

Norsk mediebarometer 2002

Odd Frank Vaage

Statistiske analyser

I denne serien publiseres analyser av statistikk om sosiale, demografiske og økonomiske forhold til en bredere leserkrets. Fremstillingsformen er slik at publikasjonene kan leses også av personer uten spesialkunnskaper om statistikk eller bearbeidingsmetoder.

Statistical Analyses

In this series, Statistics Norway publishes analyses of social, demographic and economic statistics, aimed at a wider circle of readers. These publications can be read without any special knowledge of statistics and statistical methods.

© Statistisk sentralbyrå, mars 2003

Ved bruk av materiale fra denne publikasjonen, vennligst oppgi Statistisk sentralbyrå som kilde.

ISBN 82-537-5344-6 Trykt versjon

ISBN 82-537-5345-4 Elektronisk versjon

ISSN 0804-3321

Emnegruppe

07.02 Kulturaktiviteter

Omslag: Siri Boquist

Trykk: Lobo Media as/320

Standardtegn i tabeller	Symbol
Tall kan ikke forekomme	.
Oppgave mangler	..
Oppgave mangler foreløpig	...
Tall kan ikke offentliggjøres	:
Null	-
Mindre enn 0,5 av den brukte enheten	0
Mindre enn 0,05 av den brukte enheten	0,0
Foreløpig tall	*
Brudd i den loddrette serien	—
Brudd i den vannrette serien	l
Desimalskilletegn	,(.)

Forord

I *Norsk mediebarometer 2002* legger Statistisk sentralbyrå fram hovedresultatene fra en landsomfattende undersøkelse om folks massemediebruk i 2002. Publikasjonen er en oppfølger av fjorårets mediebarometer. Publikasjonen gjengir en del av hovedtallene fra mediebruksundersøkelsene fra og med 1991.

Formålet med publikasjonen er å gi en samlet framstilling av nordmenns bruk av ulike typer massemedier og tilgangen til slike. Det er lagt vekt på at stoffet skal være lett tilgjengelig ved oversiktlige tabeller og figurer. Det skriftlige stoffet er også lagt fram slik at det skal være lett forståelig.

Statistisk sentralbyrå har websider på Internett hvor denne publikasjonen gjengis. Webadressen er <http://www.ssb.no/>.

Undersøkelsen om massemediebruk er i hovedsak finansiert av Statens medieforvaltning. Telenor har støttet innsamlingen av data om PC-bruk og elektroniske kommunikasjonsmidler. Seniorrådgiver Odd Frank Vaage har ledet gjennomføringen av undersøkelsen og utarbeidet publikasjonen.

Statistisk sentralbyrå,
Oslo/Kongsvinger, 11. mars 2003

Svein Longva

Innhold

Figurregister	6
Tabellregister	7
Noen hovedresultater	9
Daglig mediebruk: Hovedtall	13
Avis	16
Ukeblad	20
Tegneserieblad	24
Tidsskrift	28
Bøker	32
Plate, kassett, CD	36
Video	40
Radio	44
Fjernsyn	50
Hjemme-PC	56
Internett	60
Kino	64
Daglig mediebruk: Tilleggstall	68
Ukentlig mediebruk	73
Medietilgang	77
Vedlegg 1: Om undersøkelsen	81
Tidligere utgitt på emneområdet	85
De sist utgitte publikasjonene i serien Statistiske analyser	86

Figurregister

1.	Andel som har benyttet ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	13
2.	Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 2002. Minutter	13
3.	Andel av tid brukt til massemedier en gjennomsnittsdag som går med til ulike medier. 2002. Prosent	14
4.	Andel avislesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	17
5.	Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	18
6.	Andel ukebladlesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	21
7.	Ukebladlesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	22
8.	Andel lesere av tegneserieblad en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	25
9.	Tegneserielesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	26
10.	Andel lesere av tidsskrift, foreningsblad e.l. en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	29
11.	Tidsskriftlesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	30
12.	Andel boklesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	33
13.	Boklesere fordelt på type bok lest en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	34
14.	Andel lyttere til plate, kassett eller CD en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	37
15.	Lyttere fordelt på avspillingssystem de har lyttet til en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	38
16.	Andel videoseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	41
17.	Videseere fordelt på type videooptak de har sett en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	42
18.	Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	45
19.	Andel som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	46
20.	Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	48
21.	Andel fjernsynsseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	51
22.	Andel som ser på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	52
23.	Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	54
24.	Andel som bruker hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	57
25.	Hjemme-PC-brukere fordelt på ulike typer PC-bruk en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent	58
26.	Andel som bruker Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	61
27.	Andel som siste uke har brukt Internett i alt, på ulike steder og på ulike måter 2002. Prosent	62
28.	Andel som har vært på kino siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent	65
29.	Andel som har vært på kino, etter perioder av året. 2002. Prosent	66

Tabellregister

1.	Andel som har benyttet ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 1991-2002. Prosent	15
2.	Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 1991-2002. Minutter	15
3.	Andel avislesere og minutter brukt til avislesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002	17
4.	Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent	18
5.	Andel som har lest avis en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2002	19
6.	Andel ukebladlesere og minutter brukt til ukebladlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002	21
7.	Lesere fordelt på type ukeblad en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent	22
8.	Andel som har lest ukeblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2002	23
9.	Andel lesere av tegneserieblad og minutter brukt til slik lesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002	25
10.	Lesere fordelt på type tegneserieblad en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent	26
11.	Andel som har lest tegneserieblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2002	27
12.	Andel tidsskriftlesere og minutter brukt til tidsskriftlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002	29
13.	Lesere fordelt på type tidsskrift en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent	30
14.	Andel som har lest tidsskrift en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2002	31
15.	Andel boklesere og minutter brukt til boklesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002	33
16.	Lesere fordelt på boktype en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent	34
17.	Andel som har lest bok en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2002	35
18.	Andel lyttere til plate, kassett eller CD og minutter brukt til slik lytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002	37
19.	Lyttere fordelt på type lydavspillingssystem en gjennomsnittsdag 1994-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent	38
20.	Andel som har lyttet til plate, kassett eller CD en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2002	39
21.	Andel videoseere og minutter brukt til videoseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002	41
22.	Seere fordelt på type videooptak en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent	42
23.	Andel som har sett video en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2002	43
24.	Andel radiolyttere og minutter brukt til radiolytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002	45
25.	Andel av befolkningen som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent	46
26.	Andel som har lyttet på radio en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2002	47
27.	Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter radiokanaler 2002. Prosent	48

28. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag, i ulike befolkningsgrupper. 2002. Prosent	49
29. Andel fjernsynsseere og minutter brukt til fjernsynsseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002	51
30. Andel av befolkningen som har sett på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent	52
31. Andel som har sett på fjernsyn en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2002	53
32. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter fjernsynskanal 2002. Prosent	54
33. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag i ulike befolkningsgrupper. 2002. Prosent	55
34. Andel som har brukt hjemme-PC og minutter brukt til hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1994-2002	57
35. Brukere fordelt på type hjemme-PC-bruk en gjennomsnittsdag 1994-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent	58
36. Andel som har brukt hjemme-PC en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2002	59
37. Andel som har brukt Internett og minutter brukt til Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1997-2002	61
38. Andel som siste uke har brukt Internett i alt, på ulike steder og på ulike måter 1995-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2002. Prosent	62
39. Andel som har brukt Internett en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2002	63
40. Andel som har vært på kino og antall besøk siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002	65
41. Andel som har vært på kino i ulike perioder 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent	66
42. Andel som har vært på kino de siste 12 måneder, gjennomsnittlig antall besøk blant alle og blant dem som har vært på kino, i ulike befolkningsgrupper. 2002	67
43. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud og antall private telefonsamtaler en gjennomsnittsdag 1995-2002 og etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002	68
44. Andel som har brukt massemedier i ulike perioder av døgnet. 1991-2002. Prosent	69
45. Andel som har brukt massemedier på ulike dager i uka. 1991-2002. Prosent	70
46. Tid brukt til massemedier på ulike dager i uka. 1991-2002. Minutter	71
47. Andel som har brukt massemedier en gjennomsnittsdag i ulike perioder av året. 1991-2002. Prosent	72
48. Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke 1994-2002 og etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent	73
49. Andel som har brukt ulike trykte medier og PC en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent	74
50. Andel som har brukt Internett i ulike sammenhenger en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent	75
51. Andel som har brukt ulike Internett-tilbud en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent	76
52. Andel som har tilgang til ulike medier og elektroniske tilbud i hjemmet. 1991-2002. Prosent	77
53. Andel som har tilgang til ulike fjernsynstilbud hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent	78
54. Andel som har tilgang til nærradio, ulike typer musikkanlegg og fjernsynsantenne-systemer hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent	79
55. Andel som har tilgang til ulike typer elektronisk utstyr hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent	80

Noen hovedresultater

Litt nedgang i fjernsynsseing

Andelen fjernsynsseere per dag var i 2002 på 85 prosent, det samme som i 2001. Hver nordmann i alderen 9-79 år så i gjennomsnitt 146 minutter på fjernsyn per dag i 2002, mot 156 minutter i 2001. Det har dermed vært en nedgang på 10 minutter siste år. Nedgangen i seertid fra 2001 til 2002 kan ha sammenheng med 11. september-aksjonen i 2001 som ga økt TV-seing og at det dessuten var svært fint og varmt vær i september 2002, som la en demper på innesittingen foran skjermen.

Det har også bare vært liten endring i andelen som lytter på radio fra 2001 til 2002. Andelen radiolyttere var 58 prosent per dag i 2002 mot 56 prosent året før. Gjennomsnittlig tid brukt til dette mediet var 87 minutter per dag i 2002, mot 95 minutter året før, dvs. en nedgang på 8 minutter.

Bruk av hjemme-PC flater ut

For de andre tradisjonelle massemediene har det vært små endringer i bruken fra 2001 til 2002. Dette gjelder også bruken av hjemme-PC. Andelen som bruker dette en gjennomsnittsdag har gått ned fra 33 prosent i 2001 til 31 prosent i 2002. Etter en jevn økning i de seinere åra, ser altså bruken nå til å stagnere.

Avisen er det mest leste trykte mediet, med en andel lesere i befolkningen på 77 prosent per dag medregnet søndager i 2002, mot 78 prosent i 2001. På vanlige arbeidsdager er leserandelen 81 prosent. Vi bruker 31 minutter på avislesing per dag i 2002, det samme som i 2001. Dette er en nedgang på 9 minutter siden 1995.

Ingen økning i Internett-bruken

I de seinere åra har det vært en kraftig økning i bruken av Internett. Fra 2001 til 2002 har det derimot ikke vært noen økning. Begge år var andelen på 35 prosent.

Gjennomsnittstiden vi bruker på Internett per dag har også bare økt minimalt, fra 21 minutter i 2001 til 22 minutter i 2002. Det er særlig yngre voksne menn som bruker Internett. Blant menn i alderen 25-44 år var det 55 prosent som bruker Internett per dag. Blant de som bruker Internett er det to av fem som leser nyhetssider per dag. Nær 30 prosent av nettbrukerne bruker bank-tjenester eller bestiller varer, billetter e.l.

Noe økt boklesing

Sammenlikner vi 2002-tallene med tall fra 1991 og ser på tid brukt til trykte medier under ett, ser vi at det har det vært en tydelig nedgang i lesingen. I 1991 brukte vi i gjennomsnitt 70 minutter på å lese aviser, ukeblad, tegneserieblad, tidsskrift/fagblad og bøker. I 2002 brukte vi 56 minutter. På disse åra har det altså vært en betydelig nedgang i lesing av disse mediene. Et lyspunkt er bøker. Mens andelen som leste bok var på 17 prosent i 1997, har den økt til 23 prosent i 2002. Det ser altså ut til at nedgangen i boklesing som fant sted i første del av 1990-tallet har stoppet opp og at den tar seg opp igjen. Oppgangen gjelder begge kjønn og alle aldersgrupper.

I løpet av ei uke er det 47 prosent av befolkningen som har lest tidsskrift eller fagblad, 42 prosent har lest ukeblad, 39 prosent har lest bok og 16 prosent har lest tegneserieblad. Blant jenter i aldersgruppen 9-15 år har 57 prosent lest bok og 60 prosent lest ukeblad siste uke. Blant gutter i samme aldersgruppe er andelen for disse mediene henholdsvis 44 og 29 prosent per uke.

56 prosent bruker Internett per uke

56 prosent av befolkningen bruker Internett i løpet av en gjennomsnittlig uke. 48 prosent bruker Internett til private gjøremål, 24 prosent bruker det i sitt arbeid og 11 prosent i tilknytning til

utdanning per uke. E-post og nettsider blir hver brukt av 42 prosent av befolkningen per uke. Begge deler blir mest brukt av ungdom og yngre voksne. 70 prosent av personer i aldersgruppen 20-24 år bruker nettsider i løpet av en uke.

Mellom 2001 og 2002 har det vært små endringer i bruken av video. Dette til tross for at det de siste åra har vært en økende andel i befolkningen som i tillegg til videospiller også har fått DVD-spiller hjemme. 10 prosent så på videobånd eller DVD per dag i 2002, mot 9 prosent i 2001. Bruken av CD-er, kassetter og plater har heller ikke økt særlig. I 2001 var andelen brukere på 47 prosent. Dette økte til 49 prosent i 2002.

Jentene leser, guttene bruker PC

Fjernsyn er det mediet der bruken er jamnest fordelt i alle samfunnsgrupper. Også radio og aviser har høy dekning blant de fleste, men blir i mindre grad brukt blant de yngste aldersgruppene. Unge gutter og yngre voksne menn er de ivrigste hjemme-PC-brukerne, Internett-brukerne og videobrukerne. Jentene er de som er mest opptatt av bøker og ukeblad. Tegneserieblad er mest populært blant de yngste, særlig guttene, mens de unge er de mest typiske brukere av plater, kassetter og CD-er. Tidsskrift og fagblad leses helst av voksne menn. Bøker, tidsskrift, hjemme-PC og Internett brukes mer av dem med høy utdanning enn av personer med lavere utdanning.

Tre av fem gutter bruker TV-spill eller PC hjemme per dag

Mens det i befolkningen som helhet bare er 4 prosent som bruker elektroniske spill koblet til et fjernsynsapparat en gjennomsnittsdag, er andelen blant gutter i alderen 9-15 år 34 prosent. I denne gruppen er det 62 prosent som bruker enten TV-spill eller hjemme-PC per dag. Blant jenter i samme aldersgruppe er andelen 44 prosent.

Økt telefonbruk

37 prosent av befolkningen ser på tekst-TV per dag, i langt større grad menn enn kvinner. 83 prosent har en privat telefonsamtale i løpet av dagen. Vi har i gjennomsnitt 4,0 slike samtaler per dag. I 1996 var antallet 2,3 samtaler. Dette har m.a.o. økt betydelig på få år. Dette kan i noen grad skyldes økningen i mobiltelefonbruk. 46 prosent brukte mobiltelefon til privat bruk en gjennomsnittsdag i 2002, mot 38 prosent i 2001.

Vi ser mest på nyheter og TV-serier

Nyhetsprogram er det vi i størst grad hører og ser på i radio og fjernsyn. Fjernsynsseien domineres ellers av TV-serier, underholdning, spillefilmer og sportsprogram. Det er liten forskjell mellom kjønnene når det gjelder valg av TV-program, men menn ser mer på sportssendingene enn kvinner gjør. Mens de eldre helst ser nyheter og debatter, foretrekker barn og unge heller serier. Ved siden av nyheter er det lette magasinposter og annen underholdning, distriktsprogram og populærmusikk det høres mest på i radio.

70 prosent bruker PC en gjennomsnittsuke, 56 prosent hjemme, 38 prosent på arbeid og 14 prosent på skole. Blant bedriftsledere og personer i akademiske yrker, er det 81 prosent som bruker PC i arbeidet ukentlig. Blant 16-19-åringene er det 52 prosent som bruker PC på skolen i løpet av en uke.

Fjernsyn mest i helga, radio mest på hverdager

Alle dager i uka bruker vi mer tid til fjernsyn enn til noe annet massemedium, men særlig gjelder det lørdag og søndag. Mens 137 minutter gikk med til fjernsynsseien per dag mandag til torsdag, gikk det i gjennomsnitt med hele 165 minutter på lørdagene. Mandag til torsdag brukte vi 93 minutter på radiolytting, bare 67 minutter på lørdager. Avislesing er nokså jamt

fordelt på ukedager, unntatt på søndagene som for mange er en avisfri dag.

Bruken av de ulike mediene i løpet av døgnet varierer sterkt, men disse vanene er nokså stabile fra år til år. Morgen og formiddagen domineres av avislesing og radio, selv om andelen radiolyttere har sunket noe i denne perioden de seinere åra. Om ettermiddagen holder radiolyttingen stand og avislesingen når sitt høyeste nivå. Fjernsynsseingen går i denne perioden forbi radioen og er noe høyere enn avislesingen. Kvelden er i størst grad avsatt til fjernsynsseing, men da er også boklesingen på sitt høyeste. Om natta er naturlig nok mediebruken på et lavt nivå.

Over halvparten har egen parabol i spredtbygde strøk

Tilgangen til flere fjernsynskanaler har vært jamt stigende de seinere åra, og 96 prosent kunne i 2002 se flere kanaler enn NRK på sine fjernsynsskjermer. Også andelen som kan motta sendinger formidlet via satellitt har økt betydelig og har nådd en andel på 66 prosent. Dette skyldes i stor grad en økning i andelen seere med privat parabolantenne. I spredtbygde strøk har nå 54 prosent slik antenne.

Stabil oppslutning om de ulike TV-kanalene

Når stadig flere personer kan se flere kanaler enn NRK, har dette innvirkning på hva de ser. I 2002 hadde andre TV-kanaler samlet en klar overvekt av seere per dag i forhold til NRK. Forholdet mellom kanalene har endret seg lite siste år. TV2 har en daglig seerandel på 56 prosent, som er noe høyere enn NRKs kanal 1. For de andre riksdekkende kanalene har det vært en liten endring.

Blant unge har halvparten DVD-spiller

Andelen med tilgang til betal-TV var på 19 prosent i 2002, omtrent det samme som året før. Den jamne økningen vi har hatt i

andelen med tilgang til videobåndspiller har nå stagnert, men DVD-spilleren kommer inn i stadig flere hjem. I aldersgruppen 16-19 år har nå 93 prosent videospiller hjemme og 49 prosent har DVD-spiller. CD-spilleren er fremdeles på frammarsj i hjemmene, og 93 prosent har tilgang til en slik i 2002.

76 prosent hadde PC hjemme i 2002, omtrent det samme som året før. Elektronisk utstyr som kobles til PC-ene har derimot hatt økning. Tilgangen til CD-ROM økte fra 67 prosent i 2001 til 70 prosent i 2002. I tillegg er det 32 prosent som har DVD-spiller knyttet til hjemme-PC-en. Tilgang til Internett hjemme har økt fra 60 til 63 prosent, og andelen som eier eller disponerer mobiltelefon har økt fra 76 til 82 prosent i samme periode. 98 prosent blant unge i alderen 20-24 år har egen mobiltelefon.

Unge går mest på kino, nedgang blant eldre

To av tre har vært på kino i løpet de siste tolv måneder i 2002. I gjennomsnitt har hver nordmann vært på fire kinoforestillinger per år. Det er særlig unge av begge kjønn som går på kino. I aldersgruppene 13-15 år og 20-24 år har hele 95 prosent vært på kino siste tolv måneder. I aldersgruppen 67-79 år har 20 prosent vært på kino siste år, som er en betydelig nedgang fra året før, da filmen "Heftig og begeistret" invaderte kinolokalene.

Kort om undersøkelsen

Mediebruksundersøkelsen 2002, som publikasjonen er basert på, er en intervjuundersøkelse gjennomført blant et landsomfattende utvalg på 1 856 personer i alderen 9 til 79 år. 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 året.

Spørsmålene om mediebruk gjelder dagen før intervjuet fant sted. For hvert massemedium intervjuobjektene hadde brukt, 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, osv.

Noen kjennemerker brukt i publikasjonen

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. Følgende inndeling er brukt:

Ungdomsskole: Utdanning med samlet varighet 7-9 år.

Videregående skole: Utdanning med samlet varighet 10-12 år.

Universitet/høgskole I: Utdanning med samlet varighet 13-14 år.

Universitet/høgskole II+: Utdanning av minst 15 års varighet.

Yrkesstatus (16-79 år)

Grupperingen av yrker bygger på Standard for yrkesklassifisering (NOS C 521).

Yrkesgruppe 1: Administrative ledere og politikere

Yrkesgruppe 2: Akademiske yrker

Yrkesgruppe 3: Yrker med kortere høgskole- og universitetsutdanning og teknikere

Yrkesgruppe 4: Kontor- og kundeserviceyrker

Yrkesgruppe 5: Salgs-, service- og omsorgsyrker

Yrkesgruppe 6: Yrker innenfor jordbruk, skogbruk og fiske

Yrkesgruppe 7: Håndverkere o.l.

Yrkesgruppe 8: Prosess- og maskinoperatører og transportarbeidere o.l.

Yrkesgruppe 9: Yrker uten krav til utdanning

I yrkesgruppe 0: Militære yrker og uoppgitte, plasseres Menige i yrkesgruppe 9,

Befal 1 plasseres i yrkesgruppe 3 og Befal 2 plasseres i yrkesgruppe 1-2 .

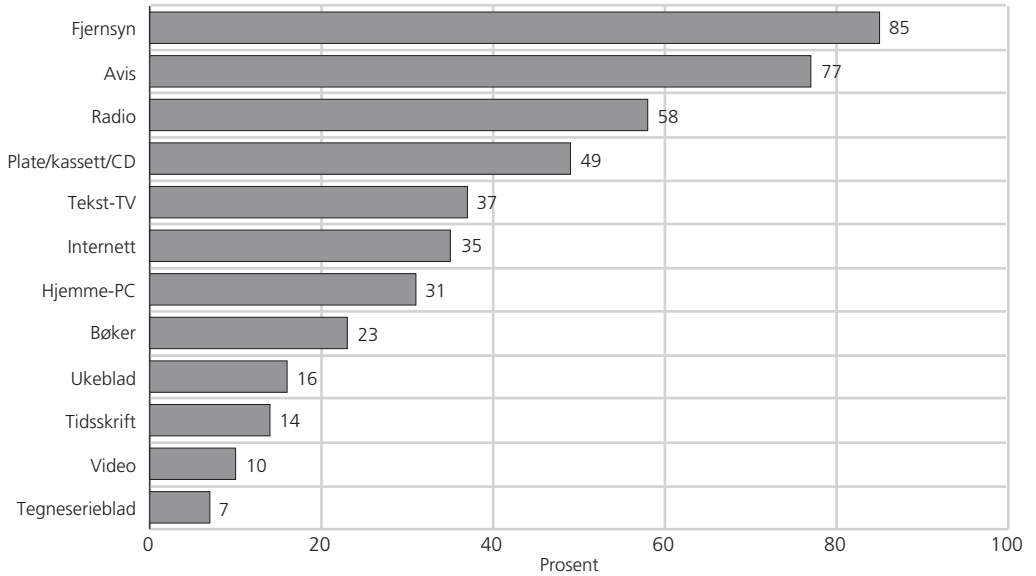
Grupperingen bygger ellers på Standard for inndeling etter sosioøkonomisk status (Standard for norsk statistikk nr. 5). Yrkesstatus er beregnet for aldersgruppen 16-79 år.

Tettbygd/spredtbygd

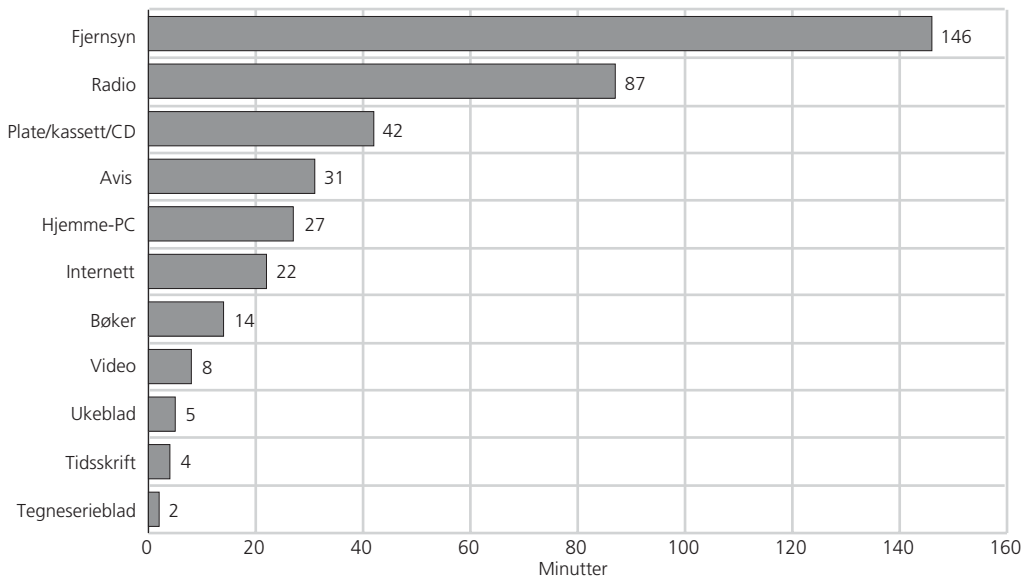
Som tettbygde strøk regnes hussamlinger med minst 200 hjemmehørende personer der husene normalt ikke ligger mer enn 50 meter fra hverandre.

Daglig mediebruk: Hovedtall

Figur 1. Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent

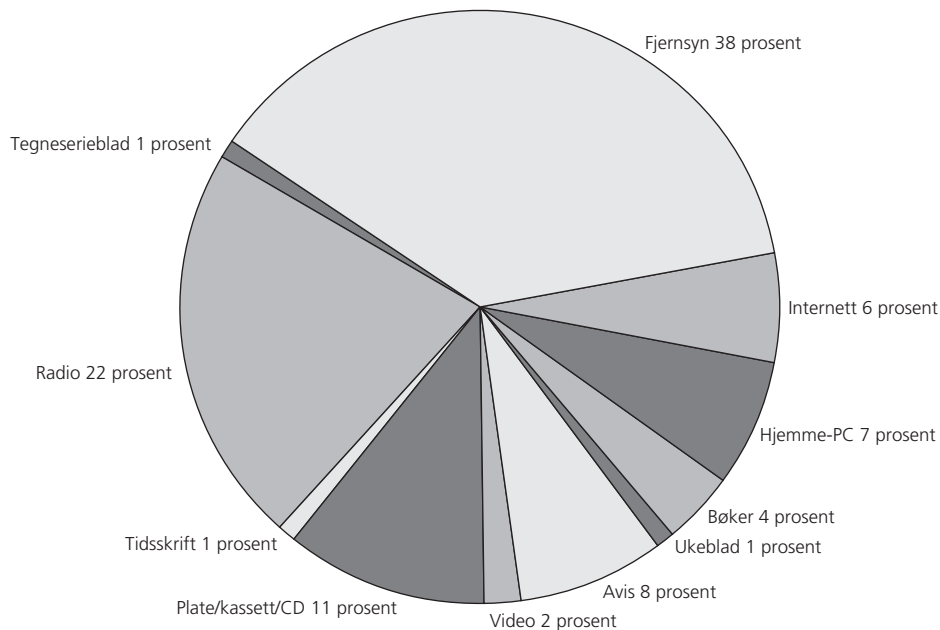


Figur 2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 2002. Minutter



Daglig mediebruk: Hovedtall

Figur 3. Andel av tid brukt til massemedier en gjennomsnittsdag som går med til ulike medier. 2002. Prosent



Vi bruker i gjennomsnitt 6 timer og 28 minutter på massemedier en gjennomsnittsdag. Av dette er det 38 prosent, eller 2 timer og 26 minutter, som brukes til fjernsynsseing. 22 prosent, eller 1 time og 27 minutter brukes til radiolytting.

56 minutter brukes til trykte medier per dag. Av dette er 31 minutter avislesing, som utgjør 8 prosent av tiden vi bruker til massemedier. 7 prosent av tiden bruker vi til hjemme-PC. Dette utgjør 27 minutter.

I figur 3 er tid brukt til medier vist som om hvert av mediene brukes til forskjellige tider. Egentlig er det slik at en del mediebruk overlapper hverandre. Man kan f.eks. både lese avis og lytte til plater samtidig. Tallene i figuren gir derfor ikke et helt korrekt bilde av mediedagen slik den er i virkeligheten.

Daglig mediebruk: Hovedtall

Tabell 1. Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag, 1991-2002. Prosent

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Avis	84	84	85	84	82	84	81	81	77	78	77
Fjernsyn	81	80	82	84	82	84	83	84	82	85	85
Radio	71	65	67	66	59	61	59	60	57	56	58
Plate/kassett/CD	43	38	44	38	37	41	42	44	50	47	49
Tekst-TV	28	30	31	34	37	38	35	37
Ukeblad	21	20	22	20	18	17	16	15	17	14	16
Bøker	24	21	18	19	19	17	18	19	20	22	23
Tidsskrift	18	14	16	16	16	15	14	15	14	13	14
Tegneserieblad	11	10	9	11	10	9	9	9	9	8	7
Hjemme-PC	11	9	12	13	17	21	25	33	31
Video	10	10	11	8	9	9	8	9	10	9	10
Internett	7	10	18	27	35	35

¹ Rettet siden forrige utgave.

Tabell 2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag, 1991-2002. Minutter

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Avis	39	39	39	40	38	36	34	33	34	31	31
Fjernsyn ¹	114	108	113	124	117	119	119	141	138	156	146
Radio ¹	106	91	96	99	84	87	83	93	84	95	87
Plate/kassett/CD	40	32	38	31	30	36	33	34	46	43	42
Ukeblad	8	7	7	6	6	5	5	5	5	4	5
Bøker	14	13	11	12	12	10	10	11	12	12	14
Tidsskrift	6	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4
Tegneserieblad	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
Hjemme-PC	10	9	11	12	13	18	21	27	27
Video	8	7	8	5	7	6	6	7	7	7	8
Internett	18	21	22

¹ Spørreteknikken for tid brukt til radio og fjernsyn er endret fra 1999. Se vedlegg 1.

- **Tre av fire leser aviser per dag.**
- **Menn leser noe mer aviser enn kvinner.**
- **De eldre bruker mest tid på avislesing.**
- **Utdanning og inntekt betyr lite for tiden man bruker til avislesing.**
- **Menn og de med høy utdanning leser flest aviser.**

77 prosent av befolkningen i alderen 9-79 år leste avis en gjennomsnittsdag i 2002. På hverdager utenom helgene var andelen avislesere 81 prosent. Vi brukte i gjennomsnitt 31 minutter per dag til avislesing. De 77 prosent som leste avis brukte i gjennomsnitt 40 minutter. Selv om det ikke har vært nevneverdig endring i nordmenns avisvaner fra 2001 til 2002, har det likevel vært endring de seinere åra. Det er færre som leser avis nå enn i første del av 1990-tallet. De som leser avis bruker også litt mindre tid til avislesing nå enn tidligere.

Barn og unge leser i mindre grad aviser enn de voksne. 33 prosent av barna i aldersgruppen 9-12 år leser aviser en gjennomsnittsdag, 66 prosent i aldersgruppen 16-19 år. I aldersgruppen 55-66 år er det 91 prosent som leser avis per dag. De eldste avisleserne bruker også mest tid til avislesing, omtrent 1 time. Barna bruker knapt et kvarter på sin avislesing. Nedgangen i andelen avislesere de seinere åra gjelder alle aldersgrupper opp til 45-årsalderen.

Tradisjonelt har menn brukt noe mer tid på avislesing enn kvinner. Denne forskjellen er ennå ikke forsvunnet. Det er noen flere avislesere blant personer med høy utdanning enn andre. Forskjellen er likevel så liten at det ikke er riktig å si at det

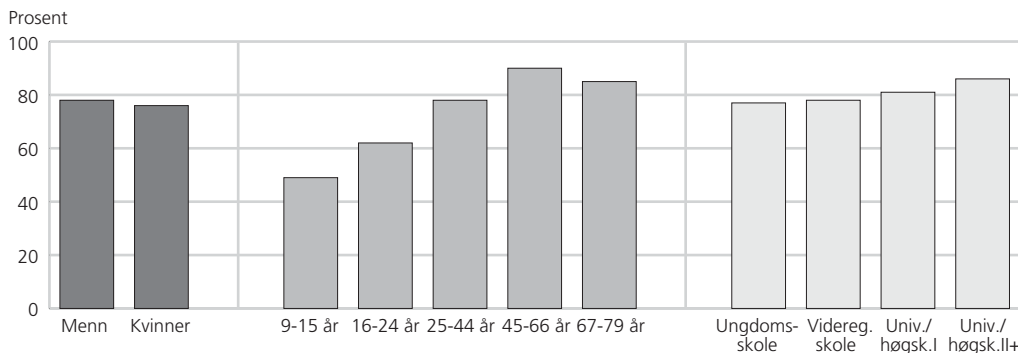
er noe klasseskilte når det gjelder avislesing. Dette ser vi også ved at husholdningsinntekt ikke har noen betydelig sammenheng med avislesing. Det er mer riktig å si at nordmenn er ivrige avislesere uansett sosial og økonomisk status.

Mer enn fem av ti nordmenn leser distriktsavis per dag, mens hver tredje person leser løssalgsavisene Dagbladet eller VG. En av fem leser andre Oslo-aviser og noe mer enn hver tiende leser de mindre lokalavisene. De store distriktsavisene og løssalgsavisene har tapt litt terreng når det gjelder andel lesere de seinere åra. Lokalavisene hadde en liten økning i siste halvdel av 1990-tallet, men har nå omtrent lite stor andel lesere som i første del av 1990-tallet.

Det har de siste åra vært en liten tendens til at færre leser mer enn en avis per dag. Det er menn, personer med høy utdanning og personer i aldersgruppen 45-66 år som leser flest aviser per dag.

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

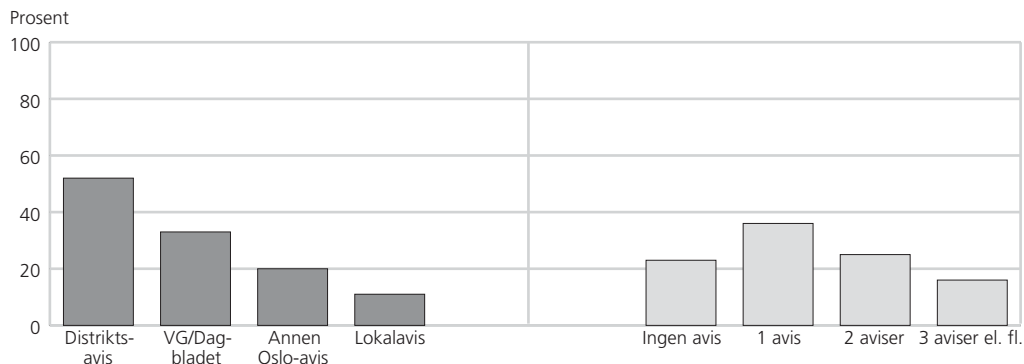
Figur 4. Andel avislesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent



Tabell 3. Andel avislesere og minutter brukt til avislesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel avislesere totalt	84	84	85	84	82	84	81	81	77	78	77
Menn	87	86	86	85	84	85	84	84	79	78	78
Kvinner	82	81	85	83	80	82	79	78	76	77	76
9-15 år	53	55	56	50	53	54	53	48	45	40	49
16-24 år	84	83	83	80	73	79	75	70	69	68	62
25-44 år	87	85	88	88	85	87	83	86	81	79	78
45-66 år	92	90	93	92	90	92	89	89	86	89	90
67-79 år	88	87	92	89	91	86	90	92	90	90	85
Ungdomsskole	83	84	85	87	80	82	80	84	80	70	77
Videregående skole	88	87	88	87	85	86	85	85	80	83	78
Universitet/høgskole I ...	95	88	93	91	88	94	91	81	85	85	81
Universitet/høgskole II+	92	90	94	93	95	94	87	90	84	86	86
Minutter til avislesing totalt	39	39	39	40	38	36	34	33	34	31	31
Menn	43	43	40	43	41	40	38	37	38	32	34
Kvinner	36	34	38	37	35	33	30	29	29	30	28
9-15 år	10	9	9	8	10	9	9	6	8	6	9
16-24 år	30	27	26	30	23	24	21	21	23	18	16
25-44 år	39	37	38	40	36	35	33	32	30	28	28
45-66 år	50	49	54	48	47	46	43	41	45	41	42
67-79 år	58	58	65	62	64	55	54	56	62	52	52
Ungdomsskole	37	40	41	41	37	34	33	34	33	27	32
Videregående skole	43	41	43	43	40	38	36	36	36	33	34
Universitet/høgskole I ...	48	43	46	48	49	46	44	35	41	35	34
Universitet/høgskole II+	51	50	46	49	47	48	41	40	40	38	34

Figur 5. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent



Tabell 4. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent

	Avistyper				Antall aviser			
	Distrikts-avis	VG/Dagbladet	Annen Oslo-avis	Lokal-avis	Ingen avis	1 avis	2 aviser	3 aviser el. flere
1991	64	34	20	9	16	34	30	20
1992	61	36	17	9	16	35	30	19
1994	62	38	21	10	15	36	30	20
1995	59	35	22	10	16	36	31	18
1996	57	33	23	11	18	37	30	16
1997	57	32	24	13	16	38	29	17
1998	58	32	21	12	19	38	27	17
1999	56	33	21	12	19	37	27	16
2000	54	32	19	11	23	35	26	16
2001	54	33	19	10	22	35	29	14
2002	52	33	20	11	23	36	25	16
Menn	51	37	20	11	22	34	26	17
Kvinner	53	29	20	10	24	38	24	14
9-15 år	30	19	4	8	50	36	11	2
16-24 år	33	33	12	6	38	36	16	10
25-44 år	52	32	21	9	22	38	24	16
45-66 år	66	41	25	14	10	34	33	22
67-79 år	67	30	24	16	15	34	33	18
Ungdomsskole	59	31	6	12	22	43	24	11
Videregående skole	57	33	17	11	22	36	26	16
Universitet/høgskole I	47	46	31	9	19	34	22	24
Universitet/høgskole II+	51	38	41	10	14	34	30	23
Oslo/Akershus	23	35	55	7	21	34	25	21
Østlandet ellers	62	33	16	7	22	39	22	16
Agder/Rogaland	60	32	8	9	28	34	23	14
Vestlandet	58	29	6	20	23	39	24	14
Trøndelag	61	37	9	13	22	33	31	14
Nord-Norge	63	33	2	14	24	35	30	11

Tabell 5. Andel som har lest avis en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere			Alle	Lesere
Alle	77	31	40	Husholdningsinntekt			
				Under 200 000	71	29	41
Kjønn				200 000-299 000	78	36	47
Menn	78	34	43	300 000-399 000	78	35	44
Kvinner	76	28	37	400 000-499 000	77	27	36
				500 000-599 000	81	30	36
Alder				600 000 eller mer	81	32	40
9-12 år	33	4	13	Landsdel			
13-15 år	71	16	23	Oslo/Akershus	79	38	48
16-19 år	66	16	24	Østlandet ellers	78	30	38
20-24 år	59	16	27	Agder/Rogaland	72	30	41
25-34 år	76	24	32	Vestlandet	77	29	37
35-44 år	80	33	41	Trøndelag	78	30	38
45-54 år	88	39	45	Nord-Norge	76	27	36
55-66 år	91	44	49				
67-79 år	85	52	61	Bostedsstrøk			
Kjønn/alder				Tettbygd 100 000 eller flere	74	32	44
Menn				Tettbygd 20 000-99 000	77	32	42
9-15 år	51	9	17	Tettbygd under 20 000	76	31	40
16-24 år	60	18	29	Spredtbygd	80	29	36
25-44 år	79	33	41				
45-66 år	92	44	48	Familiefase			
67-79 år	90	58	65	9-24 år hos foreldre	57	12	21
Kvinner				Enslige ellers 9-44 år	63	25	40
9-15 år	48	10	21	Enslige 45-79 år	84	46	55
16-24 år	64	13	21	Enslige forsørgere	72	24	33
25-44 år	77	24	32	Par med barn 0-6 år	79	27	34
45-66 år	87	39	45	Par med barn 7-17 år	86	34	39
67-79 år	82	47	57	Par 16-44 år uten barn	74	24	33
Yrkesstatus¹ (16-79 år)				Par 45-79 år uten barn	90	46	52
Yrkesgruppe 1-2	87	39	44				
Yrkesgruppe 3	84	34	41	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 4-5	77	25	33	Bor alene	75	38	50
Yrkesgruppe 6-9	75	29	39	2 husholdningsmedlemmer	84	39	46
Elever/studenter	57	13	24	3 husholdningsmedlemmer	74	26	35
Trygd./pensjonister	87	48	55	4 husholdningsmedlemmer	77	26	33
Hjemmearbeidende	73	21	28	5 husholdningsmedlemmer eller flere	66	21	32
Utdanning (16-79 år)							
Ungdomsskole	77	32	41				
Videregående skole	78	34	43				
Universitet/høgskole I	81	34	42				
Universitet/høgskole II+	86	34	40				

¹ Yrkesgrupperingen brukt i denne og andre tabeller i publikasjonen er definert på side 12.

- **Én av seks leser ukeblad per dag.**
- **Liten forandring i ukebladlesingen de siste fem åra.**
- **Mer enn dobbelt så mye ukebladlesing blant kvinner som blant menn.**
- **Personer med høy utdanning leser minst ukeblad.**
- **Eldre leser familieblad mest, aktualitetsblad og spesialblad for kvinner har størst leserandel blant unge voksne.**

I 2002 var det 16 prosent som leste ukeblad en gjennomsnittsdag. Det har vært en nedgang i ukebladlesingen siden 1991, men de siste fem åra har den vært nokså stabil. I gjennomsnitt brukte den norske befolkning 5 minutter til ukebladlesing per dag i 2002, eller 30 minutter blant de som leste ukeblad per dag.

Mens mer enn hver femte kvinne leser ukeblad en gjennomsnittsdag, er det godt under det halve blant menn. Både blant menn og kvinner har ukebladlesingen gått noe ned fra begynnelsen på 1990-tallet. Eldre leser ukeblad i større grad enn andre. I aldersgruppen 67-79 år er andelen kvinnelige lesere 27 prosent per dag. Blant menn og gutter i alderen 9-15 år er andelen 5 prosent. Blant kvinner i samme aldersgruppe er andelen ukebladlesere 24 prosent.

Det har vært et gjennomgående trekk at de med høy utdanning i mindre grad leser ukeblader enn andre. Denne tendensen gjelder fortsatt. Personer i service- og omsorgsykker og pensjonister

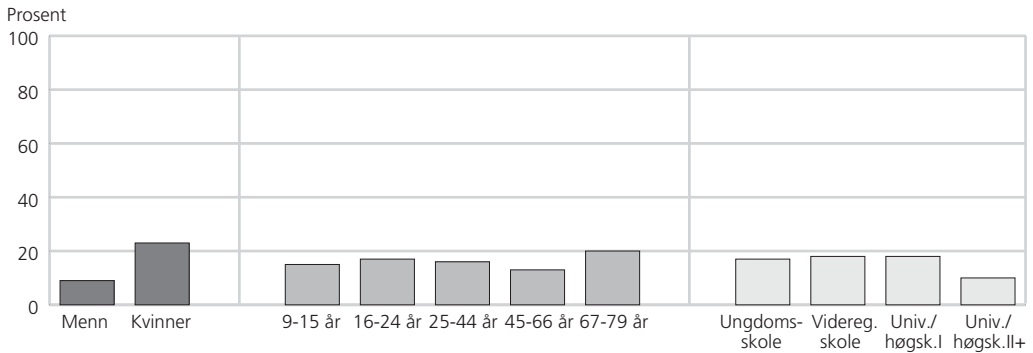
er også mer opptatt av slike blader enn andre grupper.

Familieblad er fortsatt den dominerende ukebladtypen. Nesten halvparten av ukebladleserne leser slike blad per dag, mens noe mer enn en av tre leser aktualitetsblad (bl.a. "Se og Hør"). Færre enn hver tidende ukebladleser leser blad for menn eller blad for kvinner per dag. Mannlige lesere foretrekker aktualitetsblad og ikke uventet blad for menn, mens kvinnene foretrekker i større grad familie- og kvinneblad.

De unge er de som i størst grad foretrekker aktualitetsblad og blad for kvinner. De eldre er sterkt dominerende som lesere av familieblad. Det er også et merkbart trekk at ukebladlesere i de sentrale østlandsstrøk foretrekker aktualitets- og kvinneblad i større grad og familieblad i mindre grad enn personer fra andre deler av landet.

Høytlesing for barn er ikke med i statistikken over ukebladlesing.

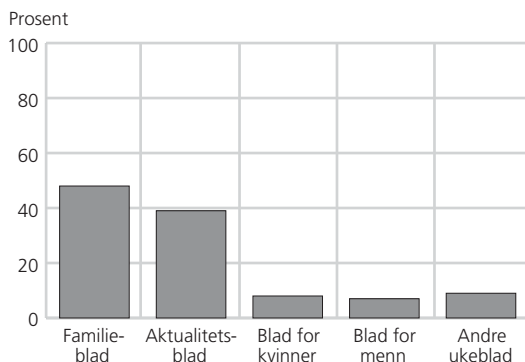
Figur 6. Andel ukebladlesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent



Tabell 6. Andel ukebladlesere og minutter brukt til ukebladlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel ukebladlesere totalt	21	20	22	20	18	17	16	15	17	14	16
Menn	14	15	16	13	12	11	9	10	11	7	9
Kvinner	27	26	27	26	24	23	23	21	23	20	23
9-15 år	23	24	21	18	17	15	17	13	15	11	15
16-24 år	27	24	26	26	21	19	24	16	19	14	17
25-44 år	17	19	19	15	15	16	12	14	16	14	16
45-66 år	20	18	20	19	16	15	15	14	16	13	13
67-79 år	24	19	31	32	27	24	23	26	22	20	20
Ungdomsskole	23	23	24	28	22	19	19	21	21	14	17
Videregående skole ...	23	22	22	19	19	18	16	16	20	17	18
Universitet/høgskole I	17	14	22	18	11	18	21	15	16	12	18
Universitet/høgskole II+	11	7	17	14	13	12	11	10	11	9	10
Minutter til ukebladlesing totalt	8	7	7	6	6	5	5	5	5	4	5
Menn	5	5	4	3	3	2	2	2	3	2	2
Kvinner	10	9	10	10	9	7	8	7	8	6	7
9-15 år	8	7	5	3	4	3	3	2	3	2	3
16-24 år	8	8	8	5	6	5	7	3	5	3	5
25-44 år	7	6	6	4	4	4	4	4	4	4	4
45-66 år	9	7	7	7	6	5	4	4	6	4	4
67-79 år	11	10	15	17	13	10	10	12	8	6	10
Ungdomsskole	10	9	11	11	8	6	7	7	7	5	6
Videregående skole ...	8	7	7	6	7	5	5	5	6	5	5
Universitet/høgskole I	4	3	6	6	3	5	5	3	5	3	4
Universitet/høgskole II+	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3

Figur 7. Ukebladlesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent



Tabell 7. Lesere fordelt på type ukeblad en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent

	Familieblad	Aktualitetsblad	Blad for kvinner	Blad for menn	Andre ukeblad
1991	62	27	8	7	7
1992	60	29	7	12	3
1994	55	32	10	8	5
1995	58	32	10	9	8
1996	52	36	8	11	6
1997	58	31	10	8	5
1998	55	36	8	9	6
1999	59	29	8	10	7
2000	50	37	7	6	3
2001	53	37	11	5	7
2002	48	39	8	7	9
Menn	30	47	0	19	12
Kvinner	55	35	11	2	8
9-15 år	15	78	3	0	15
16-24 år	16	64	10	9	25
25-44 år	43	36	12	10	8
45-66 år	70	21	6	6	2
67-79 år	83	20	0	3	3
Ungdomsskole	62	27	0	7	7
Videregående skole	53	36	8	6	8
Universitet/høgskole I	46	41	9	12	8
Universitet/høgskole II+	36	34	20	11	11
Oslo/Akershus	26	51	12	8	14
Østlandet ellers	46	39	8	4	10
Agder/Rogaland	57	33	3	10	11
Vestlandet	57	39	11	4	6
Trøndelag	58	38	4	7	11
Nord-Norge	52	28	7	10	2

Tabell 8. Andel som har lest ukeblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere			Alle	Lesere
Alle	16	5	30	Husholdningsinntekt			
Kjønn				Under 200 000	21	8	40
Menn	9	2	24	200 000-299 000	18	6	33
Kvinner	23	7	33	300 000-399 000	16	5	29
Alder				400 000-499 000	14	5	33
9-12 år	10	2	:	500 000-599 000	15	4	26
13-15 år	22	4	:	600 000 eller mer	12	2	22
16-19 år	14	7	:	Landsdel			
20-24 år	18	4	19	Oslo/Akershus	12	3	25
25-34 år	18	5	26	Østlandet ellers	16	5	30
35-44 år	14	3	25	Agder/Rogaland	14	4	30
45-54 år	12	3	27	Vestlandet	16	6	36
55-66 år	15	5	34	Trøndelag	18	7	39
67-79 år	20	10	50	Nord-Norge	20	5	25
Kjønn/alder				Bostedsstrøk			
Menn				Tettbygd 100 000 eller flere	13	4	29
9-15 år	5	1	:	Tettbygd 20 000-99 000	16	5	32
16-24 år	13	2	:	Tettbygd under 20 000	16	5	29
25-44 år	8	2	21	Spredtbygd	17	6	32
45-66 år	6	2	24	Familiefase			
67-79 år	11	5	:	9-24 år hos foreldre	14	4	30
Kvinner				Enslige ellers 9-44 år	14	4	31
9-15 år	24	5	22	Enslige 45-79 år	19	10	53
16-24 år	20	8	40	Enslige forsørgere	20	6	:
25-44 år	23	6	27	Par med barn 0-6 år	17	3	20
45-66 år	21	6	33	Par med barn 7-17 år	12	3	30
67-79 år	27	14	52	Par 16-44 år uten barn	19	4	22
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 45-79 år uten barn	16	5	32
Yrkesgruppe 1-2	14	4	29	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 3	12	3	23	Bor alene	18	8	44
Yrkesgruppe 4-5	22	6	25	2 husholdningsmedlemmer	17	5	30
Yrkesgruppe 6-9	13	3	22	3 husholdningsmedlemmer	14	4	31
Elever/studenter	12	3	24	4 husholdningsmedlemmer	17	4	25
Trygd./pensjonister	20	9	45	5 husholdningsmedlemmer			
Hjemmearbeidende	5	1	:	eller flere	12	2	22
Utdanning (16-79 år)							
Ungdomsskole	17	6	40				
Videregående skole	18	5	31				
Universitet/høgskole I	18	4	23				
Universitet/høgskole II+	10	3	27				

- **Omtrent hver fjortende person leser tegneserieblad per dag.**
- **Lesing av slike blad har hatt en svak nedgang de seinere åra.**
- **Menn leser slike blad i dobbelt så stor grad som kvinner.**
- **En av tre yngre barn leser tegneserieblad per dag.**
- **Donald Duck er mest lest, uansett kjønn og alder.**

7 prosent leste tegneserieblad en gjennomsnittsdag i 2002. Denne andelen har gått svakt ned de siste åra. Gjennomsnittsnordmannen leser 2 minutter i tegneserieblad per dag, dvs. 27 minutter blant dem som faktisk leser slike blad. Tegneserielesing har vært mer vanlig blant menn enn kvinner. Denne forskjellen eksisterer fortsatt.

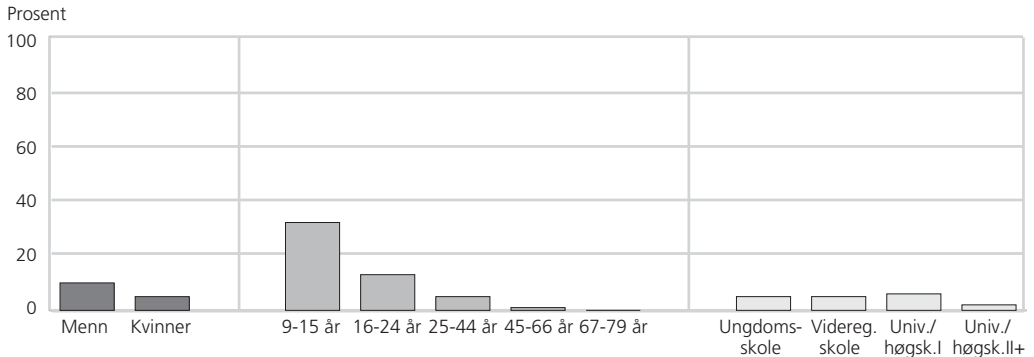
Lesing av tegneserieblad er særlig typisk for barn og ungdom. I aldersgruppen 9-12 år er det en av tre som leser tegneserieblad per dag. Gutter er betydelig mer opptatt av slik lesing enn jenter. Blant personer som er 35 år eller eldre er det temmelig få som er opptatt av slike blad.

Personer med høy utdanning leser i noe mindre grad tegneserieblad enn personer med lavere utdanning. Det er en større andel lesere i husholdninger med mange medlemmer enn der hvor det er få. Dette skyldes i første rekke at barn i større grad er representert i husholdninger med flere medlemmer. Slike blad leses i om lag like stor grad i byer som på landsbygda.

Donald Duck har vært og er fremdeles uten sammenlikning det dominerende tegneseriebladet. Tre av fem leser dette bladet når de leser tegneserieblad. Uansett kjønn, alder og landsdel er dette det mest populære tegneserieblad. Av andre enkeltblad er det Tommy og Tigern som står sterkest blant leserne. Barn er de som helst leser Donald Duck, mens Tommy og Tigern og Fantomet helst faller i smak hos unge og unge voksne.

Høytlesing for barn er ikke med i statistikken over tegneseriebladlesing.

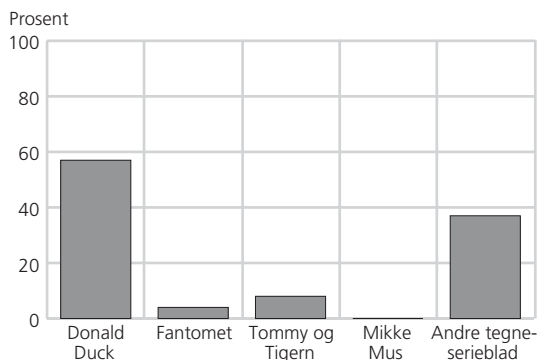
Figur 8. Andel lesere av tegneserieblad en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent



Tabell 9. Andel lesere av tegneserieblad og minutter brukt til slik lesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel tegneserielesere totalt	11	10	9	11	10	9	9	9	9	8	7
Menn	14	12	11	14	11	10	10	12	11	11	10
Kvinner	7	7	7	8	8	7	8	6	6	5	5
9-15 år	52	51	42	55	47	44	43	39	41	35	32
16-24 år	20	16	13	16	17	14	15	14	11	13	13
25-44 år	5	5	6	5	6	4	5	5	5	7	5
45-66 år	1	2	1	3	0	2	1	2	1	2	1
67-79 år	0	1	0	2	0	0	0	1	1	1	0
Ungdomsskole	6	7	4	7	7	7	4	8	3	7	5
Videregående skole ...	7	5	6	6	5	4	4	4	4	6	5
Universitet/høgskole I	4	3	3	4	2	6	4	5	4	4	6
Universitet/høgskole II+	2	4	5	5	3	3	4	4	4	3	2
Minutter til tegneserielesing totalt ...	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
Menn	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3
Kvinner	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1
9-15 år	14	15	12	15	13	11	12	10	12	9	9
16-24 år	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4
25-44 år	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
45-66 år	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
67-79 år	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0
Ungdomsskole	2	3	1	1	1	2	1	2	1	3	1
Videregående skole ...	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Universitet/høgskole I	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
Universitet/høgskole II+	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0

Figur 9. Tegneserielesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent



Tabell 10. Lesere fordelt på type tegneserieblad en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent

	Donald Duck	Fantomet	Tommy og Tigern	Mikke Mus	Andre tegneserieblad
1991	72	13	..	4	32
1992	74	7	..	4	29
1994	78	7	12	4	21
1995	63	4	10	1	27
1996	73	3	12	1	19
1997	69	4	13	3	23
1998	76	3	10	3	18
1999	71	4	9	1	25
2000	66	3	11	2	25
2001	63	3	4	1	36
2002	57	4	8	0	37
Menn	55	6	4	0	38
Kvinner	60	0	15	0	36
9-15 år	76	2	8	0	27
16-24 år	41	0	14	0	46
25-44 år	42	10	3	0	45
45-66 år	:	:	:	:	:
67-79 år	:	:	:	:	:
Ungdomsskole	:	:	:	:	:
Videregående skole	40	5	5	0	49
Universitet/høgskole I	:	:	:	:	:
Universitet/høgskole II+	:	:	:	:	:
Oslo/Akershus	70	0	5	0	35
Østlandet ellers	52	8	25	0	27
Agder/Rogaland	67	4	4	0	33
Vestlandet	43	4	6	0	47
Trøndelag	:	:	:	:	:
Nord-Norge	:	:	:	:	:

Tabell 11. Andel som har lest tegneserieblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere			Alle	Lesere
Alle	7	2	27	Husholdningsinntekt			
Kjønn				Under 200 000	5	1	:
Menn	10	3	29	200 000-299 000	7	2	:
Kvinner	5	1	23	300 000-399 000	6	2	:
Alder				400 000-499 000	7	3	:
9-12 år	33	9	29	500 000-599 000	7	2	:
13-15 år	32	9	28	600 000 eller mer	9	2	25
16-19 år	16	5	31	Landsdel			
20-24 år	11	3	:	Oslo/Akershus	6	2	29
25-34 år	7	1	20	Østlandet ellers	5	2	29
35-44 år	3	0	:	Agder/Rogaland	9	2	26
45-54 år	2	0	:	Vestlandet	10	2	27
55-66 år	0	0	:	Trøndelag	7	1	:
67-79 år	0	0	:	Nord-Norge	9	2	:
Kjønn/alder				Bostedsstrøk			
Menn				Tettbygd 100 000			
9-15 år	41	13	33	eller flere	7	1	18
16-24 år	16	5	33	Tettbygd 20 000-99 000	6	2	30
25-44 år	7	1	20	Tettbygd under 20 000	8	2	29
45-66 år	2	1	:	Spredtbygd	7	2	29
67-79 år	0	0	:	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	26	8	30
9-15 år	25	5	22	Enslige ellers 9-44 år	10	2	:
16-24 år	10	3	:	Enslige 45-79 år	1	0	:
25-44 år	2	0	:	Enslige forsørgere	2	0	:
45-66 år	1	0	:	Par med barn 0-6 år	3	1	:
67-79 år	0	0	:	Par med barn 7-17 år	2	0	:
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn	7	1	:
Yrkesgruppe 1-2	4	1	:	Par 45-79 år uten barn	1	0	:
Yrkesgruppe 3	2	1	:	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 4-5	7	1	:	Bor alene	6	1	:
Yrkesgruppe 6-9	5	2	:	2 husholdningsmedlemmer	4	1	27
Elever/studenter	12	4	33	3 husholdningsmedlemmer	8	2	28
Trygd./pensjonister	2	0	:	4 husholdningsmedlemmer	10	3	26
Hjemmearbeidende	0	0	:	5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning (16-79 år)				eller flere	11	3	30
Ungdomsskole	5	1	:				
Videregående skole	5	1	29				
Universitet/høgskole I	6	1	:				
Universitet/høgskole II+	2	0	:				

- **Hver sjuende person leser tidsskrift o.l. i løpet av en dag.**
- **Voksne menn er de ivrigste leserne, kvinnene leser mindre.**
- **Høy utdanning og tidsskriftlesing henger sammen.**
- **Fag- og foreningsblad leses mest.**

14 prosent leste tidsskrift, foreningsblad eller liknende en gjennomsnittsdag i 2002. Det har vært en liten nedgang i lesingen av slike blad fra begynnelsen på 1990-tallet, men liten endring de siste seks åra. I 2002 brukte befolkningen 4 minutter til slik lesing per dag, dvs. 26 minutter blant de som leser slike blad per dag.

Det er helst voksne menn i yrkesaktiv alder som leser slike blader. Andelen har vært og er fremdeles betydelig lavere blant kvinner. Denne type blad er vesentlig rettet mot et voksent publikum. Det kommer klart til uttrykk ved at andelen barn som leser slikt er nokså lav.

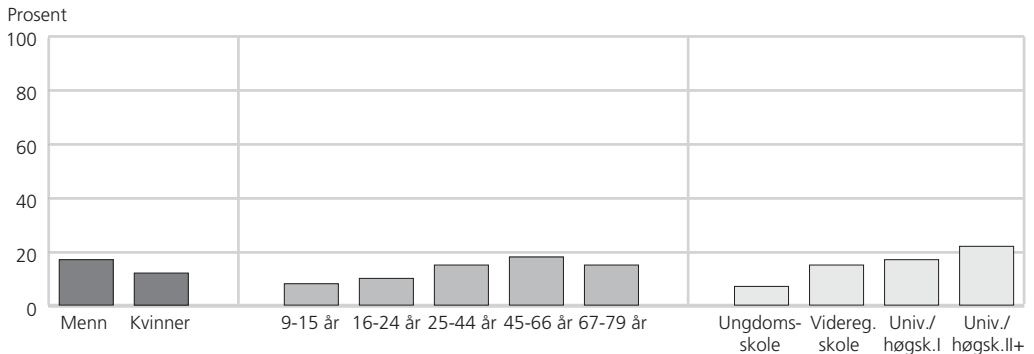
Mange slike blad er rettet inn mot spesielle fagmiljøer. Dette gjenspeiles i at høy utdanning har klar sammenheng med slik lesing. Mens 7 prosent av dem med utdanning på ungdomsskolenivå leser tidsskrift en gjennomsnittsdag, er andelen 22 prosent blant dem med høyere universitets- eller høyskoleutdanning. Dette gjenspeiles også i at personer med akademiske yrker og administrative ledere er blant de gruppene som i særlig

grad er tidsskriftlesere, mens personer i service- og omsorgsykker i mindre grad leser slike blad. Husholdningsinntekt betyr lite for tidsskriftlesingen. Det er likevel de som tjener mest som også i størst grad er lesere av slike blader. Vi finner omtrent like stor andel lesere i storbyene som i mindre tettbygde strøk.

Mer enn halvparten av tidsskriftleserne leser fag- eller foreningsblad en gjennomsnittsdag. Omtrent en av fire leser blader om hobby, hjem eller fritid. En av seks fordyper seg i blader om populærvitenskap, politikk eller kultur. Mens kvinnelige tidsskriftlesere i størst grad velger blader om populærvitenskap, politikk og kultur, leser de mannlige i noe større grad blader om hobby, hjem og fritid.

Begrepet tidsskrift omfatter her både tidsskrift, foreningsblad og liknende.

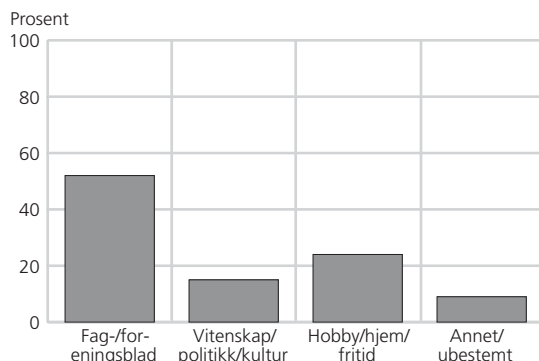
Figur 10. Andel lesere av tidsskrift, foreningsblad e.l. en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent



Tabell 12. Andel tidsskriftlesere og minutter brukt til tidsskriftlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel tidsskriftlesere totalt	18	14	16	16	16	15	14	15	14	13	14
Mennt	21	18	19	20	17	20	17	19	17	17	17
Kvinner	14	10	14	12	14	11	12	12	11	10	12
9-15 år	9	5	4	8	4	6	7	6	4	3	8
16-24 år	15	11	12	15	18	11	15	8	9	11	10
25-44 år	19	16	18	18	17	18	14	17	16	14	15
45-66 år	21	19	21	18	16	19	18	20	18	18	18
67-79 år	16	12	17	15	23	8	17	13	13	10	15
Ungdomsskole	11	7	9	12	10	8	7	10	8	9	7
Videregående skole	17	14	16	15	17	14	14	14	14	12	15
Universitet/høgskole I	24	25	20	23	20	19	22	19	17	16	17
Universitet/høgskole II+ ..	35	33	36	29	27	30	26	27	22	24	22
Minutter til tidsskriftlesing totalt	6	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4
Mennt	7	6	7	6	5	5	5	6	5	4	4
Kvinner	5	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3
9-15 år	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2
16-24 år	4	4	5	4	5	2	4	2	2	3	2
25-44 år	7	5	6	5	5	5	4	6	5	4	3
45-66 år	7	6	7	5	5	6	4	5	6	4	5
67-79 år	8	4	7	7	8	3	6	4	5	2	5
Ungdomsskole	4	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2
Videregående skole	5	5	6	5	6	4	4	4	4	3	4
Universitet/høgskole I	8	7	6	7	6	6	5	4	4	3	4
Universitet/høgskole II+ ..	15	11	13	6	7	8	8	10	7	6	6

Figur 11. Tidsskriftlesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent



Tabell 13. Lesere fordelt på type tidsskrift en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002¹. Prosent

	Fag-/foreningsblad	Vitenskap/politikk/kultur	Hobby/hjem/fritid	Annet/ubestemt
1991	56	15	20	20
1992	61	8	24	19
1994	52	12	25	24
1996	55	14	18	13
1997	53	15	18	15
1998	44	20	18	18
1999	45	15	22	17
2000	52	18	20	11
2001	47	22	21	10
2002	52	15	24	9
Menn	50	12	27	10
Kvinner	55	20	18	7
9-15 år	:	:	:	:
16-24 år	40	24	29	7
25-44 år	53	13	29	5
45-66 år	61	16	17	6
67-79 år	52	19	12	16
Ungdomsskole	:	:	:	:
Videregående skole	50	15	25	9
Universitet/høgskole I	51	26	22	0
Universitet/høgskole II+	68	13	15	4
Oslo/Akershus	53	18	23	6
Østlandet ellers	42	15	29	14
Agder/Rogaland	45	17	34	4
Vestlandet	62	15	16	7
Trøndelag	69	12	12	8
Nord-Norge	57	11	16	16

¹ Tidsskriftsjanger var ikke med i undersøkelsen i 1995.

Tabell 14. Andel som har lest tidsskrift en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere			Alle	Lesere
Alle	14	4	26	Husholdningsinntekt			
Kjønn				Under 200 000	14	3	24
Menn	17	4	24	200 000-299 000	11	4	35
Kvinner	12	3	29	300 000-399 000	12	3	29
Alder				400 000-499 000	14	4	28
9-12 år	6	1	:	500 000-599 000	18	4	24
13-15 år	11	4	:	600 000 eller mer	17	4	24
16-19 år	4	1	:	Landsdel			
20-24 år	15	3	20	Oslo/Akershus	16	4	25
25-34 år	12	2	21	Østlandet ellers	12	3	23
35-44 år	18	5	26	Agder/Rogaland	18	5	27
45-54 år	18	5	28	Vestlandet	13	5	34
55-66 år	19	5	26	Trøndelag	16	4	24
67-79 år	15	5	37	Nord-Norge	13	3	21
Kjønn/alder				Bostedsstrøk			
Menn				Tettbygd 100 000			
9-15 år	8	1	:	eller flere	15	4	28
16-24 år	10	2	:	Tettbygd 20 000-99 000	14	4	27
25-44 år	16	4	24	Tettbygd under 20 000	13	4	26
45-66 år	25	7	27	Spredtbygd	15	4	24
67-79 år	17	4	:	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	6	2	:
9-15 år	8	3	:	Enslige ellers 9-44 år	17	3	19
16-24 år	11	2	:	Enslige 45-79 år	15	5	37
25-44 år	13	3	24	Enslige forsørgere	15	4	:
45-66 år	12	3	27	Par med barn 0-6 år	16	4	23
67-79 år	13	7	:	Par med barn 7-17 år	19	6	29
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn	13	2	19
Yrkesgruppe 1-2	20	5	28	Par 45-79 år uten barn	16	4	27
Yrkesgruppe 3	20	5	23	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 4-5	10	2	21	Bor alene	15	4	28
Yrkesgruppe 6-9	17	4	24	2 husholdningsmedlemmer	15	4	26
Elever/studenter	11	2	:	3 husholdningsmedlemmer	14	3	20
Trygd./pensjonister	14	5	33	4 husholdningsmedlemmer	15	5	30
Hjemmearbeidende	7	2	:	5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning (16-79 år)				eller flere	12	3	24
Ungdomsskole	7	2	34				
Videregående skole	15	4	26				
Universitet/høgskole I	17	4	24				
Universitet/høgskole II+	22	6	25				

- **Én av fem leser bøker per dag.**
- **Andelen som leser bøker har økt noe de siste åra.**
- **Jenter og kvinner er de ivrigste bokleserne.**
- **Mest boklesing blant dem med høy utdanning.**
- **Mest boklesing blant byboere.**
- **Skjønnlitteratur leses mest, særlig blant kvinner.**

I 2002 var det 23 prosent som leste bøker en gjennomsnittsdag. I gjennomsnitt brukte vi 14 minutter på boklesing per dag, eller 60 minutter blant bokleserne. Andelen boklesere har sunket noe i første halvdel av 1990-tallet, men har siden tatt seg opp igjen. Denne tendensen gjelder både kvinner og menn, men kvinner leser fremdeles bøker i betydelig større grad enn menn. Dette gjelder på alle alders-trinn unntatt blant de eldste. Blant barn og unge er jenter i nesten dobbelt så stor grad boklesere som gutter er.

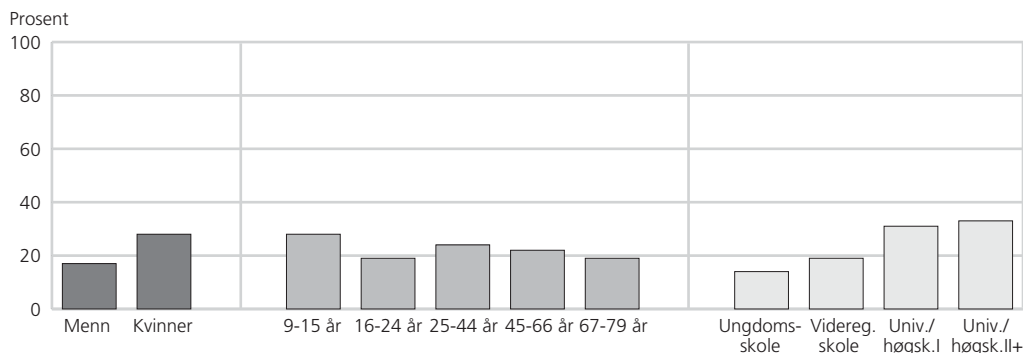
På samme måte som når det gjelder tidsskrift, er det personer med høy utdanning som er de mest ivrige bokleserne. Administrative ledere og personer med akademiske yrker leser i større grad bøker enn andre. Pensjonister er også ivrige boklesere. De som bor i byer leser i større grad bøker enn de som bor i mindre tettbygde strøk.

Skjønnlitteratur, dvs, romaner og noveller, har vært og er mest populært blant bokleserne. 64 prosent av dem som leser bøker en gjennomsnittsdag leser slike

bøker. Det er særlig kvinner som foretrekker å lese denne type litteratur. Men også de fleste mannlige lesere velger romaner framfor annen litteratur. De velger likevel i større grad sakprosa enn kvinnene gjør. Eldre er de som i særlig grad velger å lese biografier og memoarer. Uansett utdanning velger de fleste boklesere romaner.

Bøker som brukes i forbindelse med arbeid, skole eller annen utdanning regnes ikke med i denne statistikken. Heller ikke høytlesing for barn.

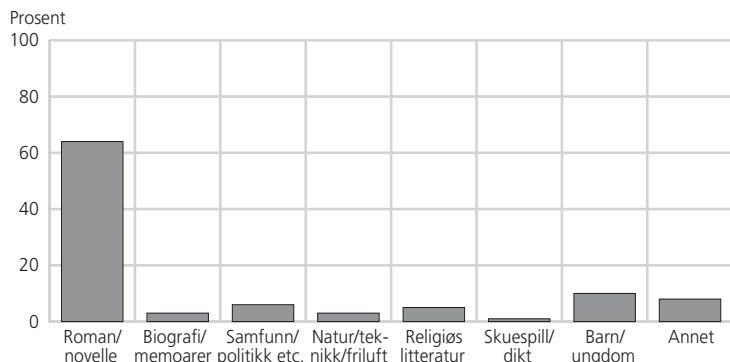
Figur 12. Andel boklesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent



Tabell 15. Andel boklesere og minutter brukt til boklesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel boklesere totalt	24	21	18	19	19	17	18	19	20	22	23
Menn	19	19	12	14	15	14	13	15	16	17	17
Kvinner	28	24	24	24	23	21	23	24	24	26	28
9-15 år	31	29	31	23	20	26	23	25	18	23	28
16-24 år	28	27	16	22	24	17	14	19	19	16	19
25-44 år	21	19	18	20	17	17	19	17	19	21	24
45-66 år	22	18	17	19	22	15	17	18	23	24	22
67-79 år	25	24	13	11	15	20	17	25	20	22	19
Ungdomsskole	13	16	12	12	13	10	12	14	10	15	14
Videregående skole	22	20	15	17	19	16	16	16	17	19	19
Universitet/høgskole I ...	34	23	25	28	20	29	15	24	29	32	31
Universitet/høgskole II+	33	31	22	29	28	19	28	28	31	30	33
Minutter til boklesing totalt	14	13	11	12	12	10	10	11	12	12	14
Menn	11	12	8	8	9	8	7	8	9	9	9
Kvinner	17	14	14	15	15	12	13	14	14	15	18
9-15 år	13	14	15	10	7	11	8	11	7	9	11
16-24 år	18	17	12	13	14	9	7	14	13	8	16
25-44 år	11	13	11	12	10	9	11	9	11	13	14
45-66 år	13	12	11	13	15	9	11	11	14	13	14
67-79 år	22	13	7	7	10	18	12	14	13	14	12
Ungdomsskole	11	9	9	9	6	6	6	7	6	7	9
Videregående skole	13	12	9	10	13	9	10	9	10	11	12
Universitet/høgskole I ...	21	16	15	17	9	18	12	14	15	20	24
Universitet/høgskole II+	18	23	14	20	19	13	15	17	20	16	18

Figur 13. Boklesere fordelt på type bok lest en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent



Tabell 16. Lesere fordelt på boktype en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent

	Roman/ novelle	Biografi/ memoarer	Samfunn/ politikk/ kunst/ historie	Natur/ teknikk/ friluft	Religiøs litteratur	Skuespill/ dikt	Barne/ ung- doms- litteratur	Annet
1991 ¹	66	6	5	2	5	1	..	8
1992	59	9	7	5	4	1	..	15
1994	65	8	7	4	2	0	..	13
1995	69	5	7	6	3	1	..	9
1996	61	9	6	4	4	1	..	14
1997	55	9	10	2	2	1	..	21
1998	62	6	8	4	4	0	..	16
1999	60	7	7	5	3	0	..	17
2000	59	7	8	4	3	2	..	17
2001	64	7	8	2	4	1	8	5
2002	64	3	6	3	5	1	10	8
Menn	59	4	11	7	3	0	8	8
Kvinner	67	3	4	1	6	1	11	8
9-15 år	22	0	0	2	2	0	69	5
16-24 år	70	2	2	2	8	0	5	9
25-44 år	74	2	4	3	3	0	2	12
45-66 år	70	4	11	4	5	1	0	6
67-79 år	55	10	14	5	13	3	0	0
Ungdomsskole	69	5	10	3	8	3	0	2
Videregående skole	69	3	7	3	6	0	2	10
Universitet/høgskole I ...	64	2	5	8	5	0	3	9
Universitet/høgskole II+	74	3	7	2	3	1	1	8
Oslo/Akershus	67	3	5	5	3	1	8	8
Østlandet ellers	64	4	11	3	3	0	10	5
Agder/Rogaland	58	2	4	2	16	0	11	7
Vestlandet	63	3	7	1	3	2	12	9
Trøndelag	63	5	0	0	6	0	14	11
Nord-Norge	65	2	6	4	2	0	10	11

¹ Boksjangertall ble i 1991 kodet i Statistisk sentralbyrå på grunnlag av opplysning om boktittel lest. I seinere undersøkelser er tallene basert på svar fra intervjupersonene om sjanger på leste bok.

Tabell 17. Andel som har lest bok en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere			Alle	Lesere
Alle	23	14	60	Husholdningsinntekt			
Kjønn				Under 200 000	19	17	86
Menn	17	9	53	200 000-299 000	24	14	60
Kvinner	28	18	64	300 000-399 000	27	15	56
Alder				400 000-499 000	15	7	44
9-12 år	33	12	39	500 000-599 000	23	15	65
13-15 år	21	10	47	600 000 eller mer	27	14	53
16-19 år	16	10	62	Landsdel			
20-24 år	21	20	92	Oslo/Akershus	28	18	66
25-34 år	17	11	66	Østlandet ellers	21	12	57
35-44 år	31	17	54	Agder/Rogaland	19	9	47
45-54 år	19	12	61	Vestlandet	21	12	60
55-66 år	26	16	61	Trøndelag	22	13	61
67-79 år	19	12	66	Nord-Norge	25	17	68
Kjønn/alder				Bostedsstrøk			
Menn				Tettbygd 100 000			
9-15 år	20	7	:	eller flere	27	18	69
16-24 år	13	12	95	Tettbygd 20 000-99 000	25	15	59
25-44 år	16	8	51	Tettbygd under 20 000	23	13	57
45-66 år	18	8	46	Spredtbygd	17	10	56
67-79 år	19	10	:	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	22	11	52
9-15 år	36	16	46	Enslige ellers 9-44 år	26	19	73
16-24 år	26	19	74	Enslige 45-79 år	26	17	69
25-44 år	32	19	62	Enslige forsørgere	39	24	63
45-66 år	27	19	70	Par med barn 0-6 år	18	10	53
67-79 år	19	13	73	Par med barn 7-17 år	27	17	63
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn	23	15	65
Yrkesgruppe 1-2	30	15	51	Par 45-79 år uten barn	19	10	55
Yrkesgruppe 3	26	17	66	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 4-5	23	18	76	Bor alene	25	20	78
Yrkesgruppe 6-9	15	9	57	2 husholdningsmedlemmer .	21	11	54
Elever/studenter	16	8	50	3 husholdningsmedlemmer .	20	14	72
Trygd./pensjonister	21	15	71	4 husholdningsmedlemmer .	26	13	52
Hjemmearbeidende	18	13	:	5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning (16-79 år)				eller flere	22	12	55
Ungdomsskole	14	9	63				
Videregående skole	19	12	65				
Universitet/høgskole I	31	24	77				
Universitet/høgskole II+ ..	33	18	55				

- **Én av to lytter til plater, kassetter eller CD-er per dag.**
- **Blant de unge lytter åtte av ti.**
- **Liten forskjell i lytting mellom menn og kvinner.**
- **Elever/studenter lytter mest, pensjonister minst.**
- **Ni av ti bruker CD-spiller som avspillingssystem.**

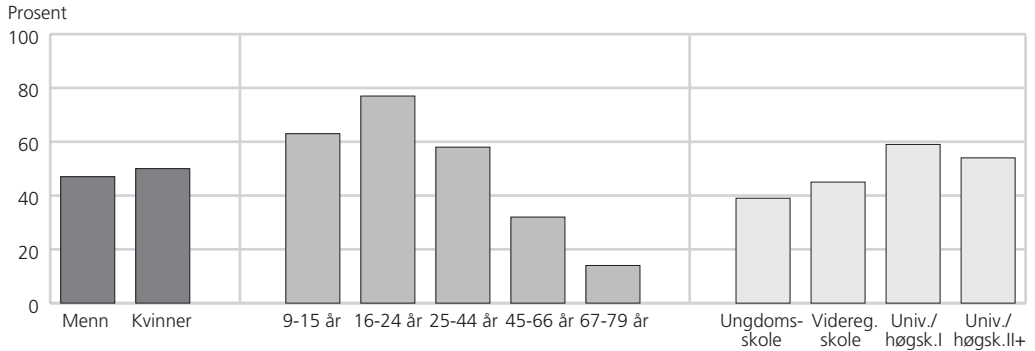
49 prosent, eller nesten en av to personer, lyttet til plater, kassetter eller CD-er en gjennomsnittsdag i 2002. Lytterne har variert noe de siste åra, men det har vært økning de siste par åra. I gjennomsnitt brukte vi 42 minutter på slik lytting per dag, eller omtrent en og en halv time blant dem som bruker tid til slikt.

Det er liten forskjell i lytterandelen blant menn og kvinner, og tiden de bruker til slike lydavspillingssystemer er også temmelig lik. Det er særlig de unge som bruker tid på slikt. I aldersgruppen 16-19 år er 78 prosent lyttere i løpet av en dag. Lyttere i denne aldersgruppen bruker over 2 timer per dag. Til sammenlikning bruker bare 14 prosent av personene i aldersgruppen 67-79 år tid på dette en gjennomsnittsdag.

Andelen lyttere er noe høyere blant personer med høy utdanning enn andre. De med høyest utdanning bruker derimot mindre tid på det enn andre når de lytter. Det er ikke noen klar sammenheng mellom slik lytting og husholdningsinntekt og bosted. Gruppene som særlig peker seg ut som ivrige lyttere er elever/studenter og personer i kontor-, service- og omsorgsykker. Trygdede/pensjonister bruker minst tid til slikt.

CD-platene har i de siste åra fullstendig overtatt markedet på dette feltet. Mer enn ni av ti bruker denne teknikken per dag, mens færre enn en av fem bruker kassettbånd. Vinylplatene er nesten ute av markedet, med en andel på 2 prosent. Mens det tidligere særlig var de unge som brukte CD-spiller, dominerer dette avspillingssystemet nå i alle aldersgrupper. Det er eldre som i størst grad bruker kassettspiller. Lytting på minidisc-spiller er i særlig grad et barne- og ungdoms-fenomen.

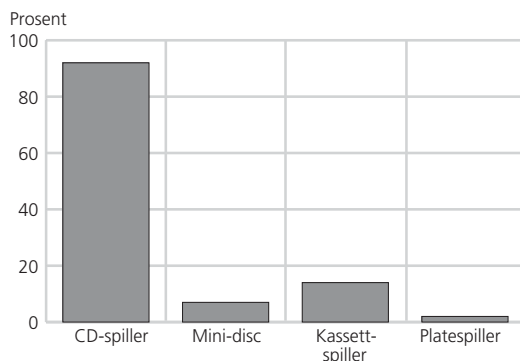
Figur 14. Andel lyttere til plate, kassett eller CD en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning, 2002. Prosent



Tabell 18. Andel lyttere til plate, kassett eller CD og minutter brukt til slik lytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning, 1991-2002

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel lyttere totalt	43	38	44	38	37	41	42	44	50	47	49
Menn	43	38	43	38	36	39	41	44	49	49	47
Kvinner	43	38	44	38	38	43	42	44	52	45	50
9-15 år	69	71	67	67	64	70	71	69	72	64	63
16-24 år	73	72	75	68	70	75	74	77	79	76	77
25-44 år	47	40	44	43	39	46	49	49	56	54	58
45-66 år	22	18	26	17	20	22	19	24	30	30	32
67-79 år	9	7	9	10	9	9	8	12	13	14	14
Ungdomsskole	37	28	37	27	33	33	29	35	44	39	39
Videregående skole ..	40	37	39	34	33	37	39	41	46	44	45
Universitet/høgskole I	41	35	47	44	36	46	37	43	42	47	59
Universitet/høgskole II+	41	36	46	44	35	42	42	43	53	49	54
Minutter til lytting totalt	40	32	38	31	30	36	33	34	46	43	42
Menn	40	31	38	33	29	33	30	32	46	46	42
Kvinner	40	33	39	28	31	38	35	37	46	41	42
9-15 år	63	45	46	34	35	41	41	43	45	39	35
16-24 år	89	86	84	74	81	101	81	89	97	104	100
25-44 år	39	33	37	34	30	38	38	35	50	51	49
45-66 år	15	11	18	11	14	14	13	17	27	19	21
67-79 år	5	3	7	9	4	7	4	6	9	10	7
Ungdomsskole	35	26	36	22	32	34	33	32	52	47	36
Videregående skole ..	41	35	35	30	30	35	32	36	47	43	44
Universitet/høgskole I	35	23	45	37	33	34	31	32	36	46	58
Universitet/høgskole II+	24	33	38	36	24	39	29	29	44	41	41

Figur 15. Lyttere fordelt på avspillingssystem de har lyttet til en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent



Tabell 19. Lyttere fordelt på type lydavspillingssystem en gjennomsnittsdag 1994-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent

	CD-spiller	Minidisc-spiller	Kassettspiller	Platespiller
1994	60	..	56	7
1995	79	..	38	7
1996	80	..	36	5
1997	88	..	26	3
1998	89	..	25	2
1999	90	..	18	3
2000	92	7	17	3
2001	91	6	15	3
2002	92	7	14	2
Menn	92	7	13	2
Kvinner	91	6	14	3
9-15 år	94	12	11	6
16-24 år	97	15	9	2
25-44 år	93	2	12	2
45-66 år	86	4	18	1
67-79 år	57	0	47	7
Ungdomsskole	89	10	14	1
Videregående skole	92	7	14	2
Universitet/høgskole I	94	5	9	3
Universitet/høgskole II+	90	3	15	3
Oslo/Akershus	91	11	10	4
Østlandet ellers	90	4	14	4
Agder/Rogaland	92	5	18	2
Vestlandet	89	8	16	2
Trøndelag	95	5	13	0
Nord-Norge	96	6	10	1

Tabell 20. Andel som har lyttet til plate, kassett eller CD en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lyttere			Alle	Lyttere
Alle	49	42	87	Husholdningsinntekt			
Kjønn				Under 200 000	47	49	103
Menn	42	42	90	200 000-299 000	38	44	116
Kvinner	50	42	84	300 000-399 000	48	33	68
Alder				400 000-499 000	49	36	73
9-12 år	51	18	35	500 000-599 000	55	43	77
13-15 år	80	61	77	600 000 eller mer	52	44	85
16-19 år	78	95	122	Landsdel			
20-24 år	76	103	135	Oslo/Akershus	51	47	93
25-34 år	62	61	99	Østlandet ellers	47	39	84
35-44 år	54	38	69	Agder/Rogaland	54	45	83
45-54 år	36	23	66	Vestlandet	41	38	92
55-66 år	27	17	65	Trøndelag	51	40	78
67-79 år	14	7	50	Nord-Norge	53	47	89
Kjønn/alder				Bostedsstrøk			
Menn				Tettbygd 100 000 eller			
9-15 år	59	32	54	flere	52	48	92
16-24 år	79	113	144	Tettbygd 20 000-99 000 ...	52	41	81
25-44 år	56	46	82	Tettbygd under 20 000	50	45	90
45-66 år	28	16	61	Spredtbygd	42	36	84
67-79 år	15	7	45	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	70	63	90
9-15 år	66	39	59	Enslige ellers 9-44 år	68	88	130
16-24 år	75	85	113	Enslige 45-79 år	19	13	66
25-44 år	60	52	87	Enslige forsørgere	59	52	88
45-66 år	36	25	70	Par med barn 0-6 år	59	45	76
67-79 år	13	7	54	Par med barn 7-17 år	44	28	64
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn	59	60	101
Yrkesgruppe 1-2	50	37	75	Par 45-79 år uten barn	26	17	65
Yrkesgruppe 3	50	40	80	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 4-5	54	57	105	Bor alene	42	49	117
Yrkesgruppe 6-9	44	48	107	2 husholdningsmedlemmer	36	33	90
Elever/studenter	79	79	100	3 husholdningsmedlemmer	57	51	89
Trygd./pensjonister	22	17	79	4 husholdningsmedlemmer	57	43	75
Hjemmearbeidende	57	39	69	5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning (16-79 år)				eller flere	63	48	77
Ungdomsskole	39	36	92				
Videregående skole	45	44	96				
Universitet/høgskole I	59	58	100				
Universitet/høgskole II+	54	41	77				

- **Én av ti ser video per dag.**
- **Videseing har holdt seg stabil de seineste åra.**
- **Barn og unge ser mer på video enn voksne.**
- **Flere ser på kjøpe-/leievideo enn opptak fra fjernsynet.**
- **VHS dominerer fremdeles framfor DVD blant brukerne.**

I 2002 så 10 prosent på videobånd- eller DVD-plater en gjennomsnittsdag. Dette er omtrent på samme nivå som de siste åra. Gjennomsnittstiden folk bruker til video er også temmelig stabil. Den var i 2001 på 8 minutter blant befolkningen som helhet, dvs. 78 minutter blant dem som så på video.

Stort sett har det vært slik at menn har sett noe mer på video enn kvinner. Slik er det fremdeles, men forskjellen har blitt mindre i alle aldersgrupper. Fremdeles er det likevel barn og unge som ser mest på video, men forskjellen mellom dem og de voksne er ikke så stor som den var på begynnelsen av 1990-tallet. Dette skyldes først og fremst at færre av de yngste bruker tid til slikt nå enn tidligere.

Blant barn og unge har guttene tidligere vært de ivrigste videoseerne. Denne forskjellen er ikke så tydelig lenger. Blant gutter har det vært en betydelig nedgang i videoseingen fra begynnelsen på 1990-tallet. Blant jentene har endringene vært mindre.

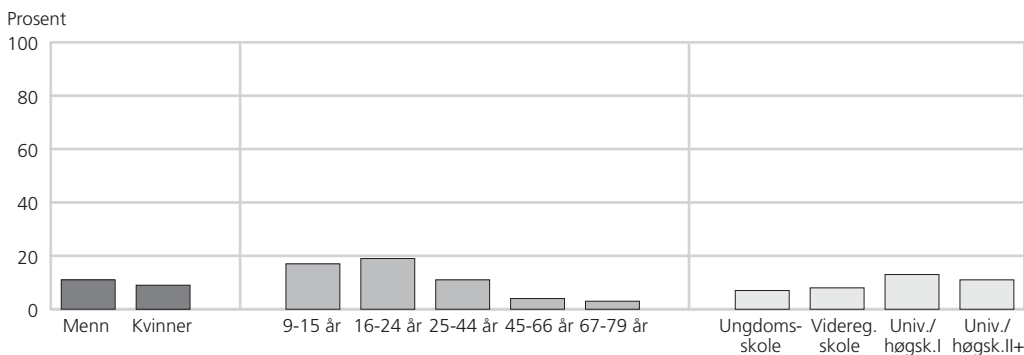
Det er elever/studenter som er de ivrigste videoseerne. Det er ikke noen tydelig sammenheng mellom videoseing og

verken utdanning eller husholdningsinntekt. De med høy utdanning og inntekt ser likevel i noe større grad på video enn andre. Videoseing er nokså jamt fordelt i de forskjellige bostedsstrøk og deler av landet.

To tredeler av dem som ser på video en gjennomsnittsdag ser på kjøpe- eller leiefilm. Blant disse er det nesten dobbelt så mange som ser film på VHS-kassetter som på DVD-plater. Omtrent hver fjerde ser på opptak fra fjernsynsprogram, mens i overkant av hver tidende ser på egne videoopptak. Det er barn og særlig unge som i størst grad ser kjøpe-/leievideo framfor opptak fra fjernsynet. Blant unge er det flere som ser på DVD enn VHS. Personer i aldersgruppen 45-66 år ser i liten grad på kjøpe- eller leiefilm i forhold til opptak fra TV og egenprodusert video.

Statistikken over video omfatter egenprodusert video, opptak fra fjernsynsprogram og kjøpt eller leid videofilm.

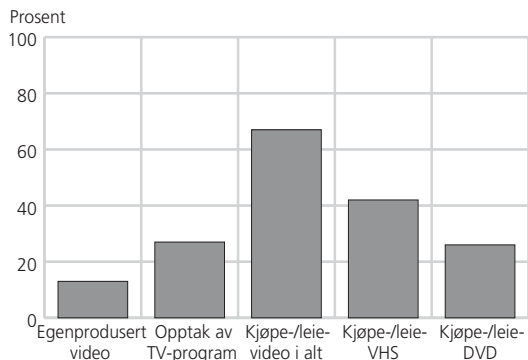
Figur 16. Andel videoseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent



Tabell 21. Andel videoseere og minutter brukt til videoseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel video-seere totalt	10	10	11	8	9	9	8	9	10	9	10
Menn	12	12	12	8	10	10	9	7	10	10	11
Kvinner	8	8	9	7	8	7	6	11	9	8	9
9-15 år	27	21	22	18	20	18	17	18	19	18	17
16-24 år	18	18	18	12	17	17	16	18	19	19	19
25-44 år	8	10	10	7	9	9	8	7	9	8	11
45-66 år	4	5	5	4	4	5	2	5	4	4	4
37-79 år	2	3	1	3	1	1	1	5	3	4	3
Ungdomsskole	6	10	10	4	6	9	4	8	9	11	7
Videregående skole	9	9	9	7	8	7	7	8	9	7	8
Universitet/høgskole I	5	5	7	5	11	7	6	13	9	8	13
Universitet/høgskole II+	10	7	9	9	7	8	6	6	7	7	11
Minutter videoseing totalt	8	7	8	5	7	6	6	7	7	7	8
Menn	11	10	9	6	8	8	7	6	8	8	9
Kvinner	6	5	6	5	6	5	4	7	6	7	6
9-15 år	22	15	13	12	12	13	13	13	14	17	12
16-24 år	17	19	16	11	17	15	14	18	17	16	21
25-44 år	6	6	7	4	6	6	5	5	6	7	7
45-66 år	2	3	3	2	3	3	1	3	2	2	2
67-79 år	1	1	0	2	1	1	1	3	1	2	1
Ungdomsskole	6	8	8	3	5	8	3	7	9	9	7
Videregående skole	8	8	7	4	7	5	6	6	6	6	6
Universitet/høgskole I	5	2	5	4	10	5	4	7	7	9	12
Universitet/høgskole II+	5	3	6	7	6	5	4	4	5	6	8

Figur 17. Videoseere fordelt på type videooptak de har sett en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent



Tabell 22. Seere fordelt på type videooptak en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent

	Egenprodusert video	Opptak av TV-program	Kjøpe-/leie-video i alt	Kjøpe-/leie-VHS	Kjøpe-/leie-DVD
1991	13	44	44
1992	15	41	44
1994	9	41	52
1995	14	51	48
1996	16	40	59
1997	15	46	53
1998	16	35	59
1999	17	34	57
2000	14	31	61
2001	14	30	62
2002	13	27	67	42	26
Menn	12	25	67	40	28
Kvinner	14	28	68	45	22
9-15 år	10	19	77	61	19
16-24 år	8	13	85	41	46
25-44 år	7	33	65	41	23
45-66 år	47	34	32	27	5
67-79 år	:	:	:	:	:
Ungdomsskole	5	15	80	51	30
Videregående skole	18	32	59	35	25
Universitet/høgskole I ...	:	:	:	:	:
Universitet/høgskole II+	12	30	70	42	28
Oslo/Akershus	8	37	69	29	40
Østlandet ellers	17	30	58	42	16
Agder/Rogaland	11	27	70	45	25
Vestlandet	15	12	78	59	19
Trøndelag	:	:	:	:	:
Nord-Norge	9	19	73	46	31

Tabell 23. Andel som har sett video en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Seere			Alle	Seere
Alle	10	8	78	Husholdningsinntekt			
Kjønn				Under 200 000	8	5	69
Menn	11	9	85	200 000-299 000	9	6	61
Kvinner	9	6	70	300 000-399 000	9	7	75
Alder				400 000-499 000	9	7	75
9-12 år	20	12	64	500 000-599 000	12	10	83
13-15 år	13	11	:	600 000 eller mer	12	10	84
16-19 år	21	25	118	Landsdel			
20-24 år	18	18	107	Oslo/Akershus	9	8	82
25-34 år	13	9	72	Østlandet ellers	10	7	74
35-44 år	8	6	67	Agder/Rogaland	9	7	80
45-54 år	5	2	:	Vestlandet	10	9	88
55-66 år	4	2	:	Trøndelag	10	6	60
67-79 år	3	1	:	Nord-Norge	13	9	77
Kjønn/alder				Bostedsstrøk			
Menn				Tettbygd 100 000 eller			
9-15 år	16	12	:	flere	9	8	88
16-24 år	21	25	122	Tettbygd 20 000-99 000 ...	9	7	81
25-44 år	13	9	74	Tettbygd under 20 000	12	9	78
45-66 år	5	2	:	Spredtbygd	9	7	70
67-79 år	4	2	:	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	19	18	97
9-15 år	18	11	:	Enslige ellers 9-44 år	13	9	72
16-24 år	17	17	100	Enslige 45-79 år	3	1	:
25-44 år	9	6	64	Enslige forsørgere	7	6	:
45-66 år	4	2	:	Par med barn 0-6 år	11	8	67
67-79 år	2	1	:	Par med barn 7-17 år	5	3	:
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn	17	16	93
Yrkesgruppe 1-2	9	6	68	Par 45-79 år uten barn	5	2	:
Yrkesgruppe 3	10	7	70	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 4-5	8	7	88	Bor alene	8	5	62
Yrkesgruppe 6-9	11	9	85	2 husholdningsmedlemmer	8	6	72
Elever/studenter	15	15	109	3 husholdningsmedlemmer	9	9	97
Trygd./pensjonister	6	3	:	4 husholdningsmedlemmer	13	10	78
Hjemmearbeidende	7	4	:	5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning (16-79 år)				eller flere	13	10	82
Ungdomsskole	7	7	96				
Videregående skole	8	6	78				
Universitet/høgskole I	13	12	:				
Universitet/høgskole II+ ..	11	8	68				

- **Knapt tre av fem hører på radio i løpet av en dag.**
- **De godt voksne hører mest på radio, barn hører lite.**
- **De med høy utdanning bruker mindre tid på radio enn andre.**
- **Stabile lytterandeler kanalene imellom.**
- **Vi hører helst på nyheter, underholdning og distrikts-sendinger.**

58 prosent av befolkningen lyttet på radio en gjennomsnittsdag i 2002. Dette er 2 prosent over nivået for året før. Det var en nedgang i andelen radiolyttere i første del av 1990-tallet. Deretter har andelen holdt seg på eller i underkant av 60 prosent. Denne utviklingstendensen gjelder begge kjønn og alle aldersgrupper. Gjennomsnittlig lyttetid var 87 minutter i 2002, dvs. 151 minutter blant radiolytterne. Dette er en nedgang fra 2001, som muligens kan ses i sammenheng med økt lytting i forbindelse med 11. september-aksjonen det året. Lytterandelen har stort sett vært noe høyere for menn enn for kvinner. Det er den også i 2002.

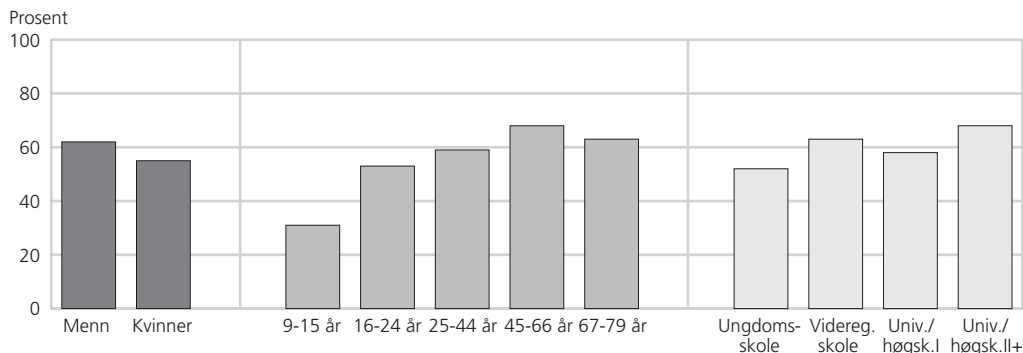
Særlig barn, men også unge, lytter i mindre grad på radio enn de voksne. I aldersgruppen 9-12 år er det bare en av fem som lytter på radio en gjennomsnittsdag. Personer i alderen 45 år eller eldre bruker mest tid til radiolytting. Personer med høyere utdanning har høyere andel radiolytting enn andre, men bruker mindre tid på det enn andre grupper. Håndverkere og personer med manuelt arbeid bruker mer tid til radiolytting enn andre. Andelen radiolyttere blant hjemmearbeidende er lavere enn for andre grupper.

De ulike radiokanaleners lytteroppslutning har endret seg lite siste år. NRKs P1 er

fremdeles den viktigste riksdekkende radiokanalen. Det ser ut til at radiokanalen lytterandeler har stabilisert seg, med P4 som den sterkeste konkurrenten til NRK 1. Menn lytter noe mer på NRK og P4 enn kvinner, men ellers er det små forskjeller i kanalvalget mellom kjønnene. NRKs P1 og P2 har en overvekt lyttene blant de godt voksne. P2 skiller seg særlig ut som en kanal som i større grad enn de andre når de best utdannede og de som bor i Oslo-området. P3 og lokalradiokanalen har en overvekt unge lyttene, mens P4 helst treffer de som er i yrkesaktiv alder.

Vi lytter helst til nyheter, underholdning/lette magasinposter, distriktsprogram og program med populærmusikk. Menn hører i større grad enn kvinner på sportsprogram, mens de på sin side heller hører på underholdning/lette magasinprogram. De unge er de som hører mest på populærmusikken og minst på nyheter og informasjonsprogram. P1's lyttene er de som i størst grad hører på nyheter, værmelding og distriktsprogram. P2-lytterne hører også i stor grad på nyheter og har den høyeste andelen når det gjelder kulturprogram, andre informasjonsprogram og seriøs musikk. P3's og P4's lyttene hører helst på populærmusikk og underholdning.

Figur 18. Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent

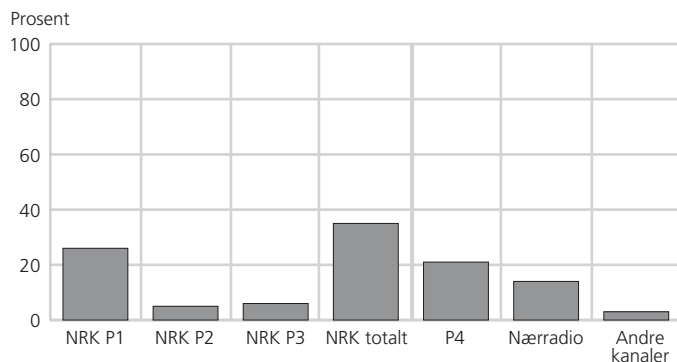


Tabell 24. Andel radiolyttere og minutter¹ brukt til radiolytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel radiolyttere											
totalt	71	65	67	66	59	61	59	60	57	56	58
Menn	73	68	69	67	60	64	59	63	58	60	62
Kvinner	69	63	65	65	57	58	58	57	56	52	55
9-15 år	47	34	39	42	32	33	31	37	33	26	31
16-24 år	67	63	63	65	53	65	56	54	57	49	53
25-44 år	73	68	73	67	62	63	62	64	59	59	59
45-66 år	79	73	73	74	67	67	65	66	63	67	68
67-79 år	75	68	64	60	60	61	63	63	61	55	63
Ungdomsskole	68	66	63	63	61	55	55	59	56	52	52
Videregående skole	75	69	71	68	60	66	64	64	61	60	63
Universitet/høgskole I	77	71	72	74	71	66	69	64	62	63	58
Universitet/høgskole II+	79	72	76	74	66	69	64	67	61	64	68
Minutter til radiolytting											
totalt	106	91	96	99	84	87	83	93	84	95	87
Menn	103	88	95	93	76	88	83	91	84	98	93
Kvinner	110	94	96	105	91	85	82	94	84	92	82
9-15 år	39	24	25	32	21	21	21	29	24	19	16
16-24 år	109	86	92	95	79	98	74	86	90	71	80
25-44 år	112	96	110	106	85	94	90	100	88	97	85
45-66 år	123	109	106	116	100	97	98	103	101	127	114
67-79 år	109	97	98	100	102	84	94	112	90	104	102
Ungdomsskole	115	97	93	108	97	89	94	107	94	104	102
Videregående skole	121	105	119	115	98	104	100	111	100	122	102
Universitet/høgskole I	98	91	98	91	98	96	86	87	87	91	89
Universitet/høgskole II+	103	73	77	88	64	73	67	73	79	71	77

¹ Spørreteknikken for tid brukt til radio og fjernsyn er endret fra 1999. Se vedlegg 1.

Figur 19. Andel som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent



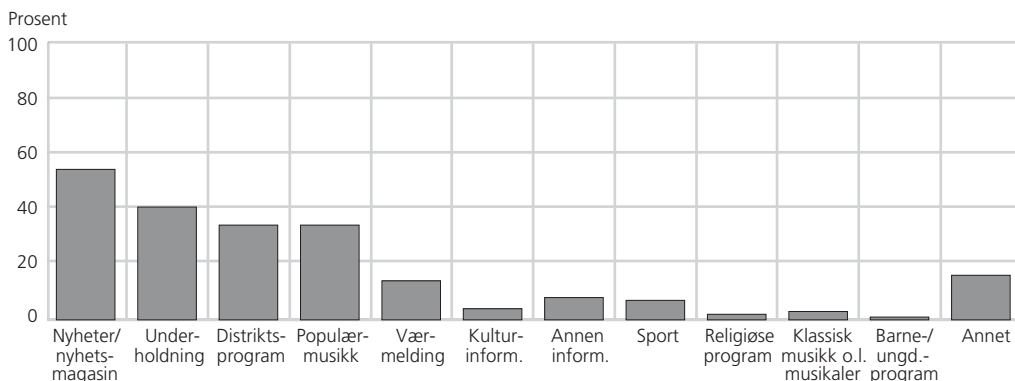
Tabell 25. Andel av befolkningen som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent

	NRK P1	NRK P2	NRK P3	NRK totalt	P4	Nær-radio	Andre kanaler
1991	42	25	.	57	.	23	2
1992	38	24	.	50	.	23	1
1994	31	7	11	46	18	13	1
1995	30	8	13	45	21	15	1
1996	27	5	10	38	21	13	1
1997	29	5	10	40	22	12	1
1998	29	5	8	39	19	12	1
1999	29	5	8	39	21	13	2
2000	27	4	8	37	19	11	2
2001	28	5	7	37	18	12	2
2002	26	5	6	35	21	14	3
Menn	28	6	7	39	24	14	4
Kvinner	24	5	4	30	18	14	2
9-15 år	6	0	3	9	11	10	3
16-24 år	5	0	14	20	17	25	9
25-44 år	17	5	8	28	29	16	3
45-66 år	48	10	2	52	21	9	1
67-79 år	47	8	0	53	8	10	1
Ungdomsskole	27	3	2	33	12	15	3
Videregående skole	28	4	6	36	24	15	4
Universitet/høgskole I	19	7	9	30	26	14	1
Universitet/høgskole II+ ...	32	13	8	46	24	14	2
Oslo/Akershus	24	9	6	35	23	11	5
Østlandet ellers	23	5	6	31	27	11	2
Agder/Rogaland	26	4	5	33	20	21	2
Vestlandet	28	3	4	36	13	16	3
Trøndelag	31	4	6	39	23	17	4
Nord-Norge	30	5	7	40	15	11	3

Tabell 26. Andel som har lyttet på radio en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lyttere			Alle	Lyttere
Alle	58	87	151	Husholdningsinntekt			
				Under 200 000	53	94	177
Kjønn				200 000-299 000	63	93	149
Menn	62	93	150	300 000-399 000	63	90	143
Kvinner	55	82	152	400 000-499 000	56	87	159
				500 000-599 000	62	101	164
Alder				600 000 eller mer	62	83	136
9-12 år	20	6	33	Landsdel			
13-15 år	46	31	67	Oslo/Akershus	61	82	137
16-19 år	53	89	171	Østlandet ellers	57	89	159
20-24 år	53	74	138	Agder/Rogaland	59	72	126
25-34 år	61	82	137	Vestlandet	57	80	141
35-44 år	58	87	152	Trøndelag	65	121	190
45-54 år	70	118	169	Nord-Norge	55	100	181
55-66 år	66	109	166				
67-79 år	63	102	168	Bostedsstrøk			
Kjønn/alder				Tettbygd 100 000 eller			
Menn				flere	60	78	133
9-15 år	29	17	62	Tettbygd 20 000-99 000	58	92	160
16-24 år	56	91	162	Tettbygd under 20 000	56	83	149
25-44 år	64	98	152	Spredtbygd	60	97	161
45-66 år	73	114	157				
67-79 år	64	91	144	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	42	49	119
9-15 år	33	16	49	Enslige ellers 9-44 år	58	86	148
16-24 år	50	69	140	Enslige 45-79 år	64	115	183
25-44 år	55	72	135	Enslige forsørgere	53	59	111
45-66 år	63	113	182	Par med barn 0-6 år	59	79	134
67-79 år	62	112	190	Par med barn 7-17 år	68	108	161
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn	54	72	138
Yrkesgruppe 1-2	70	84	121	Par 45-79 år uten barn	65	108	168
Yrkesgruppe 3	62	70	115				
Yrkesgruppe 4-5	58	79	137	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 6-9	62	141	230	Bor alene	61	106	174
Elever/studenter	51	60	118	2 husholdningsmedlemmer	62	96	156
Trygd./Pensjonister	63	106	170	3 husholdningsmedlemmer	57	86	154
Hjemmearbeidende	42	98	233	4 husholdningsmedlemmer	59	75	128
Utdanning (16-79 år)				5 husholdningsmedlemmer			
Ungdomsskole	52	102	200	eller flere	49	69	142
Videregående skole	63	102	165				
Universitet/høgskole I	58	89	157				
Universitet/høgskole II+	68	77	114				

Figur 20. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent



Tabell 27. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter radiokanaler 2002. Prosent

	Nyheter	Underholdning	Distriktsprogram	Populærmusikk	Værmelding	Kulturinformasjon	Annen informasjon	Sport	Religiøse program	Klassisk musikk o.l. musikaler	Barne-/ungdomsprogram	Annet
1991	58	42	41	26	27	4	13	7	5	7	7	12
1992	55	45	45	24	26	4	13	8	5	5	8	12
1994	55	46	39	32	30	5	10	9	5	4	3	16
1997	51	39	35	28	16	4	10	8	3	4	2	14
1998	52	44	37	26	16	3	7	7	3	4	2	14
1999	57	43	38	35	19	3	10	9	3	4	2	12
2000	54	40	36	34	19	4	10	7	2	3	2	14
2001	56	42	41	35	18	5	10	6	2	3	2	13
2002	54	40	34	34	14	4	8	7	2	3	1	16
NRK P1	67	28	55	13	21	5	11	6	2	3	1	16
NRK P2	53	16	15	8	6	16	15	2	0	16	1	20
NRK P3	19	50	4	42	6	1	2	4	0	2	4	10
P4	48	50	9	38	9	2	5	8	0	1	1	14
Nærradio	20	28	28	56	5	0	1	4	2	1	0	11

Tabell 28. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag, i ulike befolkningsgrupper. 2002. Prosent

	Ny- heter	Under- hold- ning	Dist- rikt- pro- gram	Popu- lær- mu- sikk	Vær- mel- ding	Kul- tur- infor- ma- sjon	Annen infor- ma- sjon	Sport	Reli- giøse pro- gram	Klas- sisk mu- sikk o.l. musikaler	Bar- ne-/ ung- doms- pro- gram	Annet
Menn	54	39	33	34	14	4	8	10	1	3	1	16
Kvinner	53	42	34	34	14	4	8	3	3	4	1	17
9-12 år	13	14	5	55	0	0	4	4	0	0	9	0
13-15 år	22	20	6	68	3	0	3	5	2	0	0	12
16-19 år	27	38	6	61	3	0	0	3	0	0	2	11
20-24 år	28	38	13	60	9	2	2	5	0	1	1	13
25-34 år	43	46	22	44	8	3	6	8	1	2	2	17
35-44 år	56	46	27	34	12	2	7	10	2	3	0	22
45-54 år	71	46	41	24	17	4	11	7	1	4	1	18
55-66 år	71	33	63	20	23	8	10	5	2	5	0	15
67-79 år	64	37	56	11	25	9	16	7	5	7	1	17
Menn												
9-15 år	22	19	0	62	0	0	8	4	0	0	0	4
16-24 år	29	31	12	57	6	1	1	5	0	1	1	15
25-44 år	48	48	23	37	11	2	8	13	1	2	1	20
45-66 år	71	36	51	23	19	7	9	10	1	5	1	15
67-79 år	69	37	52	16	23	6	13	13	2	6	0	13
Kvinner												
9-15 år	15	16	10	64	3	0	0	6	3	0	6	10
16-24 år	25	46	7	64	6	2	2	3	0	0	1	9
25-44 år	52	44	25	41	9	3	5	5	1	4	1	19
45-66 år	71	45	50	21	21	5	12	2	3	5	1	18
67-79 år	60	36	60	7	26	11	19	2	8	7	2	20
Yrkesgruppe 1-2	56	41	36	33	10	4	10	5	0	5	1	16
Yrkesgruppe 3	58	44	27	30	8	2	4	7	2	4	2	21
Yrkesgruppe 4-5	48	39	33	36	11	6	8	6	1	1	0	20
Yrkesgruppe 6-9	59	44	35	41	23	2	9	14	0	2	0	16
Elever/studenter	26	43	13	59	5	0	1	4	1	4	1	6
Trygd./pensjonister	66	40	51	14	22	8	13	7	4	5	1	19
Hjemmearbeidende	67	33	45	33	29	0	6	5	6	11	0	0
Ungdomsskole	57	44	41	28	24	3	8	9	3	2	0	18
Videregående skole	56	39	37	33	16	5	8	8	2	4	1	18
Universitet/høgskole I	54	51	17	39	13	7	11	7	0	3	1	17
Universitet/høgskole II+	56	43	35	30	6	4	9	4	1	5	1	15
Tettbygd 100 000 eller flere	52	41	23	36	8	2	9	6	3	7	1	15
Tettbygd 20 000-99 000	54	43	32	39	13	7	9	7	0	3	1	15
Tettbygd under 20 000	52	37	37	32	15	4	8	7	3	2	0	18
Spredtbygd	58	41	42	32	19	4	8	9	1	3	2	17
Oslo/Akershus	56	44	23	40	11	4	10	7	1	4	2	17
Østlandet ellers	56	42	32	33	15	7	8	11	2	3	1	15
Agder/Rogaland	47	40	33	36	8	2	7	6	2	2	1	15
Vestlandet	47	33	41	31	11	3	7	2	1	4	0	14
Trøndelag	63	41	44	28	28	4	9	3	3	6	0	15
Nord-Norge	55	39	43	33	19	3	8	10	1	2	0	25

- **Fire av fem ser på fjernsyn i løpet av dagen.**
- **Høyest seerandel blant 13-15-åringer, de eldre bruker mest tid.**
- **Minst TV-seing blant personer mer høy utdanning.**
- **TV2 har en større seeropplutning enn NRK 1.**
- **Størst opplutning om nyheter, TV-serier og underholdning.**
- **De eldre ser helst nyheter og debatter, de unge ser helst serier og popmusikk.**

85 prosent av befolkningen så på fjernsyn en gjennomsnittsdag i 2002. Dette er det samme som året før. Vi brukte 146 minutter til fjernsynsseing i gjennomsnitt per dag, eller 172 minutter blant seerne. Dette er noe lavere enn året før. Menn har i de seinere åra sett noe mer på fjernsyn enn kvinner. Dette finner vi også i 2002.

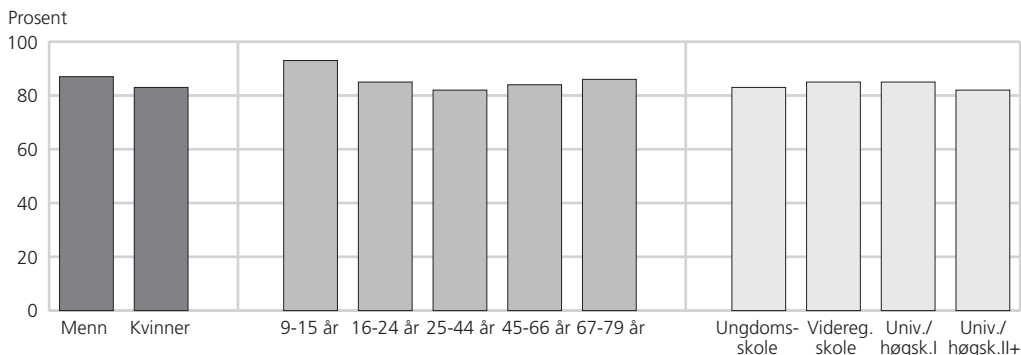
Andelen fjernsynsseere er størst blant barn i alderen 13-15 år, der 95 prosent ser på fjernsyn per dag. Det er likevel den eldste delen av befolkningen som bruker mest tid til fjernsynsseing. De bruker i gjennomsnitt i underkant av 3 timer per dag, mens barn i alderen 9-12 år bruker i overkant av 2 timer. De med høy utdanning og de med høy inntekt bruker mindre tid enn andre til fjernsynsseing. Pensjonister bruker mer tid foran skjermen enn de som er i arbeid eller under utdanning.

De ulike fjernsynskanalenenes seerandel har endret seg lite siste år. TV2 har en seeropplutning som er litt større enn NRKs kanal 1. Andelen som ser på NRKs programmer er betydelig mindre enn den som ser på andre kanaler til sammen.

Det er liten forskjell i kanalvalget mellom menn og kvinner. NRK har en overvekt av middelaldrende og eldre personer blant sine seere, mens TVNorge og TV3 har en klar overrepresentasjon av barn og unge. TV2 har en nokså jamn aldersmessig fordeling av sine seere. Utdanning har lite å si for valg av fjernsynskanal, men NRK har en liten overvekt av personer med høy utdanning i forhold til de andre kanalene. Kanalene har en ganske jamn opplutning i alle deler av landet.

Nyhetsendingene er de programmene flest får med seg i løpet av en dag. Deretter følger TV-serier, underholdning, sport og spille-/TV-filmer. Nyheter sees særlig på NRK 1, TV2 og NRK 2. De kommersielle kanalene TV3, TVNorge og TV2 har særlig opplutning om TV-serier og underholdning. Middelaldrende og eldre er særlig opptatt av nyheter, debatter og samfunnsinformasjon, mens TV-serier og populærmusikk er særlig populært blant de unge. Mens TV-seriene og barneprogram helst blir sett av kvinner, er det menn i alle aldersgrupper som foretrekker sportssendingene.

Figur 21. Andel fjernsynsseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent

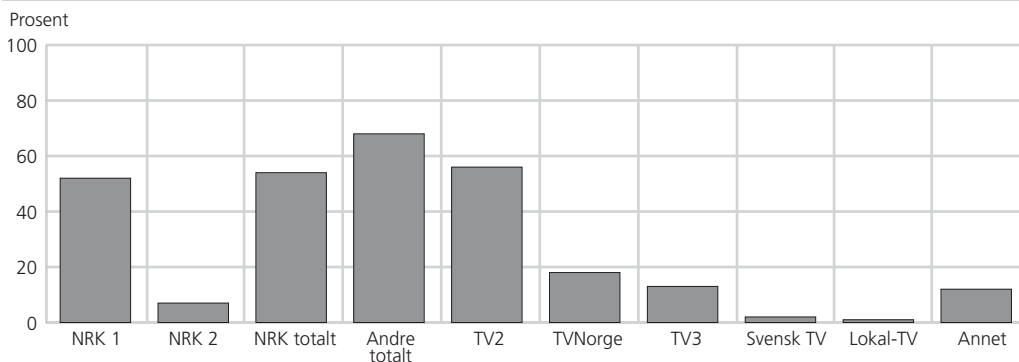


Tabell 29. Andel fjernsynsseere og minutter¹ brukt til fjernsynsseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel fjernsynsseere totalt	81	80	82	84	82	84	83	84	82	85	85
Menn	82	81	84	85	83	83	85	86	81	86	87
Kvinner	81	78	81	83	81	84	81	82	82	85	83
9-15 år	83	89	93	90	88	95	92	90	90	91	93
16-24 år	74	71	74	82	82	79	81	82	81	87	85
25-44 år	80	76	80	80	77	82	81	83	78	82	82
45-66 år	82	83	84	86	83	82	82	83	81	85	84
67-79 år	90	86	88	88	90	86	86	88	86	91	86
Ungdomsskole	83	82	80	84	83	83	81	84	85	84	83
Videregående skole	81	78	82	84	82	83	82	84	81	87	85
Universitet/høgskole I	85	77	80	77	75	84	83	80	80	76	85
Universitet/høgskole II+	75	74	79	84	79	79	84	84	76	82	82
Minutter til fjernsynsseing totalt	114	108	113	124	117	119	119	141	138	156	146
Menn	116	115	121	128	120	122	126	147	142	152	151
Kvinner	113	101	105	121	114	117	113	136	133	159	140
9-15 år	90	97	110	106	104	127	127	136	129	140	134
16-24 år	99	96	94	126	112	107	118	153	137	148	146
25-44 år	112	99	109	113	107	108	114	131	125	147	140
45-66 år	123	119	124	131	118	128	115	136	140	158	147
67-79 år	152	138	136	162	162	136	143	177	188	209	169
Ungdomsskole	137	126	115	142	136	129	129	154	156	169	153
Videregående skole	118	108	119	131	121	124	120	151	148	171	150
Universitet/høgskole I	107	102	116	109	112	111	121	127	138	133	161
Universitet/høgskole II+	87	90	89	103	96	95	103	118	111	129	129

¹ Spørreteknikken for tid brukt til radio og fjernsyn er endret fra 1999. Se vedlegg 1.

Figur 22. Andel som ser på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag. 2002. Prosent



Tabell 30. Andel av befolkningen som har sett på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent

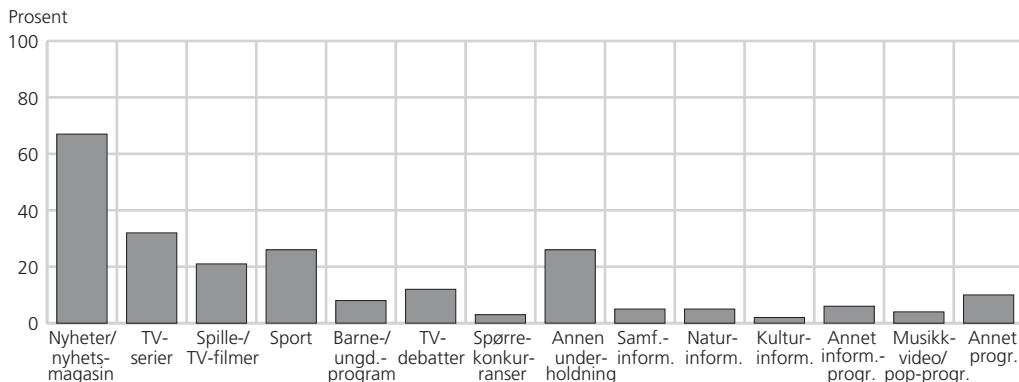
	NRK 1	NRK 2 ¹	NRK totalt	Andre totalt	TV2	TV-Norge	TV3	Svensk TV	Lokal-TV	Andre kanaler
1991	74	24	.	9	7	6	2	8
1992	67	35	23	12	9	4	1	9
1994	58	56	42	12	7	3	1	7
1995	62	65	55	14	9	4	1	8
1996	55	10	57	63	50	13	12	2	1	7
1997	53	8	55	63	51	16	12	2	0	8
1998	53	8	55	64	50	16	12	2	1	9
1999	51	10	54	67	54	19	14	2	1	9
2000	50	9	53	64	51	15	14	1	1	10
2001	54	7	56	67	53	20	14	1	1	12
2002	52	7	54	68	56	18	13	2	1	12
Menn	54	7	56	70	58	16	16	3	1	15
Kvinner	51	7	53	66	54	20	11	1	1	8
9-15 år	38	6	40	83	56	29	33	1	2	24
16-24 år	26	4	29	77	60	26	22	2	0	17
25-44 år	48	6	51	68	57	19	13	2	1	10
45-66 år	66	9	68	62	54	11	7	2	2	9
67-79 år	77	12	78	58	53	11	3	6	2	7
Ungdomsskole	50	6	52	68	58	19	8	2	1	11
Videregående skole	52	7	54	68	57	18	12	2	1	10
Universitet/høgskole I	57	8	60	72	58	14	13	3	1	18
Universitet/høgskole II+ ...	62	8	63	60	52	11	11	3	1	9
Oslo/Akershus	58	8	61	66	52	14	20	3	0	14
Østlandet ellers	50	7	52	67	54	17	14	3	1	12
Agder/Rogaland	42	6	44	70	57	25	9	2	3	13
Vestlandet	53	9	55	73	61	19	10	1	1	10
Trøndelag	55	4	56	65	54	15	12	1	1	10
Nord-Norge	58	7	59	71	62	19	13	1	1	9

¹ Tall for NRK 2 gjelder fra september 1996.

Tabell 31. Andel som har sett på fjernsyn en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosentandel	Minutter			Prosentandel	Minutter	
		Alle	Seere			Alle	Seere
Alle	85	146	172	Husholdningsinntekt			
				Under 200 000	83	162	195
Kjønn				200 000-299 000	87	166	192
Menn	87	151	175	300 000-399 000	85	159	188
Kvinner	83	140	169	400 000-499 000	83	136	164
				500 000-599 000	87	144	165
Alder				600 000 eller mer	87	135	155
9-12 år	92	125	137	Landsdel			
13-15 år	95	147	155	Oslo/Akershus	85	149	176
16-19 år	89	145	165	Østlandet ellers	84	144	172
20-24 år	83	147	178	Agder/Rogaland	82	138	169
25-34 år	82	144	175	Vestlandet	86	146	169
35-44 år	81	136	168	Trøndelag	83	137	166
45-54 år	81	140	172	Nord-Norge	88	158	180
55-66 år	88	154	176				
67-79 år	86	169	198	Bostedsstrøk			
Kjønn/alder				Tettbygd 100 000 eller			
Menn				flere	83	143	173
9-15 år	95	150	160	Tettbygd 20 000-99 000	86	145	170
16-24 år	85	147	175	Tettbygd under 20 000	86	152	176
25-44 år	82	147	179	Spredtbygd	83	139	168
45-66 år	89	150	169				
67-79 år	89	172	194	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	90	136	152
9-15 år	92	119	130	Enslige ellers 9-44 år	79	147	185
16-24 år	86	145	170	Enslige 45-79 år	82	167	205
25-44 år	81	133	164	Enslige forsørgere	81	135	167
45-66 år	79	143	180	Par med barn 0-6 år	87	147	169
67-79 år	84	167	201	Par med barn 7-17 år	81	126	155
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn	80	143	180
Yrkesgruppe 1-2	81	126	154	Par 45-79 år uten barn	86	156	181
Yrkesgruppe 3	84	139	164				
Yrkesgruppe 4-5	82	153	186	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 6-9	83	137	165	Bor alene	80	155	196
Elever/studenter	83	133	162	2 husholdningsmedlemmer	85	154	180
Trygd./pensjonister	87	185	212	3 husholdningsmedlemmer	86	148	173
Hjemmearbeidende	75	107	142	4 husholdningsmedlemmer	88	137	156
				5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning (16-79 år)				eller flere	83	129	155
Ungdomsskole	83	153	187				
Videregående skole	85	150	178				
Universitet/høgskole I	85	161	189				
Universitet/høgskole II+	82	129	157				

Figur 23. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag, 2002. Prosent



Tabell 32. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag 1991-2002 og etter fjernsynskanal 2002. Prosent

	Nyheter	TV-serier	Spille-/TV-filmer	Sport	Barne-/ungdomsprogram	Debatter	Spørrekonkurranser	Annen underholdning	Samfunnsinfo	Naturinfo	Kulturinfo	Annet info	Populær musikk	Annet
1991	72	22	25	24	19	..	6	19	15	4	5	10	4	9
1992	67	19	21	24	17	..	9	31	12	4	4	9	4	10
1994	67	28	25	24	13	10	7	27	8	5	5	7	3	8
1997	65	31	21	28	9	10	4	20	4	4	2	4	2	9
1998	66	33	22	28	9	8	2	20	6	4	2	5	3	8
1999	68	38	24	33	10	10	2	22	5	5	2	7	4	10
2000	67	38	21	31	10	8	6	18	6	5	2	6	3	8
2001	69	30	19	20	10	12	5	28	5	6	3	5	3	11
2002	67	32	21	26	8	12	3	26	5	5	2	6	4	10
NRK 1	74	13	4	18	9	11	2	21	5	3	2	5	1	7
NRK 2	36	8	25	8	3	10	1	5	1	2	1	4	3	7
TV2	60	27	10	20	2	9	3	15	2	1	1	2	0	5
TVNorge	17	33	21	1	2	1	1	28	1	0	0	2	1	10
TV3	2	32	35	17	4	1	0	12	0	0	0	1	1	4
Svensk TV	25	3	10	41	2	0	0	5	4	5	0	5	0	7

Tabell 33. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag i ulike befolkningsgrupper. 2002. Prosent

	Nyhe- ter	TV-se- rier	Spille-/ TV- filmer	Sport	Barn- ne-/ ung- doms- pro- gram	De- bat- ter	Spør- re- kon- kur- ran- ser	Annen under- hold- ning	Sam- funns- info	Na- tur- info	Kul- tur- info	An- nen info	Pop- mu- sikk	An- net
Menn	67	27	22	35	6	12	2	26	5	6	2	6	4	9
Kvinner	67	37	19	17	11	12	5	27	6	4	2	6	3	12
9-12 år	18	45	18	12	37	1	2	26	3	3	2	4	6	7
13-15 år	23	65	30	12	18	4	4	22	3	7	1	3	17	12
16-19 år	23	54	28	19	5	0	1	26	1	1	0	2	11	13
20-24 år	55	39	27	24	5	3	1	27	5	3	1	7	5	8
25-34 år	70	34	24	29	12	9	2	30	5	3	0	4	4	9
35-44 år	71	27	27	32	10	12	4	27	4	5	3	5	1	8
45-54 år	84	24	18	26	1	16	4	28	7	6	5	8	1	8
55-66 år	86	24	12	25	2	18	6	24	8	7	2	9	0	16
67-79 år	89	19	10	34	2	26	5	24	8	6	3	7	0	14
Menn														
9-15 år	19	44	28	20	28	2	2	31	4	7	1	4	9	7
16-24 år	41	39	31	34	3	1	1	24	3	3	0	6	10	11
25-44 år	70	27	27	39	5	11	1	27	3	5	2	4	4	8
45-66 år	85	21	15	31	1	17	2	24	8	6	3	8	1	12
67-79 år	89	15	9	47	2	25	6	22	8	8	5	7	0	8
Kvinner														
9-15 år	22	62	18	4	30	2	3	18	2	2	2	3	13	11
16-24 år	40	52	24	8	7	3	1	28	3	1	1	4	6	9
25-44 år	71	34	24	22	17	10	5	30	6	3	1	5	1	10
45-66 år	85	28	15	19	2	18	8	28	7	7	3	9	0	12
67-79 år	89	23	11	22	1	27	5	26	7	5	1	7	0	19
Yrkesgruppe 1-2	81	24	23	25	6	11	4	29	7	4	3	9	2	8
Yrkesgruppe 3	76	29	20	32	9	13	3	25	2	5	3	3	2	12
Yrkesgruppe 4-5	71	34	22	25	8	12	3	26	8	3	1	5	4	13
Yrkesgruppe 6-9	64	27	21	28	3	11	3	28	4	6	2	5	2	8
Elever/studenten	43	48	29	23	2	2	2	28	1	1	0	5	9	9
Trygd./pensjonister	85	24	13	34	4	25	5	26	9	8	2	8	0	13
Hjemmearbeidende	75	30	23	16	15	3	10	23	3	3	0	6	3	6
Ungdomsskole	68	33	19	26	3	14	6	22	7	6	2	6	3	13
Videregående skole	72	29	20	27	5	14	3	29	5	4	2	6	3	10
Universitet/høgskole I	74	30	22	30	9	15	2	24	6	5	3	7	4	11
Universitet/høgskole II+	80	25	21	29	8	11	3	26	5	5	2	7	2	9
Tettbygd 100 000 eller flere														
Tettbygd 20 000-99 000	66	34	21	24	7	11	2	25	6	6	3	8	4	10
Tettbygd under 20 000	68	28	18	25	8	13	5	30	5	2	2	4	4	11
Spredtbygd	63	32	23	27	10	12	4	27	5	4	2	7	4	11
Spredtbygd	72	33	21	28	8	12	2	25	5	7	1	4	2	10
Oslo/Akershus	70	30	20	25	10	12	2	26	6	3	3	6	4	13
Østlandet ellers	67	32	22	26	7	13	3	26	5	5	2	5	3	9
Agder/Rogaland	60	32	23	26	12	9	5	25	4	6	2	5	4	10
Vestlandet	69	34	22	26	6	12	5	30	5	6	3	3	4	6
Trøndelag	61	32	14	29	10	14	3	21	6	6	2	12	1	10
Nord-Norge	70	32	21	26	7	12	3	29	6	2	0	9	3	16

- **Én av tre bruker hjemme-PC i løpet av en dag.**
- **Bruk av hjemme-PC har ikke økt siste år.**
- **Menn bruker hjemme-PC i atskillig større grad enn kvinner.**
- **Hjemme-PC-bruk hører sammen med høy utdanning og inntekt.**
- **Bruk av hjemme-PC er nokså jamt fordelt i ulike deler av landet.**
- **Hjemme-PC-en brukes mest i tilknytning til hjem/fritid.**

I 2002 var det 31 prosent av befolkningen som brukte hjemme-PC en gjennomsnittsdag. Dette er en nedgang fra 33 prosent i 2001. Vi brukte i gjennomsnitt 27 minutter på PC-en hjemme per dag, det samme som året før. PC-brukerne brukte 88 minutter på dette per dag.

Menn bruker slikt utstyr hjemme i betydelig større grad enn kvinner. Denne forskjellen finner vi på alle alderstrinn. Blant menn har det vært en liten økning i PC-bruken siste år, mens det ikke har vært noen økning blant kvinner. Det er fremdeles gutter og unge menn som er de mest aktive brukerne på dette feltet. Blant gutter i alderen 9-15 år er det 43 prosent som bruker hjemme-PC per dag. Blant kvinner i alderen 67-79 år er brukerandelen på 2 prosent.

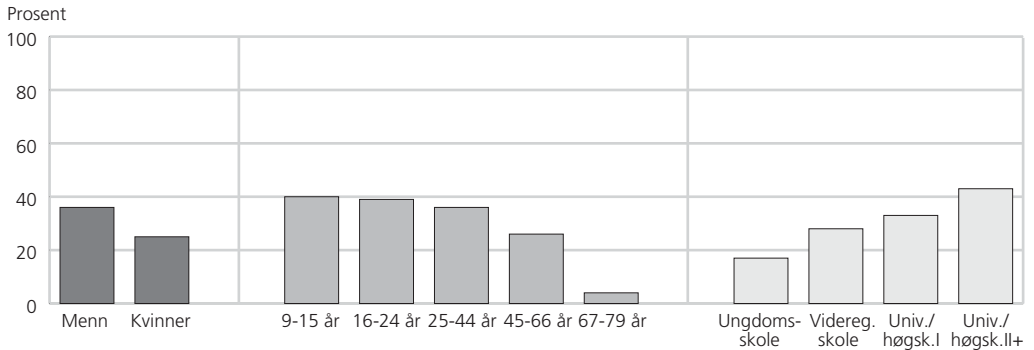
Personer med høy utdanning og høy husholdningsinntekt bruker hjemme-PC i betydelig større grad enn andre. Det samme gjelder personer i akademiske yrker og bedriftsledere, samt elever/studenter. Bruken av hjemme-PC er ikke lenger noe utpreget byfenomen eller konsentrert om Oslo-området, men nokså godt fordelt i ulike bostedsstrøk og deler av landet.

Hjemme-PC-en brukes nå mest som praktisk hjelpemiddel til hjem eller fritid. Der nest er den mye brukt til underholdning og spill. Den blir også i betydelig grad brukt i tilknytning til daglig arbeid. Blant de unge blir den i økende grad brukt i tilknytning til utdanning. Hjemme-PC-brukere med tilknytning til Internett eller faks har fremdeles en økning. Andelen PC-brukere som bruker CD-ROM- eller DVD-spiller per dag, har derimot sunket.

Det er i særlig grad barn og unge som bruker hjemme-PC i forbindelse med underholdning/spill. Det er også unge som i størst grad bruker CD-ROM eller DVD på PC-en. Personer med høy utdanning bruker mest PC hjemme i forbindelse med arbeid og som hjelpemiddel til hjem og fritid. De med lav utdanning bruker den heller til underholdning/spill og i utdanning. Menn bruker PC-en i større grad enn kvinner i forbindelse med arbeid og til underholdning. Kvinner bruker den i noe større grad enn menn til utdanning. Menn bruker CD-ROM eller DVD knyttet til PC-en mer enn kvinner gjør.

Statistikken over hjemme-PC (Personal Computer) omfatter PC eller annen type hjemmedatamaskin.

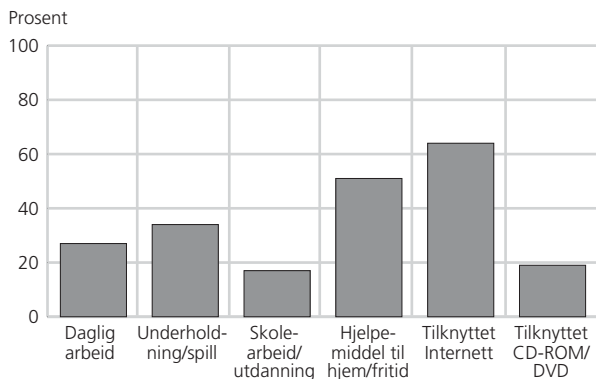
Figur 24. Andel som bruker hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent



Tabell 34. Andel som har brukt hjemme-PC og minutter brukt til hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1994-2002

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel hjemme-PC-brukere									
totalt	11	9	12	13	17	21	25	33	31
Menn	16	13	17	18	22	27	30	40	36
Kvinner	6	6	7	8	11	16	20	26	25
9-15 år	17	13	24	26	32	39	40	41	40
16-24 år	14	18	16	18	22	29	31	42	39
25-44 år	12	11	12	15	20	24	28	38	36
45-66 år	7	4	9	8	9	13	20	28	26
67-79 år	0	1	1	1	2	3	6	8	4
Ungdomsskole	5	3	6	7	8	12	17	21	17
Videregående skole	9	7	9	9	13	16	19	29	28
Universitet/høgskole I	11	17	16	21	21	30	26	47	33
Universitet/høgskole II+	16	16	19	19	22	29	35	42	43
Minutter til hjemme-PC-bruk totalt .	10	9	11	12	13	18	21	27	27
Menn	15	12	17	16	18	25	28	38	38
Kvinner	6	5	5	7	7	12	14	16	16
9-15 år	13	6	17	18	18	23	25	21	24
16-24 år	11	24	14	20	21	28	28	44	40
25-44 år	13	11	13	13	15	22	26	31	32
45-66 år	9	2	8	8	8	12	15	24	26
67-79 år	0	0	2	0	2	2	4	7	2
Ungdomsskole	6	3	4	9	6	10	15	18	14
Videregående skole	9	5	10	8	11	14	17	25	25
Universitet/høgskole I	12	20	11	25	25	37	19	33	36
Universitet/høgskole II+	17	20	19	14	17	27	30	38	41

Figur 25. Hjemme-PC-brukere fordelt på ulike typer PC-bruk en gjennomsnittsdag, 2002. Prosent



Tabell 35. Brukere fordelt på type hjemme-PC-bruk en gjennomsnittsdag 1994-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel, 2002. Prosent

	Daglig arbeid	Underholdning/spill	Skolearbeid/utdanning	Til hjem/fritid	Tilknyttet Internett	Tilknyttet CD-ROM/DVD
1994	45	36	22	20	7	..
1995	38	41	21	40	13	15
1996	35	46	23	33	17	24
1997	37	43	20	32	20	27
1998	26	42	14	39	27	28
1999	28	42	15	37	41	32
2000	28	34	17	44	49	29
2001	25	31	15	45	62	22
2002	27	34	17	51	64	19
Menn	35	39	15	51	65	22
Kvinner	16	28	21	51	63	16
9-15 år	0	76	22	13	32	34
16-24 år	12	51	38	46	67	24
25-44 år	34	22	13	58	72	17
45-66 år	43	22	6	59	65	13
67-79 år	:	:	:	:	:	:
Ungdomsskole	15	46	31	46	74	20
Videregående skole	28	30	19	57	66	21
Universitet/høgskole I ...	26	32	19	58	76	18
Universitet/høgskole II+	44	16	7	58	70	10
Oslo/Akershus	35	30	14	57	71	19
Østlandet ellers	25	34	18	43	63	16
Agder/Rogaland	23	32	16	51	60	24
Vestlandet	27	37	17	48	62	17
Trøndelag	25	43	18	49	53	31
Nord-Norge	26	38	21	59	70	17

Tabell 36. Andel som har brukt hjemme-PC en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Brukere			Alle	Brukere
Alle	31	27	88	Husholdningsinntekt			
				Under 200 000	22	29	131
Kjønn				200 000-299 000	22	19	85
Menn	36	38	106	300 000-399 000	29	23	77
Kvinner	25	16	63	400 000-499 000	34	23	66
				500 000-599 000	35	32	91
Alder				600 000 eller mer	40	35	88
9-12 år	31	14	46	Landsdel			
13-15 år	53	37	69	Oslo/Akershus	32	31	96
16-19 år	41	44	106	Østlandet ellers	28	25	92
20-24 år	37	37	98	Agder/Rogaland	32	31	99
25-34 år	41	38	93	Vestlandet	31	23	75
35-44 år	32	25	79	Trøndelag	30	20	67
45-54 år	33	33	101	Nord-Norge	33	29	88
55-66 år	18	17	94				
67-79 år	4	2	:	Bostedsstrøk			
Kjønn/alder				Tettbygd 100 000 eller flere	36	33	91
Menn				Tettbygd 20 000-99 000	33	29	87
9-15 år	43	26	62	Tettbygd under 20 000	30	26	86
16-24 år	42	56	131	Spredtbygd	25	23	90
25-44 år	41	43	107				
45-66 år	35	39	110	Familiefase			
67-79 år	6	4	:	9-24 år hos foreldre	42	33	80
Kvinner				Enslige ellers 9-44 år	36	43	118
9-15 år	37	21	56	Enslige 45-79 år	13	11	83
16-24 år	35	22	62	Enslige forsørgere	34	18	:
25-44 år	32	20	63	Par med barn 0-6 år	36	29	82
45-66 år	16	12	73	Par med barn 7-17 år	34	31	91
67-79 år	2	1	:	Par 16-44 år uten barn	40	33	84
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 45-79 år uten barn	17	17	96
Yrkesgruppe 1-2	41	44	106				
Yrkesgruppe 3	37	32	87	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 4-5	29	21	72	Bor alene	25	27	109
Yrkesgruppe 6-9	25	20	81	2 husholdningsmedlemmer	24	19	81
Elever/studenter	42	45	107	3 husholdningsmedlemmer	37	39	105
Trygd./pensjonister	11	8	77	4 husholdningsmedlemmer	32	28	86
Hjemmearbeidende	21	11	:	5 husholdningsmedlemmer			
				eller flere	43	30	71
Utdanning (16-79 år)							
Ungdomsskole	17	14	84				
Videregående skole	28	25	90				
Universitet/høgskole I	33	36	110				
Universitet/høgskole II+	43	41	96				

- **Én av tre bruker Internett i løpet av en dag.**
- **Bruk av Internett har ikke økt siste år.**
- **Yngre voksne menn er de største brukerne.**
- **Internett hører sammen med høy utdanning og inntekt.**
- **Internett er mest brukt i de større byene.**
- **Mer enn to av fem nettbrukere leser nyheter på nettet per dag.**

35 prosent av befolkningen brukte Internett en gjennomsnittsdag i 2002. Dette er det samme som i 2001. Vi brukte i gjennomsnitt 22 minutter på dette per dag, dvs. 63 minutter blant brukerne.

Verken blant kvinner eller menn har det vært noen stor endring i Internett-bruken siste år. Fremdeles er menn de mest aktive brukerne. Blant de yngste er Internett-bruken noe større blant jenter enn blant gutter. I de høyere alderstrinn er brukerandelen betydelig større blant menn enn kvinner. Det er menn i alderen 25-44 år som i særlig grad bruker Internett.

På samme måte som bruken av hjemme-PC, er andelen Internett-brukere størst blant personer med høy utdanning og høy husholdningsinntekt. Det samme gjelder bedriftsledere og personer i akademiske yrker samt elever/studenter. Internett-bruken er fremdeles i stor grad en storbyfenomen, og bruken er noe større i Oslo/Akershus enn i andre deler av landet.

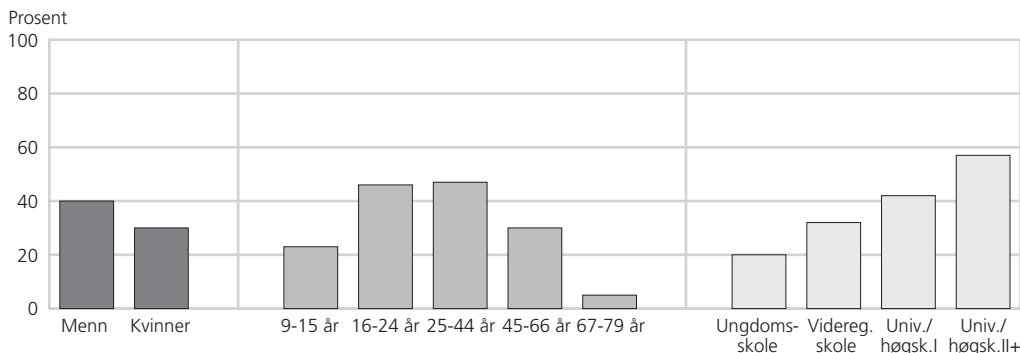
Blant de som bruker Internett er det mer enn to av fem som leser nyhetssider per dag. 34 prosent leser nyhetssider fra nettutgaver av papiraviser, mens 26 prosent leser nyheter fra andre kilder, slik som Nettavisen, NRK osv. Nær 30 prosent

av nettbrukere bruker banktjenester eller bestiller varer, billetter e.l. En like stor andel henter inn fakta eller bakgrunnsstoff til noe de holder på med i arbeid eller privatlivet.

Både menn og kvinner bruker nettet mye til å lese nyheter. Ellers er menn mer aktive brukere av de fleste tilbud på nettet enn kvinner er. Mens voksne er de som helst bruker tilbud om nyheter, informasjon og bank- og bestillingstjenester, er barn og unge de mest aktive brukere av film-, TV- og spilletilbud. Det er personer med høy utdanning som i størst grad bruker nettet til å hente inn fakta og bakgrunnsstoff. Ellers er bruken av de fleste tilbud nokså jamt fordelt mellom personer på forskjellig utdanningsnivå. Det er ikke noen stor forskjell mellom ulike landsdeler i bruken av de ulike Internett-tilbudene. Personer i Oslo/Akershus bruker likevel i større grad muligheten til å hente inn informasjon om arrangementer, restauranter o.l. De leser også i noe større grad nettutgaver av papiraviser enn de som bor i andre landsdeler.

Statistikken over Internett-bruk gjelder bruk både hjemme, på arbeid, skole og andre steder

Figur 26. Andel som bruker Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning, 2002. Prosent

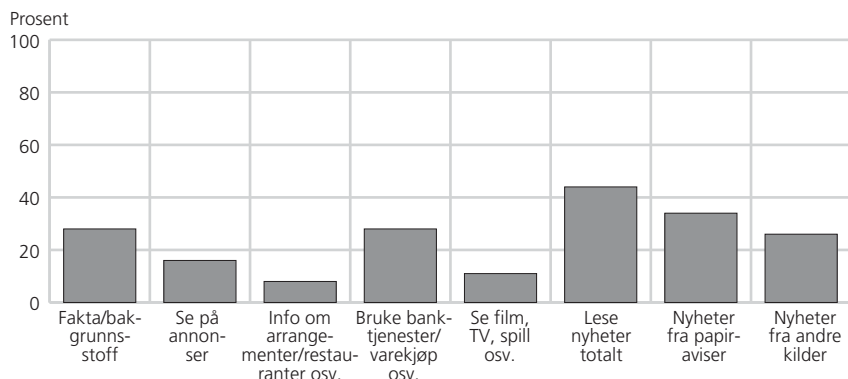


Tabell 37. Andel som har brukt Internett og minutter brukt til Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning, 1997-2002

	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel Internett-brukere totalt	7	10	18	27	35	35
Menn	10	14	23	33	42	40
Kvinner	3	7	12	21	27	30
9-15 år	4	8	13	23	25	23
16-24 år	10	16	27	38	48	46
25-44 år	9	14	24	34	43	47
45-66 år	5	8	13	21	31	30
67-79 år	0	1	1	4	7	5
Ungdomsskole	3	5	9	15	20	20
Videregående skole	5	8	14	22	32	32
Universitet/høgskole I	11	18	24	34	53	42
Universitet/høgskole II+	14	20	33	43	50	57
Minutter til Internett-bruk totalt	18	21	22
Menn	23	27	28
Kvinner	11	14	16
9-15 år	10	10	10
16-24 år	32	39	38
25-44 år	23	26	29
45-66 år	11	16	16
67-79 år	1	3	2
Ungdomsskole	12	14	15
Videregående skole	16	19	21
Universitet/høgskole I	17	30	24
Universitet/høgskole II+	28	30	33

¹ Rettet siden forrige utgave.

Figur 27. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike type informasjon og tjenester en gjennomsnittsdag 2002. Prosent



Tabell 38. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike type informasjon og tjenester en gjennomsnittsdag 2001-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2002. Prosent

	Fakta/bakgrunnsstoff	Se på annonser	Info om arrangementer/restauranter osv.	Bruke banktjenester/varekjøp e.l.	Se film, TV, spill e.l.	Lese nyheter totalt	Nyheter fra papiraviser	Nyheter fra andre kilder
2001	29	11	6	24	11	41	30	24
2002	28	16	8	28	11	44	34	26
Menn	30	20	9	32	13	52	42	30
Kvinner	24	11	6	23	9	34	24	20
9-15 år	7	2	2	0	35	15	9	7
16-24 år	23	16	9	20	18	46	41	20
25-44 år	32	20	10	32	8	48	39	29
45-66 år	30	10	4	36	7	45	29	29
67-79 år	:	:	:	:	:	:	:	:
Ungdomsskole	29	23	7	31	19	46	35	25
Videregående skole	21	17	6	30	10	43	32	25
Universitet/høgskole I	32	16	16	27	11	57	50	33
Universitet/høgskole II+	40	16	9	31	6	50	39	30
Oslo/Akershus	32	19	11	29	8	48	40	24
Østlandet ellers	28	14	6	26	11	43	31	23
Agder/Rogaland	27	14	6	24	16	44	35	26
Vestlandet	24	8	9	32	13	50	38	35
Trøndelag	22	21	8	30	11	41	28	27
Nord-Norge	29	22	4	30	12	35	26	20

Tabell 39. Andel som har brukt Internett en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Brukere			Alle	Brukere
Alle	35	22	63	Husholdningsinntekt			
				Under 200 000	28	26	93
Kjønn				200 000-299 000	28	15	54
Menn	40	28	70	300 000-399 000	29	15	54
Kvinner	30	16	53	400 000-499 000	35	16	46
				500 000-599 000	40	24	60
Alder				600 000 eller mer	49	30	63
9-12 år	10	3	:	Landsdel			
13-15 år	40	20	51	Oslo/Akershus	43	28	67
16-19 år	42	33	81	Østlandet ellers	30	19	63
20-24 år	48	41	86	Agder/Rogaland	32	21	67
25-34 år	53	37	70	Vestlandet	35	20	57
35-44 år	41	21	52	Trøndelag	33	19	58
45-54 år	37	21	56	Nord-Norge	38	21	57
55-66 år	22	11	50				
67-79 år	5	2	:	Bostedsstrøk			
Kjønn/alder				Tettbygd 100 000			
Menn				eller flere	48	34	72
9-15 år	20	10	49	Tettbygd 20 000-99 000 ..	34	17	51
16-24 år	49	47	99	Tettbygd under 20 000	33	20	63
25-44 år	55	36	67	Spredtbygd	27	16	61
45-66 år	36	22	61				
67-79 år	7	2	:	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	33	20	62
9-15 år	25	10	40	Enslige ellers 9-44 år	50	45	91
16-24 år	42	27	66	Enslige 45-79 år	14	8	56
25-44 år	40	22	55	Enslige forsørgere	46	22	48
45-66 år	23	10	42	Par med barn 0-6 år	44	21	50
67-79 år	3	2	:	Par med barn 7-17 år	41	23	57
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn	55	42	76
Yrkesgruppe 1-2	59	32	56	Par 45-79 år uten barn	20	10	52
Yrkesgruppe 3	47	28	59				
Yrkesgruppe 4-5	34	20	60	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 6-9	29	18	64	Bor alene	33	23	70
Elever/studenter	49	44	92	2 husholdningsmedlemmer	30	20	69
Trygd./pensjonister	11	7	62	3 husholdningsmedlemmer	39	24	62
Hjemmearbeidende	21	10	:	4 husholdningsmedlemmer	38	23	63
				5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning (16-79 år)				eller flere	40	19	48
Ungdomsskole	20	15	74				
Videregående skole	32	21	66				
Universitet/høgskole I	42	24	60				
Universitet/høgskole II+	57	33	58				

- **To av tre går på kino per år.**
- **8 prosent er på kino i løpet av en uke.**
- **De unge går mest på kino.**
- **Andelen kinogjengere er litt høyere blant kvinner enn blant menn.**
- **Mest kinobesøk i storbyene, minst i spredtbygde strøk.**
- **De med høy utdanning og inntekt går mer på kino enn andre.**

66 prosent av befolkningen hadde i 2002 vært en eller flere ganger på kino siste 12 måneder. I 2001 var tallet 69 prosent. Selv om det har vært en nedgang siste år, har det vært en økning i andelen kinogjengere de siste ti åra. Gjennomsnittlig antall kinobesøk per år var 4,0 for hele befolkningen i 2002, en nedgang fra 4,5 i 2001. Blant dem som hadde vært på kino var gjennomsnittlig antall kinobesøk per år på 6,0 i 2002.

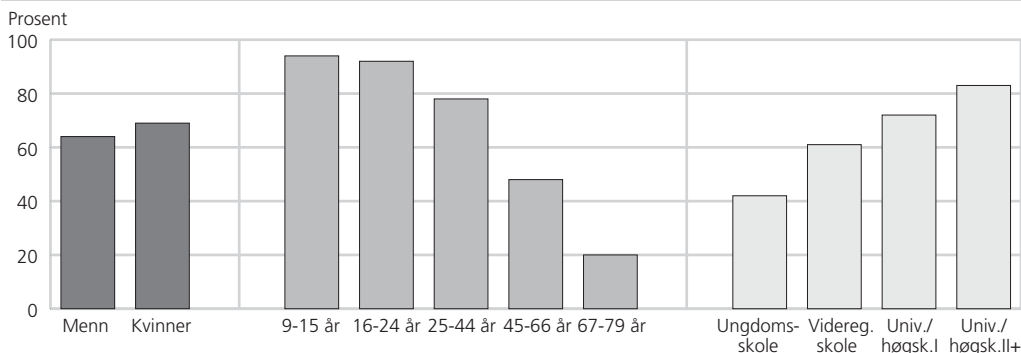
Andelen som går på kino er fremdeles litt høyere for kvinner enn for menn. Aldersmessig er det store forskjeller. I aldersgruppene 13-15 år og 20-24 år har 95 prosent vært på kino siste år. Blant 16-19-åringene var gjennomsnittlig antall besøk på hele 9,0 forestillinger i løpet av året. De eldre går langt sjeldnere på kino. Når 20 prosent av 67-79-åringene var på kino i løpet de siste 12 måneder i 2002, men andelen var på hele 32 prosent i 2001, skyldes dette sannsynligvis i stor grad suksessen med filmen "Heftig og begeistret" i 2001.

Elever/studenter, bedriftsledere og personer i akademiske yrker er ivrigere kinogjengere enn andre grupper. I den første gruppen har 92 prosent vært på

kino siste 12 måneder. God økonomi og høy utdanning henger også sammen med kinobesøk.

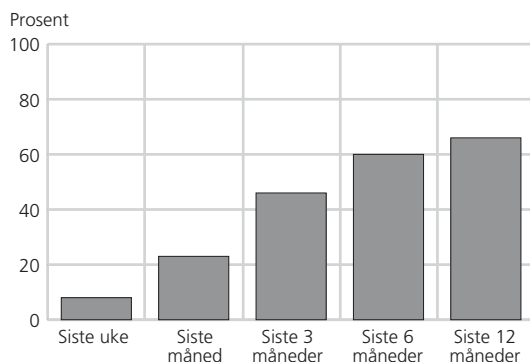
Befolkningstetthet har tydelig sammenheng med andelen som går på kino og antall kinobesøk. Befolkningen i storbyene var i gjennomsnitt 4,7 ganger kino i 2002, mens tallet var 2,7 blant dem som bor i spredtbygde strøk.

8 prosent var på kino i løpet av en uke i 2002, mens 23 prosent var der i løpet av en måned. I aldersgruppen 9-15 år var 18 prosent på kino løpet av en uke. Og månedlig var hele 47 prosent i denne gruppen på ett eller flere kinobesøk.

Figur 28. Andel som har vært på kino siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 2002. Prosent**Tabell 40. Andel som har vært på kino og antall besøk siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2002**

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Prosentandel vært på kino totalt	58	52	61	58	62	60	68	63	65	69	66
Menn	56	51	62	56	61	59	67	61	64	67	64
Kvinner	61	53	61	61	63	61	70	65	66	71	69
9-15 år	87	79	86	86	92	89	92	88	91	90	94
16-24 år	91	91	90	90	93	93	96	90	95	95	92
25-44 år	64	62	68	68	69	69	79	75	71	76	78
45-66 år	37	27	38	35	44	40	51	42	46	54	48
67-79 år	10	8	16	17	22	13	20	20	19	32	20
Ungdomsskole	36	30	39	35	39	40	45	40	45	52	42
Videregående skole	56	51	58	53	57	54	64	58	58	62	61
Universitet/høgskole I	73	64	71	74	77	70	80	73	70	78	72
Universitet/høgskole II+	73	71	78	77	78	77	84	80	77	82	83
Antall kinobesøk i gjennomsnitt totalt	4,3	3,3	4,3	3,8	3,8	3,6	3,9	4,0	4,3	4,5	4,0
Menn	4,4	3,2	4,4	3,8	3,9	3,6	4,3	4,0	4,3	4,3	4,3
Kvinner	4,2	3,3	4,2	3,9	3,6	3,6	3,6	4,0	4,2	4,7	3,7
9-15 år	5,3	4,2	4,5	4,4	5,4	5,0	5,5	4,8	5,1	5,7	5,4
16-24 år	12,2	8,9	11,0	10,6	10,0	8,8	9,1	10,0	10,0	10,0	8,9
25-44 år	3,9	3,4	4,1	4,0	3,7	3,9	4,6	4,6	4,5	4,8	4,4
45-66 år	1,3	1,1	1,6	1,4	1,5	1,5	1,5	1,5	1,8	2,3	1,8
67-79 år	0,2	0,3	0,8	0,4	0,5	0,3	0,4	0,5	0,5	1,3	0,5
Ungdomsskole	2,6	2,4	2,8	1,9	2,3	2,3	2,2	2,4	3,3	3,3	2,6
Videregående skole	4,2	3,0	3,8	3,6	3,5	2,8	3,3	3,5	3,7	3,5	3,4
Universitet/høgskole I	7,6	4,3	7,2	7,7	4,9	5,4	5,2	5,2	4,2	4,6	4,8
Universitet/høgskole II+	4,9	5,2	5,8	5,2	4,7	5,4	5,8	5,9	5,6	5,9	5,5

Figur 29. Andel som har vært på kino, etter perioder av året. 2002. Prosent



Tabell 41. Andel som har vært på kino i ulike perioder 1991-2002 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2002. Prosent

	Siste uke	Siste måned	Siste 3 måneder	Siste 6 måneder	Siste 12 måneder
1991	7	20	38	49	58
1992	5	16	33	43	52
1994	8	23	43	55	61
1995	6	20	40	53	58
1996	7	22	42	55	61
1997	6	21	40	53	60
1998	7	25	48	62	68
1999	7	22	43	55	63
2000	8	26	45	59	65
2001	8	27	49	62	69
2002	8	23	46	60	66
Menn	8	25	45	59	64
Kvinner	7	22	46	62	69
9-15 år	18	47	74	88	94
16-24 år	15	45	78	89	92
25-44 år	8	26	53	71	78
45-66 år	3	9	25	40	48
67-79 år	0	2	7	16	20
Ungdomsskole	6	15	29	38	42
Videregående skole	6	19	39	54	61
Universitet/høgskole I	5	28	57	67	72
Universitet/høgskole II+	10	27	57	75	83
Oslo/Akershus	11	26	49	68	76
Østlandet ellers	6	21	44	57	61
Agder/Rogaland	10	27	47	58	65
Vestlandet	7	21	43	59	65
Trøndelag	7	22	42	59	67
Nord-Norge	6	23	47	60	66

Tabell 42. Andel som har vært på kino de siste 12 måneder, gjennomsnittlig antall besøk blant alle og blant dem som har vært på kino, i ulike befolkningsgrupper. 2002

	Prosent- andel	Antall besøk			Prosent- andel	Antall besøk	
		Alle	Besøk- ende			Alle	Besøk- ende
Alle	66	4,0	6,0				
Kjønn				Husholdningsinntekt			
Menn	64	4,3	6,6	Under 200 000	58	4,8	8,2
Kvinner	69	3,7	5,4	200 000-299 000	59	4,0	6,7
				300 000-399 000	51	2,9	5,7
Alder				400 000-499 000	64	3,1	4,7
9-12 år	92	4,3	4,4	500 000-599 000	78	4,0	5,1
13-15 år	95	6,9	7,1	600 000 eller mer	83	4,8	5,8
16-19 år	89	9,0	10,0				
20-24 år	95	8,8	9,3	Landsdel			
25-34 år	83	5,8	7,0	Oslo/Akershus	76	4,6	6,1
35-44 år	72	3,1	4,3	Østlandet ellers	61	3,6	6,0
45-54 år	50	2,1	4,1	Agder/Rogaland	65	3,8	5,8
55-66 år	44	1,6	3,5	Vestlandet	65	4,0	6,1
67-79 år	20	0,5	2,4	Trøndelag	67	3,7	5,5
				Nord-Norge	66	4,2	6,4
Kjønn/alder							
Menn				Bostedsstrøk			
9-15 år	91	5,5	5,8	Tettbygd 100 000			
16-24 år	91	10,0	10,9	eller flere	78	5,7	7,2
25-44 år	75	4,7	6,3	Tettbygd 20 000-99 000 ...	73	4,7	6,5
45-66 år	44	1,7	3,8	Tettbygd under 20 000	64	3,5	5,5
67-79 år	19	0,6	3,2	Spredtbygd	55	2,7	4,8
Kvinner							
9-15 år	96	5,2	5,3	Familiefase			
16-24 år	93	7,7	8,2	9-24 år hos foreldre	94	6,9	7,2
25-44 år	80	4,2	5,2	Enslige ellers 9-44 år	87	7,9	9,0
45-66 år	51	2,0	3,9	Enslige 45-79 år	33	1,0	3,2
67-79 år	22	0,4	1,8	Enslige forsørgere	70	4,0	5,7
				Par med barn 0-6 år	74	3,1	4,3
Yrkesstatus (16-79 år)				Par med barn 7-17 år	71	2,8	3,9
Yrkesgruppe 1-2	78	4,6	5,8	Par 16-44 år uten barn	85	8,2	9,7
Yrkesgruppe 3	78	5,1	6,4	Par 45-79 år uten barn	36	1,2	3,4
Yrkesgruppe 4-5	72	4,7	6,4				
Yrkesgruppe 6-9	56	2,8	5,0	Husholdningsstørrelse			
Elever/studenter	92	8,1	8,7	Bor alene	60	4,4	7,3
Trygd./pensjonister	27	0,8	3,1	2 husholdningsmedlemmer	51	3,4	6,6
Hjemmearbeidende	33	1,3	3,8	3 husholdningsmedlemmer	74	4,4	5,9
				4 husholdningsmedlemmer	82	4,1	5,0
Utdanning (16-79 år)				5 husholdningsmedlemmer			
Ungdomsskole	42	2,6	6,3	eller flere	76	4,4	5,7
Videregående skole	61	3,4	5,6				
Universitet/høgskole I	72	4,8	6,7				
Universitet/høgskole II+	83	5,5	6,6				

Daglig mediebruk: Tilleggstall

Tabell 43. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud og antall private telefonsamtaler en gjennomsnittsdag 1995-2002 og etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002

	TV-spill	Hjemme-PC eller TV-spill	Tekst-TV	Privat telefonsamtale	Antall private telefonsamtaler	Privat mobil-samtale
1995	3	11	28	75	2,3	..
1996	2	13	30	75	2,3	..
1997	2	15	31	78	2,5	..
1998	3	19	34	79	2,7	..
1999	4	24	37	79	3,2	..
2000	4	28	38	82	3,6	32
2001	3	34	35	82	3,7	38
2002	4	33	37	83	4,0	46
Menn	6	39	44	81	4,3	52
Kvinner	3	27	30	85	3,6	40
9-12 år	28	49	19	61	1,5	10
13-15 år	13	58	37	89	3,9	41
16-19 år	10	48	45	89	5,8	74
20-24 år	7	41	47	93	5,6	82
25-44 år	2	38	40	87	4,4	55
45-66 år	0	26	35	82	3,7	40
67-79 år	1	4	30	72	2,5	11
Menn						
9-15 år	34	62	27	71	2,1	21
16-24 år	11	50	48	89	7,0	81
25-44 år	2	42	47	87	4,7	66
45-66 år	0	35	44	80	3,9	45
67-79 år	1	6	43	64	2,4	16
Kvinner						
9-15 år	11	44	25	74	2,9	24
16-24 år	5	38	44	94	4,3	75
25-44 år	2	34	33	88	4,1	45
45-66 år	0	16	26	83	3,4	34
67-79 år	0	2	19	78	2,5	7
Yrkesgruppe 1-2	1	42	38	88	4,5	57
Yrkesgruppe 3	1	38	41	87	4,0	50
Yrkesgruppe 4-5	5	33	41	87	4,5	51
Yrkesgruppe 6-9	2	26	38	83	4,4	58
Elever/studenter	6	45	39	88	4,3	70
Trygd./pensjonister	1	11	36	76	3,1	20
Hjemmearbeidende	0	21	33	86	4,5	33
Ungdomsskole	3	19	34	79	3,6	39
Videregående skole	3	29	37	85	4,1	49
Universitet/høgskole I	2	34	44	87	5,2	57
Universitet/høgskole II+	1	44	43	86	4,2	53
Tettbygd 100 000 eller flere .	4	38	35	85	4,4	53
Tettbygd 20 000-99 000	6	36	36	86	3,9	46
Tettbygd under 20 000	4	32	42	83	4,1	45
Spredtbygd	4	28	33	79	3,5	41
Oslo/Akershus	5	36	37	86	4,3	54
Østlandet ellers	6	31	33	79	3,5	40
Agder/Rogaland	4	33	36	83	4,0	46
Vestlandet	3	32	39	81	3,7	43
Trøndelag	5	32	34	84	4,0	47
Nord-Norge	2	35	48	88	4,6	49

Daglig mediebruk: Tilleggstill

Tabell 44. Andel som har brukt massemedier i ulike perioder av døgnet¹. 1991-2002. Prosent

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Mellom kl. 0600 og 1000											
Radio	49	45	43	42	39	39	38	41	38	37	38
Fjernsyn	5	4	3	5	3	6	6	14	15	16	16
Aviser	30	30	31	32	30	31	29	29	29	27	26
Bøker	3	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1
Mellom kl. 1000 og 1500											
Radio	30	28	31	32	27	27	27	29	26	28	28
Fjernsyn	8	6	4	5	7	8	6	11	13	13	15
Aviser	28	28	28	28	25	27	26	27	26	25	25
Bøker	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	4
Mellom kl. 1500 og 1900											
Radio	35	29	30	33	25	29	27	28	25	28	28
Fjernsyn	27	29	30	33	34	34	34	44	41	46	43
Aviser	43	42	42	41	40	41	38	39	35	34	33
Bøker	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4
Mellom kl. 1900 og 2400											
Radio	17	13	14	16	12	13	11	14	13	11	13
Fjernsyn	76	73	76	76	74	75	75	77	74	78	76
Aviser	19	19	19	19	21	20	19	19	18	17	16
Bøker	13	13	12	13	13	11	12	13	13	14	15
Mellom kl. 2400 og 0600											
Radio	7	5	2	3	2	2	2	4	3	3	2
Fjernsyn	5	4	6	5	4	5	4	5	5	5	5
Aviser	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
Bøker	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4

¹ Spørreteknikken for tid brukt til radio og fjernsyn er endret fra 1999. Se vedlegg 1.

Daglig mediebruk: Tilleggstall

Tabell 45. Andel som har brukt massemedier på ulike dager i uka. 1991-2002. Prosent

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Mandag-torsdag											
Fjernsyn	79	80	82	85	82	84	84	86	81	88	86
Radio	74	69	71	68	63	65	62	64	61	60	62
Plater/kassetter/CD	41	37	43	37	34	41	38	41	49	44	47
Video	8	9	10	7	8	9	7	7	8	8	9
Ukeblad	21	22	23	19	18	19	16	16	19	15	17
Tegneserieblad	11	10	10	10	10	9	9	10	10	9	7
Bok	24	23	19	21	20	18	18	19	21	23	23
Tidsskrift	19	15	19	17	17	17	15	17	16	14	16
Avis	89	87	89	87	86	88	84	85	80	80	82
Hjemme-PC	11	10	13	14	17	21	27	34	34
Internett	32	39	40
Fredag											
Fjernsyn	83	79	83	80	82	82	80	79	78	81	86
Radio	77	72	72	68	60	64	62	67	55	66	64
Plater/kassetter/CD	47	41	45	38	40	43	41	44	51	47	46
Video	11	10	11	8	8	8	7	11	11	10	10
Ukeblad	19	19	21	26	20	14	22	17	15	16	16
Tegneserieblad	12	8	8	13	11	8	8	6	8	8	5
Bok	19	17	13	16	16	14	16	17	20	21	21
Tidsskrift	20	17	15	18	17	15	16	17	16	17	15
Avis	89	90	89	85	86	88	89	82	82	83	75
Hjemme-PC	12	7	11	14	16	24	22	35	30
Internett	27	35	36
Lørdag											
Fjernsyn	84	78	79	81	81	78	81	83	81	81	78
Radio	62	55	53	57	47	50	50	48	50	48	49
Plater/kassetter/CD	46	39	48	40	44	44	50	52	57	56	54
Video	9	10	11	8	11	10	10	13	12	9	12
Ukeblad	21	17	20	18	16	13	13	11	14	11	15
Tegneserieblad	11	7	6	10	10	7	7	8	7	8	9
Bok	17	16	20	17	15	15	17	17	15	15	21
Tidsskrift	11	11	10	12	10	11	12	10	7	10	9
Avis	86	87	87	87	84	85	82	77	80	81	79
Hjemme-PC	8	6	10	14	13	19	25	28	25
Internett	16	26	23
Søndag											
Fjernsyn	84	78	86	86	84	89	86	81	87	83	87
Radio	62	54	59	63	53	52	52	51	50	41	50
Plater/kassetter/CD	46	38	43	42	38	39	47	48	49	48	53
Video	16	13	14	8	11	10	8	10	13	11	12
Ukeblad	20	14	18	20	14	16	12	14	16	12	11
Tegneserieblad	10	11	9	11	8	9	10	9	7	7	8
Bok	34	24	18	20	26	21	22	24	19	21	23
Tidsskrift	15	12	11	16	15	11	11	10	9	10	11
Avis	59	60	64	72	59	63	60	66	58	57	56
Hjemme-PC	10	11	11	10	18	20	23	31	25
Internett	18	27	24

Daglig mediebruk: Tilleggstill

Tabell 46. Tid brukt til massemedier på ulike dager i uka. 1991-2002. Minutter¹

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Mandag-torsdag											
Fjernsyn	95	94	100	115	102	106	109	132	128	152	137
Radio	115	95	101	101	92	93	92	101	88	98	93
Plater/kassetter/CD	36	30	35	28	26	26	26	30	39	36	39
Video	6	7	7	5	6	6	5	5	5	6	7
Ukeblad	8	8	7	6	6	5	5	5	5	4	5
Tegneserieblad	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
Bok	14	14	11	12	13	10	10	11	12	12	12
Tidsskrift	6	4	7	4	5	5	4	5	5	3	4
Avis	40	39	40	40	40	37	35	34	34	30	31
Hjemme-PC	11	10	13	12	14	18	23	29	31
Internett	21	24	27
Fredag											
Fjernsyn	126	118	112	131	111	118	116	130	124	151	155
Radio	121	102	109	95	79	88	80	115	88	130	100
Plater/kassetter/CD	44	36	41	25	32	29	34	36	52	42	41
Video	8	9	9	5	6	6	5	7	11	9	8
Ukeblad	5	6	6	8	7	3	7	6	3	3	4
Tegneserieblad	3	2	3	4	3	2	2	1	2	2	1
Bok	10	10	7	9	7	7	9	9	12	11	12
Tidsskrift	6	6	4	5	6	4	5	4	4	4	3
Avis	42	42	37	42	40	36	35	32	34	33	30
Hjemme-PC	14	5	9	15	11	25	22	30	28
Internett	19	22	23
Lørdag											
Fjernsyn	168	150	142	147	152	142	149	182	166	177	165
Radio	83	83	75	104	67	71	69	66	73	79	67
Plater/kassetter/CD	46	37	53	45	47	35	57	49	65	69	59
Video	9	8	8	6	9	8	9	12	11	9	9
Ukeblad	9	6	7	6	6	5	5	3	4	3	4
Tegneserieblad	5	4	2	3	2	2	2	2	1	2	3
Bok	12	9	13	12	9	8	11	9	11	8	17
Tidsskrift	4	5	3	4	3	3	3	6	2	2	3
Avis	45	46	48	47	41	44	37	34	35	35	36
Hjemme-PC	7	5	8	13	11	14	19	22	19
Internett	11	14	13
Søndag											
Fjernsyn	126	115	138	134	149	150	133	149	160	157	150
Radio	83	69	82	90	70	76	61	64	75	68	69
Plater/kassetter/CD	44	34	34	34	29	27	34	38	50	47	42
Video	15	9	10	6	10	8	6	7	10	10	10
Ukeblad	6	5	6	7	6	5	4	4	7	4	4
Tegneserieblad	3	4	2	2	3	2	3	3	2	2	2
Bok	22	17	11	14	16	13	13	14	11	15	17
Tidsskrift	6	3	4	5	6	4	5	3	3	3	4
Avis	28	24	30	33	25	27	24	28	28	25	25
Hjemme-PC	8	8	8	8	12	13	14	24	17
Internett	8	15	9

¹ Spørreteknikken for tid brukt til radio og fjernsyn er endret fra 1999. Se vedlegg 1.

Daglig mediebruk: Tilleggstall

Tabell 47. Andel som har brukt massemedier en gjennomsnittsdag i ulike perioder av året. 1991-2002. Prosent

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Mars											
Fjernsyn	84	83	84	86	86	86	86	86	84	87	91
Radio	70	67	67	65	60	60	58	59	55	60	57
Plater/kassetter/CD ...	44	42	43	39	36	41	41	44	50	49	52
Video	10	11	12	9	12	10	8	10	13	9	10
Ukeblad	22	22	21	21	19	18	18	14	18	14	17
Tegneserieblad	9	10	8	12	10	8	9	8	11	9	6
Bok	23	22	18	20	20	18	19	20	20	25	23
Tidsskrift	18	14	19	17	18	15	13	14	16	16	18
Avis	85	83	84	85	83	82	86	82	81	79	82
Hjemme-PC	9	9	15	13	17	22	28	36	30
Internett	5	10	17	27	35	34
Juni											
Fjernsyn	78	71	74	80	74	79	85	79	79	80	79
Radio	73	62	64	66	56	62	57	61	59	55	61
Plater/kassetter/CD ...	43	35	46	38	35	39	44	41	47	42	51
Video	11	8	10	7	6	8	7	6	8	7	9
Ukeblad	21	20	23	20	16	17	18	15	19	15	15
Tegneserieblad	10	8	10	11	10	7	10	9	6	8	8
Bok	22	22	20	19	19	18	19	18	19	19	24
Tidsskrift	18	16	13	15	12	15	17	13	13	12	14
Avis	85	82	83	84	80	85	77	77	77	76	76
Hjemme-PC	7	8	10	11	17	17	24	30	27
Internett	5	10	14	25	33	34
September											
Fjernsyn	80	79	83	85	83	85	80	84	80	87	82
Radio	71	64	66	65	58	61	61	61	60	53	57
Plater/kassetter/CD ...	43	34	41	41	34	43	38	42	48	46	41
Video	8	9	12	9	9	8	8	11	9	8	9
Ukeblad	21	19	21	19	19	17	16	16	17	13	14
Tegneserieblad	13	9	10	13	9	8	7	10	9	8	7
Bok	24	20	19	19	21	17	18	20	21	21	22
Tidsskrift	17	13	18	15	16	17	13	16	14	14	13
Avis	84	84	87	83	82	84	82	82	77	78	74
Hjemme-PC	11	9	13	13	15	23	22	31	32
Internett	7	10	16	24	34	35
Desember											
Fjernsyn	82	86	87	85	85	85	81	87	84	87	87
Radio	71	69	69	68	60	61	60	60	54	56	59
Plater/kassetter/CD ...	42	41	46	34	42	42	45	49	56	50	52
Video	10	12	9	7	10	9	8	9	9	11	12
Ukeblad	19	19	21	19	17	16	13	17	14	14	16
Tegneserieblad	10	12	8	8	10	11	9	8	9	9	8
Bok	26	24	16	20	17	16	16	20	20	21	21
Tidsskrift	17	15	15	19	18	13	15	17	11	12	13
Avis	84	86	87	85	83	84	79	82	74	77	74
Hjemme-PC	15	11	10	15	17	22	28	34	33
Internett	10	11	23	31	37	37

Tabell 48. Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke 1994-2002. Prosent

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Bok	37	37	36	35	37	36	37	38	39
Tidsskrift	53	47	45	53	45	46	49	45	47
Ukeblad	54	47	44	46	41	40	44	39	42
Tegneserieblad	23	21	19	21	17	17	19	16	16
PC	45	51	53	56	62	68	68	70
PC hjemme	21	25	29	35	42	51	54	56
PC på arbeid	31	33	34	35	36	38	37	38
PC på skole	8	10	10	11	12	15	13	14
Internett	5	10	15	22	35	48	52	56
Internett i arbeid	4	5	8	10	15	21	22	24
Internett i utdanning	1	3	4	5	9	10	9	11
Internett privat	2	6	9	15	26	39	45	48
E-post	9	14	25	34	39	42
Nyhetsgrupper	6	9	14	16	15	18
Chat	2	4	6	6	6	6
Nettsider	10	15	25	32	38	42
Bruk av Internett									
Leser nyheter	30	31
Fakta/bakgrunnsstoff	28	29
Se på annonser	12	16
Info om arrangementer osv.	8	11
Banktjenester/innkjøp osv.	24	29
Se film, TV, spill osv.	11	11

Ukentlig mediebruk

Tabell 49. Andel som har brukt ulike trykte medier og PC en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent

	Bok	Tids- skrift	Uke- blad	Tegne- serieblad	PC	PC hjemme	PC på arbeid	PC på skole
Alle	39	47	42	16	70	56	38	14
Menn	31	51	28	20	74	62	41	13
Kvinner	47	43	56	11	66	49	35	14
9-12 år	58	16	33	66	80	67	4	34
13-15 år	39	32	61	51	84	74	3	52
16-19 år	26	28	48	31	85	71	24	49
20-24 år	42	51	50	27	87	66	36	38
25-44 år	39	52	41	11	84	69	58	7
45-66 år	39	55	35	4	62	46	45	2
67-79 år	35	38	52	1	12	9	3	0
Menn								
9-15 år	44	22	29	76	83	73	2	41
16-24 år	27	42	40	36	86	73	30	40
25-44 år	27	57	25	15	87	73	63	7
45-66 år	32	62	22	6	70	58	48	2
67-79 år	32	40	37	1	16	13	4	0
Kvinner								
9-15 år	57	24	60	44	81	67	4	42
16-24 år	44	41	59	20	87	62	31	47
25-44 år	51	48	56	8	82	66	53	7
45-66 år	46	47	48	2	54	34	42	2
67-79 år	37	36	66	1	9	6	2	0
Yrkesgruppe 1-2	51	67	35	8	95	70	83	4
Yrkesgruppe 3	43	61	33	9	91	72	74	5
Yrkesgruppe 4-5	39	44	59	14	71	52	50	10
Yrkesgruppe 6-9	24	45	37	12	65	55	29	2
Elever/studenter	32	45	41	25	90	72	22	70
Trygd./pensjonister	37	40	47	4	21	19	2	1
Hjemmearbeidende	29	21	34	0	43	40	7	5
Ungdomsskole	25	28	48	11	41	32	19	13
Videregående skole	34	49	45	11	66	52	37	9
Universitet/høgskole I	46	56	40	11	85	64	56	15
Universitet/høgskole II+	54	67	31	9	91	73	70	8
Tettbygd 100 000 eller flere ..	46	52	37	17	79	63	46	18
Tettbygd 20 000-99 000	42	49	43	13	74	57	46	14
Tettbygd under 20 000	41	41	41	16	68	55	36	14
Spredtbygd	28	47	47	16	62	49	30	9
Oslo/Akershus	50	52	35	12	74	60	48	12
Østlandet ellers	35	44	44	14	65	52	34	13
Agder/Rogaland	35	44	46	16	70	58	34	15
Vestlandet	37	47	43	16	71	54	38	12
Trøndelag	35	42	40	20	75	61	38	16
Nord-Norge	40	49	47	20	69	53	36	15

Tabell 50. Andel som har brukt Internett i ulike sammenhenger en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent

	Inter- nett	Internett i arbeid	Internett i utdanning	Internett privat	E-post	Nyhets- grupper	Chat	Nett- sider
Alle	56	24	11	48	42	18	6	42
Menn	62	30	11	55	45	22	7	49
Kvinner	50	19	12	41	40	14	6	36
9-12 år	28	0	10	23	13	3	4	15
13-15 år	73	0	32	58	37	9	32	55
16-19 år	70	12	37	56	45	23	26	59
20-24 år	79	18	35	68	60	31	13	70
25-44 år	75	39	10	66	61	24	5	57
45-66 år	47	29	2	38	36	16	1	31
67-79 år	6	1	0	5	4	0	1	3
Menn								
9-15 år	44	0	17	39	17	6	8	33
16-24 år	77	19	32	67	50	32	22	69
25-44 år	82	46	9	74	66	28	5	66
45-66 år	57	35	4	48	41	21	2	40
67-79 år	7	3	0	5	6	1	1	2
Kvinner								
9-15 år	49	0	20	36	29	4	22	30
16-24 år	73	11	41	58	58	23	14	61
25-44 år	68	33	10	58	55	20	4	48
45-66 år	36	22	1	27	30	10	0	22
67-79 år	5	0	0	5	3	0	0	5
Yrkesgruppe 1-2	87	64	9	68	76	30	4	66
Yrkesgruppe 3	79	48	8	69	68	25	5	59
Yrkesgruppe 4-5	53	21	10	47	42	18	5	41
Yrkesgruppe 6-9	52	17	5	46	31	19	2	34
Elever/studenter	79	5	53	66	60	25	20	71
Trygd./pensjonister	14	4	1	13	9	4	2	10
Hjemmearbeidende	38	10	3	35	19	9	4	31
Ungdomsskole	29	8	9	25	19	10	6	23
Videregående skole	54	23	10	46	39	17	5	38
Universitet/høgskole I	72	38	16	60	62	29	6	58
Universitet/høgskole II+	83	51	10	71	72	27	5	68
Tettbygd 100 000 eller flere	68	32	17	59	56	25	9	56
Tettbygd 20 000-99 000	58	26	12	47	43	19	7	43
Tettbygd under 20 000	54	24	10	46	42	16	6	39
Spredtbygd	47	19	8	41	31	13	4	35
Oslo/Akershus	63	35	12	52	52	22	7	51
Østlandet ellers	49	20	9	41	34	14	5	36
Agder/Rogaland	57	22	10	50	41	18	8	42
Vestlandet	58	21	10	49	43	16	4	42
Trøndelag	53	24	16	45	40	20	5	41
Nord-Norge	60	24	13	52	46	18	8	45

Ukentlig mediebruk

Tabell 51. Andel som har brukt ulike Internett-tilbud en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent

	Lese nyheter	Fakta/ bakgrunns- stoff	Se på annonser	Info om arrange- menter e.l.	Bank- tjenester/ innkjøp e.l.	Se film, TV, spill e.l.
Alle	31	29	16	11	29	11
Menn	40	34	21	13	35	14
Kvinner	23	23	10	9	23	8
9-12 år	3	11	4	1	0	16
13-15 år	22	32	13	6	1	35
16-19 år	38	32	20	11	14	28
20-24 år	49	39	28	18	42	17
25-44 år	45	41	25	18	48	11
45-66 år	26	23	8	6	26	5
67-79 år	2	2	1	2	2	0
Menn						
9-15 år	12	18	11	3	1	25
16-24 år	52	41	33	19	32	31
25-44 år	59	48	34	19	57	14
45-66 år	33	31	11	8	33	6
67-79 år	2	2	2	4	3	1
Kvinner						
9-15 år	9	20	4	3	0	23
16-24 år	35	30	15	10	29	12
25-44 år	31	35	16	17	38	8
45-66 år	19	15	5	4	19	3
67-79 år	3	2	1	0	2	0
Yrkesgruppe 1-2	53	53	20	22	54	10
Yrkesgruppe 3	47	45	22	16	50	7
Yrkesgruppe 4-5	30	23	19	12	28	12
Yrkesgruppe 6-9	27	20	18	8	29	9
Elever/studenter	54	40	22	12	35	26
Trygd./pensjonister	8	7	4	3	7	3
Hjemmearbeidende	14	18	5	3	9	0
Ungdomsskole	17	14	11	3	13	9
Videregående skole	0	25	16	10	30	9
Universitet/høgskole I	50	39	21	16	42	12
Universitet/høgskole II+	51	51	21	20	52	9
Tettbygd 100 000 eller flere	42	38	18	17	37	15
Tettbygd 20 000-99 000	35	28	16	12	31	9
Tettbygd under 20 000	30	29	15	9	28	11
Spredtbygd	21	22	13	6	23	11
Oslo/Akershus	39	35	19	18	36	11
Østlandet ellers	25	24	13	8	23	11
Agder/Rogaland	32	27	15	9	28	11
Vestlandet	31	26	13	10	30	12
Trøndelag	28	27	15	9	27	12
Nord-Norge	33	36	20	8	34	11

Tabell 52. Andel som har tilgang til ulike medier og elektroniske tilbud i hjemmet. 1991-2002. Prosent

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
NRK TV	98	98	99	98	97	97	98	98	98	98	98
Flere TV-kanaler	51	71	84	91	93	93	94	95	96	96	96
TV2	65	82	89	91	91	92	92	93	94	94
Lokal-TV	28	31	33	34	41	43	44	46	49	46	46
Svensk TV	40	41	43	44	44	45	45	45	43	47	47
Satellitt-TV	39	45	50	55	55	58	59	61	63	67	66
Betal-TV	9	9	13	11	11	14	13	16	16	18	19
Videobåndspiller	51	57	64	65	69	70	73	77	79	79	81
DVD-spiller	26
Nærradio	87	90	89	90	90	89	88	87	85	86	86
Kassettpiller	95	94	94	91	92	92	90	88	89	83	82
Platespiller	63	59	60	58	57	57	53	50	51	47	41
CD-spiller	33	40	61	71	75	81	84	87	90	91	93
Minidisc-spiller	16	17	19
Privat parabolantenne	5	10	10	14	15	19	20	22	25	26	28
Kabelanlegg	29	31	34	36	38	38	38	39	39	42	41
Fellesantenne	7	6	7	8	7	6	7	5	5	5	5
Ordinær antenne med flere kanaler	19	34	41	55	56	52	54	52	60	51	48
Hjemme-PC	33	39	43	50	57	67	71	75	76
TV-spill	24	24	20	23	24	28	32	33	35
CD-ROM-spiller	8	17	29	41	54	64	67	70
DVD-spiller på PC	32
Internett	13	22	36	52	60	63
Tekst-TV	72	77	79	83	86	87	90	92
Egen mobiltelefon	58	68	76	82

Medietilgang

Tabell 53. Andel som har tilgang til ulike fjernsynstilbud hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent

	NRK	Flere TV-kanaler	TV2	Lokal-TV	Svensk TV	Satellitt-TV	Betal-TV	Video-bånd-spiller	DVD-spiller
Alle	98	96	94	46	47	66	19	81	26
Menn	97	96	94	46	45	67	21	82	29
Kvinner	98	96	93	45	48	66	16	80	24
9-12 år	99	97	97	37	48	70	14	89	32
13-15 år	100	97	96	42	50	73	28	90	34
16-19 år	99	97	97	51	44	59	20	93	49
20-24 år	96	94	93	47	45	59	16	79	45
25-44 år	97	96	94	48	47	70	22	88	31
45-66 år	98	96	93	46	45	67	20	80	17
67-79 år	99	95	90	37	49	56	7	49	5
Menn									
9-15 år	99	99	98	41	52	75	17	86	37
16-24 år	98	94	93	48	48	63	23	89	53
25-44 år	96	95	94	51	43	71	25	87	31
45-66 år	98	97	96	46	43	67	21	81	20
67-79 år	98	95	89	37	43	50	10	52	3
Kvinner									
9-15 år	100	96	96	37	46	68	22	93	30
16-24 år	96	96	96	49	41	55	12	81	40
25-44 år	98	97	94	46	50	70	19	88	30
45-66 år	99	95	91	47	47	67	18	80	13
67-79 år	99	95	91	37	53	61	5	46	7
Yrkesgruppe 1-2	98	97	96	49	56	76	17	86	29
Yrkesgruppe 3	97	96	93	52	52	70	19	87	28
Yrkesgruppe 4-5	97	96	93	46	43	65	22	85	29
Yrkesgruppe 6-9	99	97	95	45	34	64	26	85	30
Elever/studenter	94	92	92	47	41	54	14	81	36
Trygd./pensjonister	98	95	91	42	49	60	10	58	8
Hjemmearbeidende	100	95	88	33	30	63	23	86	21
Ungdomsskole	97	94	92	41	41	59	17	71	22
Videregående skole	98	96	93	46	44	65	20	80	25
Universitet/høgskole I	98	95	93	53	53	77	24	84	38
Universitet/høgskole II+	98	97	96	49	54	69	15	85	25
Tettbygd 100 000 eller flere	97	95	94	46	66	76	13	81	33
Tettbygd 20 000-99 000	97	97	96	61	61	75	17	80	28
Tettbygd under 20 000	98	96	93	47	45	64	19	81	25
Spredtbygd	99	95	92	31	20	54	25	82	21
Oslo/Akershus	98	97	96	48	79	87	14	83	31
Østlandet ellers	99	97	94	41	57	70	20	82	22
Agder/Rogaland	98	96	93	51	27	59	25	82	28
Vestlandet	98	95	92	47	21	51	19	78	25
Trøndelag	96	95	91	50	37	64	15	79	27
Nord-Norge	97	94	92	39	31	53	17	79	26

Tabell 54. Andel som har tilgang til nærradio, ulike typer musikkanlegg og fjernsynsantenne-systemer hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent

	Nær- radio	Kassett- spiller	Plate- spiller	CD- spiller	Mini- disc- spiller	Privat parabol- antenne	Kabel- anlegg	Felles- antenne	Ordinær antenne fl. kan.
Alle	86	82	41	93	19	28	41	5	48
Menn	86	80	42	93	19	30	40	4	48
Kvinner	85	84	41	92	20	26	42	6	48
9-12 år	71	94	54	98	35	23	43	5	46
13-15 år	81	93	62	100	33	31	42	1	51
16-19 år	87	87	50	99	38	30	36	4	61
20-24 år	86	63	26	99	29	18	41	11	49
25-44 år	88	79	32	99	19	31	43	5	46
45-66 år	88	88	51	93	14	31	38	5	48
67-79 år	81	83	41	59	3	24	41	5	49
Menn									
9-15 år	71	91	51	98	31	24	51	1	45
16-24 år	87	70	39	100	41	27	40	6	53
25-44 år	90	75	31	99	13	33	41	6	44
45-66 år	90	88	53	94	15	32	36	2	49
67-79 år	78	86	42	59	5	28	35	4	54
Kvinner									
9-15 år	79	96	64	100	37	30	34	5	51
16-24 år	86	76	33	98	23	19	38	11	55
25-44 år	86	83	32	99	25	29	45	4	47
45-66 år	86	88	49	92	13	29	40	8	46
67-79 år	84	80	39	59	2	20	47	6	44
Yrkesgruppe 1-2	88	83	44	98	20	26	51	3	44
Yrkesgruppe 3	87	80	40	98	22	21	50	6	45
Yrkesgruppe 4-5	89	80	35	98	18	32	36	7	46
Yrkesgruppe 6-9	89	78	36	96	16	42	26	6	55
Elever/studenter	85	77	36	99	32	21	37	8	58
Trygd./pensjonister	83	84	41	70	6	25	43	5	46
Hjemmearbeidende	81	88	33	93	15	48	31	2	46
Ungdomsskole	83	82	39	83	14	30	33	4	53
Videregående skole	87	81	40	92	17	33	37	6	49
Universitet/høgskole I	89	80	41	98	21	30	45	7	42
Universitet/høgskole II+	87	81	38	97	22	16	53	5	44
Tettbygd 100 000 eller flere	88	79	39	95	24	8	67	8	37
Tettbygd 20 000-99 000	89	81	41	94	20	20	59	5	42
Tettbygd under 20 000	86	83	45	93	19	27	39	6	50
Spredtbygd	81	86	39	90	15	54	6	2	60
Oslo/Akershus	84	82	45	94	26	12	72	6	39
Østlandet ellers	87	84	42	91	17	34	41	5	47
Agder/Rogaland	89	83	44	93	18	36	27	4	53
Vestlandet	85	80	38	94	17	32	23	6	59
Trøndelag	83	83	36	93	18	29	37	6	47
Nord-Norge	84	82	38	95	19	30	30	6	47

Medietilgang

Tabell 55. Andel som har tilgang til ulike typer elektronisk utstyr hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2002. Prosent

	Hjemme- PC	TV- spill	PC med CD-ROM	PC med DVD-spiller	Inter- nett	Tekst- TV	Egen mobil- telefon
Alle	76	35	70	32	63	92	82
Menn	79	38	73	38	64	93	87
Kvinner	74	32	67	26	61	91	78
9-12 år	94	67	88	36	77	90	42
13-15 år	98	69	94	52	86	96	86
16-19 år	88	58	83	52	72	90	96
20-24 år	81	47	77	38	54	87	98
25-44 år	88	39	83	38	76	91	91
45-66 år	73	23	62	25	60	94	81
67-79 år	22	4	15	3	13	90	59
Menn							
9-15 år	97	78	93	54	83	96	57
16-24 år	89	57	85	56	67	91	97
25-44 år	87	41	83	42	74	90	96
45-66 år	76	24	65	30	62	95	87
67-79 år	28	6	20	3	16	93	70
Kvinner							
9-15 år	94	59	88	32	78	89	64
16-24 år	79	47	73	31	55	85	98
25-44 år	88	38	83	35	78	93	86
45-66 år	70	21	59	19	57	93	75
67-79 år	16	2	10	4	11	88	50
Yrkesgruppe 1-2	89	32	84	41	77	95	91
Yrkesgruppe 3	89	35	85	41	77	93	89
Yrkesgruppe 4-5	78	38	72	29	64	92	87
Yrkesgruppe 6-9	79	38	70	33	66	91	89
Elever/studenter	85	45	78	40	61	83	97
Trygd./pensjonister	35	11	27	8	25	91	66
Hjemmearbeidende	71	31	59	16	62	90	63
Ungdomsskole	56	30	49	24	45	89	74
Videregående skole	72	33	65	30	57	92	87
Universitet/høgskole I	86	37	83	35	78	93	93
Universitet/høgskole II+	88	28	81	37	75	93	87
Tettbygd 100 000 eller flere	81	33	75	38	63	89	86
Tettbygd 20 000-99 000 ..	79	39	72	34	68	92	84
Tettbygd under 20 000 ...	74	36	68	30	62	93	82
Spredtbygd	72	34	65	28	59	91	80
Oslo/Akershus	81	36	76	37	67	92	85
Østlandet ellers	72	36	64	29	59	91	78
Agder/Rogaland	79	40	73	30	64	92	81
Vestlandet	75	29	67	32	62	92	83
Trøndelag	79	33	70	31	59	90	85
Nord-Norge	73	39	70	30	65	93	86

Vedlegg 1: Om undersøkelsen

Utvalg og frafall

Til undersøkelsen i 2002 ble det trukket et landsomfattende utvalg på 2 580 personer (etter at døde og personer flyttet til utlandet er utelatt). Dette er et representativt utvalg av personer i alderen fra 9 til 79 år. Det ble ikke oppnådd intervju med 724 personer, eller 28,0 prosent av bruttoutvalget. Intervju ble altså oppnådd med 1 856 personer.

Hele undersøkelsen ble gjennomført over telefon. Ved intervju med mindreårige har foreldre/foresatte vært tilgjengelig med hjelp ved enkelte av spørsmålene.

Frafall kan føre til utvalgsskjevhet. Hvis det er forskjeller i frafallsprosenten mellom ulike grupper, vil nettoutvalget (personer en har oppnådd intervju med) bare tilnærmet ha samme statistiske egenskaper som bruttoutvalget (personer som er trukket ut for intervjuing).

Tabellen på denne side gir mulighet for å belyse eventuelle skjevheter på grunn av frafallet for kjønn, alder og landsdel. En sammenlikner fordelingen i bruttoutvalget (ev. frafallet) og nettoutvalget. Derksom det er stort avvik mellom disse to fordelingene, viser dette at det foreligger utvalgsskjevhet for disse gruppene.

Bruttoutvalget, frafallet og nettoutvalget, etter kjønn, alder og landsdel. Prosent

	Brutto- utvalg	Frafall	Netto- utvalg
I alt	100,0	100,0	100,0
Kjønn			
Menn	50,3	50,8	50,1
Kvinner	49,7	49,2	49,9
Alder			
9-15 år	9,9	9,1	10,3
16-24 år	14,5	13,9	14,7
25-44 år	35,9	36,0	35,8
45-66 år	27,6	27,2	27,8
67-79 år	12,1	13,8	11,4
Landsdel			
Oslo/Akershus	21,7	21,8	21,6
Østlandet ellers	21,7	21,8	21,6
Agder/Rogaland	14,8	13,0	15,5
Vestlandet	17,5	18,3	17,2
Trøndelag	8,5	8,1	8,7
Nord-Norge	10,6	9,9	10,8
Tallet på personer ..	2 580	724	1 856

Av tabellen framgår det at frafallet ikke har ført til noen klare skjevheter i nettoutvalget i forhold til bruttoutvalget.

Av nettoutvalget utgjør mandager 14,7 prosent, tirsdager 15,7 prosent, onsdager 14,6 prosent, torsdager 13,8

prosent, fredager 13,5 prosent, lørdager 13,5 prosent og søndager 14,7 prosent. Måneden mars utgjør 25,8 prosent, juni 24,7 prosent, september 24,8 prosent og desember 24,6 prosent. Tallene i publikasjonen er vektet, slik at de fire månedene og de forskjellige ukedagene skal telle like mye.

I mai/juni 2002 var det avisstreik i ni dager. Siden juni er med som en av de fire månedene i året som brukes i undersøkelsen, er streiken blitt overrepresentert. Dette er justert ved at svarene på avisspørsmålene er vektet ned i denne perioden, og de er dermed i overensstemmelse med streikens betydning for avislesingen for året som helhet.

Utvalgsvarians

Den usikkerhet vi får i resultatene fordi vi bare bygger på opplysninger om en del av befolkningen som undersøkelsen dekker, kalles ofte utvalgsvarians.

Standardavviket er et mål på denne usikkerheten. Størrelsen på standardavviket avhenger blant annet av tallet på observasjoner i utvalget, og av fordelingen til det aktuelle kjennemerket i hele befolkningsgruppen som omfattes av undersøkelsen. Vi kan anslå standardavviket ved hjelp av observasjonene i utvalget.

Statistisk sentralbyrå har ikke foretatt spesielle beregninger av slike anslag for tallene i denne publikasjonen, men i tabellen på neste side har vi antydnet størrelsen av standardavviket for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser.

For å illustrere usikkerheten kan vi bruke et intervall som angir nivået på den sanne verdi av en beregnet størrelse (den verdien vi ville ha fått om vi hadde

foretatt en totaltelling i stedet for en utvalgsundersøkelse). Slike intervaller kalles konfidensintervaller dersom de er konstruert på en spesiell måte.

I denne sammenheng kan vi bruke følgende metode: La M være den beregnede størrelse og la S være et anslag for standardavviket til M . Konfidensintervallet blir da intervallet med grenser $(M - 2S)$ og $(M + 2S)$. Denne metoden vil med omtrent 95 prosent sannsynlighet gi et intervall som inneholder den sanne verdi.

Følgende eksempel illustrerer hvordan en kan bruke tabellen til å finne konfidensintervaller: Anslaget på standardavviket til et observert prosenttall på 70 er 2,3 når antall observasjoner er 400. Konfidensintervallet for den sanne verdi får grensen $70 \pm 2 \times 2,3$, dvs. det strekker seg fra 65,4 til 74,6 prosent.

Når antallet observasjoner er mindre enn 25, foretas det ikke prosentberegninger.

I praksis vil en ikke nøye seg med å betrakte ett og ett prosenttall fra en eller flere undersøkelser særskilt, men sammenlikne prosenttall for forskjellige grupper. Da er det nødvendig å være oppmerksom på at to tall som sammenliknes, begge er usikre, og at usikkerheten på forskjellen mellom dem vanligvis blir større enn usikkerheten knyttet til hvert tall.

Innsamlings- og bearbeidingsfeil

I enhver undersøkelse, både i totaltellinger og utvalgsundersøkelser, vil det forekomme svar som er feil. Feilene kan oppstå både i forbindelse med innsamlingen og under bearbeidingen. Erfaringen er at etter at vi har rettet opp feil så langt dette er mulig, så påvirkes de statistiske

Størrelsen av standardavviket i prosent

Antall observasjoner	Prosenttall					
	5(95)	10(90)	20(80)	30(70)	40(60)	50(50)
25	4,4	6,1	8,2	9,4	10,0	10,2
50	3,1	4,3	5,7	6,5	7,0	7,1
100	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
250	1,4	1,9	2,5	2,9	3,1	3,2
400	1,1	1,5	2,0	2,3	2,5	2,5
800	0,8	1,1	1,4	1,6	1,7	1,8
1 000	0,7	0,9	1,3	1,4	1,5	1,6
1 500	0,6	0,8	1,0	1,2	1,3	1,3
2 000	0,5	0,7	0,9	1,0	1,1	1,1
2 500	0,4	0,6	0,8	0,9	1,0	1,0

resultatene fra undersøkelsene i de fleste tilfeller forholdsvis lite av feil. Men virkningen av feil kan i noen tilfeller være av betydning.

Feil under innsamlingen, målefeil, oppstår ved at intervjupersonen avgir feil svar eller ved at intervjueren krysser av for svaret i feil rubrikk eller skriver ufullstendige opplysninger i skjemaet. Bearbeidingsfeil er feil koding av f.eks. inntekt og yrke, feil i avledninger (omkodinger) eller feil som oppstår når opplysningene fra spørreskjemaet overføres til maskinlesbart medium. Gjennom manuell skjemarevisjon og maskinelle kontroller har vi søkt å finne feil og rette opp disse. Det er imidlertid klart at ikke alle målings- og bearbeidingsfeil oppdages.

Målefeil kan oppstå på mange måter. De kan skyldes vansker med å huske forhold tilbake i tiden. De kan også skyldes misforståelser av spørsmål. Når vi spør om forhold som folk erfaringsmessig finner kompliserte, må vi regne med å få en del feilaktige svar.

Målefeil kan også oppstå fordi visse spørsmål av enkelte oppfattes som ømtålige. Svarene kan i slike tilfeller bevisst gi feilaktige svar eller de vurderer

ringer som ligger til grunn for svaret, blir påvirket av hva de oppfatter som sosialt ønskelig.

Tid til radio og fjernsyn

Sendingene i radio og fjernsyn har i de seinere åra i stadig større grad spredt seg over hele døgnet og til stadig flere kanaler. Å stille ett enkelt spørsmål for hele døgnet for å fange opp tidsbruken for disse mediene, kan dermed føre til at noe av denne tidsbruken ikke kommer med i svaret. En test gjennomført av SSB i september 1998, viste at å splitte opp døgnet i kortere perioder og stille spørsmål om tid for hver av disse periodene, ga et betydelig høyere tall for tidsbruk enn med den spørreteknikken som vanligvis brukes. På bakgrunn av dette er spørsmålsstillingen om tid brukt til disse mediene endret fra og med 1999-undersøkelsen. Dette gjelder også andelen som bruker disse mediene i ulike perioder av døgnet. Med stor sannsynlighet er tallene høyere enn de ville ha vært med den metoden vi tidligere har brukt for disse mediene, og som vi fremdeles bruker for de andre mediene. Dette fører til at tidsbrukstallene for disse to mediene fra og med 1999 ikke er sammenlignbare med tidligere år.

Antall personer i ulike befolkningsgrupper som ble intervjuet i undersøkelsen

Alle	1 856	Utdanning (16-79 år)	
Kjønn		Ungdomsskole	277
Menn	929	Videregående skole	886
Kvinner	927	Universitet/høgskole I	129
		Universitet/høgskole II+	358
Alder		Husholdningsinntekt	
9-12 år	111	Under 200 000	225
13-15 år	79	200 00 -299 000	211
16-19 år	117	300 000-399 000	246
20-24 år	158	400 000-499 000	258
25-34 år	326	500 000-599 000	263
35-44 år	338	600 000 eller mer	422
45-54 år	275		
55-66 år	241	Landsdel	
67-79 år	211	Oslo/Akershus	401
		Østlandet ellers	487
Kjønn/alder		Agder/Rogaland	287
Menn		Vestlandet	319
9-15 år	93	Trøndelag	161
16-24 år	145	Nord-Norge	201
25-44 år	327	Bostedsstrøk	
45-66 år	265	Tettbygd 100 000 eller flere	400
67-79 år	99	Tettbygd 20 000-99 000	370
		Tettbygd under 20 000	617
Kvinner		Spredtbygd	454
9-15 år	97	Familiefase	
16-24 år	130	9-24 år hos foreldre	329
25-44 år	337	Enslige ellers 9-44 år	199
45-66 år	251	Enslige 45-79 år	159
67-79 år	112	Enslige forsørgere	58
		Par med barn 0-6 år	286
Yrkesstatus (16-79 år)		Par med barn 7-17 år	250
Yrkesgruppe 1-2	315	Par 16-44 år uten barn	136
Yrkesgruppe 3	239	Par 45-79 år uten barn	439
Yrkesgruppe 4-5	275	Husholdningsstørrelse	
Yrkesgruppe 6-9	286	Bor alene	283
Elever/studenter	150	2 husholdningsmedlemmer	596
Trygd./pensjonister	320	3 husholdningsmedlemmer	312
Hjemmearbeidende	42	4 husholdningsmedlemmer	380
		5 husholdningsmedlemmer eller flere	276

Tidligere utgitt på emneområdet

Rapporter (RAPP)

- 92/12 Vaage, Odd Frank: Kultur- og mediebruk 1991
93/13 Vaage, Odd Frank: Mediebruk 1992
95/15 Vaage, Odd Frank: Kultur- og mediebruk 1994

Statistiske analyser (SA)

- 12 Vaage, Odd Frank (red.): Norsk mediebarometer 1995
13 Vaage, Odd Frank: Kultur- og medievaner. Bruk av kulturtilbud og massemedier i første halvdel av 1990-årene
18 Vaage, Odd Frank (red.): Norsk mediebarometer 1996
22 Sosialt utsyn 1998, kap. 10: Vaage, Odd Frank: Fritid og kultur
24 Vaage, Odd Frank: Norsk mediebarometer 1997
25 Vaage, Odd Frank: Norsk kulturbarometer 1997
31 Vaage, Odd Frank: Norsk mediebarometer 1998
35 Sosialt utsyn 2000, kap. 10: Vaage, Odd Frank: Fritid og kultur
36 Vaage, Odd Frank: Norsk mediebarometer 1999
38 Vaage, Odd Frank: Kultur- og fritidsaktiviteter
42 Vaage, Odd Frank: Norsk mediebarometer 2000
44 Vaage, Odd Frank: Norsk kulturbarometer 2000
53 Vaage, Odd Frank: Norsk mediebarometer 2001

Samfunnsspeilet

- Nr. 3/92 Vaage, Odd Frank: Barn og unge er aktive kultur- og mediebrukere, men klare sosiale forskjeller
Nr. 2/94 Vaage, Odd Frank: Film- og TV-vanene: Når tilbudene øker og kontrollen minker
Nr. 6/98 Vaage, Odd Frank: Kulturbruk i storbyen og på små steder: Opera og ballett mot revyer
Nr. 6/98 Vaage, Odd Frank: Kulturbruken på 1990-tallet: Mer krim, komedier og konserter
Nr. 6/00 Ling, Richard og Odd Frank Vaage: Internett og mobiltelefon - ikke lenger bare for de få

Andre publikasjoner og artikler

Vaage, Odd Frank: Kulturbruk i by og bygd. I: Kulturårboka 1995. Det Norske Samlaget/Norsk kulturråd, Oslo 1995.

Vaage, Odd Frank: Nordmenns kulturbruk i 1990-årene. I: Norsk kulturårbok 1999. Det norske Samlaget/Norsk kulturråd, Oslo 1999.

Vaage, Odd Frank: Barn og unge leser mindre. I: Språknytt nr. 3/2000.

De sist utgitte publikasjonene i serien Statistiske analyser

Recent publications in the series Statistical Analyses

- 36 O.F. Vaage: Norsk mediebarometer 1999. 2000. 79s. 155 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4794-2
- 37 Natural Resources and the Environment 2000. 2000. 298s. 265 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4832-9
- 38 O.F. Vaage: Kultur- og fritidsaktiviteter. 2000. 122s. 180 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4841-8
- 39 E. Sjøbye: Statistikk og historie. 2001. 145s. 180 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4860-4
- 40 Social Trends 2000. 2001. 253s. 265 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4902-3
- 41 Helse i Norge. Helsetilstand og behandlingstilbud belyst ved befolkningsundersøkelser. 2001. 158s. 260 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4912-0
- 42 O.F. Vaage: Norsk mediebarometer 2001. 79s. 180 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4913-9
- 43 S.T. Vikan: Kvinner og menn i Norge. 2001. 132s. 210 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4916-3
- 44 O.F. Vaage: Norsk kulturbarometer 2000. 2001. 98s. 180 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4924-4
- 45 M.I. Kirkeberg: Inntekt, skatt og overføringer 2001. 2001. 155s. 180 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4965-1
- 46 Naturressurser og miljø 2001. 2001. 278s. 300 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4967-8
- 47 Natural Resources and the Environment 2001. Norway. 2001. 293s. 300 kr inkl. mva. ISBN 82-537-4995-3
- 48 D. Ellingsen: Kriminalitet og rettsvesen. 2001. 73s. 180 kr inkl. mva. ISBN 82-537-5010-2
- 49 R. Kjeldstad og M. Rønsen: Enslige foreldre på arbeidsmarkedet 1980-1999. En sammenligning med gifte mødre og fedre. 2002. 122s. 180 kr inkl. mva. ISBN 82-537-5027-7
- 50 B. Lie: Innvandring og Innvandrere 2002. 2002. 117s. 210 kr inkl. mva. ISBN 82-537-5044-7
- 51 J.E. Lystad: IKT-barometer 2001. 2002. 88s. 180 kr inkl. mva. ISBN 82-537-5046-3
- 52 O.F. Vaage: Til alle døgnets tider. Tidsbruk 1971-2000. 2002. 254s. 260 kr inkl. mva. ISBN 82-537-5055-2
- 53 O.F. Vaage: Norsk mediebarometer 2001. 2002. 83s. 180 kr inkl. mva. ISBN 82-537-5061-7
- 54 B. Lie: Immigration and immigrants. 2002. 188s. 210 kr inkl. mva. ISBN 82-537-5108-7
- 55 F. Brunvoll og H. Høie: Naturressurser og miljø 2002. 2002. 197s. 260 kr inkl. mva. ISBN 82-537-5162-1
- 56 D. Ellingsen og J. Ramm: Helse- og omsorgstjenester. 2002. 121s. 210 kr inkl. mva. ISBN 82-537-5167-2