden størst blant menn (vedlegg 9; vedlegg 10). Det er nærmest ingen endring i kjønnsbalansen gjennom perioden for disse idrettene. Andelen menn faller noe i friidrett, men det er snakk om veldig lite. Kjønnsforskjellene blant personer som er meget interessert i følge med på både sykkel (vedlegg 12) og langrenn (figur 6.14) øker i perioden. Sykkel ser en interessevekst for både menn og kvinner, men veksten er klart størst hos menn, så andelen menn ikke bare opprettholdes, men vokser også noe i perioden. For personer som er meget interessert i å følge med på langrenn ser vi i figur 6.14 en ganske liten kjønnsforskjell ved 2003. Deretter stiger forskjellene i favør menn de neste to undersøkelsene. Etter et godt år for andelen kvinner i 2009, stiger forskjellene igjen frem til periodens største kjønnsforskjell i 2015.



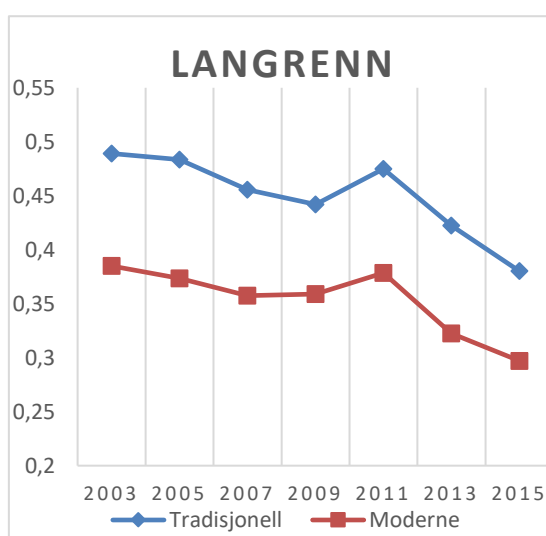
Figur 6.14: Kjønn: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert langrenn. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.



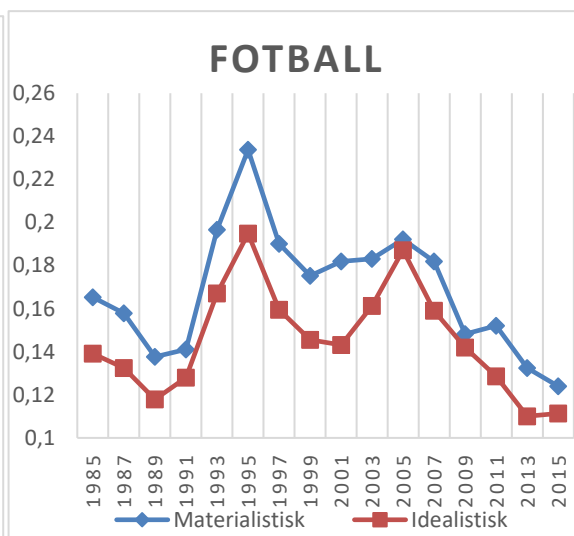
Figur 6.15: Kjønn: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert fotball. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser

6.4.4 Verdidimensjoner

Som jeg viste i variabelen generell idrettsinteresse, har idrettsinteresserte generelt et noe høyere materialistisk og tradisjonelt verdisyn. Dette blir til en viss grad også bekreftet om vi ser på utvalget mitt. Fotballinteresserte er klart mer materialistiske (figur 6.17), og noe mer tradisjonelle gjennom hele perioden (vedlegg 8). Personer som er interessert i skøyteløp og friidrett viser et tydelig tradisjonelt verdisyn. Det er ingen tydelige trend i den idealistiske/materialistiske dimensjonen i skøyteløp (vedlegg 9). Idealistisk verdisyn er noe overrepresentert mot slutten av perioden hos personer som er meget interessert i friidrett. Andelen med tradisjonelt verdisyn er svært overrepresentert blant personer med interesse for å følge med på langrenn (figur 6.16; vedlegg 11). Det er ingen tydelig trend i den materialistiske/idealistiske dimensjonen. Motsatt trend finner vi blant sykkelinteresserte (vedlegg 12). I løpet av perioden vokser andelen med personer som har materialistisk verdisyn. Det er små forskjeller i den tradisjonelle/moderne dimensjonen.



Figur 6.16: Dimensjon 1: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert langrenn. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.



Figur 6.17: Dimensjon 2: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert fotball. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene. Basert på multivariate logistiske regresjonsanalyser.

6.5 Gjennomgang av hypoteser og studiens hovedfunn

Interessen for å følge med på idrett har endret seg drastisk de siste 30 årene. En gjennomsnittlig nedgang på 38 % tyder på at H1 stemmer, og intensivering de siste 10-15 årene ser ut til å bekrefte H2. Idretten har rett og slett ikke den samme oppslutningen som den en gang hadde i Norge. I tråd med H3, viser figur 6.3 og 6.4 at frafallet er størst blant unge og unge voksne. Denne trenden er spesielt tydelig i undersøkelsens siste ti år. Kjønnforskjellene idretten er kjent for viser seg å fortsatt være gjeldene. Menn er fortsatt markant mer interessert i å følge med på idrett enn kvinner. Etter en periode med synkende forskjeller, vokser kjønnforskjellene igjen etter 2011 (figur 6.7 og 6.8). Dette sår noe tvil rundt H4. Utdanningsnivået til personer som er meget interessert i å følge med på idrett ser ut til å påvirke interessen for å følge med på idrett noe mindre mot slutten av perioden. Men analysene viser at personer med lavere utdanning fortsatt er overrepresentert blant idrettsinteresserte, selv om personer med høyere utdanning ser ut til å være mindre underrepresentert enn tidligere. Dette betyr at H5 ser ut til å stemme. Uten store forandringer gjennom perioden viser analysene at H6 ser ut til å stemme. Idrettsinteresserte står sterkest hos personer med tradisjonelle materialistiske verdier. Uansett om resultatene viser at det er forskjeller mellom idrettene.

Av utvalget idretter viser analysene at interessen for fotball synker. Dette stemmer overens med H7. Det er dog få store forandringer i de uavhengige variablene som kan forklare denne nedgangen. Både skøyteløp og friidrett viser en betraktelig interessenedgang. Som H8 også antydnet kan store deler av denne nedgangen spores tilbake til aldersgruppene unge og unge voksne. Langrennsinteressen her til lands har som forutsett i H9 holdt seg relativt stabil. Om vi ser på vedlegg 11 kommer det derimot frem to overraskende funn. For det første har interessen for å følge med på langrenn i perioden hatt en relativt kraftig vekst blant unge. For det andre har det siden 2011 vært ganske betraktelig negativ interesselend blant kvinner. Avslutningsvis påpekte H10 at interessen for å følge med på sykkel hadde økt i perioden. Dette viser seg å stemme, uansett om denne trenden ser ut til å stagnere etter 2011. Verdt å nevne at den økte interessen kan spores tilbake til voksne og godt voksne menn. Spesielt med noe høyere utdanning og et materialistisk verdisyn.

Analysens resultater viser flere funn av mindre og større betydning. Betydningen av utdanning har minsket noe, men uten å vise noen revolusjonerende trender i løpet av perioden. Det samme kan sies å gjelde for kjønnsvariabelen. Kjønnsforskjellene ser ut til å synke i perioder, før den stiger igjen. Av utvalget idretter er det ingen gjennomgående kjønntrend som kan forklare den synkende interessen for å følge med på idrett. Verdidimensjonene holder seg relativt jevne. Idrettsinteresserte har fortsatt en tyngde i den tradisjonelle materialistiske verdidimensjonen. Vi ser noen forskjeller mellom utvalget idretter, uten at det er særlig store forandringer i perioden.

Det er to elementer ved resultatene som jeg ønsker å trekke frem som oppgavens overordnede hovedfunn. Det første funnet er den generelle nedgangen i interessen for å følge med på idrett her til lands, og spesielt trendens intensivering de siste ti årene. Det andre hovedfunnet er endringene i idrettsinteresse sett opp mot alderskategorien i løpet av perioden. Da spesielt hvordan denne endringen ser ut til å sette inn sammen med intensiveringen av nedgangen de siste ti årene. Den generelle idrettsinteressen viser hvordan unge og unge voksne i mindre grad enn tidligere finner idretten å være et tiltrekkende underholdningsprodukt. Videre at dette fenomenet ser ut til å stå for en stor del av interessenedgangen.

7. Diskusjon

I denne oppgaven har jeg studert endringer i interessen for å følge med på idrett generelt, og for forskjellige idrettsgrener i perioden 1985 til 2015. Tyngden av resultatene er basert på regresjonsanalyser med interessen for hver enkelt idrett som den avhengige variabelen. I dette kapitlet skal jeg drøfte resultatene mine i lys av tidligere forskning på feltet, økonomiske og sosiologiske teorier.

7.1 *Synkende interesse for å følge med på idrett*

Profesjonaliseringen av idretten styrkes- både i administrasjonen og det sportslige apparatet-, mediaselskapene presser prisen på TV-rettighetene gjennom taket og både arenaer og TV-sendingers kvalitet er skreddersydd for forbrukeren. Allikevel har de aller fleste idretter her til lands en negativ interesstrend (figur 6.1). Gjennomsnittlig har faktisk idrettene en nedgang på hele 38 %. Denne oppgaven har til hensikt å kartlegge denne endringen i nordmenns interesse for å følge med på idrett. Videre å utforske elementer som kan være bakgrunnen for en slik nedgang, herunder hvilke sosiale grupper som mister interessen for å følge med på idretten her til lands, og hvordan menneskers verdisyn påvirker denne interessen.

7.1.1 **Idrett som et underholdningsprodukt**

«Some people believe football is a matter of life and death, I am very disappointed with that attitude. I can assure you it is much, much more important than that»
(Bill Shankly, 2009).

Idrett som et underholdningsprodukt kan kategoriseres i et etterspørselsperspektiv som en vare eller tjeneste som er ønskelig, men ikke nødvendig. Uansett om mange idrettssupportere vil være svært uenig i en slik kategorisering. At en vare eller tjeneste er ønskelig, men ikke nødvendig, vil i et etterspørselsperspektiv si at forbrukerens behov for å følge med på idrett kommer etter at nødvendigheter som mat, drikke og husly er oppfylt. Velstandsutviklingen Norge har gjennomgått siden 2. verdenskrig, og spesielt de siste 25 årene (Hellevik, 2008), har ført til at det er svært få personer i befolkningen som har problemer med å oppfylle sin nødvendige og livsviktige behov. Høy velstand og mye fritid åpner for at varer og tjenester som er ønskelige også skal bli

oppfylt. Eschenfelder & Li (2007) forklarer at pris er den viktigste faktoren for å påvirke etterspørselen etter en spesifikk vare eller tjeneste i et marked. Videre viser de til størrelse på markedet, tilgjengelighet og kvalitet som viktige elementer for etterspørselen.

Om vi ser på audiovisuell kommunikasjon som et overordnet marked, har det vært en kolossal utvikling. Startskuddet for denne utviklingen i Norge kom da kringkastingsmonopolet ble oppløst i 1982 (Didriksen & Fordal, 2010). Underholdningstilbudet til den norske forbrukeren fortsatte å øke, og eskalerte ytterligere med de teknologiske nyvinningene som kom som et resultat av utviklingen av internett. Det mangfoldet av audiovisuell underholdning vi ser i dag har både positiv og negativ innvirkning på interessen for å følge med på idrett. Individuer kan i mye større grad enn tidligere 'sette sin egen dagsorden'. Der NRK tidligere valgte ut hvilken fotballkamp som skulle sendes lørdag kl. 16.00 og hvilken krimserie som skulle vises i påsken, kan man nå- om man er villig til å betale for det- se påskekrim hele året. Eller fotballkamper for den saks skyld.

7.1.2 Interesseendring

For de aller fleste idretter har det foregått en etterspørselsendring som er uavhengig av pris. NRK vier fortsatt individuelle idretter som langrenn, skiskyting, alpint, skøyteløp, hopp og friidrett mye sendetid på åpne kanaler. Både direkte i sin helhet og oppsummert i nyhetsendinger. Likevel er det stor forskjell i hvordan interessen for de forskjellige idrettene har utviklet seg. Interessen for langrenn har holdt seg relativt stabil, og har siden 2003 kun falt med 3,5% (figur 6.2 (d)). Skiskyting holdt seg svært stabil frem til 2011, men har siden det vist en negativ trend. I perioden er interessen for skiskyting redusert med 14,5% (vedlegg 1). Både skiskyting og langrenn er blant vinnerne. For andre idretter - som var blant det Høgseth et al., (1973) kalte 'de fire store' - har interessen krympet betraktelig. Friidrett kan vise til en nedgang på 59% og skøyteløp er, etter en nedgang på 81%, i en posisjon hvor under 6% av befolkningen er meget interessert. Videre kan skihopp og alpint også skilte med nedgang på rundt 30%. Deler av den interessenedgangen som har foregått i nevnte idretter skyldes trolig den kolossale økte tilgangen, kvaliteten og utvalget på underholdning de siste 10-15 årene.

For to av idrettene i utvalget mitt startet interessenedgangen lenge før de 10-15 siste årene av undersøkelsen. Både friidrett og skøyteøp har siden 1993 vist en kraftig negativ interesselrend, som ikke ser ut til å gi seg med det første. Begge disse idrettene kan historisk sett kategoriseres som giganter innen interessefeltet. Men tiden hvor ungdommen satt klistrer til radioen og flittig noterte ned rundetidene til skøyteøpere som «Hjallis» og «Kupper'n» er over. Ettersom konkurranseform og regler er lite elastiske, har idretter vanskelig for å endre seg etter markedet (Gaustad, 2000). Skøyteøp er et veldig godt eksempel på dette. TV-ens inntog i samfunnet gjorde ikke skøyteøp noen tjenester, overgangen fra radioen til TV-en tilførte ikke skøytesportens underholdningsverdi nevneverdig. Den moderne forbrukers krav til variasjon og spenning – spesielt de siste 20 årene - har ikke skøyteøp klart å innfri. Friidretten kan vise til lignende interesselrend som skøyteøp, uten å være like dramatisk. Interessen for å følge med på friidrett falt under 10 % for undersøkelsens første gang i 2015. I likhet med mange andre idretter sliter friidrett med å tilpasse seg dagens underholdningsmarked. I motsetning til skøyteøp har derimot friidrett et svært varierte konkurranser. Enkelte grener vil være bedre rustet enn andre til å konkurrere i dagens og morgendagens underholdningsmarked. Noe som medfører at de trolig stiller sterkere på lengre sikt.

Kringkastingen av lagidretter blir i mye høyere grad enn individuelle idretter stengt inne bak betalingsmurer. Fotball er kroneksempelen på dette fenomenet i en norsk kontekst. TV-rettighetene til fotballen har vært så høye at medieselskapene har sett det nødvendig med ekstra inntekter gjennom en abonnementspris utover normale TV-løsninger. En slik kostnad kan føre til det Eschenfelder & Li (2007) betegner som substitusjonseffekten. Fotball som underholdningsprodukt kan derfor de som ikke finner underholdningen verdt prisen- bli byttet ut med en annen idrett eller et helt annet underholdningstilbud. Og som det fremkommer i empirien (figur 6.2 (a)) er det flere som ikke finner fotballen verdt den ekstra kostnaden.

Fotball har en sterk forankring i den norske kulturen (Gammelsæter & Ohr, 2003), og er fortsatt idrettsgrenen som mediehusene er villige til å strekke seg lengst for å få rettighetene til. Etter fantastiske resultater under det glade 90-tall, har internasjonale

prestasjoner uteblitt. For øyeblikket er Norges herrelandslag rangert som nr. 86 i verden (FIFA, 2017), og det er 17 år siden Norge sist var kvalifisert til å delta i et mesterskap i fotball for herrer. I mangelen av norske stjerner og kvalitet på hjemlig ligasystem, er det mange som ser utenfor landegrensene for å oppfylle sin etterspørsel for fotball. Den engelske fotballen har lang tradisjon hos den norske forbrukeren (Kuper & Szymanski, 2014), og rettighetskostnadene for å kringkaste engelsk fotball i Norge overgår Eliteserien. Dette forklarer Gaustad (2000) med at det engelske fotball har en svak 'cultural discount'. Dette innebærer at lagene, spillerne og supporterkulturen er godt kjent hos den norske forbrukeren, etter å ha blitt kringkastet på det norske markedet i lang tid, og godt dekket av norsk media utover direktesendinger.

Det finnes få gode alternativer til TV-sport (Gaustad, 2000). Idretten besitter sterk produktdifferensiering opp mot resten av det audiovisuelle kommunikasjonsmarkedet. Dette innebærer at store idretter til en viss grad har et monopol på deler av markedet. Noe som fører til at rettighetene til ligaer og mesterskap blir svært ettertraktet hos mediehusene. Fotball er et godt eksempel på et slikt fenomen. Konkurransen mediehusene imellom presser opp prisene. Uansett om både norsk og engelsk fotball har vært stengt bak betalingsmurer i lang tid, er markedet fortsatt stort nok til at mediehusene kan gjøre gode penger på rettighetene til å sende fotball. Rettighetene til både Eliteserien og Premier League kan sees som det Gaustad (2000) kategoriserer som rettigheter som er vanskelig eller umulig for en kringkaster å erstatte. Tap av rettigheter vil føre til en nedgang i TV-seere og solgte abonnementer, som mediehusene er villige til å strekke seg langt for å unngå. TV2s avtale om å kringkaste Premier League var som nevnt en kostbar affære. Denne utgiften dekkes for øyeblikket av forbrukeren. Vanvittige prisøkninger for forbrukeren har det siste året skapt stor debatt. Som analysen viser er interessen for å følge med på fotball svekket de siste årene. Hvor langt kan kringkastere som TV 2 tøyne strikken før den ryker?

7.1.3 Nye utfordringer for idretten i underholdningsmarkedet

Det kulturelle tapet et underholdningsprodukt får ved å kringkastes utenfor sitt opprinnelige domene, er generelt mindre ved kringkastingen av sport. Idretten retter seg til internasjonale regler, og svekkes ikke i like stor grad som andre underholdningsprodukter av kulturelle særegenheter og språkbarrierer (Gaustad, 2000). Dette har vært en av idrettens store fordeler i det internasjonale

underholdningsmarkedet. I takt med globaliseringen samfunnet gjennomgår svekkes dette kulturelle tapet hos konkurrerende underholdningsprodukter. Med adskillelse av tid og rom i Giddens modernitet blir kulturelle og fysiske barrierer som tidligere kunne stoppet internasjonale underholdningsprodukter fra å kringkastes for den norske forbrukeren, både tilgjengelig og forståelige. Globaliseringen spiser opp noe av fordelene idretten tidligere har hatt som underholdningsprodukt.

Idrettens tidssensitive karakter kan også sies å være under press i det moderne samfunnet. Et av idrettens viktigste elementer er spenningsmomentet som kommer av det usikre utfallet av konkurransen (Gaustad, 2000). Om man allerede vet resultatet av en idrettskonkurranse vil store deler av verdien idretten besitter som underholdningsprodukt utebli. Dette betyr at forbrukeren må sette av tid når konkurransen avholdes, som ikke nødvendigvis er da det passer best for forbrukeren. I det moderne samfunnet både ønskes og tvinges mennesket til å ta refleksive valg. Hvordan skal jeg bruke min fritid? I lys av hvordan vi ønsker å bli oppfattet, og hva vi ønsker å oppnå, må vi ta refleksive avgjørelser. Idrettens sendingsform passet kanskje bedre inn i et mer strukturert samfunn, uten særlig store valgmuligheter.

Idrett som et underholdningsprodukt utfordres nå på mange arenaer. For det første har TV- og dataspill utviklet seg kolossalt de siste ti årene. Grafiske forbedringer har muliggjort virkelighetsnære alternative univers som kan utforskes, både alene og sammen med andre mennesker fra andre siden av verden over internett. Virkeligheten kom enda et skritt nærmere med utviklingen av 'virtual reality'-brillene, som stenger alt annet enn spillet fra synsfeltet. I kjølevannet av populariteten til TV- og dataspill oppstår en annen direkte konkurrent til idretten; E-sport. Denne underholdningsformen har de samme egenskapene som kringkastet idrett, og kan skilte med en voksende popularitet i Norge, og på verdensbasis (Jerijervi, 2016a).

Samtidig som utvalgte ordinære TV-kanaler vokser, har en helt ny underholdningsplattform blitt født. Der idretter tidligere måtte konkurrere med lineær-TV, har strømmetjenestene den enestående fordelen at forbrukeren nå selv bestemmer når og hva de ønsker å se på. Hvor forbrukeren tidligere møtte mange av de samme tidsmessige begrensningene som ved idrettssendinger, representerer strømmetjenestene en helt ny hverdag for forbrukeren. En slik type konsument vil svært få idretter kunne

utnytte. Gaustad (2000) påpeker at estetiske og spektakulære idretter, med et mindre resultatfokus, har et mindre verditap etter at utfallet er kjent. Noe som kan bety at blant annet ekstremsporter vil kunne utnytte det nye markedet i mye større grad enn de tradisjonelle resultatorienterte idrettene. Netflix, HBO Nordic, TV 2 Sumo, Viaplay og Dplay er noen av strømmetjenestene som har vokst frem de siste årene. Samtlige strømmetjenester kan vise til økende interesse de siste årene (Jerijervi, 2016b). Spesielt Netflix kan skilte med at nesten 40 % av befolkningen har tilgang. Samtidig har video-delingsnettsider som Youtube, Vimeo, Ustream og Liveleak vokst frem siden midten av 2000-tallet, som konkurrenter til de lineære tv-kanalene og idrett som et underholdningsprodukt. Både video-delingsnettsidene og strømmetjenestene passer inn i det moderne samfunnet som presenteres av Giddens, Beck og Inglehart. De gir hver enkelt person mulighet til å velge hva de skal se, når de skal se det, og -ved hjelp av utviklingen innen datamaskiner, mobiler, nettbrett og mobilt nettverk - hvor de skal se det.

Det audiovisuelle kommunikasjonsmarkedet utvikler seg kontinuerlig, og med idrettens ufravikelige konkurransestruktur vil det være vanskelig å følge utviklingen. Markedet for direkte sendt sport er dog fortsatt i god stand, interessen er relativt høy i befolkningen og medias dekning av idretten er upåklagelig. Men idrettens plass i underholdningsmarkedet har blitt svekket, og de idrettene som ikke klarer å henge med i utviklingen kan gå en dyster tid i møte. Samtidig kan denne utviklingen gi relativt nye idretter som freeski, snowboard og skateboard bedre vilkår i kampen om befolkningens interesse.

7.1.4 'The silver lining'

Uansett om idrettens posisjon i underholdningsmarkedet generelt er under press, finnes det noen positive trekk også. Analysene mine avslører at sykkel har klart kunststykket å øke interesse i perioden 2003 til 2015. I denne perioden har TV 2 sendt de største rittene på åpne kanaler, samtidig har norske utøvere hevdet seg i verdenstoppen. Spesielt sykkel sportens største ritt; Tour de France, dekkes i sin helhet på moderkanalen til TV 2 hver sommer. Kvaliteten på sendingene har bedret seg, og medlemstallene hos NCF er mangedoblet de siste årene (Bugge, 2012). Samtidig som veinettet i Norge stadig blir bedre tilrettelagt for sykling. Som Gaustad (2000) påpeker kan merkevarebygging

påvirke interessen, og på lang sikt fungere som substitutt for kjøperne på rettighetsmarkedet. God mediedekning over en lengre periode har ført til at det kulturelle tapet sykkel tidligere har hatt til det norske markedet er svekket. Større åpenhet i miljøet i kjølevannet av katastrofale dopingskandaler og en smørblid Dag Otto Lauritzen på kommentatorplassen har trolig også påvirket den kulturelle forståelsen og sykkelportens merkevare.

I den nye kringkastingsavtalen mellom Discovery og NFF viser partene tegn til et gjensidig ønske om en folkeligjøring av fotballen her til lands. Om ikke betalingsmuren som har beskyttet fotballen fra store deler av befolkningen i mange år skal rives helt ned, så skal portene åpnes opp. Halvparten av kampene hver runde skal vises på åpne kanaler, samtidig som det arbeides for å markedsføre norsk fotball til et større publikum (Tingve, 2015). TV 2 svarer med et lignende prosjekt for engelsk fotball. De bringer tippekampen tilbake til folket. Enn så lenge vises det en kamp fra Premier League lørdag kl. 16.00 for de som er GET-kunder (Stenersen, 2017). Begge disse prosjektene kan påvirke interessen både på kort og lang sikt, og kan virke som et direkte svar på den voksende konkurransen fotballen har fått på underholdningsmarkedet.

Avslutningsvis viser analysene mine av variabelen 'generell idrettsinteresse' nedgang på kun 10 % (Vedlegg 6) etter 2003. Dette medfører at det fortsatt er en generell idrettsinteresse hos over 60 % av befolkningen. Videre har interessen for den mest populære idretten her til lands - langrenn – kun falt med 3,5 % i perioden, det vil si at nesten 40 % av befolkningen fortsatt er meget interessert i følge med på langrenn. Med tanke på hvor mye konkurransen på underholdningsmarkedet har vokst i denne perioden, må dette kunne ansees som en seier for idrettsinteressen her til lands.

7.2 Sosiale faktorer

Her skal jeg diskutere studiens resultater i lys av de sosiale faktorene utdanning, kjønn og alder som inngår i analysene mine. Diskusjonen vil ta utgangspunkt i den generelle idrettsinteressen, og trekke frem utvalget av idretter der det er naturlig.

7.2.1 Utdanning

Analysene viser at utdanningsnivå og idrettsinteresse har en negativ korrelasjon. Personer med lavere utdanning har altså en større tilbøyelighet til å være meget interessert i å følge med på idrett. Dette resultatet stemmer overens med Breivik (2013) sine analyser på 2011-undersøkelsen. I løpet av perioden ser det ut til at forskjellene mellom utdanningsnivåene minsker noe (figur 6.5). Personer med høyere utdanning viser en vekst i idrettsinteresse i forhold til de andre nivåene. I mitt utvalg idretter kommer dette spesielt tydelig frem i langrenn og sykkel.

Giddens påpeker hvordan utdanning får mindre betydning for menneskers valg og valgmuligheter i det moderne samfunn. Uansett om det fortsatt har en innvirkning (Kaspersen, 2001). Resultatene av betydningen til utdanningsnivå på idrettsinteresse passer til en viss grad inn i et slikt bilde. Uavhengig av utdanningsnivå må mennesker aktivt ta refleksive valg for å utvikle seg selv. Om en sterk interesse i en, eller flere, idrettsgrener passer inn i et slikt prosjekt, blir mindre influert av hvor høyt utdannet man er. Det er snarere en individuell vurdering av nytteverdien en sterk interesse for idrett har for enkeltpersoners prosjekt. Det å prestere godt i harde individuelle idretter er en voksende trend blant toppsjefer (Wallin, 2016). Å drive med slike idretter fører med seg status i miljøet og en ny arena for å gjøre forretninger. Personer med høy utdanning og karrieredriv kan dermed bruke interesse for både langrenn og sykkel til å bygge opp under sitt individuelle prosjekt. Samtidig kan prestasjoner i langløp på ski og harde sykkelritt fungere som et statussymbol i slike kretser, slik som Skaare (2011) fremstiller i resultatene fra forskningsprosjektet om Birkebeinerrennet. Hun viser til at hele 77 % av deltagerne hadde høyere utdanning, og at deltagelsen gir status i arbeidsmiljøet. Særlig blant de med høyest inntekt. Høgseth et al. (1973) resultater antydte at interessen for å følge med på idrett ofte var basert på at man selv drev aktivt med idretten. Dette kan være en forklaring for hvorfor akkurat interessen for å følge med på langrenn og sykkel ser en oppsving blant høyt utdannede personer de siste årene.

7.2.2 Kjønn

Idrettsfeltet har alltid vært dominert av menn. Både som utøvere, ledere, økonomisk og gjennom profilering i media. Breivik (2013) mener derfor det er naturlig at interessen for å følge med på idrett er størst hos menn. Noe studien hans til en viss grad bekrefter.

Menn er i flertall, men dominerer ikke like mye som Høgseth et al. (1973) antydte. Om jeg tar utgangspunkt i min analyse av meget interesserte i å følge med på minimum en idrett underbygges en jevnere kjønnsfordeling blant idrettsinteresserte. Fra 2003 (da alle idretter unntatt ekstremsport var inkludert) til 2011 ser vi en svak nedgang i oddsraten til menn (figur 6.8). Dette vil si at kjønnsforskjellene avtar. Resultatene fra 2013 og 2015 viser at kjønnsforskjellene øker noe igjen.

Analyser mine viser at kjønnsvariabelen har stor betydning for interessen for å følge med på utvalget idretter, og menn har en overveldende dominans i samtlige idretter. Både fotball og friidrett har stabilt store kjønnsforskjeller gjennom hele perioden. Sykkel og friidrett har store og voksende kjønnsforskjeller i perioden. Kjønnsvariabelen hadde derimot en veldig liten påvirkning på interessen for langrenn i 2003. Men frem til 2015 har andelen menn i dette segmentet vokst betraktelig.

Med utgangspunkt i både Giddens og Becks teorier om det moderne samfunnet vi lever i, burde kjønnsvariabelens påvirkning på interessen for å følge med på idrett svekkes i perioden. Noe den til en viss grad også gjør. Becks individualiseringstese tar utgangspunkt i hvordan de gamle kjønnsrollene som definerte kjernefamilien forvitret, og ikke påvirker hvordan individer ender på forskjellige valg. Giddens peker på en viss betydning fortsatt, uansett om den viskes ut (Kaspersen, 2001; Aakvaag, 2006). Om vi ser på Breivik (2013) sin oversikt over kjønnsbalansen blant interesserte i de forskjellige idrettene, virker det som om det fortsatt er definerte kvinne- og herreidretter. Estetiske idretter som dans, kunstløp og turn har en sterk dominans av kvinnelige interesserte. Jevnt over har menn en noe høyere andel, og er sterk overrepresentert i idretter som boksing, fotball og motorsport. Dette er tegn på at noen kjønns mønstre fortsatt henger igjen. Muligheten for å velge de idrettene som best passer til hvert individs prosjekt foreligger, uansett kjønn. Dette stopper ikke en relativ dominans av menn blant personer som er meget interesserte i følge med på idrett, og opprettholdelse av kjønns mønstre i valg av enkeltidrett.

7.2.3 Alder

Idrettene som er inkludert i Norsk Monitors undersøkelse hadde som nevnt en gjennomsnittlig nedgang på 38 %. Hvem er det egentlig som har mistet interessen? Hverken utdanning eller kjønn ser ut til å produsere noen tydelige svar på dette. Hva

med alder? Høgseth. Et al. (1973) forklarte at unge mennesker var de mest interesserte i å følge med på idrett. Breiviks (2013) analyser ser ut til å avkrefte dette funnet. Så hva har egentlig skjedd med alderssammensetningen mellom disse to undersøkelsene?

Om vi ser på variabelen 'generell idrettsinteresse' i 1985 (figur 6.3) ser vi en klar rangering. Personer mellom 15 og 24 år er de klart mest interesserte. De holder seg på topp helt frem til 2001. Personer mellom 25 og 39 år har taket på andreplassen frem til 1993. Men om vi ser på undersøkelsens siste 10 år ser vi en spesielt interessant utvikling, uansett om effekten svekkes noe mot slutten av perioden.

Andelen fra de to yngste aldersgruppene viser en betraktelig nedgang i perioden. Da spesielt mellom 2005 og 2015. I lys av Ingleharts (1990) sosialiseringshypotese kan denne endringen være et tegn på at idretten ikke står så sterkt i underholdningsmarkedet som det en gang gjorde. Både Breivik (2013) og Llopis-Goig (2014) peker på en mulig endring i valg av type fysisk aktivitet som en konsekvens av den postmoderne dreining. Mer frie aktiviteter uten organisatorisk press og autoritære strukturer. Ingleharts (1990) sosialiseringshypotese handler om hvordan menneskers verdier gjenspeiler samfunnet. Eller snarere det samfunnet man vokste opp i. Individets identitet eller prosjekt, som Giddens kaller det, vil da påvirkes av deres barndom og oppvekst. Den teknologiske utviklingen og velstandsøkningen samfunnet har gjennomgått de siste 30 årene vil da først og fremst påvirke personer fra de to yngste aldersgruppene. Dette vil innebære at idretten som et underholdningsprodukt møter en større konkurranse for å fange oppmerksomheten til yngre personer. Både lineær-tv og idrett som underholdningsprodukt har i denne perioden møtt kraftig konkurranse. Vi har vært vitne til en formidabel teknologisk utvikling. Mulighetene for å tilfredsstille sitt underholdningsbehov har aldri vært bredere, og mer tilgjengelig. Samtidig er store deler av underholdningsproduktene skreddersydd for, og markedsført ut til unge mennesker. Om vi følger logikken til Inglehart (1990), vil dette bety at interessen for å følge med på idrett vil fortsette å synke. At holdningene og verdiene som vi ser hos unge og unge voksne, vil være en pekepinn for fremtiden.

Dette utelukker selvsagt ikke interesse for å følge med på idrett i fremtiden. Men kan heller sees som at konkurransen idretten møter i underholdningsmarkedet ikke har nådd toppunktet enda. Det er selvsagt et sammensatt bilde. Noen idretter klarer seg bedre enn

andre, langrenn kan for eksempel vise til økende interesse blant unge etter 2009. I langrenn har norske utøvere prestert meget godt over lang tid og vi har flust av internasjonale stjerner, som gjør mye ut av seg selv i media. Bildet er dessverre ikke så betryggende for de andre idrettene i utvalget mitt. Samtidig er andelen voksne og spesielt godt voksne fortsatt betraktelig høyere enn unge og unge voksne blant personer som er meget interessert i å følge med på langrenn.

7.3 Verdidimensjoner

Analysene viser et relativt stabilt verdisyn hos personer som er interessert i idrett. Jevnt over har idrettsinteresserte noe mer materialistiske enn idealistiske, og mer tradisjonelle enn moderne. Hellevik (2008) peker på at befolkningen de siste tiårene har beveget seg i retning av et idealistisk og moderne verdisyn. Variablene som tar for seg verdisyn standardiseres av Norsk Monitor i forhold til befolkningen (ca. 25 % plasserer seg i hver dimensjon) for hver nye undersøkelse. Dette vil si at endringer i verdisynet til personer som er meget interessert i idrett endrer seg i takt med resten av befolkningen, men henger litt etter gjennomsnittet. Hellevik (2008) har laget en grafisk fremstilling av de faktiske verdiendringene i Norge mellom 1985 og 2007, med 2007 faktorene som basis (2007 plasseres i origo). I 1985 plasseres gjennomsnittet av befolkningens verdisyn relativt langt nede i den tradisjonelle idealistiske dimensjonen. Utover 90-tallet glir gjennomsnittet i en moderne retning og inn i den tradisjonelle materialistiske dimensjonen. Før gjennomsnittet glir langs x-aksen (materialistiske/idealistiske aksene) til origo i 2007. Med tanke på de små registrerte endringene i verdisyn hos idrettsinteresserte i perioden, vil det si at de har fulgt samme utvikling som resten av befolkningen.

Om vi går inn i enkeltidretter ser vi at idretter som friidrett, skøyteløp og spesielt langrenn har en sterk andel med tradisjonelle verdisyn. I vedlegg 7 kan vi se at verdier som tradisjon, patriotisme, konformitet og tradisjonelle kjønnsroller plasserer seg i den tradisjonelle dimensjonen. Med Becks forvitring av kjernefamilien, klassesamfunnet og nasjonalstaten, står slike verdier for fall. I henhold til bevegelsesmønsteret i verdidimensjonene Hellevik (2008) viser til, beveger vi oss vekk fra verdier som tidligere har stått sterkt i idretten. Uansett om media er flinke til å kringkaste både herre- og kvinneidrett for noen idretter, blir kvinneidrett ofte neglisjert. Slik som det norske kvinnelandslaget i fotball. Uansett om de er i verdenseliten, tilbys

ikke hyppige TV-overføringer. Idretten presenteres ofte som noe maskulint. Vi beveger oss vekk fra verdier som konformitet og tradisjonelle kjønns mønstre, og mot individualitet, selvrealisering, likestilling og likhet. Dette vil si at vi i stadig mindre grad ordner oss etter gitte samfunns skapte normer som tar utgangspunkt i kjønn eller sosial klasse.

Videre står det patriotiske forholdet til det norske, de som representerer «oss», ikke like sterkt i samfunnet lenger. Nasjonalstatens forvitring som et resultat av globaliseringen vi ser i samfunnet fører til at vi har et svakere patriotisk forhold til norske idrettsutøvere. Seippel (2017) forklarer hvordan det er en negativ korrelasjon mellom idrettsrelatert nasjonalisme og lands grad av kulturell globalisering, bruttonasjonalprodukt per innbygger og demokrati. Undersøkelsen hans viste også at Norge skårer relativt lavt på idrettsrelatert nasjonalisme i en global kontekst. Om slike postmaterialistiske verdier fortsetter å vokse i samfunnet kan det svekke idrettens underholdningsverdi ytterligere på lengre sikt.

8. Konklusjon

Interessen for å følge med på idrett i Norge har gjennomgått en kraftig nedgang de siste 30 årene. Analysene mine viser at de 22 idrettene som blir undersøkt har en gjennomsnittlig nedgang på 38 %. Denne nedgangen ser ut til å eskalere i løpet av undersøkelsens siste ti år. Idrettene med den kraftigste nedgangen (mellom 70 og 80 %) er skøyteløp, tennis, boksing og kunstløp. Analysene viste at kun to idretter hadde økende interesse i perioden; Ekstremsport og sykkel. Av disse er det kun sykkel som har vært inkludert i undersøkelsen til å være av betydning. Interessen for følge med på sykkel her til lands stiger med 55 % i perioden.

Analysene sett under ett viser en sosial skjevhet i interessen for å følge med på idrett. Menn er mer interessert enn kvinner og personer med lavere utdanning er mer interessert enn personer med høyere utdanning. Kjønnforskjellen er av ganske stor betydning, uansett om den svekkes noe i løpet av perioden. Utdanningsforskjellene er relativt små, og blir enda mindre i løpet av undersøkelsen.

Betydningen av alderen har derimot gjennomgått dramatiske endringer. Interessen for å følge med på idrett var størst blant de to yngste aldersgruppene de første årene i undersøkelsen. Fra 2005 synker andelen unge og unge voksne betraktelig. Dagens situasjon er nesten speilvendt av situasjonen i 1985. Interessen er klart størst blant de to eldste aldersgruppene. Dette vil si at interessen for følge med på idrett er betraktelig svekket blant yngre mennesker.

Analysene viser at tyngden av de som er meget interessert i å følge med på idrett har et tradisjonelt materialistisk verdisyn. Det er noen forskjeller idretter imellom, fotballinteresserte var for eksempel svært materialistiske, og viste en svak tradisjonell overvekt. Langrennsinteresserte var derimot svært tradisjonelle, og viste en svak materialistisk overvekt.

Bakgrunnen for at interessen for å følge med på idrett har gått ned må sees i lys av flere faktorer. Den velstands- og teknologiske utviklingen samfunnet har gjennomgått de siste 20 årene har ikke bare endret samfunnet, men også menneskene som lever i det drastisk. Underholdningstilbudet har vokst kolossalt, vi har nå et underholdningsutvalg

få kunne drømt om for bare 20 år siden. Idretten har derimot ikke endret seg nevneverdig. Sendingene, kommenteringene og tilgangen har selvsagt forbedret seg. Men selve produktet – idrettskonkurransen - er i utgangspunktet det samme. Dette produktet møter langt større konkurranse i å fange interessen til forbrukeren av underholdningsprodukter. TV- og dataspill, strømmetjenester og video-delingsider for å nevne noen. Landegrensers betydning viskes sakte men sikkert vekk, verdier som står sterkt i idretten, slik som patriotisme svekkes. Verdier som selv-realisering og individualisme dyrkes. I første omgang har denne svekkede interessen slått ut blant unge og unge voksne. Så får tiden vise hvor konkurransedyktig idretten vil være i et moderne samfunn med et stadig voksende underholdningstilbud.

8.1 Begrensninger og veien videre

Oppgavens begrensninger er hovedsakelig betinget av datamaterialets utforming. Den første begrensningen er Norsk Monitors respondentbortfall. Jeg konkluderer med at undersøkelsen fortsatt er representativ for befolkningen, men det er verdt å merke seg at den lave svardeltagelsen kan ha en påvirkning på resultatene mine. Etersom utvalget idretter har vokst gjennom hele perioden kan det påvirke hvordan man vekter sin interesse på enkeltidretter. Dette vil si respondenter som ikke finner sin favorittidrett i utvalget kanskje har lettere for å krysse av for meget interessert i andre idretter.

Videre mener jeg det kan være interessant å utforske den generelle idrettsinteressen bredere. Finne ut hvor utbredt det er å være meget interessert i flere idretter. Jeg har funnet ut at om lag 60 % er meget interessert i minst en idrett, men hvor mange er interessert i to, tre og fire? Dette vil gi en bedre forståelse av styrken idretten har på underholdningsmarkedet. Det vil det være interessant å utføre multivariate analyser på resten av idrettene i utvalget. Avslutningsvis vil den samme studien være interessant å gjenskape med flere datainnsamlinger i fremtiden. Så får vi bekreftet om trendene jeg fant, faktisk fortsetter.

Referanser

- Aakvaag, G. (2006). Individualisering - en sosiologisk modell. *Sosiologisk Tidsskrift*, 14(4), 326-386.
- Alavy, K., Gaskell, A., Leach, S., & Szymanski, S. (2010). On the edge of your seat: Demand for football on television and the uncertainty of outcome hypothesis. *International Journal of Sport Finance*, 5(2), 75.
- Andersen, H. (Ed.). (2007). *Klassisk og moderne samfundsteori*. Hans Reitzels Forlag.
- Beck, U. (1997). *Risiko og frihet* (oversatt av A. Eriksen). Bergen-Sandviken: Fagbokforlag. (Originalutgavene utgitt i 1986, 1995, 1996 og 1997).
- Beck, D., & Bosshart, L. (2003). Sports and media. *Communication Research Trends*, 22(4).
- Bill Shankly: The top 10 quotes of a Liverpool legend 50 years to the day since he took over.* (2009). *Daily mail*. Hentet den 01.05.2017 fra: <http://www.dailymail.co.uk/sport/football/article-1232318/Bill-Shankly-The-quotes-Liverpool-legend-50-years-day-took-over.html>
- Bodet, G. (2009). Sport participation and consumption and post-modern society: from Apollo to Dionysus?. *Loisir et Société/Society and Leisure*, 32(2), s. 223-241
- Borland, J., & MacDonald, R. (2003). Demand for sport. *Oxford review of economic policy*, 19(4), s. 478-502.
- Breivik, G. (1999). Jakten på det gode liv. *Utviklingen i fysisk aktivitet i den norske befolkningen i perioden 1985-1997*. Norges Idrettshøgskole. Institutt for samfunnsfag.
- Breivik, G. (2013). *Jakten på et bedre liv: Fysisk aktivitet i den norske befolkningen 1985- 2011*. OSLO: Universitetsforlaget

- Bugge, M. (2012). Sykkelinteressen firedoblet siden årtusenskiftet. *Aftenposten*. Hentet den 01.03.2017 fra:
<http://www.aftenposten.no/100Sport/sykkel/Sykkelinteressen-firedoblet-siden-artusenskiftet-148857b.html>
- Buraimo, B. (2006). The demand for sport broadcasting. I: Andreff, W., & Szymanski, S. (Eds.). (2006). *Handbook on the Economics of Sport* (s. 100- 110). Edward Elgar Publishing.
- Buraimo, B. (2008). Stadium attendance and television audience demand in English league football. *Managerial and Decision Economics*, 29(6), s. 513-523.
- Christophersen, K. A. (2013). *Introduksjon til statistisk analyse. Regresjonsbaserte metoder og anvendelser*. Oslo: Gyldendal Akademisk
- Investopedia (2016) .*Consumer Theory*. Hentet 19. Juli 2016 fra
<http://www.investopedia.com/terms/c/consumer-theory.asp>
- Di Domizio, M. (2010). Competitive balance and TV audience: An empirical analysis on the Italian Serie A. *Department of Communication, University of Teramo, Working Paper*, (64), s. 1-30.
- Didriksen, N. & Fordal, J., A. (2010). 1980-tallet: Da monopolet sprakk og staven brakk. *NRK*. Hentet 20.04. 2017 fra: https://www.nrk.no/oppdrag/fjernsynet-50-ar_-1980-tallet-1.7202228
- Downward, P., Dawson, A., & Dejonghe, T. (2009). *Sports economics: Theory, policy and evidence* (Sport management series). Amsterdam: Butterworth-Heinemann.
- Eikemo, T. A., & Clausen, T. H. (red.). (2012). *Kvantitativ analyse med SPSS. En praktisk innføring i kvantitative analyseteknikker*. Trondheim: Tapir akademisk forlag.
- Eschenfelder, M., J. & Li, M. (2007). *Economics of Sport*. Morgantown: Fitness Information Technology

- European Football Statistics (2017). Hentet den 18.05.2017 fra: <http://european-football-statistics.co.uk/attn.htm>
- Fasting, K. (1975). Fysisk aktivitet og idrettsinteresse i den norske befolkning: Preliminær rapport nr. 2. *Notater og rapporter fra Norges Idrettshøgskole Nr. 32*. Oslo: Norges Idrettshøgskole
- Fedderson, A., & Rott, A. (2011). Determinants of demand for televised live football: Features of the German national football team. *Journal of Sports Economics, 12*(3), s. 352-369.
- FIFA (2016). *FIFA Coca-Cola World Ranking*. Hentet 10.09.2016 fra <http://www.fifa.com/fifa-world-ranking/associations/association=nor/men/index.html>
- FIFA (2017). *FIFA/ Coca-Cola World Ranking*. Hentet 15.05.2017 fra <http://www.fifa.com/fifa-world-ranking/associations/association=nor/men/index.html>
- Forrest, D., Simmons, R., & Buraimo, B. (2005). Outcome uncertainty and the couch potato audience. *Scottish Journal of Political Economy, 52*(4), s. 641-661.
- Gammelsæter, H. & Ohr, F. (2003). *Kampen uten ball- om penger, ledelse og identitet i norsk fotball*. Oslo: Abstrakt forlag.
- García, J., & Rodríguez, P. (2006). The determinants of TV audience for Spanish football: A first approach. *Sports economics after fifty years: Essays in honour of Simon Rottenberg*, 147-167.
- Gaustad, T. (2000). Økonomiske egenskaper ved sport som programvare. Oslo: *Handelshøyskolen BI*.
- Gerrard, B. (1999). Team sport as a free-market commodity. *New Political Economy, 4*(2), S. 273-278.

- Giddens, A., & Jørgensen, S., S. (1996). *Modernitet og selvidentitet: Selvet og samfundet under sen-moderniteten*. København: Hans Reitzels Forlag.
- NFF (2016). *Handlingsplan 2016-2019*. Norges Fotballforbund. OSLO:NIF
- Hagerty, M. R. (1999). Testing Maslow's hierarchy of needs: National quality-of-life across time. *Social Indicators Research*, 46(3), 249-271.
- Hauger, K. K. (2017). Nå ser vi én milliard Youtube-timer med videoer daglig. *Kampanje*. Hentet 10. Mars 2017 fra: <http://kampanje.com/tech/2017/02/en-milliard-timer-med-videoer-daglig--youtube-setter-ny-rekord/>
- Hausman, J. A. & Leonard, G. K. (1997). Superstars in the National Basketball Association: Economic value and policy. *Journal of Labor Economics*, 15(4), 586-624.
- Helland, K. (2003). *Sport, medier og journalistikk : Med fotballandslaget til EM*. Bergen: Fagbokforl.
- Hellevik, O. (1996). *Nordmenn og det gode liv: Norsk monitor 1985-1995*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hellevik, O. (2008). *Jakten på den norske lykken: Norsk monitor 1985-2007*. Oslo: Universitetsforlaget
- Hellevik, O. (2015). Hva betyr respondentbortfallet i intervjuundersøkelse? *Universitetsforlaget-Tidsskrift for samfunnsforskning*. 56 (2), 211-231
- Høgseth, K., Mørk, I. J. & Railo, W. S. (1973). Fysisk aktivitet og idrettsinteresse i den norske befolkning: preliminær rapport. *Notater og rapporter fra Norges Idrettshøgskole*. Oslo: Norges Idrettshøgskole
- Inglehart, R. (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. New Jersey: Princeton University Press.

- Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies*. New Jersey: Princeton University Press.
- James, J. D. & Ross, S. D. (2004). Comparing Sport Consumer Motivations Across Multiple Sports. *Sport Marketing Quarterly*, 13, s. 17-25.
- Jerijervi, D. R. (2016a). TV 2 satser på e-sport. *Kampanje*. Hentet 10. Januar 2017 fra: <http://kampanje.com/tech/2016/10/tv-2-satser-e-sport/>
- Jerijervi, D. R. (2016b). Netflix nærmer seg én million norske hjem. *Kampanje*. Hentet 10. Januar 2017 fra: <http://kampanje.com/tech/2016/02/netflix-og-tv-2-fosser-frem-i-strome-markedet/>
- Kaspersen, L., B. (2001). *Anthony Giddens : Introduktion til en samfundsteoretiker* (2. rev. udg. ed.). København: Hans Reitzel.
- Kesenne, S. (2012). Can advertising make free-to-air broadcasting more profitable than pay-TV?. *International Journal of Sport Finance*, 7(4), s. 358-364.
- Krange, O. (2004). Grenser for individualisering. *Ungdom mellom ny og gammel modernitet. Rapport*, 4(04).
- Krange, O., & Øia, T. (2010). *Den nye moderniteten: Ungdom, individualisering, identitet og mening*. Oslo: Cappelen akademisk forlag.
- Kuper, S. & Szymanski, S. (2014). *Soccernomics*. New York: Nation Books.
- Llopis-Goig, R. (2014). Sports participation and cultural trends. Running as a reflection of individualisation and post-materialism processes in Spanish society. *European journal for sport and society*, 11(2), s.151-169.
- Lucifora, C., & Simmons, R. (2003). Superstar Effects in Sport: Evidence From Italian Soccer. *Journal of Sports Economics*, 4(1), s. 35-55.

- Mehus, I. (2005). Sociability and excitement motives of spectators attending entertainment sport events: Spectators of soccer and ski-jumping. *Journal of Sport Behavior*, 28(4), s. 333-350
- O'Donoghue, P. (2012). *Statistics for Sport and Exercise Studies: an introduction*. New York: Routledge.
- Rafoss, K. & Seippel, Ø. (2016). Friluftslivsaktiviteter i den norske befolkningen- en studie av utviklingstrekk og sosiale forskjeller i perioden 1990-2013. I: Horgen, A., Fasting, M. L, Lundhaug, T., Magnussen, L. I. & Østrem, K. (2016). *Ute! Friluftsliv – pedagogiske, historiske og sosiale perspektiver*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Seippel, Ø. (2017). Sports and Nationalism in a Globalized World. *International Journal of Sociology*, 47(1), 43-61.
- Simmons, R. (2006). The demand for spectator sports. I: Andreff, W., & Szymanski, S. (Eds.). (2006). *Handbook on the Economics of Sport* (s. 77-89). Edward Elgar Publishing.
- Skaare, S., D. (2011). Hvem er birkebeinerne?. *Forskning.no*. Hentet den 15. 05.2017 fra: <http://forskning.no/trening-fritid-kjonn-og-samfunn-sport/2011/02/hvem-er-birkebeinerne>
- Skog, O. J. (2013). *Å forklare sosiale fenomener. En regresjonsbasert tilnærming*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Smeland, F. S. (2014). *Utviklingen av fysisk aktivitet i private treningsentre i perioden 1989 til 2013*. Masteroppgave ved Norges Idrettshøgskole, Oslo.
- Stenersen, S. (2016). TV 2 relanserer tippekampen: Sender én Premier League-kamp gratis hver runde. *Aftenposten*. Hentet 31. Januar 2017 fra: <http://www.aftenposten.no/100Sport/fotball/TV-2-relanserer-tippekampen-Sender-n-Premier-League-kamp-gratis-hver-runde-229441b.html>

- Strandbu, Å. (2007). Intervjuer, refleksivitet og senmoderne identiteter. *Sosiologi I Dag*, 37(2), 53-70.
- Szymanski, S. (2003). The economic design of sporting contests. *Journal of economic literature*, 41(4), s. 1137-1187.
- Szymanski, S. (2015). *Money and Soccer: A Soccernomics Guide*. New York: Nation Books.
- Tingve, P. M. (2015). Slik blir Tippeligaen på Discoverys kanaler. *Dagbladet*. Hentet 31. Januar 2017 fra: <http://www.dagbladet.no/sport/slik-blir-tippeligaen-pa-discoverys-kanaler/60482383>
- Trochim, W., M. (2006). Positivism & Post-Positivism. *The Research Methods Knowledge Base, 2nd Edition*. Hentet den 03.05. 2016 fra: <http://www.socialresearchmethods.net/kb/positvsm.php>
- Tufte, P. A. (2012). Multinomisk og ordinal logistisk regresjon. I: Eikemo, T. A., & Clausen, T. H. (red.), *Kvantitativ analyse med SPSS. En praktisk innføring i kvantitative analyseteknikker*. Trondheim: Tapir akademisk forlag.
- Tufte, P. A. (2000). En intuitiv innføring i logistisk regresjon. *Oslo: Statens institutt for forbruksforskning*.
- Ulseth, A. (2008). *Mellom Tradisjon Og Nydannelse : Analyser Av Fysisk Aktivitet Blant Voksne I Norge, Nr. 103*, Series of dissertations submitted to the Faculty of Social Sciences, University of Oslo (trykt utg.) nr. 103.
- Vaage, O. F. (2004). Mest mosjon og idrett blant de med høy inntekt og utdanning.
- Wallin, F. (2016). Langrenn, toppsjefenes nye hobby. *Scandinavian Traveler*. Hentet 01.05.2017 fra: <https://scandinaviantraveler.com/no/livsstil/langrenn-toppsjefenes-nye-hobby>

Zakariassen, G. (2014). En million nordmenn bruker Netflix. *Norsk rikskringkasting*.
Hentet 10. Januar 2017 fra: <https://www.nrk.no/kultur/en-million-nordmenn-bruker-netflix-1.11523926>

Østbø, S., Ottesen, K., A. & Jørstad, A. (2016). Krise i TV 2: - Tror det blir blodig.
Verdens Gang. Hentet 10. september 2016 fra: <http://www.vg.no/rampelys/tv-2/krise-i-tv-2-tror-det-blir-blodig/a/23777565/>

Tabelloversikt

Tabell 5.1: *Utvalgsstørrelse fra 1985 til 2015.*

Figuroversikt

Figur 6.1: *Endring av meget interessert i å følge med på forskjellige idretter. Fra hver respektive idretts første måling og 2015.*

Figur 6.2 a: *Interessen for å følge med på fotball i perioden 1985 til 2015.*

Figur 6.2 b: *Interessen for å følge med på skøyteløp i perioden 1985 til 2015.*

Figur 6.2 c: *Interessen for å følge med på friidrett i perioden 1985 til 2015.*

Figur 6.2 d: *Interessen for å følge med på langrenn i perioden 2003 til 2015.*

Figur 6.2 e: *Interessen for å følge med på sykkel i perioden 2003 til 2015.*

Figur 6.3: *Alder: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i minimum en idrett.*

Figur 6.4: *Alder: Oddsrate for å være meget interessert i minimum en idrett.*

Figur 6.5: *Utdanning: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i minimum en idrett.*

Figur 6.6: *Utdanning: Oddsrate for å være meget interessert i minimum en idrett.*

Figur 6.7: *Kjønn: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i minimum en idrett.*

Figur 6.8: *Kjønn: Oddsrate for å være meget interessert i minimum en idrett.*

Figur 6.9: *Dimensjon 1: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i minimum en idrett.*

Figur 6.10: *Dimensjon 2: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i minimum en idrett.*

Figur 6.11: *Alder: Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert friidrett.*

Figur 6.12: Alder: *Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert langrenn.*

Figur 6.13: Utdanning: *Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert sykkel.*

Figur 6.14: Kjønn: *Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert langrenn.*

Figur 6.15: Kjønn: *Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert fotball*

Figur 6.16: Dimensjon 1: *Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert langrenn.*

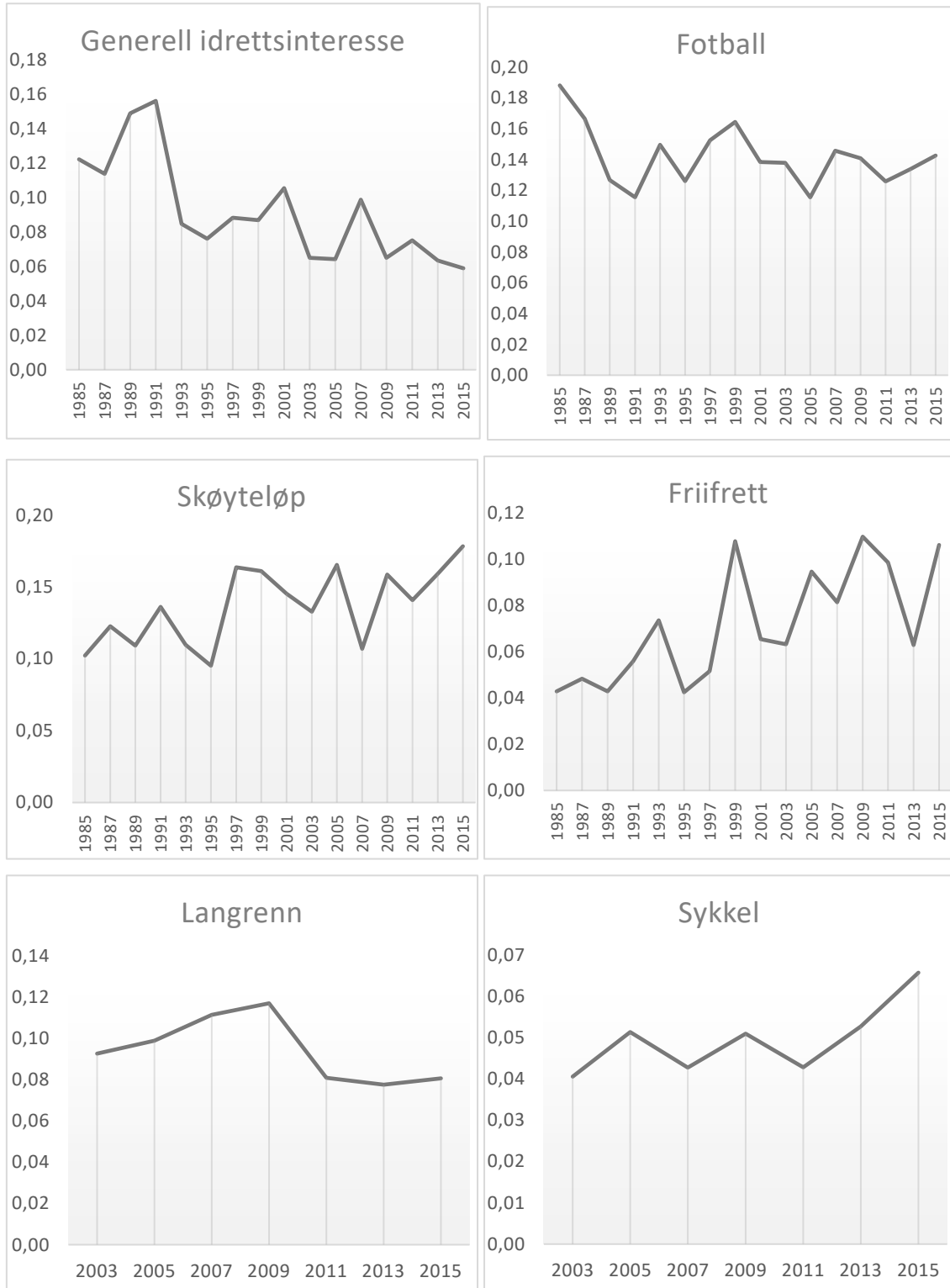
Figur 6.17: Dimensjon 2: *Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert fotball.*

Forkortelser

NCF	Norges Cykleforbund
NRK	Norsk rikskringkasting
NFF	Norges Fotballforbund
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
MMI	Markeds- og Mediatitutttet

Vedlegg 1

Tabellene viser forklaringskraften til de forskjellige modellene. Verdiene er oppgitt i Naglekerke R^2 .



Vedlegg 2

Resultatene fra Hosmer-Lemeshow-testen presenteres i tabellene under.

To asterisks-tegn (**) betyr p er signifikant på ,05-nivået. Et asterisks-tegn (*) betyr at p er signifikant på ,01-nivået.

Generell idrettsinteresse			Fotball			Skøyteløp			Friidrett		
År	Sig.		År	Sig.		År	Sig.		År	Sig.	
			1985	0,903		1985	0,699		1985	0,316	
1985	0,852		1987	0,756		1987	0,539		1987	0,455	
1987	0,291		1989	0,049	*	1989	0,632		1989	0,372	
1989	0,080		1991	0,152		1991	0,895		1991	0,506	
1991	0,024	*	1993	0,025	*	1993	0,731		1993	0,966	
1993	0,092		1995	0,039	*	1995	0,537		1995	0,732	
1995	0,033	*	1997	0,000	**	1997	0,542		1997	0,126	
1997	0,339		1999	0,056		1999	0,889		1999	0,768	
1999	0,643		2001	0,712		2001	0,486		2001	0,236	
2001	0,216		2003	0,033	*	2003	0,175		2003	0,794	
2003	0,636		2005	0,248		2005	0,778		2005	0,208	
2005	0,575		2007	0,455		2007	0,064		2007	0,179	
2007	0,123		2009	0,201		2009	0,293		2009	0,962	
2009	0,528		2011	0,239		2011	0,274		2011	0,851	
2011	0,177		2013	0,001	**	2013	0,555		2013	0,283	
2013	0,993		2015	0,572		2015	0,061		2015	0,078	
2015	0,383										

Sykkel		
År	Sig.	
2003	0,450	
2005	0,016	*
2007	0,088	
2009	0,039	*
2011	0,137	
2013	0,499	
2015	0,572	

Langrenn		
År	Sig.	
2003	0,004	**
2005	0,141	
2007	0,018	
2009	0,873	
2011	0,684	
2013	0,595	
2015	0,464	

Vedlegg 3

Tabellene under viser at det ikke forekommer multikollinearitet. Dvs. ingen korrelasjonsverdier over 0,8.

Korrelasjonsmatrise generell idrettsinteresse

1985						1987					
Utdanning	1	-0,1	0,08	0,19	-0,11	Utdanning	1	-0	0,1	0,16	-0,09
Kjønn	-0,11	1	-0,1	0,08	0,16	Kjønn	-0,09	1	-0,1	0,08	0,19
Alder	0,08	-0,1	1	-0,35	-0,14	Alder	0,1	-0,1	1	-0,29	-0,16
Dim. 2	0,19	0,08	-0,4	1	0,06	Dim. 2	0,16	0,08	-0,3	1	0,1
Dim. 1	-0,11	0,16	-0,1	0,06	1	Dim. 1	-0,09	0,19	-0,2	0,1	1
1989						1991					
Utdanning	1	-0,1	0,1	0,16	-0,07	Utdanning	1	-0	0,08	0,14	-0,1
Kjønn	-0,1	1	-0,1	0,1	0,17	Kjønn	-0,08	1	-0,1	0,08	0,14
Alder	0,1	-0,1	1	-0,38	-0,16	Alder	0,08	-0,1	1	-0,33	-0,14
Dim. 2	0,16	0,1	-0,4	1	0,14	Dim. 2	0,14	0,08	-0,3	1	0,06
Dim. 1	-0,07	0,17	-0,2	0,14	1	Dim. 1	-0,1	0,14	-0,1	0,06	1
1993						1995					
Utdanning	1	-0,1	0,05	0,12	-0,07	Utdanning	1	-0,1	0,06	0,11	-0,1
Kjønn	-0,12	1	-0,1	0,01	0,16	Kjønn	-0,08	1	-0,1	0,03	0,19
Alder	0,05	-0,1	1	-0,34	-0,14	Alder	0,06	-0,1	1	-0,35	-0,16
Dim. 2	0,12	0,01	-0,3	1	0,1	Dim. 2	0,11	0,03	-0,4	1	0,12
Dim. 1	-0,07	0,16	-0,1	0,1	1	Dim. 1	-0,1	0,19	-0,2	0,12	1
1997						1999					
Utdanning	1	0,01	-0	0,11	-0,08	Utdanning	1	0	-0,1	0,06	-0,04
Kjønn	-0,03	1	-0,1	0,06	0,21	Kjønn	-0,03	1	-0,1	0,02	0,2
Alder	-0,03	-0,1	1	-0,32	-0,14	Alder	-0,11	-0,1	1	-0,3	-0,12
Dim. 2	0,11	0,06	-0,3	1	0,09	Dim. 2	0,06	0,02	-0,3	1	0,12
Dim. 1	-0,08	0,21	-0,1	0,09	1	Dim. 1	-0,04	0,2	-0,1	0,12	1
2001						2003					
Utdanning	1	-0	-0,1	0,08	-0,03	Utdanning	1	-0	-0,2	0,05	-0,01
Kjønn	-0,04	1	-0,1	0,03	0,16	Kjønn	-0,05	1	-0,1	0,04	0,15
Alder	-0,1	-0,1	1	-0,24	-0,13	Alder	-0,17	-0,1	1	-0,27	-0,12
Dim. 2	0,08	0,03	-0,2	1	0,09	Dim. 2	0,05	0,04	-0,3	1	0,14
Dim. 1	-0,03	0,16	-0,1	0,09	1	Dim. 1	-0,01	0,15	-0,1	0,14	1
2005						2007					
Utdanning	1	-0	-0,2	0,06	0,01	Utdanning	1	-0	-0,2	0,08	-0,02
Kjønn	-0,03	1	-0	0,02	0,18	Kjønn	-0,03	1	-0	0,02	0,15
Alder	-0,22	-0	1	-0,25	-0,1	Alder	-0,2	-0	1	-0,22	-0,05
Dim. 2	0,06	0,02	-0,3	1	0,13	Dim. 2	0,08	0,02	-0,2	1	0,11
Dim. 1	0,01	0,18	-0,1	0,13	1	Dim. 1	-0,02	0,15	-0,1	0,11	1
2009						2011					
Utdanning	1	-0	-0,2	0,06	-0,02	Utdanning	1	0	-0,1	0,05	-0,03
Kjønn	-0,03	1	-0	0,05	0,18	Kjønn	-0,01	1	-0,1	0,05	0,16
Alder	-0,22	-0	1	-0,23	-0,08	Alder	-0,09	-0,1	1	-0,18	-0,12
Dim. 2	0,06	0,05	-0,2	1	0,12	Dim. 2	0,05	0,05	-0,2	1	0,16
Dim. 1	-0,02	0,18	-0,1	0,12	1	Dim. 1	-0,03	0,16	-0,1	0,16	1
2013						2015					
Utdanning	1	-0	-0,2	0,04	0,01	Utdanning	1	-0,1	-0,2	0,03	0
Kjønn	-0,01	1	-0,1	0,06	0,16	Kjønn	-0,03	1	-0,1	0,02	0,18
Alder	-0,23	-0,1	1	-0,24	-0,13	Alder	-0,22	-0,1	1	-0,25	-0,11
Dim. 2	0,04	0,06	-0,2	1	0,14	Dim. 2	0,03	0,02	-0,3	1	0,15
Dim. 1	0,01	0,16	-0,1	0,14	1	Dim. 1	0	0,18	-0,1	0,15	1

Korrelasjonsmatrise fotball

1985						1987					
Utdanning	1	-0,05	0,07	0,2	-0,11	Utdanning	1	-0,02	0,08	0,17	-0,08
Kjønn	-0,1	1	-0,1	0,1	0,15	Kjønn	-0,07	1	-0,06	0,09	0,17
Alder	0,07	-0,1	1	-0,36	-0,15	Alder	0,08	-0,06	1	-0,29	-0,17
Dim. 2	0,2	0,1	-0,36	1	0,06	Dim. 2	0,17	0,09	-0,29	1	0,1
Dim. 1	-0,11	0,15	-0,15	0,06	1	Dim. 1	-0,08	0,17	-0,17	0,1	1
1989						1991					
Utdanning	1	-0,05	0,09	0,16	-0,06	Utdanning	1	-0,03	0,07	0,14	-0,09
Kjønn	-0,08	1	-0,1	0,09	0,18	Kjønn	-0,06	1	-0,06	0,04	0,17
Alder	0,09	-0,1	1	-0,38	-0,17	Alder	0,07	-0,06	1	-0,33	-0,16
Dim. 2	0,16	0,09	-0,38	1	0,13	Dim. 2	0,14	0,04	-0,33	1	0,06
Dim. 1	-0,06	0,18	-0,17	0,13	1	Dim. 1	-0,09	0,17	-0,16	0,06	1
1993						1995					
Utdanning	1	-0,06	0,06	0,1	-0,08	Utdanning	1	-0,04	0,06	0,1	-0,11
Kjønn	-0,1	1	-0,07	0,02	0,16	Kjønn	-0,07	1	-0,06	0,04	0,18
Alder	0,06	-0,07	1	-0,35	-0,16	Alder	0,06	-0,06	1	-0,36	-0,17
Dim. 2	0,1	0,02	-0,35	1	0,1	Dim. 2	0,1	0,04	-0,36	1	0,11
Dim. 1	-0,08	0,16	-0,16	0,1	1	Dim. 1	-0,11	0,18	-0,17	0,11	1
1997						1999					
Utdanning	1	0	-0,03	0,1	-0,07	Utdanning	1	0	-0,11	0,05	-0,03
Kjønn	-0,03	1	-0,11	0,07	0,21	Kjønn	-0,02	1	-0,11	0,02	0,19
Alder	-0,03	-0,11	1	-0,34	-0,16	Alder	-0,11	-0,11	1	-0,3	-0,12
Dim. 2	0,1	0,07	-0,34	1	0,11	Dim. 2	0,05	0,02	-0,3	1	0,12
Dim. 1	-0,07	0,21	-0,16	0,11	1	Dim. 1	-0,03	0,19	-0,12	0,12	1
2001						2003					
Utdanning	1	-0,01	-0,1	0,07	-0,03	Utdanning	1	-0,06	-0,16	0,05	-0,02
Kjønn	-0,03	1	-0,05	0,01	0,16	Kjønn	-0,06	1	-0,06	0,02	0,15
Alder	-0,1	-0,05	1	-0,25	-0,14	Alder	-0,16	-0,06	1	-0,28	-0,12
Dim. 2	0,07	0,01	-0,25	1	0,11	Dim. 2	0,05	0,02	-0,28	1	0,15
Dim. 1	-0,03	0,16	-0,14	0,11	1	Dim. 1	-0,02	0,15	-0,12	0,15	1
2005						2007					
Utdanning	1	0	-0,2	0,06	0	Utdanning	1	0,01	-0,18	0,07	-0,04
Kjønn	-0,02	1	-0,05	0	0,2	Kjønn	-0,02	1	-0,05	0	0,15
Alder	-0,2	-0,05	1	-0,25	-0,11	Alder	-0,18	-0,05	1	-0,22	-0,03
Dim. 2	0,06	0	-0,25	1	0,13	Dim. 2	0,07	0	-0,22	1	0,12
Dim. 1	0	0,2	-0,11	0,13	1	Dim. 1	-0,04	0,15	-0,03	0,12	1
2009						2011					
Utdanning	1	-0,02	-0,19	0,07	-0,02	Utdanning	1	0	-0,07	0,06	-0,03
Kjønn	-0,03	1	-0,04	0,04	0,2	Kjønn	-0,01	1	-0,04	0,04	0,14
Alder	-0,19	-0,04	1	-0,22	-0,08	Alder	-0,07	-0,04	1	-0,17	-0,1
Dim. 2	0,07	0,04	-0,22	1	0,12	Dim. 2	0,06	0,04	-0,17	1	0,17
Dim. 1	-0,02	0,2	-0,08	0,12	1	Dim. 1	-0,03	0,14	-0,1	0,17	1
2013						2015					
Utdanning	1	0	-0,2	0,05	-0,01	Utdanning	1	-0,05	-0,2	0,02	0
Kjønn	0	1	-0,07	0,06	0,14	Kjønn	-0,04	1	-0,07	0,02	0,16
Alder	-0,2	-0,07	1	-0,25	-0,12	Alder	-0,2	-0,07	1	-0,25	-0,1
Dim. 2	0,05	0,06	-0,25	1	0,15	Dim. 2	0,02	0,02	-0,25	1	0,16
Dim. 1	-0,01	0,14	-0,12	0,15	1	Dim. 1	0	0,16	-0,1	0,16	1

Korrelasjonsmatrise skøyte løp

1985						1987					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0,1	0,07	0,2	-0,1	Utdanning	1	-0	0,07	0,15	-0,09
Kjønn	-0,1	1	-0,1	0,11	0,19	Kjønn	-0,08	1	-0	0,11	0,2
Alder	0,07	-0,1	1	-0,31	-0,14	Alder	0,07	-0	1	-0,26	-0,16
Dim. 2	0,2	0,11	-0,3	1	0,07	Dim. 2	0,15	0,11	-0,3	1	0,11
Dim. 1	-0,1	0,19	-0,1	0,07	1	Dim. 1	-0,09	0,2	-0,2	0,11	1
1989						1991					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0,1	0,07	0,17	-0,06	Utdanning	1	-0	0,06	0,14	-0,1
Kjønn	-0,1	1	-0,1	0,1	0,2	Kjønn	-0,07	1	0	0,08	0,17
Alder	0,07	-0,1	1	-0,31	-0,13	Alder	0,06	0	1	-0,26	-0,14
Dim. 2	0,17	0,1	-0,3	1	0,12	Dim. 2	0,14	0,08	-0,3	1	0,06
Dim. 1	-0,06	0,2	-0,1	0,12	1	Dim. 1	-0,1	0,17	-0,1	0,06	1
1993						1995					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0,1	0,05	0,12	-0,09	Utdanning	1	-0,1	0,05	0,1	-0,11
Kjønn	-0,11	1	-0	0,03	0,17	Kjønn	-0,09	1	-0	0,04	0,21
Alder	0,05	-0	1	-0,31	-0,16	Alder	0,05	-0	1	-0,33	-0,17
Dim. 2	0,12	0,03	-0,3	1	0,09	Dim. 2	0,1	0,04	-0,3	1	0,11
Dim. 1	-0,09	0,17	-0,2	0,09	1	Dim. 1	-0,11	0,21	-0,2	0,11	1
1997						1999					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0	-0	0,11	-0,08	Utdanning	1	-0,1	-0,1	0,08	-0,06
Kjønn	-0,06	1	-0	0,08	0,24	Kjønn	-0,07	1	-0	0,02	0,23
Alder	-0,02	-0	1	-0,21	-0,12	Alder	-0,05	-0	1	-0,16	-0,07
Dim. 2	0,11	0,08	-0,2	1	0,1	Dim. 2	0,08	0,02	-0,2	1	0,1
Dim. 1	-0,08	0,24	-0,1	0,1	1	Dim. 1	-0,06	0,23	-0,1	0,1	1
2001						2003					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0	-0,1	0,08	-0,05	Utdanning	1	-0,1	-0,1	0,06	-0,04
Kjønn	-0,07	1	-0	0,01	0,22	Kjønn	-0,09	1	-0	0,05	0,18
Alder	-0,05	-0	1	-0,14	-0,07	Alder	-0,08	-0	1	-0,13	-0,05
Dim. 2	0,08	0,01	-0,1	1	0,1	Dim. 2	0,06	0,05	-0,1	1	0,14
Dim. 1	-0,05	0,22	-0,1	0,1	1	Dim. 1	-0,04	0,18	-0,1	0,14	1
2005						2007					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	0	-0,1	0,08	0	Utdanning	1	-0	-0,1	0,09	-0,05
Kjønn	-0,04	1	0	0,02	0,21	Kjønn	-0,04	1	0	0,02	0,19
Alder	-0,09	0	1	-0,13	-0,05	Alder	-0,1	0	1	-0,12	-0,01
Dim. 2	0,08	0,02	-0,1	1	0,11	Dim. 2	0,09	0,02	-0,1	1	0,11
Dim. 1	0	0,21	-0,1	0,11	1	Dim. 1	-0,05	0,19	-0	0,11	1
2009						2011					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0	-0,1	0,1	-0,03	Utdanning	1	0	-0	0,07	-0,04
Kjønn	-0,05	1	0	0,04	0,22	Kjønn	-0,02	1	-0	0,02	0,17
Alder	-0,1	0	1	-0,14	-0,05	Alder	-0,04	-0	1	-0,09	-0,05
Dim. 2	0,1	0,04	-0,1	1	0,1	Dim. 2	0,07	0,02	-0,1	1	0,14
Dim. 1	-0,03	0,22	-0,1	0,1	1	Dim. 1	-0,04	0,17	-0,1	0,14	1
2013						2015					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	0,02	-0,1	0,06	-0,03	Utdanning	1	-0,1	-0,1	0,03	-0,04
Kjønn	-0,01	1	-0	0,04	0,17	Kjønn	-0,08	1	-0	0,01	0,18
Alder	-0,08	-0	1	-0,13	-0,06	Alder	-0,13	-0	1	-0,17	-0,05
Dim. 2	0,06	0,04	-0,1	1	0,12	Dim. 2	0,03	0,01	-0,2	1	0,14
Dim. 1	-0,03	0,17	-0,1	0,12	1	Dim. 1	-0,04	0,18	-0,1	0,14	1

Korrelasjonsmatrise friidrett

1985						1987					
Utdanning	1	-0,1	0,07	0,19	-0,1	Utdanning	1	-0	0,08	0,16	-0,09
Kjønn	-0,1	1	-0,1	0,07	0,2	Kjønn	-0,07	1	-0,1	0,07	0,22
Alder	0,07	-0,1	1	-0,35	-0,15	Alder	0,08	-0,1	1	-0,29	-0,17
Dim. 2	0,19	0,07	-0,4	1	0,07	Dim. 2	0,16	0,07	-0,3	1	0,11
Dim. 1	-0,1	0,2	-0,2	0,07	1	Dim. 1	-0,09	0,22	-0,2	0,11	1
1989						1991					
Utdanning	1	-0,1	0,08	0,17	-0,06	Utdanning	1	-0	0,07	0,14	-0,1
Kjønn	-0,09	1	-0,1	0,07	0,22	Kjønn	-0,06	1	-0	0,04	0,18
Alder	0,08	-0,1	1	-0,36	-0,16	Alder	0,07	-0	1	-0,31	-0,15
Dim. 2	0,17	0,07	-0,4	1	0,13	Dim. 2	0,14	0,04	-0,3	1	0,06
Dim. 1	-0,06	0,22	-0,2	0,13	1	Dim. 1	-0,1	0,18	-0,2	0,06	1
1993						1995					
Utdanning	1	-0,1	0,05	0,11	-0,09	Utdanning	1	-0,1	0,06	0,1	-0,11
Kjønn	-0,11	1	-0	0,02	0,19	Kjønn	-0,07	1	-0	0,02	0,21
Alder	0,05	-0	1	-0,33	-0,15	Alder	0,06	-0	1	-0,35	-0,17
Dim. 2	0,11	0,02	-0,3	1	0,09	Dim. 2	0,1	0,02	-0,4	1	0,12
Dim. 1	-0,09	0,19	-0,2	0,09	1	Dim. 1	-0,11	0,21	-0,2	0,12	1
1997						1999					
Utdanning	1	0	-0	0,1	-0,08	Utdanning	1	-0	-0,1	0,07	-0,05
Kjønn	-0,04	1	-0,1	0,05	0,25	Kjønn	-0,05	1	-0,1	0,01	0,23
Alder	-0,03	-0,1	1	-0,31	-0,16	Alder	-0,09	-0,1	1	-0,26	-0,1
Dim. 2	0,1	0,05	-0,3	1	0,1	Dim. 2	0,07	0,01	-0,3	1	0,11
Dim. 1	-0,08	0,25	-0,2	0,1	1	Dim. 1	-0,05	0,23	-0,1	0,11	1
2001						2003					
Utdanning	1	-0	-0,1	0,07	-0,04	Utdanning	1	-0,1	-0,1	0,06	-0,03
Kjønn	-0,06	1	-0	0	0,22	Kjønn	-0,07	1	-0	0,03	0,18
Alder	-0,07	-0	1	-0,2	-0,11	Alder	-0,12	-0	1	-0,22	-0,1
Dim. 2	0,07	0	-0,2	1	0,1	Dim. 2	0,06	0,03	-0,2	1	0,15
Dim. 1	-0,04	0,22	-0,1	0,1	1	Dim. 1	-0,03	0,18	-0,1	0,15	1
2005						2007					
Utdanning	1	0	-0,1	0,07	0	Utdanning	1	-0	-0,1	0,08	-0,04
Kjønn	-0,04	1	-0	0	0,21	Kjønn	-0,03	1	-0	0	0,19
Alder	-0,14	-0	1	-0,19	-0,08	Alder	-0,13	-0	1	-0,16	-0,02
Dim. 2	0,07	0	-0,2	1	0,11	Dim. 2	0,08	0	-0,2	1	0,11
Dim. 1	0	0,21	-0,1	0,11	1	Dim. 1	-0,04	0,19	-0	0,11	1
2009						2011					
Utdanning	1	-0	-0,2	0,08	-0,02	Utdanning	1	0	-0,1	0,07	-0,04
Kjønn	-0,05	1	-0	0,03	0,22	Kjønn	-0,02	1	-0	0,01	0,18
Alder	-0,15	-0	1	-0,18	-0,07	Alder	-0,05	-0	1	-0,12	-0,07
Dim. 2	0,08	0,03	-0,2	1	0,12	Dim. 2	0,07	0,01	-0,1	1	0,14
Dim. 1	-0,02	0,22	-0,1	0,12	1	Dim. 1	-0,04	0,18	-0,1	0,14	1
2013						2015					
Utdanning	1	0	-0,2	0,05	-0,02	Utdanning	1	-0,1	-0,1	0,03	-0,02
Kjønn	-0,01	1	-0	0,03	0,17	Kjønn	-0,05	1	-0	0,01	0,19
Alder	-0,18	-0	1	-0,21	-0,09	Alder	-0,14	-0	1	-0,22	-0,08
Dim. 2	0,05	0,03	-0,2	1	0,12	Dim. 2	0,03	0,01	-0,2	1	0,15
Dim. 1	-0,02	0,17	-0,1	0,12	1	Dim. 1	-0,02	0,19	-0,1	0,15	1

Korrelasjonsmatrise langrenn

2003						2005					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0,04	-0,14	0,06	-0,02	Utdanning	1	0	-0,17	0,07	0
Kjønn	-0,05	1	-0,03	0,03	0,17	Kjønn	-0,03	1	-0,02	0,02	0,2
Alder	-0,14	-0,03	1	-0,21	-0,1	Alder	-0,17	-0,02	1	-0,19	-0,09
Dim. 1	0,06	0,03	-0,21	1	0,15	Dim. 2	0,07	0,02	-0,19	1	0,13
Dim. 2	-0,02	0,17	-0,1	0,15	1	Dim. 1	0	0,2	-0,09	0,13	1
2007						2011					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0,01	-0,17	0,07	-0,04	Utdanning	1	0	-0,08	0,05	-0,03
Kjønn	-0,03	1	-0,01	0,02	0,19	Kjønn	-0,01	1	-0,04	0,03	0,17
Alder	-0,17	-0,01	1	-0,16	-0,03	Alder	-0,08	-0,04	1	-0,16	-0,1
Dim. 2	0,07	0,02	-0,16	1	0,11	Dim. 2	0,05	0,03	-0,16	1	0,16
Dim. 1	-0,04	0,19	-0,03	0,11	1	Dim. 1	-0,03	0,17	-0,1	0,16	1
2009						2013					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0,02	-0,16	0,08	-0,02	Utdanning	1	0	-0,21	0,05	0
Kjønn	-0,04	1	-0,02	0,03	0,21	Kjønn	0	1	-0,06	0,05	0,17
Alder	-0,16	-0,02	1	-0,18	-0,07	Alder	-0,21	-0,06	1	-0,22	-0,12
Dim. 2	0,08	0,03	-0,18	1	0,12	Dim. 2	0,05	0,05	-0,22	1	0,14
Dim. 1	-0,02	0,21	-0,07	0,12	1	Dim. 1	0	0,17	-0,12	0,14	1
2015											
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0,05	-0,2	0,03	-0,01						
Kjønn	-0,03	1	-0,06	0,03	0,19						
Alder	-0,2	-0,06	1	-0,23	-0,11						
Dim. 2	0,03	0,03	-0,23	1	0,16						
Dim. 1	-0,01	0,19	-0,11	0,16	1						

Korrelasjonsmatrise sykkel

2003						2005					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0,1	-0,2	0,04	-0,03	Utdanning	1	-0	-0,2	0,06	-0,01
Kjønn	-0,05	1	-0	0,03	0,17	Kjønn	-0,04	1	-0	0,01	0,2
Alder	-0,15	-0	1	-0,27	-0,12	Alder	-0,19	-0	1	-0,27	-0,11
Dim. 2	0,04	0,03	-0,3	1	0,14	Dim. 2	0,06	0,01	-0,3	1	0,12
Dim. 1	-0,03	0,17	-0,1	0,14	1	Dim. 1	-0,01	0,2	-0,1	0,12	1
2007						2009					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	0	-0,2	0,08	-0,04	Utdanning	1	-0	-0,2	0,07	-0,01
Kjønn	-0,02	1	-0	0,01	0,17	Kjønn	-0,04	1	-0	0,03	0,2
Alder	-0,18	-0	1	-0,21	-0,03	Alder	-0,18	-0	1	-0,21	-0,09
Dim. 2	0,08	0,01	-0,2	1	0,12	Dim. 2	0,07	0,03	-0,2	1	0,14
Dim. 1	-0,04	0,17	-0	0,12	1	Dim. 1	-0,01	0,2	-0,1	0,14	1
2011						2013					
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	0	-0,1	0,05	-0,03	Utdanning	1	0,01	-0,2	0,05	0
Kjønn	0	1	-0	0,03	0,16	Kjønn	0	1	-0,1	0,05	0,16
Alder	-0,05	-0	1	-0,16	-0,1	Alder	-0,19	-0,1	1	-0,24	-0,12
Dim. 2	0,05	0,03	-0,2	1	0,18	Dim. 2	0,05	0,05	-0,2	1	0,15
Dim. 1	-0,03	0,16	-0,1	0,18	1	Dim. 1	0	0,16	-0,1	0,15	1
2015											
	Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1		Utdanning	Kjønn	Alder	Dim. 2	Dim. 1
Utdanning	1	-0	-0,2	0,03	-0,01						
Kjønn	-0,03	1	-0,1	0,01	0,18						
Alder	-0,17	-0,1	1	-0,24	-0,1						
Dim. 2	0,03	0,01	-0,2	1	0,17						
Dim. 1	-0,01	0,18	-0,1	0,17	1						

Vedlegg 4

Tabellen under viser deskriptiv statistikk fra de uavhengige variabelene.

Uavhengige variabler	Verdier	Frekvenser	Snittverdier
Kjønn	0= Kvinner	30167	53,4 %
	1=Menn	26291	46,6 %
	Sum	56458	100 %
Alder	0= 15-24 år	7948	14,1 %
	1= 25-39 år	16144	28,6 %
	2= 40-59 år	19478	34,5 %
	3= 60 – år	12888	22,8 %
	Sum	56458	100 %
Utdanning	0= Grunnskole	13391	23,7 %
	1= VGS	19876	35,2 %
	2= Høyere utdanning	22986	40,7 %
	Totalt	56253	99,6 %
	Mangler	205	0,4 %
	Sum	56458	100 %
Verdidimensjon 1- Tradisjonell(+) vs. moderne(-)	Maks	0,84	
	Min.	-1,0	
	Gjennomsnitt	0,0276	
Verdidimensjon 2- Idealistisk(+) vs. materialistisk(-)	Maks	0,84	
	Min.	-1,0	
	Gjennomsnitt	-0,0006	

Vedlegg 5

Tabellene som presenteres under inneholder deskriptiv statistikk over de avhengige variablene.

Avhengig variabler	Verdier	Frekvenser	Snittverdier	
Meget interessert i å følge med på minimum en idrett	0= Nei	29339	37,8 %	
	1= Ja	35119	62,2 %	
	Sum	56458	100 %	
Overhode ikke interessert i å følge på noen idretter	0= Nei	50223	89 %	
	1= Ja	6235	11 %	
	Sum	56458	100 %	
Meget interessert i å følge med på:	Verdier	Frekvenser	Snittverdier	Valid %
Skøyteløp	0= Nei	45155	80 %	84,4 %
	1= Ja	8392	14,8 %	15,7 %
	Totalt	53547	94,8 %	100 %
	Mangler	2911	5,2 %	
	Sum	56458	100 %	
Ishockey	0= Nei	49525	87,8 %	95,3 %
	1= Ja	2456	4,4 %	4,7 %
	Totalt	51981	92,2 %	100 %
	Mangler	4477	7,9 %	
	Sum	56458	100 %	
Alpint	0= Nei	43269	76,6 %	81,8 %
	1= Ja	9688	17,2 %	18,3 %
	Totalt	52957	93,8 %	100 %
	Mangler	3501	6,2 %	
	Sum	56458	100 %	
Friidrett	0= Nei	44403	78,7 %	83,8 %
	1= Ja	8595	15,2 %	16,2 %
	Totalt	52998	93,9 %	100 %
	Mangler	3460	6,1 %	
	Sum	56458	100 %	
Fotball	0= Nei	37415	66,2 %	69,4 %
	1= Ja	16484	29,2 %	30,6 %
	Totalt	53899	95,5 %	100 %
	Mangler	2559	4,5 %	
	Sum	56458	100 %	
Tennis	0= Nei	50413	89,3 %	96,2 %
	1= Ja	2011	3,6 %	3,8 %
	Totalt	52424	92,9 %	100 %
	Mangler	4034	7,1 %	
	Sum	56458	100 %	
Golf	0= Nei	47039	83,4 %	97,9 %
	1= Ja	1012	1,8 %	2,1 %
	Totalt	48051	85,1 %	100 %
	Mangler	8407	14,9 %	
	Sum	56458	100 %	
Boksing	0= Nei	45952	81,4 %	95 %
	1= Ja	2390	4,2 %	4,9 %
	Totalt	36080	85,6 %	100 %
	Mangler	8116	14,4 %	
	Sum	56458	100 %	
Motorsport	0= Nei	43516	77,1 %	89,9 %
	1= Ja	4901	8,7 %	10,1 %
	Totalt	48417	85,8 %	100 %
	Mangler	8041	14,2 %	
	Sum	56458	100 %	
Dans	0= Nei	39202	69,4 %	90,4 %
	1= Ja	4144	7,3 %	9,6 %

	Totalt	43346	76,8 %	100 %
	Mangler	13112	23,2 %	
	Sum	56458	100 %	
Turn	0= Nei	40527	71,9 %	94 %
	1= Ja	2571	4,6 %	6 %
	Totalt	43143	76,4 %	100 %
	Mangler	13315	23,6 %	
	Sum	56458	100 %	
Kunstløp	0= Nei	40602	71,9 %	93,7 %
	1= Ja	2742	4,9 %	6,3 %
	Totalt	43344	76,8 %	100 %
	Mangler	13114	23,2 %	
	Sum	56458	100 %	
Håndball	0= Nei	31008	54,9 %	76 %
	1= Ja	9781	17,3 %	24 %
	Totalt	40789	72,2 %	100 %
	Mangler	15669	27,8 %	
	Sum	56458	100 %	
Basketball	0= Nei	36803	65,2 %	98,6 %
	1= Ja	543	1 %	1,5 %
	Totalt	37346	66,1 %	100 %
	Mangler	19112	33,9 %	
	Sum	56458	100 %	
Skihopp	0= Nei	20758	36,8 %	79,7 %
	1= Ja	5290	9,4 %	20,3 %
	Totalt	26048	46,1 %	100 %
	Mangler	30410	53,9 %	
	Sum	56458	100 %	
Langrenn	0= Nei	15394	27,2 %	58,6 %
	1= Ja	10890	19,3 %	41,4 %
	Totalt	26284	46,6 %	100 %
	Mangler	30174	53,4 %	
	Sum	56458	100 %	
Skiskyting	0= Nei	14192	25,1 %	54,1 %
	1= Ja	12021	16,3 %	45,9 %
	Totalt	26213	46,4 %	100 %
	Mangler	30245	53,6 %	
	Sum	56458	100 %	
Snowboard	0= Nei	24981	44,2 %	97,6 %
	1= Ja	608	1,1 %	2,4 %
	Totalt	25589	45,3 %	100 %
	Mangler	30860	54,7 %	
	Sum	56458	100 %	
Volleyball/sandvolleyball	0= Nei	25061	44,4 %	97,6 %
	1= Ja	601	1,1 %	2,3 %
	Totalt	25662	45,5 %	100 %
	Mangler	30796	54,5 %	
	Sum	56458	100 %	
Sykkel	0= Nei	23127	41 %	89,6 %
	1= Ja	2667	4,7 %	10,3 %
	Totalt	25784	45,7 %	100 %
	Mangler	30664	54,3 %	
	Sum	56458	100 %	
Svømming	0= Nei	24790	43,9 %	96,1 %
	1= Ja	1000	1,8 %	3,9 %
	Totalt	25790	45,7 %	100 %
	Mangler	30668	54,3 %	
	Sum	56458	100 %	
Ekstrem sport	0= Nei	6907	12,2 %	94,7 %
	1= Ja	386	0,7 %	5,3 %
	Totalt	7293	12,9 %	
	Mangler	49165	87,1 %	
	Sum	56458	100 %	

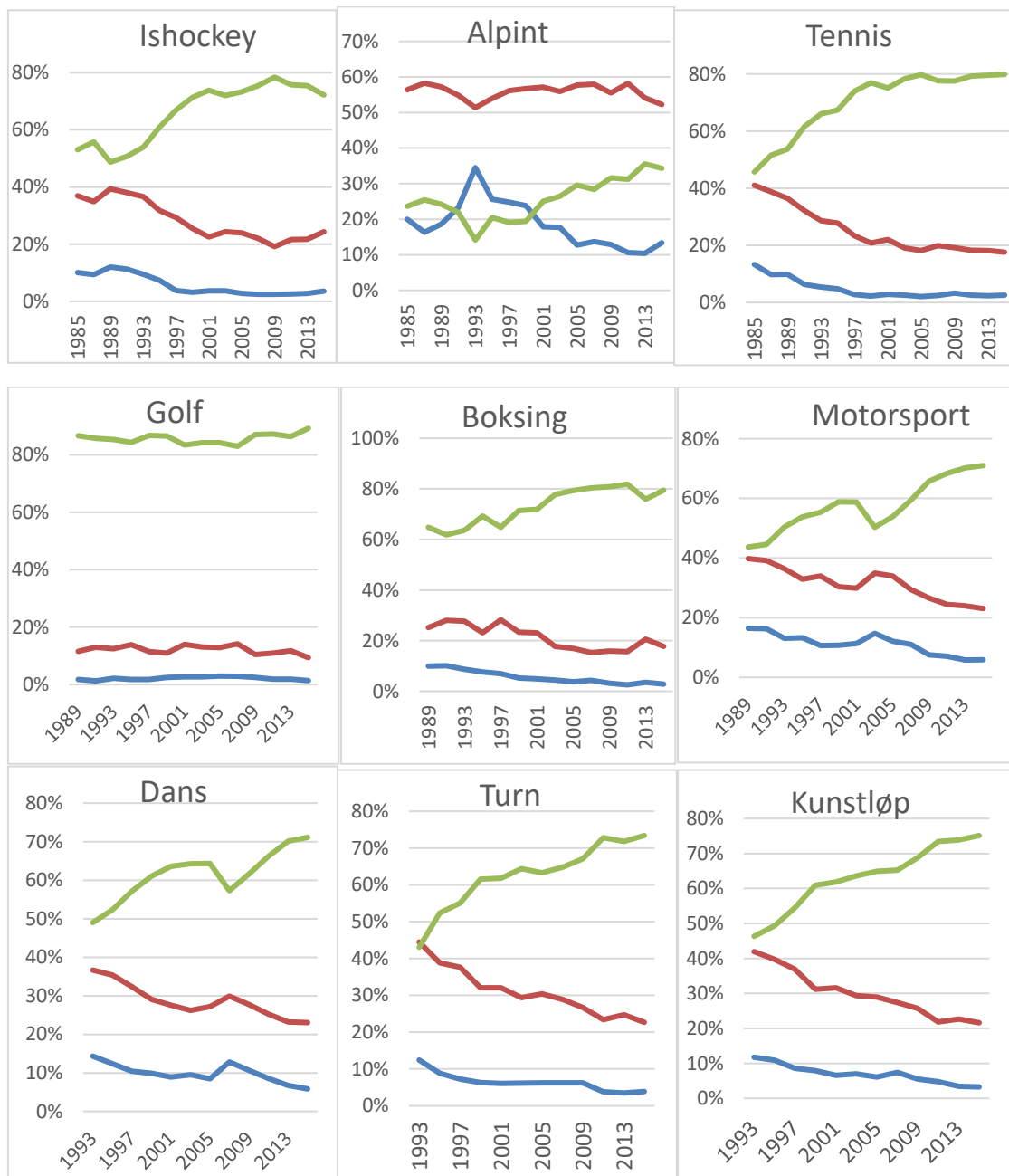
Vedlegg 6

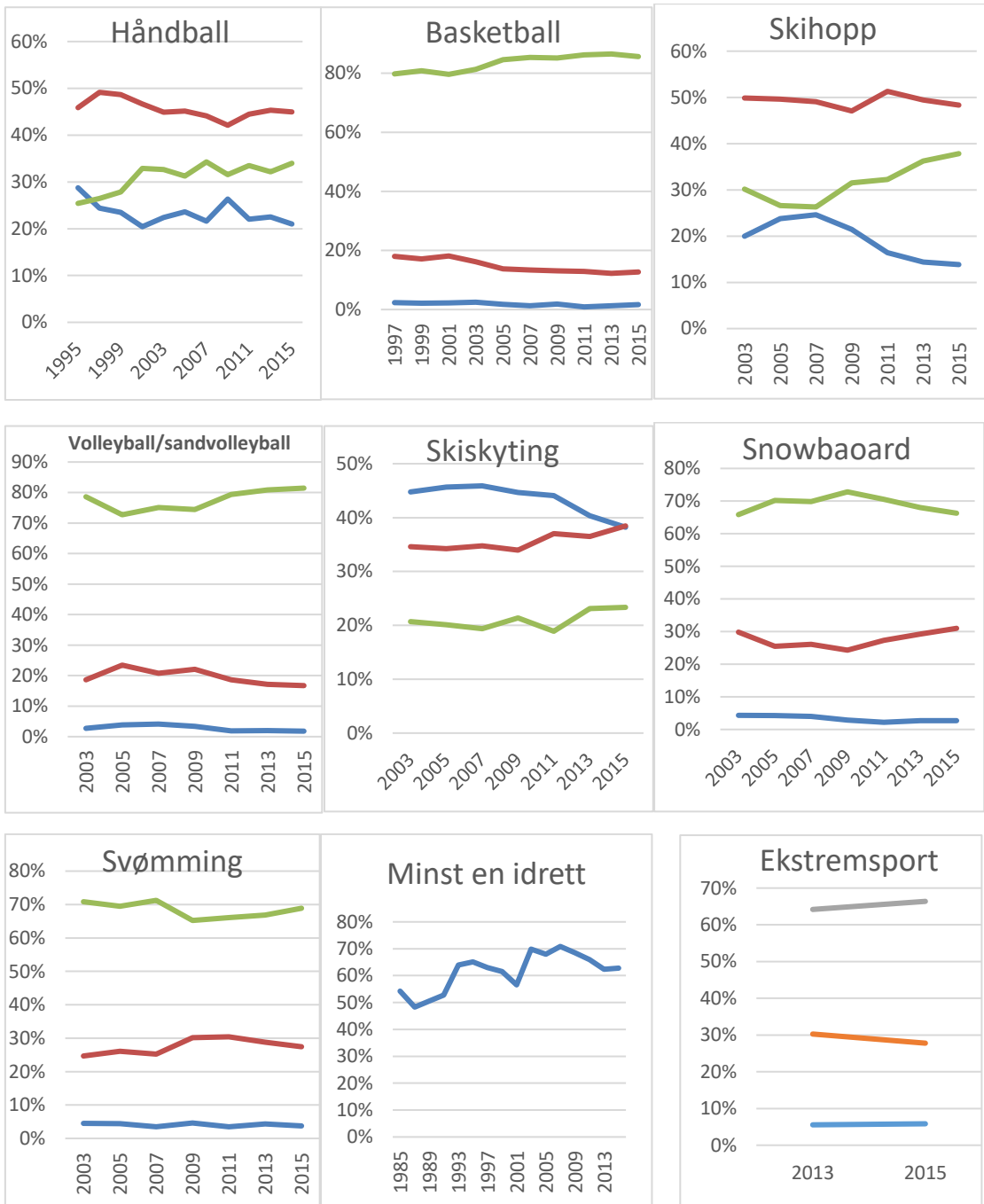
Interessen for å følge med på forskjellige idretter i perioden 1985-2015.

Blå linje: Meget interessert

Rød linje: Litt interessert

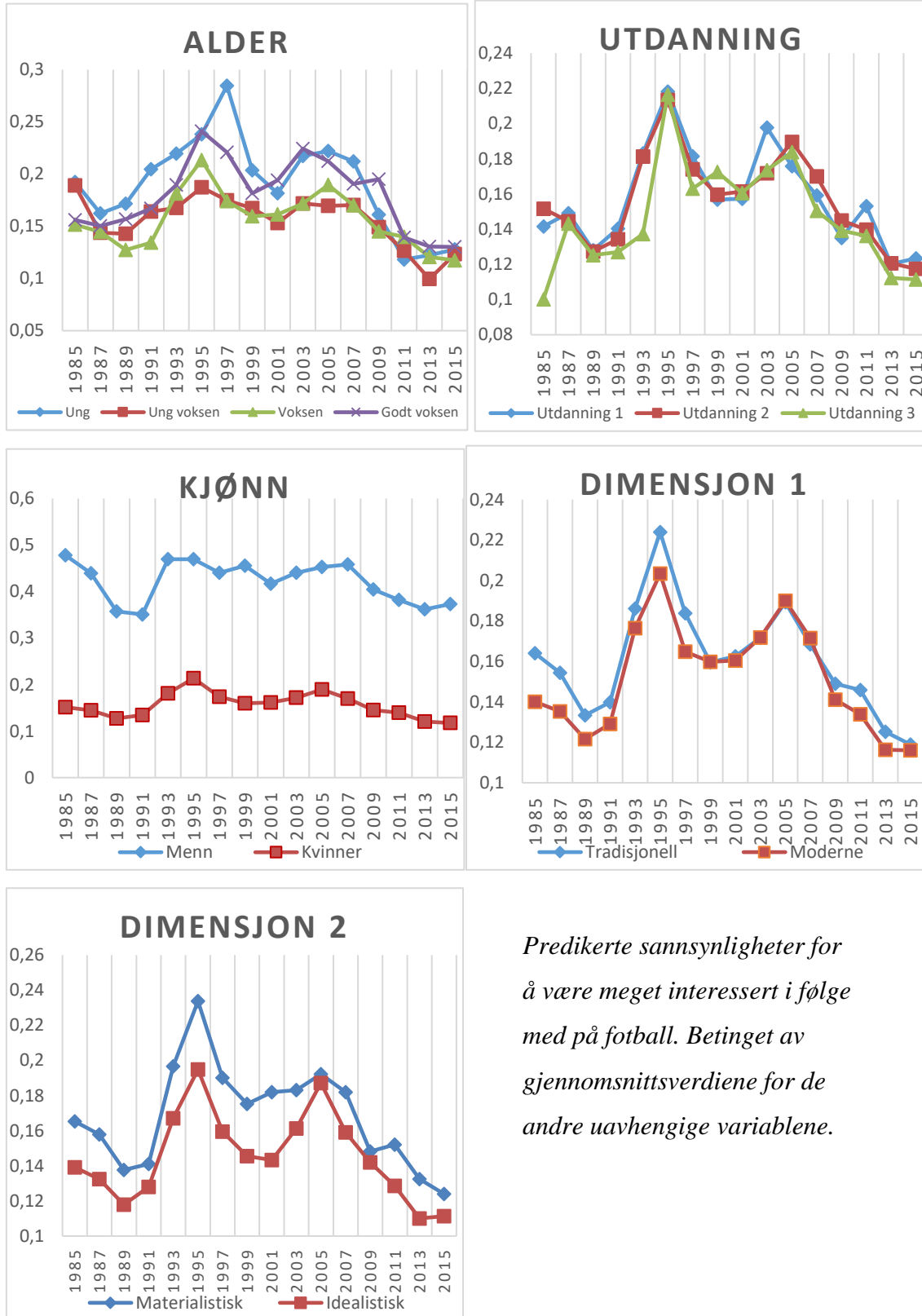
Grønn linje: Overhode ikke interessert.





Vedlegg 8

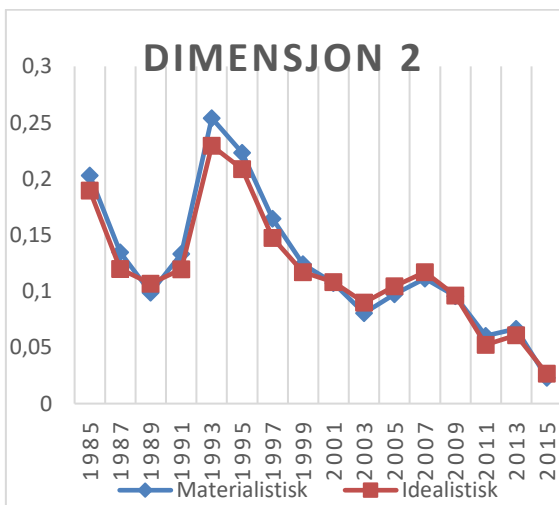
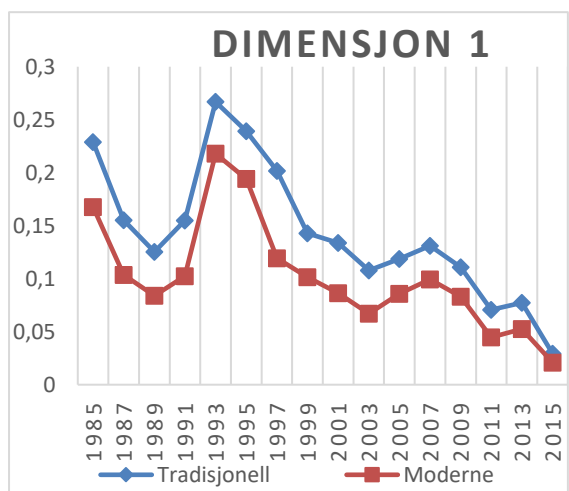
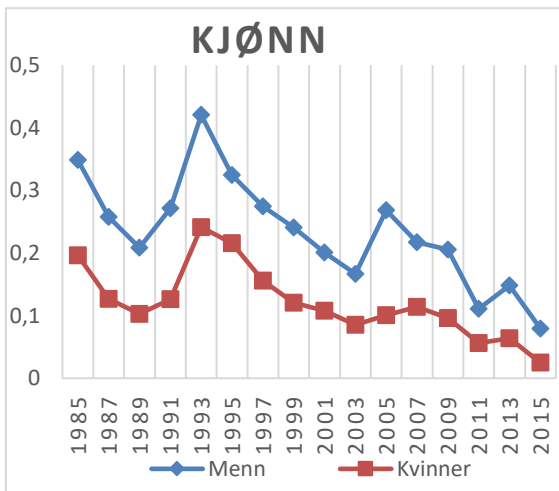
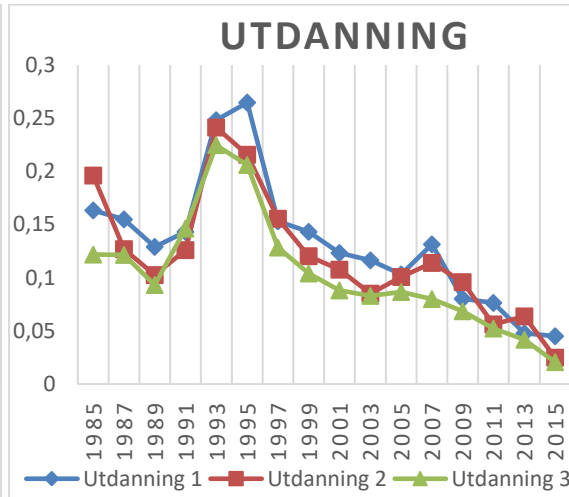
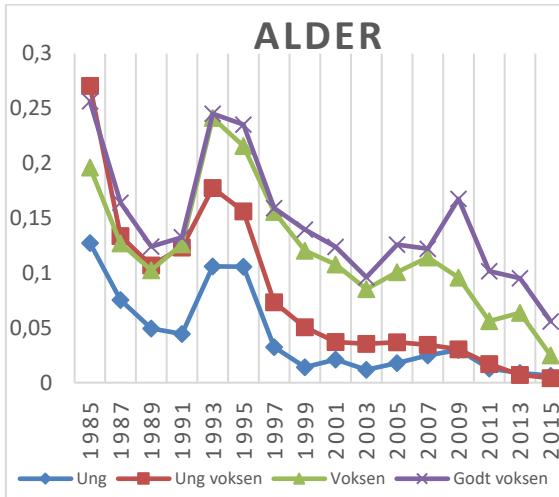
Predikerte sannsynligheter for å følge med på fotball



Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i følge med på fotball. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene.

Vedlegg 9

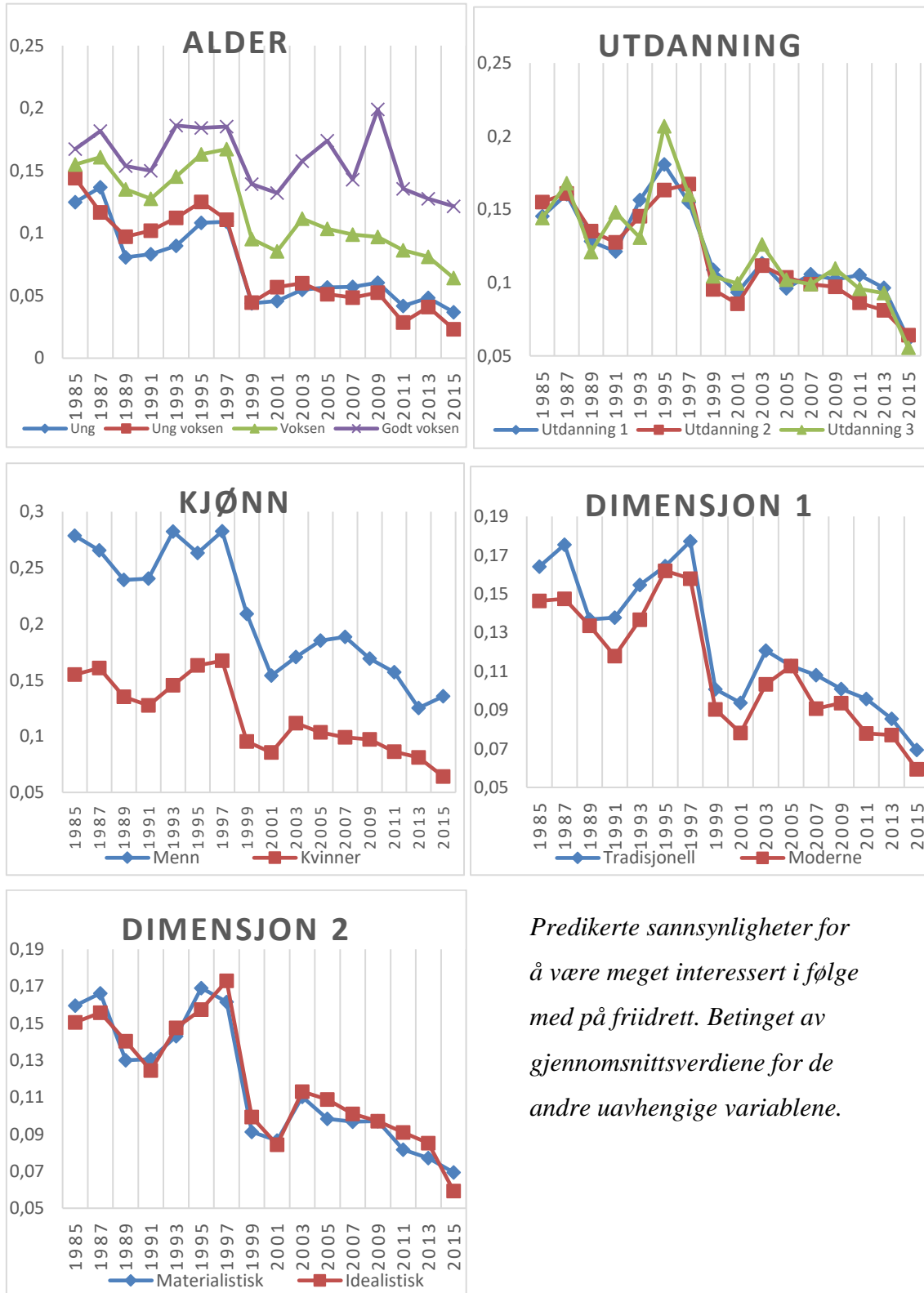
Predikerte sannsynligheter for å følge med på skøyteøp



Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i følge med på skøyteøp. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene.

Vedlegg 10

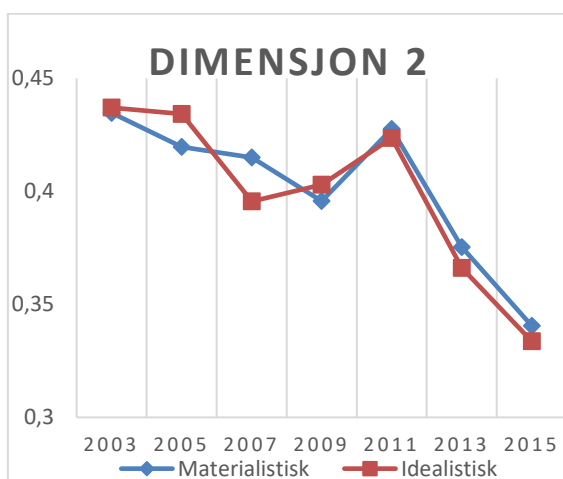
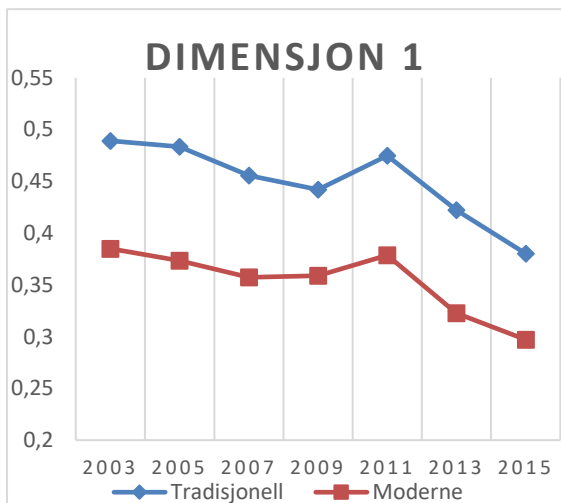
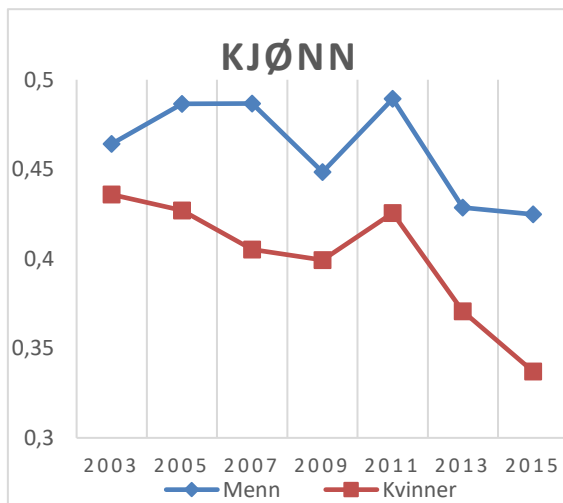
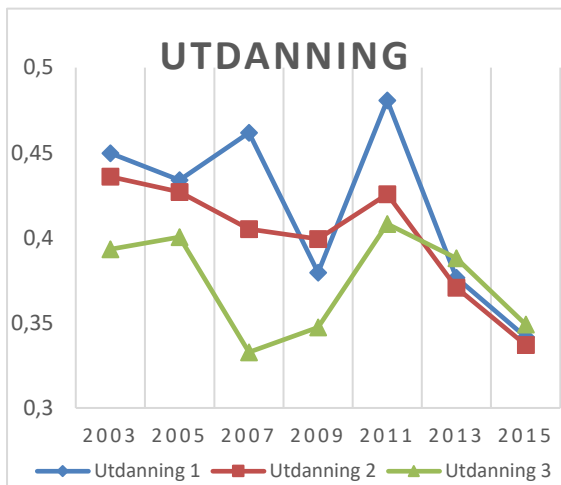
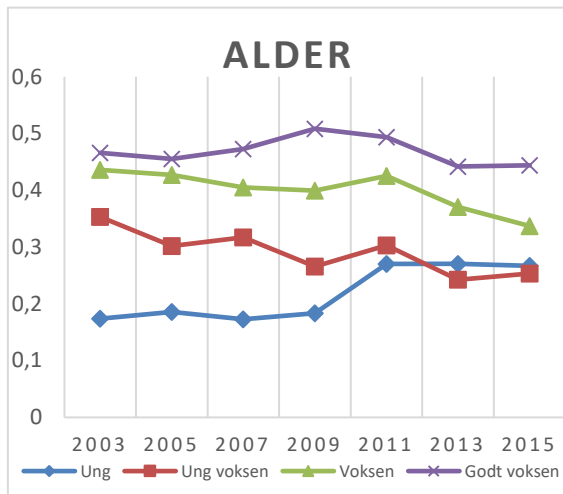
Predikerte sannsynligheter for å følge med på friidrett



Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i følge med på friidrett. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene.

Vedlegg 11

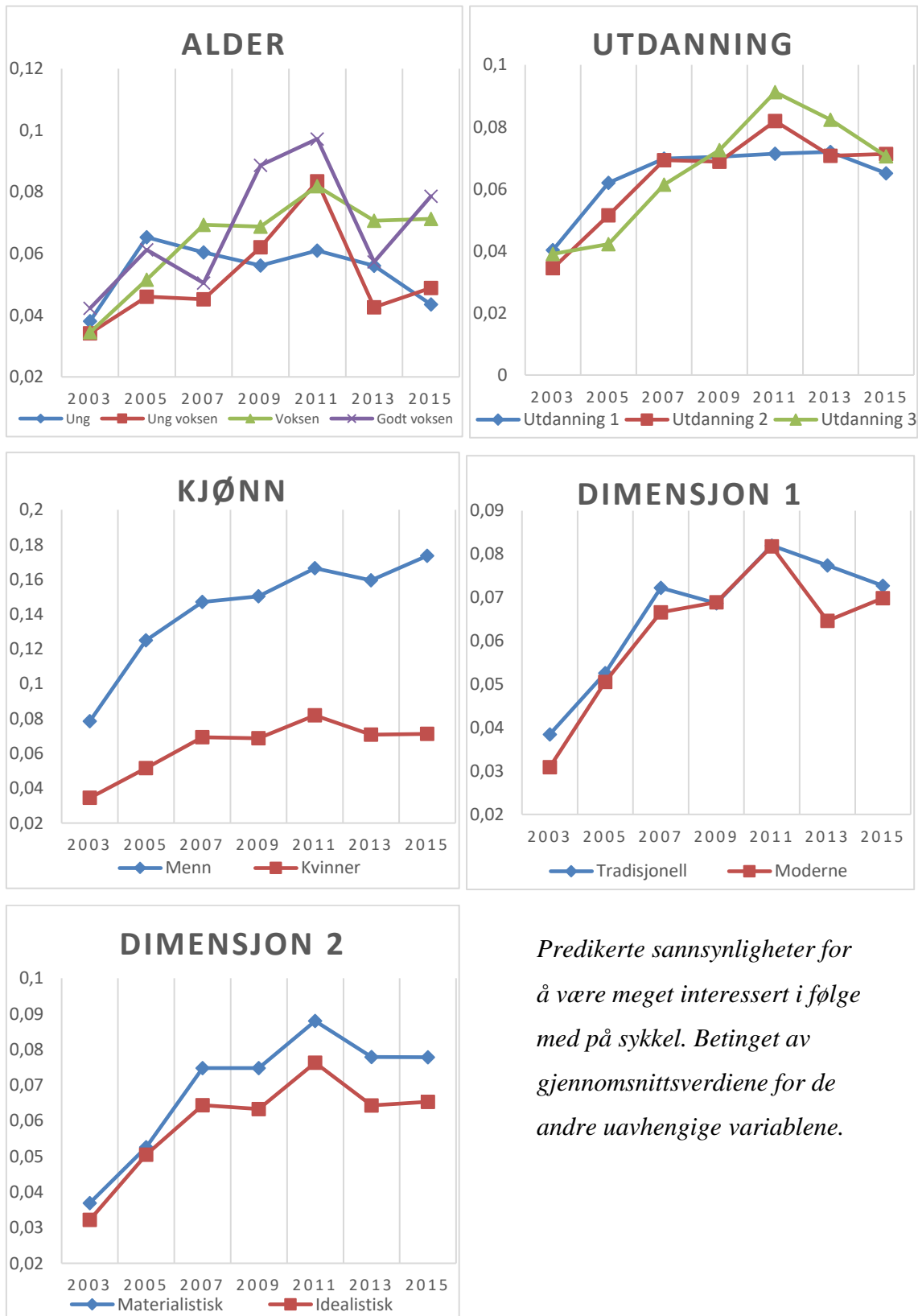
Predikerte sannsynligheter for å følge med på langrenn



Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i følge med på langrenn. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene.

Vedlegg 12

Predikerte sannsynligheter for å følge med på sykkel



Predikerte sannsynligheter for å være meget interessert i følge med på sykkel. Betinget av gjennomsnittsverdiene for de andre uavhengige variablene.

Vedlegg 13

Vedlagt følger deler av Norsk Monitors spørreskjema.

171 Hvor interessert er du i å følge med i følgende idrettsgrener?			
MERK AV ETT SVAR I HVER LINJE	Meget interessert	Litt interessert	Overhode ikke interessert
	1	2	3
• Skøyteløp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Ishockey	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Alpint	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Skihopp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Langrenn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Skiskyting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Snowboard	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Friidrett	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Fotball	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Håndball	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Basketball	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Volleyball/ sandvolleyball	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Golf	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Boksing	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Tennis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Motorsport	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Sykkel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Dans	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Turn	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Kunstløp	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Svømming	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

