

Innledning

SSB har siden 1991 gjennomført omfattende undersøkelser om nordmenns kultur- og mediebruk, delvis finansiert av Kulturdepartementet og Norsk kulturråd, delvis av Medietilsynet og Telenor. Hovedtallene fra de enkelte undersøkelsene er allerede offentliggjort gjennom tabell- og figuroversikter i SSBs serier Rapportert og Statistiske analyser. Målet med disse publikasjonene har vært å gi et raskt og generelt overblikk over hovedresultatene i undersøkelsene, uten å gå dypere inn i materialet. SSB gir for øvrig også ut publikasjoner der tilgjengelig statistikk på kulturområdet er samlet. Disse publikasjonene er hovedsakelig basert på tall fra SSB, fra andre offentlige organisasjoner og fra interesseorganisasjoner. Den siste utgaven er «Kulturstatistikk 2005».

I denne publikasjonen har målet vært å få fram mer av dette datamaterialet, gi en mer samlendende oversikt og se de ulike svarene i undersøkelsene i sammenheng med hverandre. Undersøkelsene kan gi oss et bedre bilde av hvem som er kultur- og mediebrukere – og hvem som ikke er det. Vi kan også gå inn i mer spesifikke forhold og se på hvilke faktorer som påvirker bruken av kulturtilbud og medier, som interesse, tilgjengelighet, bosted og sosial status. Hvilke typer kulturbruk er for eksempel konsentrert om de større byene, og i hvilken grad samler kulturbruk hele

befolkningen? Går det an å snakke om at visse grupper i samfunnet har større glede av kulturmidlene enn andre? Hva kan vi i så fall si om ikke-brukerne i forhold til storbrukerne?

Målet har dels vært å gi et bilde av utviklingen på området de siste 10-15 åra – dels å gi en oppdatering: Hvordan er situasjonen i dag? Publikasjonen er en oppfølger av SA 13: «Kultur og medievaner» (Vaage 1996). Det er også bygget videre på en del av innholdet i SA 38: «Kultur- og fritidsaktiviteter» (Vaage 2000). Kultur- og medietilbud som ikke var med i de publikasjonene, slik som kulturfestivaler og Internett-bruk, er tatt med nå.

I denne publikasjonen blir det for en stor del benyttet tall fra Kultur- og medieundersøkelsen 2004, når det gjelder kulturbruk, som er de siste tilgjengelige resultatene for nordmenns bruk av kultur. For mediebruk er mye hentet fra Mediebruksundersøkelsen 2006, som er den siste mediebruksundersøkelsen som er gjennomført.

Publikasjonen er lagt opp på følgende måte: I de generelle delene om kultur- og mediebruk beskrives den samlede bruken av disse tilbudene, og de ulike tilbudene blir sammenlignet: profesjonelle tilbud og amatørtilbud, publikums generelle sam-

menetning, interesse, tilgang og kulturbruk. I avsnittene om de enkelte kultur- og medietilbud ser vi nærmere på de sjangre som folk velger innenfor de enkelte tilbudene: Hvem ser hvilke typer TV-program, kinoforestillinger og så videre. Vi er også innom folks egenaktivitet innenfor kultur- og mediefeltet.

Det kan diskuteres om bøker og kino er kultur- eller medietilbud, og hvordan de bør defineres i forhold til andre slike tilbud. Det skillet som er gjort mellom ulike typer tilbud, henger først og fremst sammen med hva slags type aktivitet det innebærer å bruke disse tilbudene. Dette igjen har innvirkning på spørsmålsstillingen som er brukt i undersøkelsen, og der ved også på sammenligningsgrunnlaget når resultatene skal framstilles i tabeller eller figurer. Boklesing hører inn under de aktiviteter som mange utfører ofte, gjerne hver dag, som oftest hjemme, og der budskapet når, eller i hvert fall ønsket er å nå, en større anonym masse mennesker samtidig eller over kort tidsrom. På denne måten faller boklesingen innenfor samme ramme som fjernsynsseing og avislesing. Spørsmålsstillingen blir derfor foretatt på samme måte som for de andre mediene, der målet er daglig gjennomsnittsbuk.

Kinobesøk er derimot en aktivitet som de fleste foretar nokså sjelden. Det er en aktivitet som man selv må oppsøke utenfor hjemmet, en handling i fellesskap med andre til dels ukjente mennesker. Dette er på linje med kulturaktiviteter som teaterbesøk, museumsbesøk, besøk på idrettsarrangement og så videre. Derfor er det mest hensiktsmessig å plassere kinobesøk i denne gruppen og bruke en spørsmålsformulering som er i samsvar med det, det vil si bruk i løpet av de siste tolv måneder.

Forskjellige sjangerinndelinger er ikke presise, og kan neppe bli det heller, i en slik generell undersøkelse der befolkningen som helhet er undersøkelsesobjektet. Målet med disse sjangerinndelingene har vært å gi et bilde av kultur- og mediebruk som lodder noe dypere enn bare å gi tall for ulike kulturformer. Dessuten er det vanskelig å gi noen eksakte skillelinjer i kunst og kultur; ulike former tangerer og glir over i hverandre, noe som kanskje kan sies å være kunstens vesen, en sammenmelting av ulike former. Det er likevel et mål at tallene i disse undersøkelsene kan gi en idé om hva som er mest toneangivende innenfor ulike kunst- og kulturformer.



Kultur- og mediebruksundersøkelsene i korte trekk

Kultur- og mediebruksundersøkelsene som datamaterialet til denne publikasjonen er hentet fra, er intervjuundersøkelser gjennomført blant et landsomfattende utvalg i alderen 9 til 79 år. Tallene er hentet fra undersøkelsene i 1991, 1994, 1997, 2000 og 2004. I hver av undersøkelsene har omtrent 2 000 personer deltatt. Intervjuene er fordelt på alle ukedager og på fire perioder av året: mars, juni, september og desember. Hoveddelen av intervjuene er gjennomført i løpet av de tre første ukene i hver av disse månedene. Svarene i undersøkelsen gir dermed et bilde av daglig mediebruk i gjennomsnitt over ulike deler av året.

Mål for kulturbruk

Spørsmålene om bruk av kulturtilbud gjelder de tolv siste månedene. For hvert kulturtilbud intervjuobjektene har besøkt innenfor dette tidsrommet, blir det i tillegg spurt om antall besøk, hvor lenge det var siden siste besøk og hva slags forestilling, utstilling eller arrangement dette dreide seg om.

Kulturtilbud som inngår i denne publikasjonen er

Kino, teater/musikal/revy, opera/operette, ballett-/danseforestilling, konsert med klassisk musikk, konsert med populærmusikk, kunstutstilling, museum, folkebibliotek og idrettsarrangement. For 2004 er også kulturfestival og tros-/livssynsmøte tatt med.

Mål for mediebruk

Spørsmålene om mediebruk gjelder dagen før intervjuet fant sted. For hvert massemedium intervjuobjektene hadde benyttet denne dagen, ble det stilt oppfølgingsspørsmål om hvor lang tid som ble brukt på mediet, og nærmere hva slags bok som ble lest denne dagen, hvilke fjernsynskanaler som ble sett på, og så videre.

Massemedier som inngår i undersøkelsene er

Avis, ukeblad, tegneserieblad, tidsskrift, bok, plate/kassett/CD, video, radio, fjernsyn, hjemme-PC, Internett og TV-spill.



Foto: Torbjørn Tjersberg

Viktige begrep

Folkebibliotek: Omfatter folkebibliotek med filial og bokbuss.

Klassisk musikk og annet: Omfatter klassisk musikk, samtidsmusikk, kirkemusikk og kor.

Populærmusikk og annet: Omfatter rock, pop, jazz, viser, country & western, folkemusikk, korps og janitsjarmusikk.

Kunstutstilling: Omfatter billedkunstutstilling og utstilling av kunsthåndverk.

Avistyper: *Distriktsavis* omfatter aviser som utkommer utenfor Oslo, med mer enn fire utgaver per uke. *Lokalavis* omfatter aviser med fire eller færre utgaver per uke. *Oslo-aviser* er aviser som utkommer i Oslo, med mer enn fire utgaver per uke. Dagbladet/VG er skilt ut spesielt.

Boklesing: Bøker som leses på fritida. Bøker som brukes i forbindelse med arbeid, skole eller annen utdanning, regnes ikke med. Høytlesing for barn er heller ikke med i statistikken over boklesing.

Tidsskrift: Omfatter tidsskrift, foreningsblad og lignende.

Video: Omfatter egenprodusert video, opptak av fjernsynsprogram og kjøpt eller leid videofilm. Både VHS-kassetter og DVD-plater er med i begrepet video.

Hjemme-PC: Omfatter PC (Personlig Computer) eller annen type hjemmedatamaskin.

Utdanning (16-79 år): Utdanningsnivå er beregnet på grunnlag av opplysninger om samlet allmennutdanning og yrkesutdanning. Grupperingen bygger på Standard for utdanningsgruppering i offentlig norsk statistikk (Standarder for norsk statistikk nr. 7). Utdanning er beregnet for aldersgruppen 16-79 år. Fra og med 2005 er følgende inndeling brukt: *Ungdomsskolenivå:* Utdanning med samlet varighet 7-9 år. *Videregående skole:* Utdanning med samlet varighet 10-12 år. *Universitet/høgskole, kort:* Utdanning med samlet varighet 13-16 år. *Universitet/høgskole, lang:* Utdanning med samlet varighet mer enn 16 år.

Yrkesstatus (16-79 år): Grupperingen bygger på Standard for yrkesklassifisering (NOS C 521). Yrkesstatus er beregnet for aldersgruppen 16-79 år.

Tettbygd/spredtbygd: Som tettbygde strøk regnes hussamlinger med minst 200 hjemmehørende personer der husene normalt ikke ligger mer enn 50 meter fra hverandre.

Utvalg, feilkilder og hovedtabeller for undersøkelsene som det er brukt materiale fra i denne publikasjonen, fins i de enkelte publikasjonene fra SSB om kultur- og mediebruksundersøkelsene.

De mest sentrale publikasjonene som er brukt i denne publikasjonen, er det gitt henvisninger til.