

Verkefni / rannsókn: Fjölmiðlakönnun meðal Pólverja á Íslandi

Styrkþegi: Helga Ólafs

Samantekt

Markmið þessarar rannsóknar er að kanna fjölmiðlanotkun Pólverja á Íslandi í þeim tilgangi að komast að því hvernig best sé að miðla upplýsingum til þeirra og gera samanburð á því hvernig íslenskir fjölmiðlar og fjölmiðlar heimalandsins eru notaðir. Pólverjar eru langstærsti hópur innflytjenda en árið 2009 er hlutfall innflytjenda 7,6%. Fjölmiðlar gegna mikilvægu hlutverki í aðlögun innflytjenda en skortur er á rannsóknnum um fjölmiðlanotkun þeirra. Niðurstöður rannsóknarinnar leiðir í ljós að meirihluti Pólverja, eða 55%, nota íslenska fjölmiðla daglega eða nær daglega. Íslenskukunnátta, dvalartími, búseta og kyn hefur áhrif á íslenska fjölmiðlanotkun. Dagblöð eru mest notuð af fjölmiðlum en tæp 77% nota dagblöð en sjónvarpsnotkun er minnst meðal þátttakenda. Þegar borinn er saman lestur á íslenskum og pólskum dagblöðum eru gengis- og veðurfréttir, auglýsingar, myndir og fyrirsagnir mest lesnar í íslenskum dagblöðum til samanburðar við innlendar og erlendar fréttir, myndir og fyrirsagnir í pólskum dagblöðum. Í sjónvarpi er mest áhorf á fréttir og afþreyingarefni bæði í íslensku og pólsku sjónvarpi en sex af hverjum tíu þátttakendum hefur aðgang að pólsku sjónvarpi. Niðurstöður rannsóknarinnar eru byggðar á svörum 649 Pólverja og endurspeglar þátttakendur aldur og búsetu Pólverja sem eru búsettir á Íslandi.

Project: Media survey among Polish people living in Iceland

Grantee: Helga Ólafsson

Abstract

The aim of this research is to study media usage of Polish people living in Iceland for the purpose to find out how best to provide them information and to compare how they use Icelandic media in contrast to Polish media. Polish people are by far the largest immigrant group in Iceland. The population of immigrants in 2009 is 7,6%. Media plays an important role in integration among immigrants but there is a shortage of research of how they use the media. The results of the survey are that most Polish people, or 55%, use Icelandic media on a daily basis. Their knowledge of Icelandic language, how long they have lived in Iceland, where they live in Iceland and gender, affects their usage of Icelandic media. Newspapers are the most commonly used form of media with almost 77% user rate, and television is least used media among participants. When compared what is read in Icelandic and Polish newspapers news about the exchange rate, weather, advertisements, pictures and headlines are most read in Icelandic newspapers compared to national and international news, pictures and headlines in Polish newspapers. What is most watched on television is news and entertainment both in Icelandic and Polish television, with about 60% of Polish people having access to Polish television stations. The results are based on 649 participants. The age of participants and where they live in Iceland represents Polish people living in Iceland.