

Norsk mediebarometer 2005

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 arbeidsmetoder.

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 2006

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

ISBN 82-537-6942-3 Trykt versjon

ISBN 82-537-6943-1 Elektronisk versjon

ISSN 0804-3321

Emnegruppe

07.02 Kulturaktiviteter

Omslag: Siri Boquist

Trykk: Statistisk sentralbyrå / 200

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	
Desimalskilletegn	,

Forord

I *Norsk mediebarometer 2005* legger Statistisk sentralbyrå fram hovedresultatene fra en landsomfattende undersøkelse om folks massemediebruk i 2005. 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 medier. 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 Internett-sider hvor denne publikasjonen gjengis. Internett-adressen er <http://www.ssb.no>.

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

Statistisk sentralbyrå,
Oslo/Kongsvinger, 6. mars 2006

Øystein Olsen

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, MP3	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. 2005. Prosent	13
2.	Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 2005. Minutter	13
3.	Andel av tid brukt til massemedier en gjennomsnittsdag som går med til ulike medier. 2005. Prosent	14
4.	Andel avislesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	17
5.	Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	18
6.	Andel ukebladlesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	21
7.	Ukebladlesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	22
8.	Andel lesere av tegneserieblad en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	25
9.	Tegneserielesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	26
10.	Andel lesere av tidsskrift, foreningsblad e.l. en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	29
11.	Tidsskriftlesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	30
12.	Andel boklesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	33
13.	Boklesere fordelt på type bok lest en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	34
14.	Andel lyttere til plate, kassett eller CD en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	37
15.	Lyttere fordelt på avspillingssystem de har lyttet til en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	38
16.	Andel videoseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	41
17.	Videseere fordelt på type videoopptak de har sett en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	42
18.	Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	45
19.	Andel som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	46
20.	Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	48
21.	Andel fjernsynsseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	51
22.	Andel som ser på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	52
23.	Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	54
24.	Andel som bruker hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	57
25.	Hjemme-PC-brukere fordelt på ulike typer PC-bruk en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent	58
26.	Andel som bruker Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	61
27.	Andel som siste uke har brukt Internett i alt, på ulike steder og på ulike måter 2005. Prosent	62
28.	Andel som har vært på kino siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent	65
29.	Andel som har vært på kino, etter perioder av året. 2005. Prosent	66

Tabellregister

1. Andel som har benyttet ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 1991-2005. Prosent	15
2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 1991-2005. Minutter	15
3. Andel avislesere og minutter brukt til avislesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005	17
4. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent	18
5. Andel som har lest avis en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2005	19
6. Andel ukebladlesere og minutter brukt til ukebladlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005	21
7. Lesere fordelt på type ukeblad en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent	22
8. Andel som har lest ukeblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2005	23
9. Andel lesere av tegneserieblad og minutter brukt til slik lesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005	25
10. Lesere fordelt på type tegneserieblad en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent	26
11. Andel som har lest tegneserieblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2005	27
12. Andel tidsskriftlesere og minutter brukt til tidsskriftlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005	29
13. Lesere fordelt på type tidsskrift en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent	30
14. Andel som har lest tidsskrift en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2005	31
15. Andel boklesere og minutter brukt til boklesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005	33
16. Lesere fordelt på boktype en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent	34
17. Andel som har lest bok en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2005	35
18. Andel lyttere til plate, kassett eller CD og minutter brukt til slik lytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005	37
19. Lyttere fordelt på type lydavspillingssystem en gjennomsnittsdag 1994-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. 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. 2005	39
21. Andel videoseere og minutter brukt til videoseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005	41
22. Seere fordelt på type videoopptak en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent	42
23. Andel som har sett video en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2005	43
24. Andel radiolyttere og minutter brukt til radiolytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005	45
25. Andel av befolkningen som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent	46
26. Andel som har lyttet på radio en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2005	47
27. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter radiokanaler 2005. Prosent	48

28. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag, i ulike befolkningsgrupper. 2005. Prosent	49
29. Andel fjernsynsseere og minutter brukt til fjernsynsseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005	51
30. Andel av befolkningen som har sett på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent	52
31. Andel som har sett på fjernsyn en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2005	53
32. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter fjernsynskanal 2005. Prosent	54
33. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag i ulike befolkningsgrupper. 2005. Prosent	55
34. Andel som har brukt hjemme-PC og minutter brukt til hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1994-2005	57
35. Brukere fordelt på type hjemme-PC-bruk en gjennomsnittsdag 1994-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent	58
36. Andel som har brukt hjemme-PC en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2005	59
37. Andel som har brukt Internett og minutter brukt til Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1997-2005	61
38. Andel som siste uke har brukt Internett i alt, på ulike steder og på ulike måter 1995-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2005. Prosent	62
39. Andel som har brukt Internett en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2005	63
40. Andel som har vært på kino og antall besøk siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005	65
41. Andel som har vært på kino i ulike perioder 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. 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. 2005	67
43. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud og antall private telefonsamtaler en gjennomsnittsdag 1995-2005 og etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005	68
44. Andel som har brukt massemedier i ulike perioder av døgnet. 1991-2005. Prosent	69
45. Andel som har brukt massemedier på ulike dager i uka. 1991-2005. Prosent	70
46. Tid brukt til massemedier på ulike dager i uka. 1991-2005. Minutter	71
47. Andel som har brukt massemedier en gjennomsnittsdag i ulike perioder av året. 1991-2005. Prosent	72
48. Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke 1994-2005 og etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. Prosent	73
49. Andel som har brukt ulike trykte medier og PC en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. Prosent	74
50. Andel som har brukt Internett i ulike sammenhenger en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. Prosent	75
51. Andel som har brukt ulike Internett-tilbud en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. Prosent	76
52. Andel som har tilgang til ulike medier og elektroniske tilbud i hjemmet. 1991-2005. Prosent	77
53. Andel som har tilgang til ulike fjernsynstilbud hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. Prosent	78
54. Andel som har tilgang til nærradio, ulike typer musikkanlegg og fjernsynsantenne-systemer hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. Prosent	79
55. Andel som har tilgang til ulike typer elektronisk utstyr hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. Prosent	80

Noen hovedresultater

Internett-bruken øker

55 prosent av befolkningen i alderen 9-79 år brukte Internett en gjennomsnittsdag i 2005. Dette var en økning fra 44 prosent i 2004. Tiden vi bruker på Internett økte i samme periode fra 33 til 44 minutter per dag. Delvis som et resultat av dette har også andelen som bruker hjemme-PC økt, fra 36 prosent per dag i 2004 til 47 prosent i 2005. For andre medier har endringene siste år vært mindre.

85 prosent så på fjernsyn en gjennomsnittsdag i 2005, mot 83 prosent i 2004. Hver nordmann i alderen 9-79 år så i gjennomsnitt 2 timer og 27 minutter på fjernsyn per dag i 2005, en økning på 5 minutter fra året før. Andelen radiolyttere var 55 prosent per dag i 2005, mot 58 prosent året før. Gjennomsnittlig tid til radiolytting var 1 time og 24 minutter per dag i 2005, en økning på 4 minutter fra forrige år.

Nokså stabil lesing av trykte medier de siste åra

En sammenligning av 2005-tallene med tall fra 1991 viser at tid brukt til de trykte mediene under ett har hatt en tydelig nedgang. I 1991 brukte vi i gjennomsnitt 70 minutter på å lese aviser, ukeblad, tegneserieblad, tidsskrift/fagblad og bøker en gjennomsnittsdag. I 2005 brukte vi 54 minutter. Det har likevel vært små endringer i bruken av de ulike trykte mediene de siste åra.

Avisen er det mest leste trykte mediet, med en andel lesere i befolkningen på 74 prosent per dag medregnet søndager i 2005. I 2004 var andelen 75 prosent. I 1997 var andelen på 84 prosent, som viser at det har vært en betydelig nedgang de seinere åra. På vanlige arbeidsgener var leserandelen i 2005 på 77 prosent. Vi brukte 29 minutter på avislesing per dag

i 2005, 1 minutt mindre enn i 2004. Ser vi derimot tilbake til 1995, har det vært en nedgang på 11 minutter, eller nesten 30 prosent.

Økt boklesing

Mens andelen som leste bok på fritida en gjennomsnittsdag var på 17 prosent i 1997, har den økt til 25 prosent i 2005. I 2004 var andelen på 23 prosent. Det ser altså ut til at nedgangen i boklesing som fant sted i første del av 1990-tallet, har stoppet opp og at den nå er økende. I løpet av en uke var det 42 prosent av befolkningen som leser bøker. I 1997 var andelen på 35 prosent.

Andelen som leser ukeblad, tidsskrift/fagblad og tegneserieblad en gjennomsnittsdag har endret seg lite fra 2004 til 2005. 16 prosent leser ukeblad, 11 prosent leser tidsskrift/fagblad og 7 prosent leser tegneserieblad. I løpet av en uke er det 41 prosent av befolkningen som leser ukeblad, 42 prosent leser tidsskrift/fagblad og 15 prosent leser tegneserieblad.

Mellom 2004 og 2005 har det vært små endringer i bruken av video. 9 prosent så på videobånd eller DVD per dag i 2005, mot 10 prosent i 2004. Bruken av musikkavspillingsystemer, slik som CD-er, kassetter, plater og MP3-spillere, har sunket litt. I 2004 var andelen brukere per dag på 47 prosent. Dette sank til 45 prosent i 2005.

Tre av fem har mobilsamtale

84 prosent hadde en privat telefonsamtale i løpet av en gjennomsnittsdag i 2005, mot 85 prosent året før. Vi har i gjennomsnitt 4,3 slike samtaler per dag, mot 3,7 året før. 58 prosent hadde privat samtale via mobiltelefonen i løpet av en dag i 2004. Dette har økt til 63 prosent i 2005. 50 prosent sendte en privat tekst-

melding (SMS) i en gjennomsnittsdag i 2004. Dette økte til 57 prosent i 2005. Nordmenn sendte i gjennomsnitt 4,2 private tekstmeldinger per dag i 2005. Dette var en økning fra 3,1 meldinger i 2004. Ser vi på private mobiltelefonsamtaler og sendte tekstmeldinger under ett, var det 74 prosent av befolkningen som brukte mobiltelefon privat per dag i 2005. I 2004 var andelen 68 prosent.

Blant Internett-brukere var det 65 prosent som sendte eller mottok e-post en gjennomsnittsdag i 2005, mot 63 prosent i 2004. 54 prosent leste nyhetssider i 2005. Andelen var 52 prosent året før. 48 prosent av Internett-brukerne leste papiravisers nettutgaver i 2005.

Kvinner leser mest bøker, Internett mest for menn

Fjernsyn er det massemediet der bruken er jevnest 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 og Internett-brukerne. Kvinnene er de som er mest opptatt av bøker. Kvinner er også mer opptatt av ukeblad enn menn, særlig eldre kvinner. Tegneserieblad er mest populært blant de yngste, særlig guttene, mens de unge er de mest typiske brukere av lydavspillingssystemer slik som plater, kassetter, CD- og MP3-spillere. Tidsskrift/fagblad leses helst av de voksne, mest 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 spill for PC eller TV per dag

I befolkningen som helhet var det bare 4 prosent som brukte elektroniske spill koblet til et fjernsynsapparat en gjennomsnittsdag i 2005. Blant gutter i

alderen 9-15 år var andelen 33 prosent. Dette var omtrent det samme som året før. I denne gruppen var det 57 prosent som bruker enten TV-spill eller PC-spill i løpet av en dag. Blant jenter i samme aldersgruppe er andelen 23 prosent.

Slår vi sammen private mobiltelefon-samtaler og bruk av tekstmeldinger, viser det seg at hele 96 prosent av 20-24-åringene brukte mobiltelefon privat en gjennomsnittsdag i 2005. De er tett fulgt av 16-19-åringene med 93 prosent. I denne aldersgruppen er det 88 prosent som har minst en mobiltelefonsamtale per dag og 84 prosent sender en tekstmelding i løpet av dagen. 96 prosent av guttene i alderen 16-24 år bruker mobiltelefonen per dag. Blant jenter i samme aldersgruppe er andelen 94 prosent. Jentene sender i gjennomsnitt 11,2 tekstmeldinger per dag og guttene sender 10,6.

Fire av fem bruker PC i løpet av uka

80 prosent bruker PC en gjennomsnittsuke, 69 prosent hjemme, 42 prosent på arbeid og 18 prosent på skole. Blant bedriftsledere og personer i akademiske yrker er det 89 prosent som bruker PC i arbeidet ukentlig. Blant elever/studenter er det 74 prosent som bruker PC i undervisningssammenheng i løpet av en uke.

Nyhetsprogram er det vi i størst grad hører og ser på i radio og fjernsyn. Fjernsynsseingen domineres ellers av TV-serier, underholdning, spillefilmer og sportsprogram. Det er liten forskjell mellom kjønnene når det gjelder valg av TV-program, men mennene ser mer på sportssendingene, og kvinner mer på serier og barneprogram. 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.

Alle dager i uka bruker vi mer tid til fjernsyn enn til noe annet massemedium, men særlig gjelder det lørdag og søndag. Mens det i gjennomsnitt gikk med 2 timer og 18 minutter til fjernsynsseing per dag mandag til torsdag, gikk det med 2 timer og 48 minutter på søndagene. Mandag til torsdag brukte vi 1 time og 30 minutter på radiolytting, bare 59 minutter på søndager. Avislesing er nokså jevnt fordelt på ukedager, unntatt på søndagene som for mange er en avisfri dag.

Radio og avislesing om morgenen

Bruken av de ulike mediene i løpet av døgnet varierer sterkt. Morgen og formiddagen domineres av radio og avislesing. Fjernsynsseingen er betydelig høyere enn radiolytting og avislesing om ettermiddagen. Kvelden er i størst grad avsatt til fjernsynsseing, men da er også boklesingen på sitt høyeste.

Over halvparten har egen parabol i spredtbygde strøk

Mens det for ti år siden var 50 prosent som kunne se på fjernsynskanaler formidlet via satellitt, var andelen i 2005 på 72 prosent. Denne økningen skyldes i første rekke at andelen seere med privat parabolantenne har økt fra 10 til 31 prosent i samme periode. I spredtbygde strøk er det nå 57 prosent som har privat parabolantenne.

Når stadig flere personer kan se flere kanaler enn NRK, har dette innvirkning på hva de ser. I 2005 hadde andre TV-kanaler samlet en klar overvekt av seere per dag i forhold til NRK. Dette har vært situasjonen siden siste halvdel av 1990-tallet. Men NRK har ikke tapt terreng de siste åra og forholdet mellom kanalene har endret seg lite siste år. Både NRK1 og TV2 har en seeropplutning på om lag 50 prosent per dag. For NRK2, TVNorge og TV3 har det vært liten forandring i seeropplutningen det siste året.

Stor økning i MP3-spillere

Andelen med tilgang til betal-TV i husholdningen var på 19 prosent i 2005, som er litt større enn året før. Den jevne økningen vi har hatt i andelen med tilgang til videobåndspiller går nå i motsatt retning. DVD-spilleren øker derimot kraftig, og tilgangen økte fra 61 prosent i 2004 til 75 prosent i 2005. I aldersgruppen 9-12 år har nå 85 prosent videospiller hjemme og 93 prosent har DVD-spiller. I alle aldersgrupper under 45 år har flere DVD-spiller enn VHS-spiller hjemme. 96 prosent har tilgang til CD-spiller i 2005. 36 prosent har MP3-spiller i 2005, en økning fra 22 prosent i 2004.

Halve befolkningen har Internett via bredbånd

83 prosent hadde PC hjemme i 2005, andelen var 79 prosent i 2004. Elektronisk utstyr som kobles til PC-ene har også hatt økning. Særlig gjelder dette DVD-spiller knyttet til hjemme-PC-en, med en økning fra 47 prosent i 2004 til 58 prosent i 2005. Tilgang til Internett hjemme har også økt, og er på 74 prosent. Det har vært betydelig økning i tilknytning til Internett via bredbånd i husholdningen, fra 29 prosent i 2004 til 51 prosent i 2005. Blant 13-15-åringene har 74 prosent Internett-tilgang via bredbånd hjemme. Andelen som eier eller disponerer mobiltelefon har økt lite og er på 92 prosent i 2005. Blant unge i alderen 16-24 år svarer 100 prosent at de har egen mobiltelefon.

To av tre har vært på kino i løpet de siste tolv måneder i 2005. I gjennomsnitt har hver nordmann vært på fire kinoforestillinger i løpet av året. Det er særlig unge av begge kjønn som går på kino. I aldersgruppen 13-15 år har hele 96 prosent vært på kino siste tolv måneder. I aldersgruppen 67-79 år har 16 prosent vært på kino i samme periode.

Kort om undersøkelsen

Mediebruksundersøkelsen 2005, som publikasjonen er basert på, er en intervjuundersøkelse gjennomført blant et landsomfattende utvalg på 1 818 personer i alderen 9 til 79 år. 70,1 prosent av dem som ble trukket ut til en undersøkelsen deltok. 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 og så videre. Flere detaljer om undersøkelsen finnes i vedlegg 1.

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.

Fra og med 2005 er følgende inndeling brukt:

Ungdomsskole: Utdanning med samlet varighet 7-9 år.

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

Universitet/høgskole, kort: Utdanning med samlet varighet 13-16 år.

Universitet/høgskole, lang: Utdanning med samlet varighet mer enn 16 år.

I tidligere års utdanningsfordeling som er gjengitt i denne publikasjonen, omfatter "Universitet/høgskole, kort" samlet utdanning på 13-14 år. For "Universitet/høgskole, lang" er samlet utdanning minst 15 år.

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 omsorgsykker

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 .

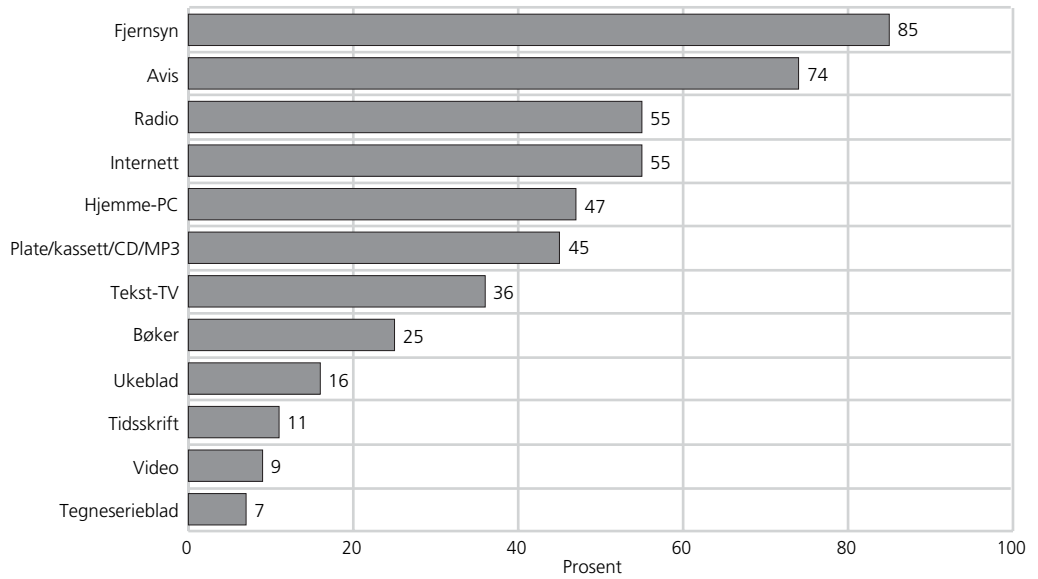
Grupperingen bygger ellers på Standard for inndeling etter sosioøkonomisk status (Standard for norsk statistikk nr. 5). Yrkesstatus er beregnet for aldersgruppen 16-79 år.

Tettbygd/spredtbygd

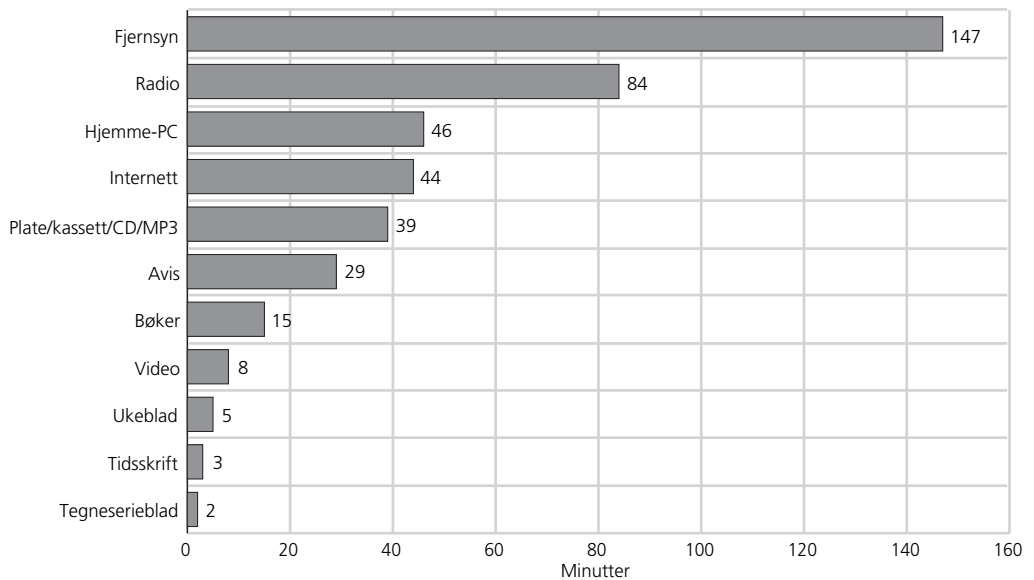
Som tettbygd strøk regnes hussamlinger med minst 200 hjemmehørende personer der husene normalt ikke ligger mer enn 50 meter fra hverandre.

Daglig mediebruk: Hovedtall

Figur 1. Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag, 2005. Prosent

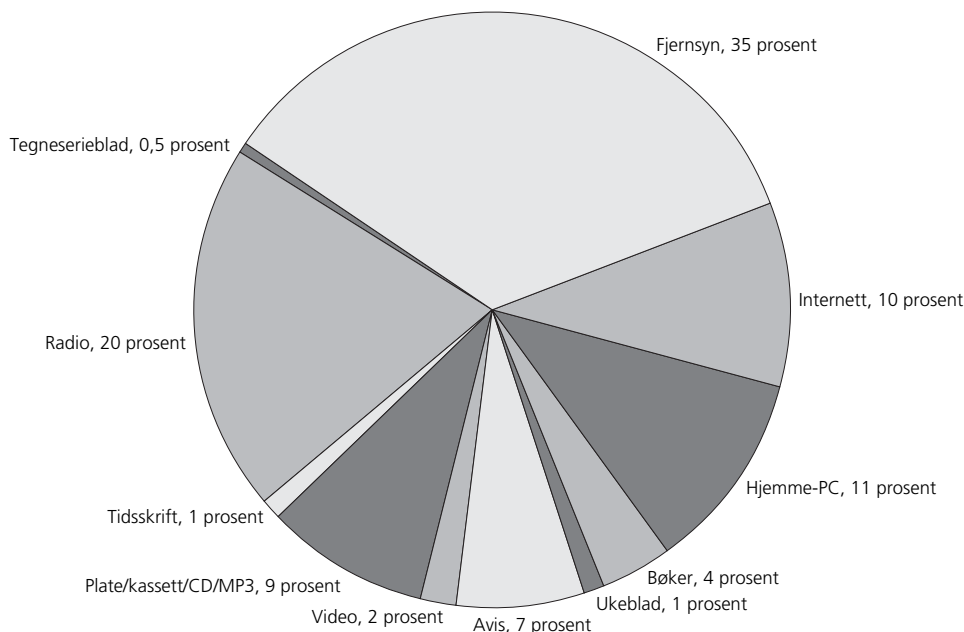


Figur 2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag, 2005. Minutter



Daglig mediebruk: Hovedtall

Figur 3. Andel av tid brukt til massemedier en gjennomsnittsdag som går med til ulike medier. 2005. Prosent



Av den tiden vi bruker på massemedier en gjennomsnittsdag blir 35 prosent, eller 2 timer og 27 minutter, brukt til fjernsynsseing. 20 prosent, eller 1 time og 24 minutter, brukes til radiolytting. Legges lytting på CD-er, kassetter, plater og MP3-spillere til, bruker vi om lag 2 timer på lydmedier. Dette utgjør 29 prosent av mediedagen.

54 minutter brukes til trykte medier per dag. Av dette er 29 minutter avislesing, som utgjør 7 prosent av tiden vi bruker til massemedier. 11 prosent av tiden bruker vi til hjemme-PC. Dette utgjør 46 minutter. Videoseing, enten på bånd eller plater, dekker 2 prosent, eller gjennom-

snittlig 8 minutter av mediedagen. Internett beslaglegger 44 minutter, eller 10 prosent av mediedagen.

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. 1991-2005. Prosent

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Avis	84	84	85	84	82	84	81	81	77	78	77	77	75	74
Fjernsyn	81	80	82	84	82	84	83	84	82	85	85	84	83	85
Radio ...	71	65	67	66	59	61	59	60	57	56	58	58	58	55
Plate/kassett/ CD/MP3	43	38	44	38	37	41	42	44	50	47	49	45	47	45
Tekst-TV	28	30	31	34	37	38	35	37	38	37	36
Ukeblad	21	20	22	20	18	17	16	15	17	14	16	16	17	16
Bøker ...	24	21	18	19	19	17	18	19	20	22	23	23	23	25
Tidsskrift	18	14	16	16	16	15	14	15	14	13	14	13	12	11
Tegneserie- blad	11	10	9	11	10	9	9	9	9	8	7	7	8	7
Hjemme- PC	11	9	12	13	17	21	25	33	31	36	36	47
Video ...	10	10	11	8	9	9	8	9	10	9	10	9	10	9
Internett	7	10	18	27	35	35	42	44	55

Tabell 2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 1991-2005. Minutter

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Avis	39	39	39	40	38	36	34	33	34	31	31	32	30	29
Fjernsyn ¹	114	108	113	124	117	119	119	141	138	156	146	141	142	147
Radio ¹ ..	106	91	96	99	84	87	83	93	84	95	87	91	80	84
Plate/- kassett/ CD/MP3	40	32	38	31	30	36	33	34	46	43	42	42	41	39
Ukeblad	8	7	7	6	6	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Bøker ...	14	13	11	12	12	10	10	11	12	12	14	12	12	15
Tidsskrift	6	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	3	4	3
Tegneserie- blad	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Hjemme-PC	10	9	11	12	13	18	21	27	27	35	34	46
Video ...	8	7	8	5	7	6	6	7	7	7	8	8	9	8
Internett	18	21	22	30	33	44

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

- **Tre av fire leser aviser en gjennomsnittsdag.**
- **Det er blitt mindre forskjell i avislesing mellom kvinner og menn.**
- **De eldre bruker mest tid på avislesing.**
- **Mest avislesing blant de med høy utdanning og høy inntekt.**
- **Menn og de med høy utdanning leser flest aviser.**

74 prosent av befolkningen i alderen 9-79 år leste avis en gjennomsnittsdag i 2005. På mandag til torsdag var andelen avislesere 77 prosent. Vi brukte i gjennomsnitt 29 minutter per dag til avislesing. De 74 prosent som leste avis brukte i gjennomsnitt 39 minutter. En liten nedgang i andelen avislesere fra 2004 er med på å støtte opp inntrykket av at lesing av trykte aviser er synkende og har vært det de siste ti-tolv åra. 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 gjør. 38 prosent av barna i aldersgruppen 9-12 år leser avis en gjennomsnittsdag, 50 prosent i aldersgruppen 13-15 år. I aldersgruppen 55-66 år er det 93 prosent som leser avis per dag. Gruppen 67-79 år bruker mest tid når de leser avis, 60 minutter per dag. Barna bruker knapt et kvarter når de leser avis. Nedgangen i andelen avislesere de seinere åra gjelder alle aldersgrupper opp til 45-årsalderen. For de som er eldre har andelen avislesere vært mer stabil.

Tradisjonelt har menn i større grad lest avis enn kvinner har. Denne forskjellen har minket. I 2005 var det omtrent like mange kvinner som menn som leste avis en gjennomsnittsdag. Det er flere avislesere blant personer med høy utdanning enn blant de med lav utdanning. Høy husholdningsinntekt er også en viss

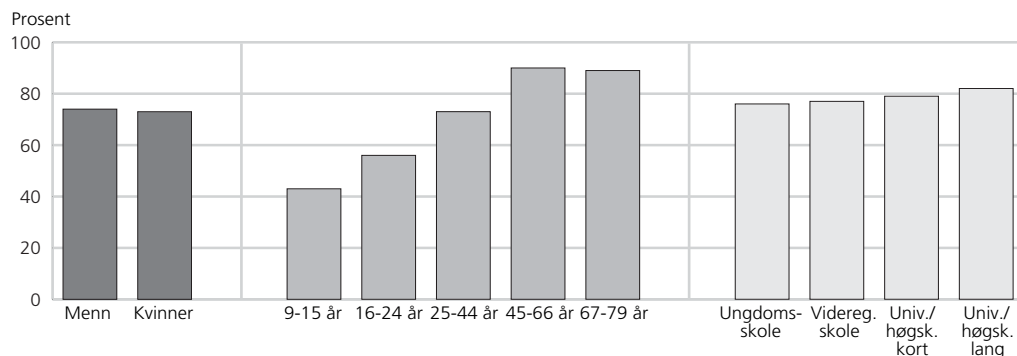
indikasjon på mye avislesing. Det er likevel slik at nordmenn er ivrige avislesere uansett sosial og økonomisk status. Avislesing er også temmelig jevnt fordelt i alle deler av landet.

Fem av ti nordmenn leser distriktsavis i løpet av en dag, mens i underkant av 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. Både distriktsaviser, de store løssalgsavisene og andre Oslo-aviser har tapt litt terreng når det gjelder andel lesere de seinere åra. Lokalaviser har derimot omtrent like stor leserandel som på midten av 1990-tallet.

Det har i de seinere åra vært en tendens til at færre leser mer enn en avis per dag. Her har det ikke skjedd noen endring fra 2004 til 2005. Det er menn, personer med høy utdanning og de som er 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.

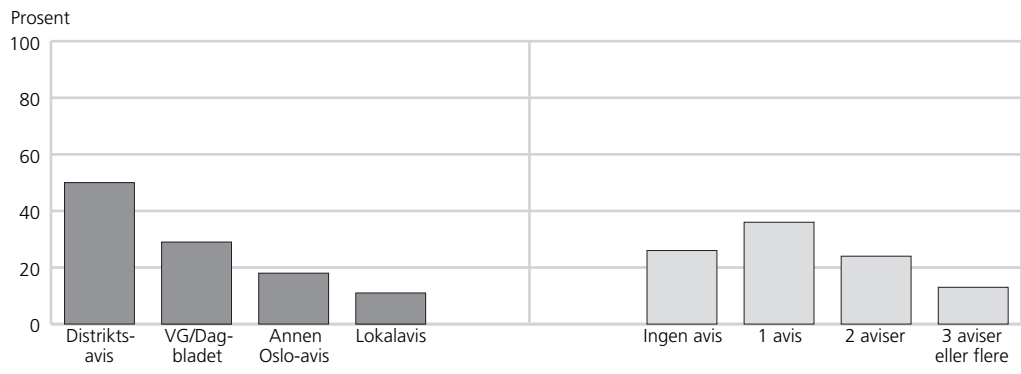
Figur 4. Andel avislesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent



Tabell 3. Andel avislesere og minutter brukt til avislesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Prosentandel avislesere totalt .	84	84	85	84	82	84	81	81	77	78	77	77	75	74
Men	87	86	86	85	84	85	84	84	79	78	78	78	75	74
Kvinner	82	81	85	83	80	82	79	78	76	77	76	76	74	73
9-15 år	53	55	56	50	53	54	53	48	45	40	49	48	42	43
16-24 år	84	83	83	80	73	79	75	70	69	68	62	69	61	56
25-44 år	87	85	88	88	85	87	83	86	81	79	78	76	76	73
45-66 år	92	90	93	92	90	92	89	89	86	89	90	89	88	90
67-79 år	88	87	92	89	91	86	90	92	90	90	85	84	90	89
Ungdomsskole	83	84	85	87	80	82	80	84	80	70	77	78	74	76
Videregående skole	88	87	88	87	85	86	85	85	80	83	78	80	78	77
Universitet/høgskole, kort	95	88	93	91	88	94	91	81	85	85	81	81	81	79
Universitet/høgskole, lang	92	90	94	93	95	94	87	90	84	86	86	84	87	82
Minutter til avislesing totalt .	39	39	39	40	38	36	34	33	34	31	31	32	30	29
Men	43	43	40	43	41	40	38	37	38	32	34	34	30	30
Kvinner	36	34	38	37	35	33	30	29	29	30	28	29	30	27
9-15 år	10	9	9	8	10	9	9	6	8	6	9	8	6	7
16-24 år	30	27	26	30	23	24	21	21	23	18	16	19	15	14
25-44 år	39	37	38	40	36	35	33	32	30	28	28	29	27	24
45-66 år	50	49	54	48	47	46	43	41	45	41	42	42	42	42
67-79 år	58	58	65	62	64	55	54	56	62	52	52	54	56	53
Ungdomsskole	37	40	41	41	37	34	33	34	33	27	32	30	30	31
Videregående skole	43	41	43	43	40	38	36	36	36	33	34	35	32	30
Universitet/høgskole, kort	48	43	46	48	49	46	44	35	41	35	34	37	37	33
Universitet/høgskole, lang	51	50	46	49	47	48	41	40	40	38	34	37	38	36

Figur 5. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent



Tabell 4. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent

	Avistyper				Antall aviser			
	Distriktsavis	VG/Dagbladet	Annen Oslo-avis	Lokalavis	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
2003	52	31	18	11	23	38	25	13
2004	51	30	16	11	25	37	24	14
2005	50	29	18	11	26	36	24	13
Menn	49	31	20	12	25	34	25	16
Kvinner	50	27	17	10	27	39	24	11
9-15 år	26	14	3	6	57	35	8	1
16-24 år	29	23	9	8	44	37	13	6
25-44 år	48	28	19	9	27	35	26	12
45-66 år	66	39	26	15	10	37	30	23
67-79 år	66	31	23	15	10	40	35	14
Ungdomsskole	56	32	8	12	24	42	23	11
Videreg. skole	53	30	16	12	23	38	25	13
Universitet/høgskole, kort	56	35	23	10	20	33	30	16
Universitet/høgskole, lang	47	30	44	11	18	30	27	25
Oslo/Akershus	22	31	47	6	31	29	23	17
Østlandet ellers	59	34	17	9	20	39	26	14
Agder/Rogaland	56	23	10	11	27	41	23	9
Vestlandet	57	25	4	17	27	39	25	9
Trøndelag	55	33	6	9	30	33	23	14
Nord-Norge	57	27	4	18	27	38	21	14

Tabell 5. Andel som har lest avis en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2005

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere			Alle	Lesere
Alle	74	29	39	Husholdningsinntekt			
				Under 200 000	68	29	42
Kjønn				200 000-349 000	73	33	45
Menn	74	30	41	350 000-499 000	76	33	44
Kvinner	73	27	37	500 000-599 000	74	28	38
				600 000-749 000	78	27	35
Alder				750 000 eller mer	78	30	38
9-12 år	38	6	16	Landsdel			
13-15 år	50	8	15	Oslo/Akershus	69	30	43
16-19 år	52	11	21	Østlandet ellers	79	31	39
20-24 år	58	16	28	Agder/Rogaland	73	26	36
25-34 år	63	20	32	Vestlandet	73	26	36
35-44 år	82	28	34	Trøndelag	70	31	45
45-54 år	88	36	40	Nord-Norge	73	26	36
55-66 år	93	49	53				
67-79 år	89	53	60	Bostedsstrøk			
Kjønn/Alder				Tettbygd 100 000 eller flere	67	31	46
Menn				Tettbygd 20 000-99 000	78	31	40
9-15 år	44	8	18	Tettbygd under 20 000	76	29	38
16-24 år	59	17	28	Spredtbygd	74	26	35
25-44 år	75	26	34	Familiefase			
45-66 år	90	44	49	9-24 år hos foreldre	50	10	19
67-79 år	90	60	68	Enslige ellers 9-44 år	62	22	35
Kvinner				Enslige 45-79 år	85	48	57
9-15 år	43	6	13	Enslige forsørgere	67	25	38
16-24 år	51	11	22	Par med barn 0-6 år	75	25	33
25-44 år	70	22	32	Par med barn 7-17 år	87	30	35
45-66 år	91	40	44	Par 16-44 år uten barn	62	18	30
67-79 år	89	48	54	Par 45-79 år uten barn	91	46	51
Yrkesstatus¹ (16-79 år)				Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 1-2	82	35	42	Bor alene	73	36	49
Yrkesgruppe 3	82	33	40	2 husholdningsmedlemmer .	81	37	46
Yrkesgruppe 4-5	74	25	35	3 husholdningsmedlemmer .	70	25	35
Yrkesgruppe 6-9	78	27	34	4 husholdningsmedlemmer .	73	23	32
Elever/studenter	53	14	26	5 husholdningsmedlemmer			
Pensjonister	86	47	55	eller flere	66	18	27
Hjemmearbeidende	75	28	38				
Utdanning (16-79 år)							
Ungdomsskole	76	31	40				
Videregående skole	77	30	39				
Universitet/høgskole, kort ...	79	33	41				
Universitet/høgskole, lang ...	82	36	44				

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

- **Én av seks leser ukeblad i løpet av en dag.**
- **Liten forandring i ukebladlesingen de siste ti åra.**
- **Mer enn dobbelt så mye ukebladlesing blant kvinner som blant menn.**
- **Personer med høy utdanning leser minst ukeblad.**
- **Eldre leser familieblad mest, yngre leser mest aktualitetsblad.**

16 prosent leste ukeblad en gjennomsnittsdag i 2005. Det var en liten nedgang i ukebladlesingen på 1990-tallet, men de siste åtte åra har den vært nokså stabil. I gjennomsnitt brukte den norske befolkning 5 minutter til ukebladlesing per dag i 2005, eller 30 minutter blant dem som leste ukeblad per dag. Dette var temmelig likt tallet for året før.

23 prosent kvinner leser ukeblad en gjennomsnittsdag. Blant mennene er det bare 9 prosent. Både blant menn og kvinner har ukebladlesingen gått noe ned fra begynnelsen på 1990-tallet, men det har vært små endringer de seinere åra. Eldre har tidligere lest ukeblad i betydelig større grad enn andre. Forskjellen er ikke så stor lenger. I aldersgruppen 67-79 år er andelen kvinnelige lesere nå 26 prosent per dag. Blant menn i alderen 25-66 år er andelen 8 prosent. Blant kvinner i samme aldersgruppe er andelen ukebladlesere 24 prosent. Også blant de yngste er det betydelig flere jenter enn gutter som leser ukeblad i løpet av en dag.

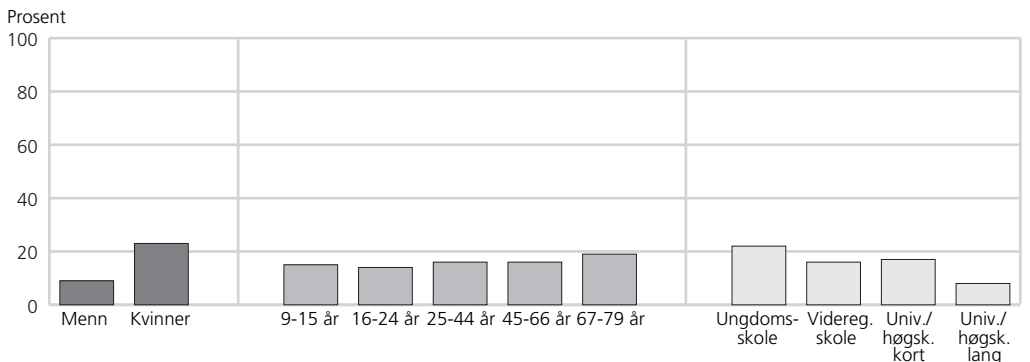
Det har vært et gjennomgående trekk at de med høyest utdanning i mindre grad leser ukeblader enn andre. Denne tendensen gjelder fortsatt. Personer i service- og omsorgsykker, pensjonister og hjemmearbeidende er mer opptatt av slike blader enn andre grupper.

Det har vært en økning i andelen ukebladlesere som leser aktualitetsblad (f.eks. "Se og Hør"). Dette er blitt den ukebladtypen flest nordmenn leser, mens lesing av familieblad har gått nedover. Omtrent en av ti ukebladlesere leser blad for kvinner per dag. For blad for menn er tallet noe lavere. Mannlige lesere foretrekker aktualitetsblad og ikke uventet blad for menn, mens kvinnene foretrekker i større grad familie- og kvinneblad.

Unge og unge voksne er de som i størst grad foretrekker aktualitetsblad. De eldre er sterkt dominerende som lesere av familieblad. Blad for menn leses helst av yngre voksne, mens kvinnebladenes lesere er nokså jevnt fordelt i ulike aldersgrupper blant de voksne.

Høytlesing for barn er ikke med i statistikken over ukebladlesing.

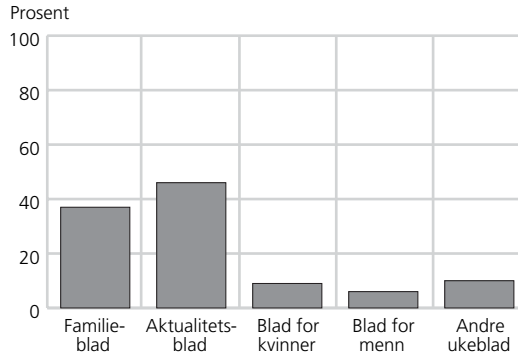
Figur 6. Andel ukebladlesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent



Tabell 6. Andel ukebladlesere og minutter brukt til ukebladlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Prosentandel ukebladlesere totalt	21	20	22	20	18	17	16	15	17	14	16	16	17	16
Men	14	15	16	13	12	11	9	10	11	7	9	9	10	9
Kvinner	27	26	27	26	24	23	23	21	23	20	23	24	24	23
9-15 år	23	24	21	18	17	15	17	13	15	11	15	18	14	15
16-24 år	27	24	26	26	21	19	24	16	19	14	17	14	16	14
25-44 år	17	19	19	15	15	16	12	14	16	14	16	14	17	16
45-66 år	20	18	20	19	16	15	15	14	16	13	13	15	16	16
67-79 år	24	19	31	32	27	24	23	26	22	20	20	27	26	19
Ungdomsskole	23	23	24	28	22	19	19	21	21	14	17	19	22	22
Videregående skole	23	22	22	19	19	18	16	16	20	17	18	18	18	16
Universitet/høgskole, kort	17	14	22	18	11	18	21	15	16	12	18	13	18	17
Universitet/høgskole, lang	11	7	17	14	13	12	11	10	11	9	10	11	6	8
Minutter til ukebladlesing totalt	8	7	7	6	6	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Men	5	5	4	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2
Kvinner	10	9	10	10	9	7	8	7	8	6	7	8	8	7
9-15 år	8	7	5	3	4	3	3	2	3	2	3	4	3	3
16-24 år	8	8	8	5	6	5	7	3	5	3	5	4	4	4
25-44 år	7	6	6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
45-66 år	9	7	7	7	6	5	4	4	6	4	4	4	5	6
67-79 år	11	10	15	17	13	10	10	12	8	6	10	10	10	7
Ungdomsskole	10	9	11	11	8	6	7	7	7	5	6	8	8	7
Videregående skole	8	7	7	6	7	5	5	5	6	5	5	5	5	5
Universitet/høgskole, kort	4	3	6	6	3	5	5	3	5	3	4	3	4	5
Universitet/høgskole, lang	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2

Figur 7. Ukebladlesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag, 2005. Prosent



Tabell 7. Lesere fordelt på type ukeblad en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. 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
2003	49	35	10	6	11
2004	43	42	9	9	13
2005	37	46	9	6	10
Menn	16	58	1	19	11
Kvinner	44	41	12	1	10
9-15 år	3	73	3	0	20
16-24 år	0	73	7	7	12
25-44 år	26	52	15	9	12
45-66 år	60	24	9	4	7
67-79 år	81	23	0	8	2
Ungdomsskole	45	40	3	10	8
Videregående skole	44	43	7	6	6
Universitet/høgskole, kort	28	48	16	3	11
Universitet/høgskole, lang	:	:	:	:	:
Oslo/Akershus	23	52	18	5	17
Østlandet ellers	36	46	5	8	11
Agder/Rogaland	34	49	14	0	15
Vestlandet	42	41	11	4	4
Trøndelag	:	:	:	:	:
Nord-Norge	45	42	3	8	8

Tabell 8. Andel som har lest ukeblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2005

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere			Alle	Lesere
Alle	16	5	30				
Kjønn				Husholdningsinntekt			
Menn	9	2	28	Under 200 000	18	5	28
Kvinner	23	7	30	200 000-349 000	22	7	31
				350 000-499 000	18	6	35
				500 000-599 000	14	4	27
				600 000-749 000	13	4	27
				750 000 eller mer	12	3	25
Alder				Landsdel			
9-12 år	8	2	:	Oslo/Akershus	15	5	31
13-15 år	24	4	:	Østlandet ellers	19	4	24
16-19 år	18	4	21	Agder/Rogaland	12	4	35
20-24 år	12	3	28	Vestlandet	17	5	31
25-34 år	17	4	24	Trøndelag	14	5	36
35-44 år	16	5	31	Nord-Norge	19	6	31
45-54 år	15	4	31				
55-66 år	18	7	40	Bostedsstrøk			
67-79 år	19	7	39	Tettbygd 100 000 eller flere	12	4	30
				Tettbygd 20 000-99 000 ...	16	5	29
Kjønn/Alder				Tettbygd under 20 000	19	5	29
Menn				Spredtbygd	17	5	29
9-15 år	12	2	:				
16-24 år	9	2	:	Familiefase			
25-44 år	8	2	27	9-24 år hos foreldre	15	3	21
45-66 år	8	3	35	Enslige ellers 9-44 år	13	3	24
67-79 år	10	4	:	Enslige 45-79 år	19	7	38
				Enslige forsørgere	19	4	:
Kvinner				Par med barn 0-6 år	14	4	29
9-15 år	19	4	:	Par med barn 7-17 år	17	4	25
16-24 år	21	5	26	Par 16-44 år uten barn	12	4	32
25-44 år	24	7	27	Par 45-79 år uten barn	19	7	38
45-66 år	24	8	36				
67-79 år	26	10	38	Husholdningsstørrelse			
				Bor alene	17	5	31
Yrkesstatus (16-79 år)				2 husholdningsmedlemmer	17	6	37
Yrkesgruppe 1-2	12	3	27	3 husholdningsmedlemmer	18	4	22
Yrkesgruppe 3	16	5	33	4 husholdningsmedlemmer	17	4	26
Yrkesgruppe 4-5	20	5	24	5 husholdningsmedlemmer			
Yrkesgruppe 6-9	12	4	31	eller flere	13	3	26
Elever/studenter	16	3	20				
Pensjonister	23	9	40				
Hjemmearbeidende	14	5	:				
Utdanning (16-79 år)							
Ungdomsskole	22	7	34				
Videregående skole	16	5	32				
Universitet/høgskole, kort .	17	5	27				
Universitet/høgskole, lang .	8	2	:				

- **7 prosent leser tegneserieblad i løpet av en dag.**
- **Lesing av slike blad har vært stabil de siste åra.**
- **Menn leser slike blad i større grad enn kvinner.**
- **Fire av ti barn leser tegneserieblad per dag.**
- **Donald Duck er mest lest, uansett kjønn og alder.**

7 prosent leste tegneserieblad en gjennomsnittsdag i 2005. Denne andelen har holdt seg på omtrent samme nivå de siste åra. Gjennomsnittsnordmannen leser 2 minutter i tegneserieblad per dag, det vil si 26 minutter blant dem som faktisk leser slike blad i løpet av en dag. Tegneserielesing har vært mer vanlig blant menn enn kvinner. Denne forskjellen ser vi fremdeles.

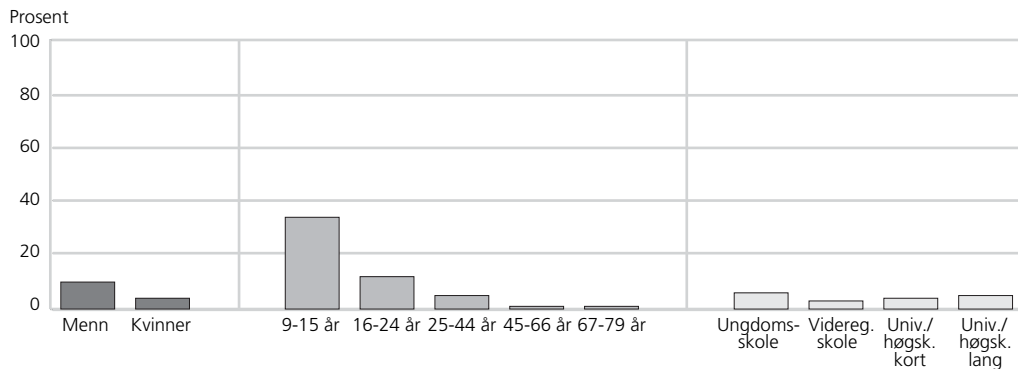
Lesing av tegneserieblad er særlig typisk for barn og ungdom. I aldersgruppen 9-12 år er det 45 prosent som leser tegneserieblad per dag. Gutter er betydelig mer opptatt av slik lesing enn jenter. Blant gutter i alderen 9-15 år er det 43 prosent som leser tegneserieblad en gjennomsnittsdag. Blant jenter i samme aldersgruppe er andelen på 21 prosent. Blant personer som er 45 år eller eldre er det temmelig få som er opptatt av å lese slike blad.

Mens vi tidligere kunne se en viss sammenheng mellom høy utdanning og lite lesing av tegneserieblad, ser det nå ut til at utdanning ikke spiller noen rolle for slik lesing. 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. Tegneserieblad leses i om lag like stor grad i byer som på landsbygda.

Donald Duck har vært og er fremdeles uten sammenligning det dominerende tegneseriebladet. Omtrent to av tre leser dette bladet når de leser tegneserieblad. Uansett kjønn og alder er dette det mest populære tegneseriebladet, men særlig gjelder det barn og menn. Av andre enkeltblad er det Pondus og Nemi som står sterkest blant leserne.

Høytlesing for barn er ikke med i statistikken over tegneseriebladlesing.

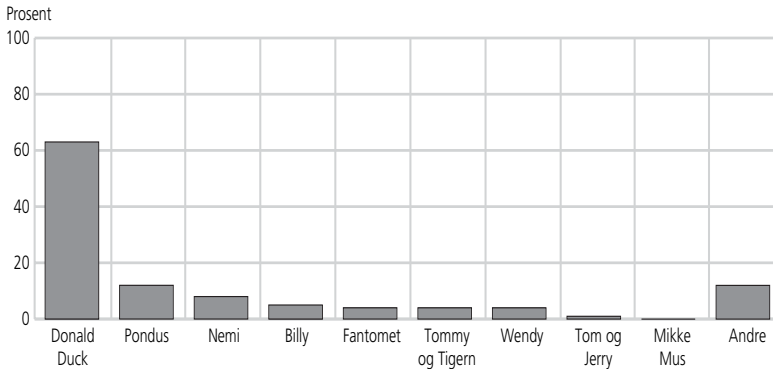
Figur 8. Andel lesere av tegneserieblad en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent



Tabell 9. Andel lesere av tegneserieblad og minutter brukt til slik lesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Prosentandel tegneserielesere totalt.....	11	10	9	11	10	9	9	9	9	8	7	7	8	7
Menn	14	12	11	14	11	10	10	12	11	11	10	10	9	10
Kvinner	7	7	7	8	8	7	8	6	6	5	5	5	6	4
9-15 år	52	51	42	55	47	44	43	39	41	35	32	33	33	34
16-24 år	20	16	13	16	17	14	15	14	11	13	13	9	11	12
25-44 år	5	5	6	5	6	4	5	5	5	7	5	5	5	5
45-66 år	1	2	1	3	0	2	1	2	1	2	1	1	3	1
67-79 år	0	1	0	2	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1
Ungdomsskole	6	7	4	7	7	7	4	8	3	7	5	5	4	6
Videregående skole ...	7	5	6	6	5	4	4	4	4	6	5	5	5	3
Universitet/høgskole, kort	4	3	3	4	2	6	4	5	4	4	6	5	4	4
Universitet/høgskole, lang	2	4	5	5	3	3	4	4	4	3	2	3	4	5
Minutter til tegneserielesing totalt	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Menn	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3
Kvinner	3	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
9-15 år	14	15	12	15	13	11	12	10	12	9	9	10	7	11
16-24 år	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3
25-44 år	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
45-66 år	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
67-79 år	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0
Ungdomsskole	2	3	1	1	1	2	1	2	1	3	1	1	1	1
Videregående skole ...	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Universitet/høgskole, kort	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Universitet/høgskole, lang	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1

Figur 9. Tegneserielesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent



Tabell 10. Lesere fordelt på type tegneserieblad en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent

	Donald Duck	Pon- dus	Nemi	Billy	Fanto- met	Tommy og Tigern	Wendy	Jerry	Mikke Mus	Andre tegne- serieblad
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
2003	64	3	5	2	38
2004	58	2	4	0	43
2005	63	12	8	5	4	4	4	1	0	13
Menn	65	14	4	7	4	2	0	1	0	15
Kvinner	55	8	16	3	2	7	14	3	0	8
9-15 år	75	3	8	0	2	3	6	3	0	9
16-24 år	48	27	13	9	6	0	3	0	0	15
25-44 år	51	18	3	11	7	10	0	0	0	18
45-66 år	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
67-79 år	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
Ungdomsskole	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
Videregående skole	63	17	4	13	4	4	0	0	0	17
Universitet/høgskole, kort ..	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
Universitet/høgskole, lang ..	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
Oslo/Akershus	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
Østlandet ellers	76	9	5	6	6	2	7	0	0	9
Agder/Rogaland	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
Vestlandet	67	13	4	5	0	4	4	0	0	9
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. 2005

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere			Alle	Lesere
Alle	7	2	26				
Kjønn				Husholdningsinntekt			
Menn	10	3	29	Under 200 000	6	2	:
Kvinner	4	1	20	200 000- 49 000	5	1	:
				350 000-499 000	7	2	:
				500 000-599 000	5	1	:
				600 000-749 000	10	2	22
				750 000 eller mer	7	2	:
Alder				Landsdel			
9-12 år	40	12	31	Oslo/Akershus	4	1	:
13-15 år	26	9	35	Østlandet ellers	9	2	22
16-19 år	15	3	:	Agder/Rogaland	7	2	:
20-24 år	9	2	:	Vestlandet	8	2	26
25-34 år	4	1	:	Trøndelag	7	3	:
35-44 år	5	1	:	Nord-Norge	8	2	:
45-54 år	1	0	:				
55-66 år	0	0	:				
67-79 år	1	0	:				
Kjønn/Alder				Bostedsstrøk			
Menn				Tettbygd 100 000 eller flere	5	1	:
9-15 år	45	17	37	Tettbygd 20 000-99 000 ..	6	2	:
16-24 år	15	4	:	Tettbygd under 20 000	9	2	25
25-44 år	7	1	:	Spredtbygd	8	2	28
45-66 år	1	0	:				
67-79 år	1	0	:				
Kvinner				Familiefase			
9-15 år	21	5	21	9-24 år hos foreldre	25	7	29
16-24 år	8	2	:	Enslige ellers 9-44 år	6	2	:
25-44 år	2	0	:	Enslige 45-79 år	1	0	:
45-66 år	1	0	:	Enslige forsørgere	4	1	:
67-79 år	0	0	:	Par med barn 0-6 år	5	1	:
Yrkesstatus (16-79 år)				Par med barn 7-17 år	2	0	:
Yrkesgruppe 1-2	4	1	:	Par 16-44 år uten barn	6	2	:
Yrkesgruppe 3	2	0	:	Par 45-79 år uten barn	0	0	:
Yrkesgruppe 4-5	3	1	:				
Yrkesgruppe 6-9	6	2	:	Husholdningsstørrelse			
Elever/studenter	11	3	:	Bor alene	4	1	:
Pensjonister	1	0	:	2 husholdningsmedlemmer	3	1	:
Hjemmearbeidende	3	1	:	3 husholdningsmedlemmer	9	2	27
				4 husholdningsmedlemmer	9	3	28
				5 husholdningsmedlemmer			
				eller flere	17	4	26
Utdanning (16-79 år)							
Ungdomsskole	6	1	:				
Videregående skole	3	1	25				
Universitet/høgskole, kort	4	1	:				
Universitet/høgskole, lang	5	1	:				

- **Én av ni personer leser tidsskrift o.l. i løpet av en dag.**
- **Menn er de ivrigste leserne, men kjønnsforskjellen er blitt mindre.**
- **Høy utdanning og tidsskriftlesing henger sammen.**
- **Fag- og foreningsblad leses mest.**

I 2005 var det 11 prosent som leste tidsskrift, foreningsblad eller lignende en gjennomsnittsdag. Det har vært en liten nedgang i lesingen av slike blad de seinere åra. I 2005 brukte befolkningen 3 minutter til slik lesning per dag, det vil si 27 minutter blant de som leser slike blad i løpet av en dag.

Tidligere har det helst vært voksne menn som har lest slike blad. Forskjellen mellom kjønnene har nå blitt mindre. Denne type blad er vesentlig rettet mot et voksent publikum. Det kommer klart til uttrykk ved at det er en liten andel av barn og unge som leser slike blad. Blant 16-19-åringene er andelen kun 2 prosent.

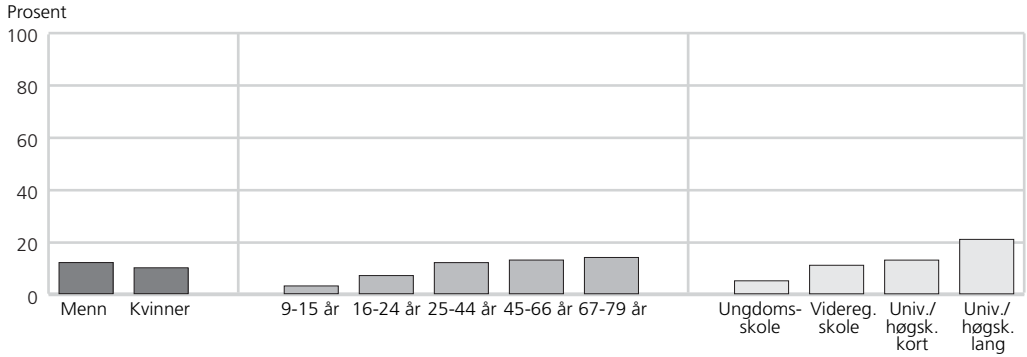
Mange slike blad er rettet inn mot spesielle fagmiljøer. Dette gjenspeiles i at høy utdanning har klar sammenheng med slik lesing. Mens 5 prosent av de med utdanning på ungdomsskolenivå leser tidsskrift eller lignende en gjennomsnittsdag, er andelen 21 prosent blant de med lang universitets- eller høyskoleutdanning. Dette gjenspeiles også i at personer med akademiske yrker og administrative ledere er blant de gruppene som i særlig grad er tidsskriftlesere. Husholdningsinntekt har ingen klar sammenheng med tidsskriftlesing. Vi finner omtrent like stor andel lesere i storbyene som i mindre tettbygde strøk.

Halvparten av tidsskriftleserne leser fag- eller foreningsblad en gjennomsnittsdag.

Omtrent en av fire leser blader om hobby, hjem eller fritid. Noen færre 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 blad om hobby, hjem og fritid.

Begrepet tidsskrift omfatter her både tidsskrift, foreningsblad og lignende.

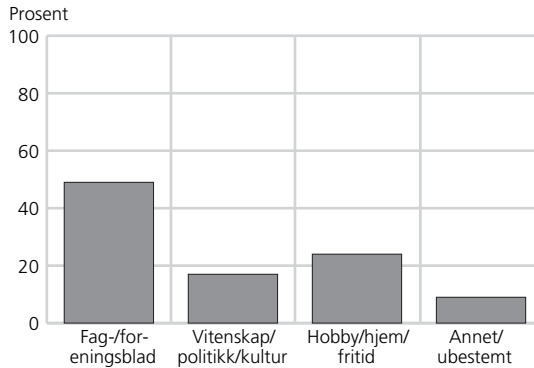
Figur 10. Andel lesere av tidsskrift, foreningsblad e.l. en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent



Tabell 12. Andel tidsskriftlesere og minutter brukt til tidsskriftlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Prosentandel tidsskriftlesere totalt.	18	14	16	16	16	15	14	15	14	13	14	13	12	11
Menn	21	18	19	20	17	20	17	19	17	17	17	15	14	12
Kvinner	14	10	14	12	14	11	12	12	11	10	12	11	10	10
9-15 år	9	5	4	8	4	6	7	6	4	3	8	1	3	3
16-24 år	15	11	12	15	18	11	15	8	9	11	10	9	9	7
25-44 år	19	16	18	18	17	18	14	17	16	14	15	15	13	12
45-66 år	21	19	21	18	16	19	18	20	18	18	18	16	17	13
67-79 år	16	12	17	15	23	8	17	13	13	10	15	17	12	14
Ungdomsskole	11	7	9	12	10	8	7	10	8	9	7	8	6	5
Videregående skole	17	14	16	15	17	14	14	14	14	12	15	13	12	11
Universitet/høgskole, kort	24	25	20	23	20	19	22	19	17	16	17	19	18	13
Universitet/høgskole, lang	35	33	36	29	27	30	26	27	22	24	22	21	22	21
Minutter til tidsskriftlesing totalt.	6	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	3	4	3
Menn	7	6	7	6	5	5	5	6	5	4	4	4	5	3
Kvinner	5	3	4	3	5	3	4	3	3	3	3	3	2	3
9-15 år	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	0	1	0
16-24 år	4	4	5	4	5	2	4	2	2	3	2	2	3	2
25-44 år	7	5	6	5	5	5	4	6	5	4	3	4	3	3
45-66 år	7	6	7	5	5	6	4	5	6	4	5	2	5	4
67-79 år	8	4	7	7	8	3	6	4	5	2	5	5	4	4
Ungdomsskole	4	2	3	3	4	3	2	3	2	2	2	3	1	1
Videregående skole	5	5	6	5	6	4	4	4	4	3	4	3	4	3
Universitet/høgskole, kort	8	7	6	7	6	6	5	4	4	3	4	5	5	3
Universitet/høgskole, lang	15	11	13	6	7	8	8	10	7	6	6	6	6	8

Figur 11. Tidsskriftlesere fordelt på type blad de har lest en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent



Tabell 13. Lesere fordelt på type tidsskrift en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005¹. 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
2003	55	15	21	9
2004	54	19	19	8
2005	49	17	24	9
Menn	48	15	30	7
Kvinner	51	20	18	11
9-15 år	:	:	:	:
16-24 år	:	:	:	:
25-44 år	55	13	25	7
45-66 år	49	22	23	6
67-79 år	44	18	26	11
Ungdomsskole	:	:	:	:
Videregående skole	51	9	35	6
Universitet/høgskole, kort	48	26	21	5
Universitet/høgskole, lang	49	26	11	13
Oslo/Akershus	42	17	26	15
Østlandet ellers	55	14	23	8
Agder/Rogaland	59	17	13	11
Vestlandet	46	23	31	0
Trøndelag	:	:	:	:
Nord-Norge	:	:	:	:

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. 2005

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere			Alle	Lesere
Alle	11	3	27				
Kjønn				Husholdningsinntekt			
Menn	12	3	28	Under 200 000	7	4	:
Kvinner	10	3	26	200 000 - 349 000	12	3	27
				350 000 - 499 000	12	3	26
Alder				500 000 - 599 000	11	3	26
9-12 år	4	0	:	600 000 - 749 000	14	4	26
13-15 år	1	0	:	750 000 eller mer	11	3	24
16-19 år	2	0	:				
20-24 år	11	4	:	Landsdel			
25-34 år	12	3	26	Oslo/Akershus	10	3	25
35-44 år	11	3	22	Østlandet ellers	13	3	27
45-54 år	12	4	30	Agder/Rogaland	11	4	38
55-66 år	15	4	28	Vestlandet	10	2	22
67-79 år	14	4	28	Trøndelag	11	3	:
				Nord-Norge	8	2	:
Kjønn/Alder							
Menn				Bostedsstrøk			
9-15 år	2	0	:	Tettbygd 100 000 eller flere	12	3	26
16-24 år	10	4	:	Tettbygd 20 000-99 000	11	3	24
25-44 år	14	3	22	Tettbygd under 20 000	10	3	28
45-66 år	13	4	30	Spredtbygd	11	3	31
67-79 år	15	5	:				
Kvinner				Familiefase			
9-15 år	3	0	:	9-24 år hos foreldre	3	1	:
16-24 år	4	0	:	Enslige ellers 9-44 år	10	4	41
25-44 år	9	3	28	Enslige 45-79 år	13	4	28
45-66 år	14	4	28	Enslige forsørgere	5	2	:
67-79 år	14	3	:	Par med barn 0-6 år	11	3	26
				Par med barn 7-17 år	14	3	23
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn	13	2	:
Yrkesgruppe 1-2	17	5	28	Par 45-79 år uten barn	14	4	30
Yrkesgruppe 3	11	3	24				
Yrkesgruppe 4-5	10	2	20	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 6-9	11	3	23	Bor alene	12	4	38
Elever/studenter	6	4	:	2 husholdningsmedlemmer	13	4	27
Pensjonister	14	4	30	3 husholdningsmedlemmer	9	3	28
Hjemmearbeidende	6	1	:	4 husholdningsmedlemmer	10	2	22
				5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning (16-79 år)				eller flere	7	1	20
Ungdomsskole	5	1	:				
Videregående skole	11	3	24				
Universitet/høgskole, kort ...	13	3	25				
Universitet/høgskole, lang ..	21	8	38				

- **En av fire leser bøker en gjennomsnittsdag.**
- **Andelen som leser bøker har økt noe de seinere åra.**
- **Jenter og kvinner er de ivrigste bokleserne.**
- **Mest boklesing blant de med høy utdanning.**
- **Skjønnlitteratur leses mest, både blant kvinner og menn.**

25 prosent leste bøker en gjennomsnittsdag i 2005, det er 2 prosentpoeng høyere enn året før. I gjennomsnitt brukte vi 15 minutter på boklesing per dag, eller 58 minutter blant bokleserne. Andelen boklesere sank noe i første halvdel av 1990-tallet, men har siden økt. 2005-tallene er de høyeste på de siste 15 åra. Økningen gjelder begge kjønn, men kvinner leser fremdeles bøker i betydelig større grad enn menn. Dette gjelder på alle alderstrinn, men forskjellen er minst blant barn i alderen 9-15 år.

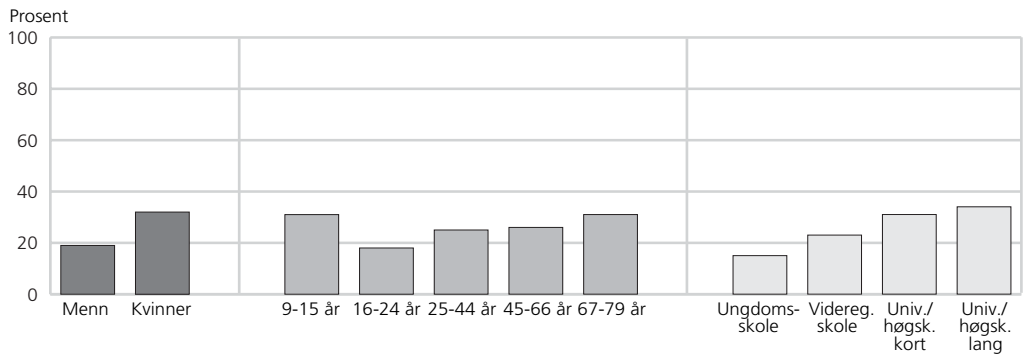
På samme måte som når det gjelder tidsskrift, er det personer med høy utdanning som er de mest ivrige bokleserne. Ledere og personer med akademiske yrker og pensjonister leser i større grad bøker enn andre. Folks husholdningsinntekt har ingen klar sammenheng med boklesing.

Skjønnlitteratur, det vil si romaner og noveller, har vært og er mest populært blant bokleserne. 67 prosent av dem som leser bøker en gjennomsnittsdag leser slike bøker. Det er særlig kvinner som foretrekker å lese denne typen litteratur. Men flertallet av mannlige lesere velger også romaner framfor annen litteratur. De velger likevel i større grad sakprosa enn kvinnelige boklesere gjør. Dette gjelder særlig bøker om samfunn, politikk, kunst og historie. Eldre er de som i

særlig grad velger å lese biografier/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.

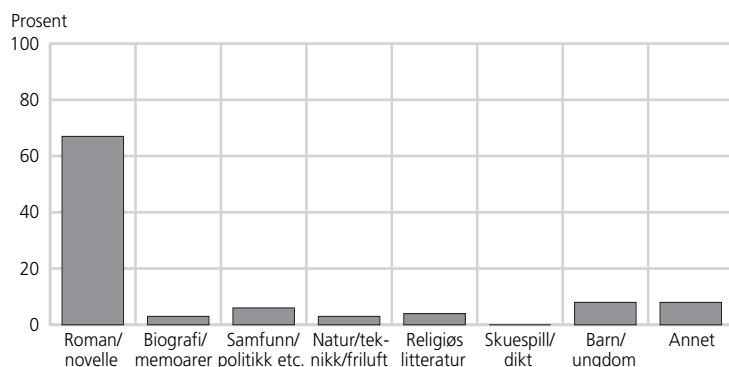
Figur 12. Andel boklesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent



Tabell 15. Andel boklesere og minutter brukt til boklesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Prosentandel boklesere totalt	24	21	18	19	19	17	18	19	20	22	23	23	23	25
Menn	19	19	12	14	15	14	13	15	16	17	17	17	19	19
Kvinner	28	24	24	24	23	21	23	24	24	26	28	30	27	32
9-15 år	31	29	31	23	20	26	23	25	18	23	28	31	28	31
16-24 år	28	27	16	22	24	17	14	19	19	16	19	18	16	18
25-44 år	21	19	18	20	17	17	19	17	19	21	24	23	22	25
45-66 år	22	18	17	19	22	15	17	18	23	24	22	23	25	26
67-79 år	25	24	13	11	15	20	17	25	20	22	19	24	23	31
Ungdomsskole	13	16	12	12	13	10	12	14	10	15	14	15	14	15
Videregående skole	22	20	15	17	19	16	16	16	17	19	19	19	19	23
Universitet/høgskole, kort	34	23	25	28	20	29	15	24	29	32	31	28	32	31
Universitet/høgskole, lang	33	31	22	29	28	19	28	28	31	30	33	33	33	34
Minutter til boklesing totalt	14	13	11	12	12	10	10	11	12	12	14	12	12	15
Menn	11	12	8	8	9	8	7	8	9	9	9	8	9	10
Kvinner	17	14	14	15	15	12	13	14	14	15	18	16	14	20
9-15 år	13	14	15	10	7	11	8	11	7	9	11	16	9	15
16-24 år	18	17	12	13	14	9	7	14	13	8	16	10	10	11
25-44 år	11	13	11	12	10	9	11	9	11	13	14	10	12	14
45-66 år	13	12	11	13	15	9	11	11	14	13	14	13	13	16
67-79 år	22	13	7	7	10	18	12	14	13	14	12	15	14	19
Ungdomsskole	11	9	9	9	6	6	6	7	6	7	9	8	7	9
Videregående skole	13	12	9	10	13	9	10	9	10	11	12	10	10	14
Universitet/høgskole, kort	21	16	15	17	9	18	12	14	15	20	24	14	17	19
Universitet/høgskole, lang	18	23	14	20	19	13	15	17	20	16	18	18	19	16

Figur 13. Boklesere fordelt på type bok lest en gjennomsnittsdag, 2005. Prosent



Tabell 16. Lesere fordelt på boktype en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent

	Roman/novelle	Biografi/memoarer	Samfunn/politikk/kunst/historie	Natur/teknikk/friluft	Religiøs litteratur	Skuespill/dikt	Barne-/ungdomslitteratur	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
2003	63	7	6	4	3	1	8	9
2004	54	8	7	3	4	0	11	13
2005	67	3	6	3	4	0	8	8
Menn	60	1	10	4	5	0	12	8
Kvinner	72	4	3	3	3	0	6	8
9-15 år	34	0	0	2	0	2	57	5
16-24 år	69	2	6	4	8	0	0	12
25-44 år	74	3	4	3	4	0	2	10
45-66 år	76	2	7	4	4	0	1	7
67-79 år	64	8	12	4	5	0	0	7
Ungdomsskole	76	3	3	0	10	0	0	8
Videregående skole	72	2	6	6	4	0	1	10
Universitet/høgskole, kort	67	4	10	3	4	0	2	11
Universitet/høgskole, lang	80	3	5	3	4	0	1	3
Oslo/Akershus	69	3	5	5	2	0	9	9
Østlandet ellers	63	3	8	5	5	0	11	5
Agder/Rogaland	68	3	3	2	10	0	5	9
Vestlandet	70	3	9	0	5	0	6	8
Trøndelag	77	3	3	3	0	0	7	6
Nord-Norge	65	2	2	4	0	2	10	14

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. 2005

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere			Alle	Lesere
Alle	25	15	58	Husholdningsinntekt			
Kjønn				Under 200 000	30	19	62
Menn	19	10	52	200 000 - 349 000	22	14	62
Kvinner	32	20	62	350 000 - 499 000	24	14	57
Alder				500 000 - 599 000	23	11	50
9-12 år	40	18	46	600 000 - 749 000	26	14	55
13-15 år	20	12	:	750 000 eller mer	29	15	52
16-19 år	14	10	:	Landsdel			
20-24 år	21	12	58	Oslo/Akershus	33	15	47
25-34 år	26	14	54	Østlandet ellers	22	14	63
35-44 år	23	13	58	Agder/Rogaland	22	12	54
45-54 år	27	16	59	Vestlandet	25	16	63
55-66 år	24	15	62	Trøndelag	19	13	67
67-79 år	31	19	63	Nord-Norge	27	18	67
Kjønn/Alder				Bostedsstrøk			
Menn				Tettbygd 100 000			
9-15 år	30	14	48	eller flere	29	15	53
16-24 år	15	8	:	Tettbygd 20 000-99 000	24	13	54
25-44 år	17	8	49	Tettbygd under 20 000 ..	27	14	52
45-66 år	17	9	51	Spredtbygd	21	16	76
67-79 år	25	16	:	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	24	13	56
9-15 år	32	16	52	Enslige ellers 9-44 år	23	13	56
16-24 år	22	16	72	Enslige 45-79 år	29	20	68
25-44 år	32	19	60	Enslige forsørgere	25	12	:
45-66 år	35	22	65	Par med barn 0-6 år	21	12	56
67-79 år	35	22	62	Par med barn 7-17 år	30	16	53
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn ...	26	15	57
Yrkesgruppe 1-2	30	15	51	Par 45-79 år uten barn ...	25	16	64
Yrkesgruppe 3	27	14	51	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 4-5	24	14	58	Bor alene	27	17	62
Yrkesgruppe 6-9	10	6	59	2 husholdningsmedlemmer	27	16	60
Elever/studenter	23	15	66	3 husholdningsmedlemmer	23	14	59
Pensjonister	31	21	69	4 husholdningsmedlemmer	23	11	49
Hjemmearbeidende	28	30	:	5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning				eller flere	25	15	60
Ungdomsskole	15	9	65				
Videregående skole	23	14	61				
Universitet/høgskole, kort ...	31	19	62				
Universitet/høgskole, lang	34	16	46				

- **45 prosent lytter til plater, kassetter, CD-er eller MP3 i løpet av en dag.**
- **Blant de unge lytter tre av fire.**
- **Liten forskjell i lytting mellom menn og kvinner.**
- **Elever og studenter lytter mest, pensjonister minst.**
- **Ni av ti bruker CD-spiller, men MP3-spillere øker mest.**

45 prosent lyttet til plater, kassetter, CD-er eller MP3-spillere en gjennomsnittsdag i 2005. Lytterandelen har variert noe de siste åra, men det har vært en økning siden midten på 1990-tallet. I gjennomsnitt brukte vi 39 minutter på slik lytting per dag, eller 87 minutter blant de som bruker tid til slikt.

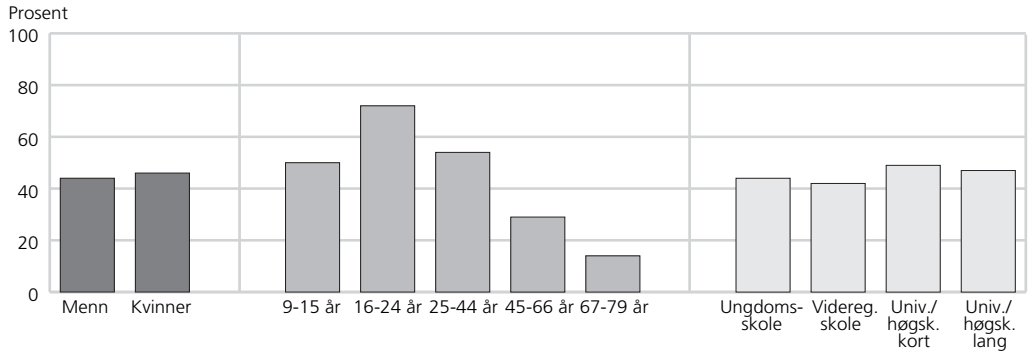
Lytterandelen er omtrent lik mellom menn og kvinner, og tiden de bruker til slike lydavspillingssystemer er også temmelig lik. Det er særlig de unge som bruker tid på slikt. I aldersgruppen 16-19 år er 77 prosent lyttere i løpet av en dag. Til sammenligning bruker bare 14 prosent i aldersgruppen 67-79 år tid på dette en gjennomsnittsdag. Aldersgruppen 20-24 år bruker mest tid på å lytte til lydavspillingssystemene. Lytterne i denne gruppen bruker i gjennomsnitt 2 timer og 6 minutter per dag.

Andelen lyttere er noe høyere for personer med lang utdanning enn for andre personer. De med lengst utdanning bruker derimot mindre tid på det enn andre når de lytter. Det er ikke noen klar

sammenheng mellom slik lytting og husholdningsinntekt. Derimot er det en tendens til at bosted har betydning. De som bor i de store byene lytter mest, mens de som bor i spredtbygde strøk lytter minst. Grupper som ellers peker seg ut som ivrige lyttere er elever/studenter. Trygdede/pensjonister er gruppen med lavest andel lyttere.

CD-platene har i de seinere åra fullstendig overtatt markedet for lydavspilling i forhold til kassetter og vinylplater. Nærmere ni av ti bruker denne teknikken per dag, mens bare 4 prosent bruker kassettbånd og 2 prosent bruker vinylplater. Andelen som bruker CD-spillere har likevel gått noe ned de to siste åra. MP3-spillere er blitt en konkurrent, som etter kort tid på markedet allerede har 26 prosent av lytterne. Dette er en dobling fra året før. Minidisc-spillere ser ellers ut til å være et forbigående fenomen. Mens det tidligere særlig var de unge som brukte CD-spiller, dominerer dette avspillingssystemet nå i alle grupper. Det er særlig menn og de unge som lytter til MP3-spillere i løpet av dagen. Blant 16-24-åringene er det 48 prosent MP3-brukere blant de som lytter på lydavspillingssystemer i løpet av en dag.

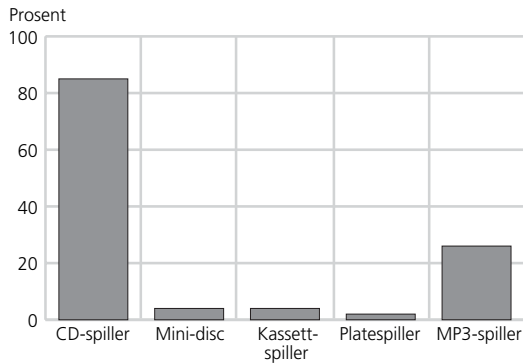
Figur 14. Andel lyttere til plate, kassett, CD eller MP3 en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning, 2005. Prosent



Tabell 18. Andel lyttere til plate, kassett, CD eller MP3 og minutter brukt til slik lytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning, 1991-2005

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Prosentandel lyttere totalt	43	38	44	38	37	41	42	44	50	47	49	45	47	45
Menn	43	38	43	38	36	39	41	44	49	49	47	45	46	44
Kvinner	43	38	44	38	38	43	42	44	52	45	50	45	47	46
9-15 år	69	71	67	67	64	70	71	69	72	64	63	62	56	50
16-24 år	73	72	75	68	70	75	74	77	79	76	77	74	73	72
25-44 år	47	40	44	43	39	46	49	49	56	54	58	53	52	54
45-66 år	22	18	26	17	20	22	19	24	30	30	32	27	35	29
67-79 år	9	7	9	10	9	9	8	12	13	14	14	11	14	14
Ungdomsskole	37	28	37	27	33	33	29	35	44	39	39	35	35	44
Videregående skole ...	40	37	39	34	33	37	39	41	46	44	45	42	45	42
Universitet/høgskole, kort	41	35	47	44	36	46	37	43	42	47	59	46	51	49
Universitet/høgskole, lang	41	36	46	44	35	42	42	43	53	49	54	48	56	47
Minutter til lytting totalt	40	32	38	31	30	36	33	34	46	43	42	42	41	39
Menn	40	31	38	33	29	33	30	32	46	46	42	42	40	41
Kvinner	40	33	39	28	31	38	35	37	46	41	42	41	42	38
9-15 år	63	45	46	34	35	41	41	43	45	39	35	46	36	29
16-24 år	89	86	84	74	81	101	81	89	97	104	100	91	79	88
25-44 år	39	33	37	34	30	38	38	35	50	51	49	44	46	47
45-66 år	15	11	18	11	14	14	13	17	27	19	21	26	29	18
67-79 år	5	3	7	9	4	7	4	6	9	10	7	8	9	9
Ungdomsskole	35	26	36	22	32	34	33	32	52	47	36	40	34	38
Videregående skole ...	41	35	35	30	30	35	32	36	47	43	44	43	42	43
Universitet/høgskole, kort	35	23	45	37	33	34	31	32	36	46	58	42	45	40
Universitet/høgskole, lang	24	33	38	36	24	39	29	29	44	41	41	39	43	33

Figur 15. Lyttere fordelt på avspillingssystem de har lyttet til en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent



Tabell 19. Lyttere fordelt på type lydavspillingssystem en gjennomsnittsdag 1994-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent

	CD-spiller	Minidisc-spiller	Kassettspiller	Platespiller	MP3-spiller
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	.
2003	93	8	10	3	.
2004	87	5	10	2	12
2005	85	4	4	2	26
Menn	83	3	4	3	34
Kvinner	87	5	5	2	20
9-15 år	70	8	3	1	44
16-24 år	80	5	3	5	48
25-44 år	88	2	4	1	21
45-66 år	94	4	7	4	4
67-79 år	93	0	18	0	0
Ungdomsskole	83	6	4	5	39
Videregående skole	88	3	6	2	22
Universitet/høgskole, kort	89	3	4	1	18
Universitet/høgskole, lang	87	3	2	1	25
Oslo/Akershus	82	6	4	0	30
Østlandet ellers	86	4	6	4	23
Agder/Rogaland	89	3	7	3	24
Vestlandet	83	3	2	2	30
Trøndelag	90	1	7	1	18
Nord-Norge	84	4	1	4	32

Tabell 20. Andel som har lyttet til plate, kassett, CD eller MP3 en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2005

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lyttere			Alle	Lyttere
Alle	45	39	87	Husholdningsinntekt			
				Under 200 000	42	51	122
Kjønn				200 000 -349 000	42	44	104
Menn	44	41	93	350 000 -499 000	39	30	75
Kvinner	46	38	82	500 000 -599 000	44	34	76
				600 000 -749 000	50	35	70
Alder				750 000 eller mer	51	40	78
9-12 år	41	16	39	Landsdel			
13-15 år	61	43	71	Oslo/Akershus	49	46	95
16-19 år	77	93	120	Østlandet ellers	44	38	88
20-24 år	67	85	126	Agder/Rogaland	41	33	80
25-34 år	57	53	92	Vestlandet	48	39	81
35-44 år	52	42	82	Trøndelag	44	36	83
45-54 år	34	19	57	Nord-Norge	45	41	90
55-66 år	23	16	67				
67-79 år	14	9	64	Bostedsstrøk			
Kjønn/Alder				Tettbygd 100 000			
Menn				eller flere	51	48	93
9-15 år	43	25	59	Tettbygd 20 000-99 000 ...	47	38	81
16-24 år	69	83	120	Tettbygd under 20 000	43	38	88
25-44 år	54	53	98	Spredtbygd	41	36	87
45-66 år	27	17	66				
67-79 år	16	8	:	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	62	58	93
9-15 år	58	32	55	Enslige ellers 9-44 år	65	78	121
16-24 år	74	95	128	Enslige 45-79 år	20	14	72
25-44 år	55	42	77	Enslige forsørgere	54	51	96
45-66 år	31	18	57	Par med barn 0-6 år	53	37	70
67-79 år	13	9	:	Par med barn 7-17 år	48	29	61
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn	50	55	111
Yrkesgruppe 1-2	47	33	71	Par 45-79 år uten barn	21	13	64
Yrkesgruppe 3	46	33	71				
Yrkesgruppe 4-5	50	52	103	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 6-9	47	43	93	Bor alene	44	50	116
Elever/studenter	69	76	110	2 husholdningsmedlemmer	33	29	88
Pensjonister	20	18	92	3 husholdningsmedlemmer	52	48	92
Hjemmearbeidende	49	56	:	4 husholdningsmedlemmer	53	35	66
				5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning (16-79 år)				eller flere	56	48	86
Ungdomsskole	44	38	88				
Videregående skole	42	43	100				
Universitet/høgskole, kort .	49	40	82				
Universitet/høgskole, lang .	47	33	70				

- **Én av ti ser video i løpet av en dag.**
- **Videoseing har holdt seg stabil de seineste åra.**
- **Barn og unge ser mer på video enn voksne.**
- **Økende andel som ser på kjøpe-/leievideo.**
- **Seks ganger mer ser kjøpe-/leiefilm på DVD enn på VHS.**

I 2005 så 9 prosent på videobånd eller DVD-plater en gjennomsnittsdag. Dette er omtrent på samme nivå som de seinere åra. Gjennomsnittstiden folk bruker til video er også temmelig stabil. Den var i 2005 på 8 minutter blant befolkningen som helhet, det vil si 91 minutter blant de som så på video.

Stort sett har det vært slik at menn har sett noe mer på video enn kvinner. Denne forskjellen finner vi nå bare blant 9-15-åringene. Fremdeles er det barn og unge som ser mest på video. Forholdet mellom dem og de voksne har vært nokså likt de siste ti åra.

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. Siste året har det vært en viss økning igjen. Blant jentene har endringene vært mindre.

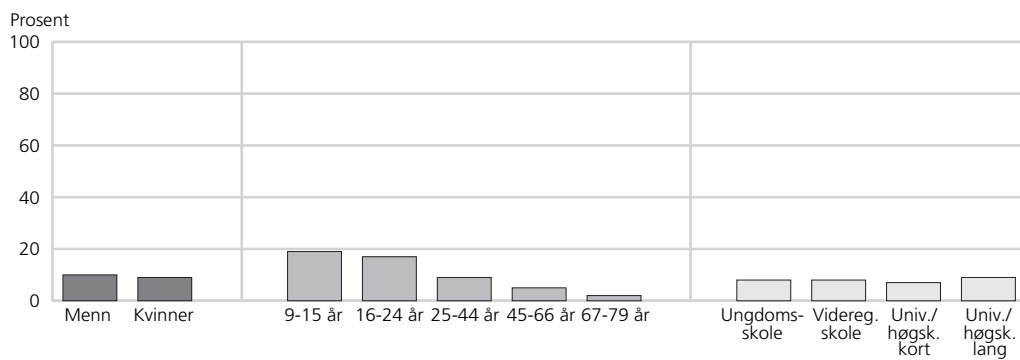
Det er elever og studenter som er de ivrigste videoseerne. Det er ikke noen tydelig sammenheng mellom videoseing og verken utdanning eller husholdningsinntekt. Det er ingen klar sammenheng mellom videoseing og bostedsstrøk.

Omtrent fire av fem ser på kjøpe- eller leiefilm når de ser på video en gjennomsnittsdag. Det er nå seks ganger så mange som ser film på DVD-plater i

forhold til VHS-kassetter. Andelen blant videoseere som ser på opptak fra fjernsynsprogram er stadig synkende, og er nå på bare 15 prosent. 13 prosent ser på egne videoopptak. Det er særlig barn og unge som ser kjøpe-/leievideo framfor opptak fra fjernsynet. Både blant menn og kvinner og blant barn og voksne er det betydelig flere som ser på DVD enn VHS.

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

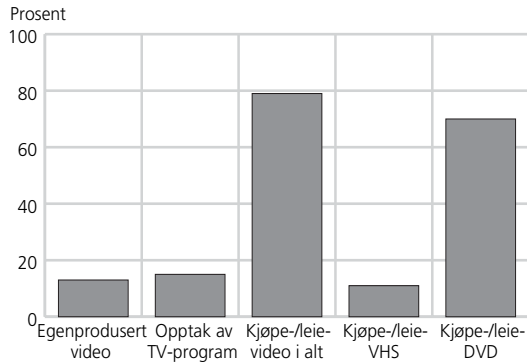
Figur 16. Andel videoseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent



Tabell 21. Andel video-seere og minutter brukt til videoseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Prosentandel video-seere totalt	10	10	11	8	9	9	8	9	10	9	10	9	10	9
Menn	12	12	12	8	10	10	9	7	10	10	11	10	10	10
Kvinner	8	8	9	7	8	7	6	11	9	8	9	9	9	9
9-15 år	27	21	22	18	20	18	17	18	19	18	17	21	22	19
16-24 år	18	18	18	12	17	17	16	18	19	19	19	19	17	17
25-44 år	8	10	10	7	9	9	8	7	9	8	11	9	9	9
45-66 år	4	5	5	4	4	5	2	5	4	4	4	4	4	5
37-79 år	2	3	1	3	1	1	1	5	3	4	3	2	4	2
Ungdomsskole	6	10	10	4	6	9	4	8	9	11	7	8	9	8
Videregående skole	9	9	9	7	8	7	7	8	9	7	8	9	8	8
Universitet/høgskole, kort	5	5	7	5	11	7	6	13	9	8	13	9	7	7
Universitet/høgskole, lang	10	7	9	9	7	8	6	6	7	7	11	6	7	9
Minutter videoseing totalt	8	7	8	5	7	6	6	7	7	7	8	8	9	8
Menn	11	10	9	6	8	8	7	6	8	8	9	9	10	10
Kvinner	6	5	6	5	6	5	4	7	6	7	6	7	8	7
9-15 år	22	15	13	12	12	13	13	13	14	17	12	19	18	18
16-24 år	17	19	16	11	17	15	14	18	17	16	21	17	21	18
25-44 år	6	6	7	4	6	6	5	5	6	7	7	7	8	8
45-66 år	2	3	3	2	3	3	1	3	2	2	2	4	3	3
67-79 år	1	1	0	2	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1
Ungdomsskole	6	8	8	3	5	8	3	7	9	9	7	7	11	8
Videregående skole	8	8	7	4	7	5	6	6	6	6	6	8	8	7
Universitet/høgskole, kort	5	2	5	4	10	5	4	7	7	9	12	7	6	7
Universitet/høgskole, lang	5	3	6	7	6	5	4	4	5	6	8	4	4	7

Figur 17. Videoseere fordelt på type videoopptak de har sett en gjennomsnittsdag, 2005. Prosent



Tabell 22. Seere fordelt på type videoopptak en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel, 2005. 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
2003	15	26	68	30	39
2004	11	23	73	18	57
2005	13	15	79	11	70
Menn	14	11	83	9	75
Kvinner	11	18	76	13	64
9-15 år	6	5	97	28	72
16-24 år	8	6	90	0	90
25-44 år	11	16	81	9	71
45-66 år	32	32	40	12	32
67-79 år	:	:	:	:	:
Ungdomsskole	10	9	81	4	77
Videregående skole	11	19	76	10	66
Universitet/høgskole, kort	11	16	77	4	77
Universitet/høgskole, lang	:	:	:	:	:
Oslo/Akershus	9	30	70	6	67
Østlandet ellers	20	15	78	12	68
Agder/Rogaland	16	14	74	19	56
Vestlandet	6	6	91	6	85
Trøndelag	:	:	:	:	:
Nord-Norge	:	:	:	:	:

Tabell 23. Andel som har sett video en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2005

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Seere			Alle	Seere
Alle	9	8	91				
Kjønn				Husholdningsinntekt			
Menn	10	10	99	Under 200 000	10	11	:
Kvinner	9	7	83	200 000 - 349 000	8	9	103
				350 000 - 499 000	6	5	:
Alder				500 000 - 599 000	6	5	:
9-12 år	19	15	:	600 000 - 749 000	11	11	94
13-15 år	20	21	:	750 000 eller mer	10	9	90
16-19 år	17	17	:				
20-24 år	17	19	113	Landsdel			
25-34 år	11	9	90	Oslo/Akershus	8	7	84
35-44 år	7	6	80	Østlandet ellers	9	9	98
45-54 år	5	4	:	Agder/Rogaland	10	9	86
55-66 år	4	3	:	Vestlandet	11	11	99
67-79 år	2	1	:	Trøndelag	6	5	:
				Nord-Norge	12	10	:
Kjønn/Alder							
Menn				Bostedsstrøk			
9-15 år	21	19	91	Tettbygd 100 000 eller flere	8	8	100
16-24 år	17	20	114	Tettbygd 20 000-99 000	10	11	107
25-44 år	9	9	101	Tettbygd under 20 000 ..	11	9	84
45-66 år	5	4	:	Spredtbygd	9	7	78
67-79 år	1	1	:				
Kvinner				Familiefase			
9-15 år	17	17	:	9-24 år hos foreldre	19	19	102
16-24 år	16	16	:	Enslige ellers 9-44 år	12	11	97
25-44 år	9	6	72	Enslige 45-79 år	3	2	:
45-66 år	5	3	:	Enslige forsørgere	10	6	:
67-79 år	2	2	:	Par med barn 0-6 år	11	8	78
				Par med barn 7-17 år	6	4	:
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 16-44 år uten barn...	8	11	:
Yrkesgruppe 1-2	6	5	:	Par 45-79 år uten barn...	3	3	:
Yrkesgruppe 3	8	6	:				
Yrkesgruppe 4-5	11	10	95	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 6-9	7	6	:	Bor alene	7	6	:
Elever/studenter	16	15	96	2 husholdningsmedlemmer	7	7	102
Pensjonister	4	3	:	3 husholdningsmedlemmer	12	11	99
Hjemmearbeidende	8	5	:	4 husholdningsmedlemmer	10	8	83
				5 husholdningsmedlemmer			
Utdanning (16-79 år)				eller flere	14	12	88
Ungdomsskole	8	8	:				
Videregående skole	8	7	90				
Universitet/høgskole, kortt	7	7	91				
Universitet/høgskole, lang	9	7	:				

- **55 prosent hører på radio i løpet av en dag.**
- **De godt voksne hører mest på radio.**
- **De med høy utdanning bruker mindre tid på radio enn andre.**
- **NRK P1 har flest lyttere, P4 har betydelig flere enn Kanal 24.**
- **Vi hører helst på nyheter, underholdning og distrikts-sendinger.**

55 prosent av befolkningen lyttet på radio en gjennomsnittsdag i 2005. I 2004 var andelen 58 prosent. Det var en nedgang i andelen radiolyttere i første del av 1990-tallet. Deretter har andelen holdt seg rundt 60 prosent. Denne utviklingstendensen gjelder begge kjønn og både unge og voksne. Gjennomsnittlig lyttetid var 1 time og 24 minutter i 2005, det vil si 2 timer og 34 minutter blant radiolytterne. Dette er noe høyere enn året før. Lytterandelen har stort sett vært noe høyere blant menn enn kvinner. Denne forskjellen er ikke lenger til stede.

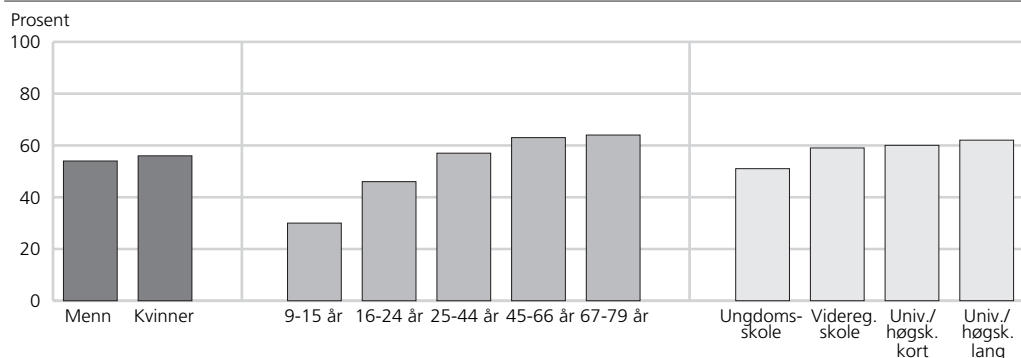
Særlig barn, men også unge, lytter i mindre grad på radio enn de voksne. I aldersgruppen 9-12 år er det bare en av fire som lytter på radio en gjennomsnittsdag. Personer i alderen 45 år og eldre har høyest lytterandel, men personer i alderen 67-79 år er de som bruker mest tid til radiolytting. Andelen som hører på radio per dag er høyere blant personer med lang utdanning enn de med kort utdanning, men de bruker likevel mindre tid på radiolyttingen enn andre grupper. Håndverkere og personer med manuelt arbeid bruker mer tid til radiolytting enn andre.

NRK har totalt en lytteroppslutning på 34 prosent per dag, som er litt mindre enn året før. NRKs P1 er fremdeles den viktigste riksdekkende radiokanalen. P4

er fremdeles den sterkeste konkurrenten til NRK med en oppslutning på 17 prosent. Kanal 24 har en oppslutning på 5 prosent. I 2005 var det liten forskjell i kanalvalget mellom kjønnene. NRKs P1 og P2 har en overvekt lyttere blant de godt voksne. P4 og Kanal 24 har best oppslutning blant lyttere i alderen 25-44 år. P3 når best ut til aldersgruppen 16-24 år. NRK, både P1 og P2, skiller seg særlig ut som kanaler som når de med lang utdanning best.

Radioen når fremdeles helst lytterne gjennom nyhetsendingene i løpet av en dag. Underholdning/lette magasinposter, distriktsprogram og program med populærmusikk når også mange lyttere. Programpreferansene mellom kjønnene er nokså like, men menn hører i større grad på sportsprogram. Unge hører mest på populærmusikk og minst på nyheter og informasjonsprogram. P1s lyttere er de som i størst grad hører på nyheter, værmeldingene, distriktsprogram og sport. P2-lytterne hører også i stor grad på nyheter og har den høyeste andelen når det gjelder kulturprogram, informasjonsprogram og seriøs musikk. P4 og Kanal 24s lyttere får også i stor grad med seg nyheter, men ellers mest populærmusikk og underholdning/lette magasinposter. Populærmusikk er den type program lokalradiolytterne helst hører på.

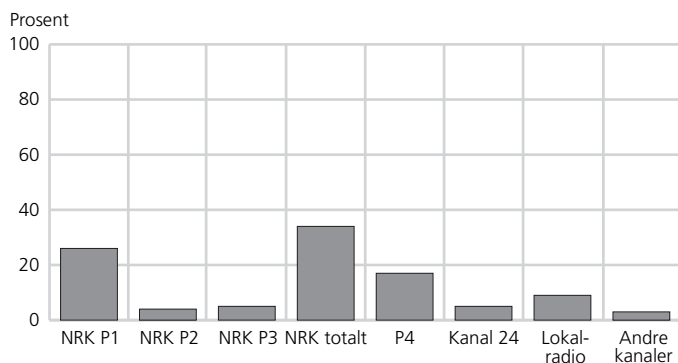
Figur 18. Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent

Tabell 24. Andel radiolyttere og minutter¹ brukt til radiolytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Prosentandel radiolyttere totalt	71	65	67	66	59	61	59	60	57	56	58	58	58	55
Menn	73	68	69	67	60	64	59	63	58	60	62	58	57	54
Kvinner	69	63	65	65	57	58	58	57	56	52	55	57	58	56
9-15 år	47	34	39	42	32	33	31	37	33	26	31	37	31	30
16-24 år	67	63	63	65	53	65	56	54	57	49	53	52	47	46
25-44 år	73	68	73	67	62	63	62	64	59	59	59	59	60	57
45-66 år	79	73	73	74	67	67	65	66	63	67	68	67	68	63
67-79 år	75	68	64	60	60	61	63	63	61	55	63	60	64	64
Ungdomsskole	68	66	63	63	61	55	55	59	56	52	52	58	54	51
Videregående skole ...	75	69	71	68	60	66	64	64	61	60	63	59	60	59
Universitet/høgskole, kort	77	71	72	74	71	66	69	64	62	63	58	64	65	60
Universitet/høgskole, lang	79	72	76	74	66	69	64	67	61	64	68	64	68	62
Minutter til radiolytting totalt	106	91	96	99	84	87	83	93	84	95	87	91	80	84
Menn	103	88	95	93	76	88	83	91	84	98	93	93	81	83
Kvinner	110	94	96	105	91	85	82	94	84	92	82	89	80	85
9-15 år	39	24	25	32	21	21	21	29	24	19	16	24	20	17
16-24 år	109	86	92	95	79	98	74	86	90	71	80	66	70	65
25-44 år	112	96	110	106	85	94	90	100	88	97	85	101	82	83
45-66 år	123	109	106	116	100	97	98	103	101	127	114	111	100	106
67-79 år	109	97	98	100	102	84	94	112	90	104	102	103	99	126
Ungdomsskole	115	97	93	108	97	89	94	107	94	104	102	107	82	91
Videregående skole ...	121	105	119	115	98	104	100	111	100	122	102	111	102	105
Universitet/høgskole, kort	98	91	98	91	98	96	86	87	87	91	89	91	78	86
Universitet/høgskole, lang	103	73	77	88	64	73	67	73	79	71	77	73	54	63

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. 2005. Prosent



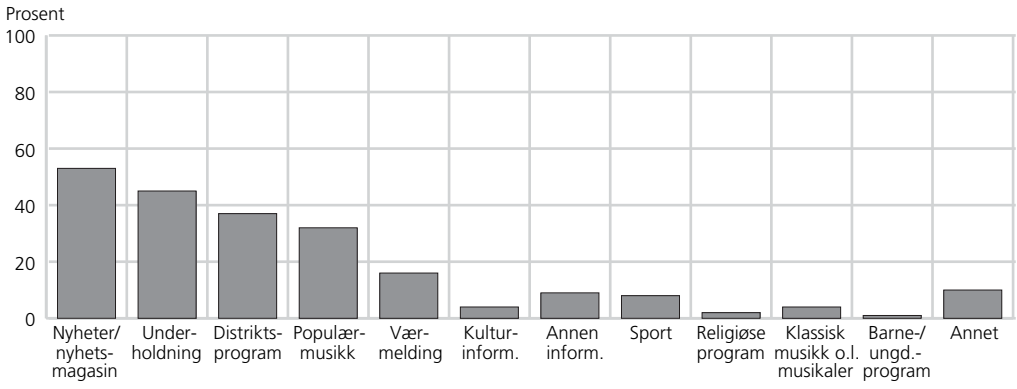
Tabell 25. Andel av befolkningen som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag 1991-2004 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent

	NRK P1	NRK P2	NRK P3	NRK totalt	P4	Kanal 24	Lokal-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
2003	28	5	7	38	19	.	12	2
2004	29	4	5	37	16	6	11	2
2005	26	4	5	34	17	5	9	3
Menn	25	3	6	34	19	4	8	3
Kvinner	27	4	4	33	15	5	10	3
9-15 år	6	1	3	9	12	3	9	4
16-24 år	5	1	11	19	16	6	11	6
25-44 år	19	2	8	28	25	7	12	3
45-66 år	43	7	2	49	16	3	5	1
67-79 år	56	5	1	60	1	0	7	2
Ungdomsskole	26	2	3	33	10	2	9	3
Videreg. skole	28	3	6	35	20	5	10	4
Universitet/høgskole, kort	28	5	8	38	19	6	9	2
Universitet/høgskole, lang	34	11	5	47	19	4	6	2
Oslo/Akershus	21	7	5	31	18	4	7	7
Østlandet ellers	22	2	4	29	24	5	7	2
Agder/Rogaland	26	5	5	35	15	3	10	2
Vestlandet	32	3	5	38	13	6	13	2
Trøndelag	33	3	8	41	9	3	13	1
Nord-Norge	31	1	7	36	13	4	7	1

Tabell 26. Andel som har lyttet på radio en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2005

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lyttere			Alle	Lyttere
Alle	55	84	154	Husholdningsinntekt			
				Under 200 000	55	117	214
Kjønn				200 000-349 000	52	95	184
Menn	54	83	155	350 000-499 000	54	87	162
Kvinner	56	85	152	500 000-599 000	55	79	144
				600 000- 49 000	60	90	150
Alder				750 000 eller mer	63	76	121
9-12 år	27	10	36	Landsdel			
13-15 år	33	26	78	Oslo/Akershus	55	75	135
16-19 år	43	48	112	Østlandet ellers	54	90	167
20-24 år	48	78	162	Agder/Rogaland	54	68	127
25-34 år	55	85	155	Vestlandet	57	93	165
35-44 år	59	82	138	Trøndelag	57	83	146
45-54 år	64	96	151	Nord-Norge	51	96	188
55-66 år	62	116	187				
67-79 år	64	126	198	Bostedsstrøk			
Kjønn/Alder				Tettbygd 100 000			
Menn				eller flere	54	76	141
9-15 år	25	13	51	Tettbygd 20 000-99 000 ..	55	70	129
16-24 år	47	76	164	Tettbygd under 20 000	57	88	155
25-44 år	57	94	166	Spredtbygd	56	103	187
45-66 år	65	97	150				
67-79 år	59	100	173	Familiefase			
Kvinner				9-24 år hos foreldre	36	35	98
9-15 år	35	22	62	Enslige ellers 9-44 år	46	76	163
16-24 år	45	52	114	Enslige 45-79 år	57	130	231
25-44 år	57	73	127	Enslige forsørgere	53	90	168
45-66 år	62	114	186	Par med barn 0-6 år	58	83	143
67-79 år	69	145	214	Par med barn 7-17 år	65	90	140
				Par 16-44 år uten barn	59	80	136
Yrkesstatus (16-79 år)				Par 45-79 år uten barn	66	111	168
Yrkesgruppe 1-2	64	73	114	Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 3	65	96	148	Bor alene	55	111	203
Yrkesgruppe 4-5	54	85	157	2 husholdningsmedlemmer	61	98	162
Yrkesgruppe 6-9	61	134	219	3 husholdningsmedlemmer	55	90	163
Elever/studenter	39	37	95	4 husholdningsmedlemmer	54	65	120
Pensjonister	62	126	208	5 husholdningsmedlemmer			
Hjemmearbeidende	52	97	188	eller flere	44	50	115
Utdanning (16-79 år)							
Ungdomsskole	51	91	183				
Videregående skole	59	105	179				
Universitet/høgskole, kort	60	86	142				
Universitet/høgskole, lang	62	63	102				

Figur 20. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent



Tabell 27. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter radiokanaler 2005. Prosent

	Nyheter	Underholdning	Distriktsprogram	Populærmusikk	Værmelding	Kulturinformasjon	Annen informasjon	Sport	Religiøse program	Klassisk musikk o.l. musikal	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
2003	59	38	38	34	23	5	10	6	3	5	2	12
2004	57	40	39	30	20	5	8	8	3	2	2	12
2005	53	45	37	32	16	4	9	8	2	4	1	10
NRK P1	65	35	58	15	24	5	13	11	4	4	1	9
NRK P2	64	31	21	17	16	12	25	4	0	9	0	6
NRK P3	26	52	8	42	4	2	6	3	0	2	3	14
P4	40	58	11	39	8	1	2	6	1	2	1	9
Kanal 24	31	53	7	44	6	0	2	6	0	3	0	11
Lokalradio	20	44	31	48	3	2	1	2	2	1	0	9

Tabell 28. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag, i ulike befolkningsgrupper. 2005. Prosent

	Ny- heter	Under- hold- ning	Dist- riks- pro- gram	Popu- lær- mu- sikk	Vær- mel- ding	Kul- tur- infor- ma- sjon	Annen infor- ma- sjon	Sport	Reli- gjøse pro- gram	Klas- sisk mu- sikk o.l. musi- kaler	Bar- ne-/ ung- doms- pro- gram	Annet
Menn	54	44	36	32	16	3	10	11	2	3	1	9
Kvinner	52	47	37	31	16	4	9	5	2	4	1	12
9-12 år	17	42	14	34	4	0	0	0	0	3	7	0
13-15 år	20	37	10	40	3	0	3	7	0	0	6	14
16-19 år	17	28	8	52	4	0	0	2	0	2	2	12
20-24 år	31	50	19	47	5	1	7	5	1	0	0	13
25-34 år	42	52	22	40	10	3	5	8	1	2	1	11
35-44 år	56	58	36	35	14	3	6	9	1	1	1	10
45-54 år	69	42	45	30	22	4	10	10	1	4	0	9
55-66 år	70	43	53	19	22	7	17	9	4	7	2	6
67-79 år	65	33	62	11	31	8	18	8	10	11	0	17
Menn												
9-15 år	20	33	4	32	4	0	0	4	0	0	8	8
16-24 år	30	42	18	44	7	1	4	7	1	1	0	15
25-44 år	52	55	31	40	13	2	7	14	1	2	0	10
45-66 år	67	40	45	23	20	3	13	11	2	5	1	5
67-79 år	69	22	65	12	35	12	23	12	10	10	0	10
Kvinner												
9-15 år	17	44	18	42	3	0	3	3	0	3	5	6
16-24 år	20	40	9	56	2	0	4	0	0	0	2	9
25-44 år	47	55	27	35	13	3	4	4	0	2	1	11
45-66 år	72	45	53	26	24	8	14	7	2	6	1	10
67-79 år	62	40	60	9	28	5	15	6	11	11	0	22
Yrkesgruppe 1-2	61	52	33	26	20	4	10	10	0	5	1	8
Yrkesgruppe 3	51	48	40	33	11	5	10	7	1	1	1	9
Yrkesgruppe 4-5	58	52	37	32	16	5	7	7	1	4	1	12
Yrkesgruppe 6-9	53	48	36	41	16	3	6	10	1	1	1	13
Elever/studenter	20	34	11	52	3	1	3	3	0	2	0	11
Pensjonister	66	39	61	17	28	6	16	8	9	11	1	13
Hjemmearbeidende	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:	:
Ungdomsskole	47	36	46	30	17	5	9	8	4	5	2	7
Videregående skole	55	45	40	33	19	4	9	8	2	4	0	13
Universitet/høgskole, kort	57	50	30	32	15	4	11	10	2	4	1	10
Universitet/høgskole, lang	62	54	39	22	17	5	10	9	2	5	0	6
Tettbygd 100 000 eller flere	54	50	29	30	15	5	9	7	0	4	1	8
Tettbygd 20 000-99 000	52	45	36	34	17	2	7	7	1	4	1	8
Tettbygd under 20 000 .	53	43	38	34	15	3	7	10	3	5	1	12
Spredtbygd	54	44	43	27	17	5	12	8	4	4	1	11
Oslo/Akershus	54	47	23	29	15	4	8	6	1	3	0	11
Østlandet ellers	51	46	39	36	17	3	10	9	3	5	1	10
Agder/Rogaland	56	47	34	31	16	1	10	7	3	4	1	9
Vestlandet	51	43	43	27	16	6	6	7	2	4	1	14
Trøndelag	56	44	36	35	12	4	11	11	1	4	0	7
Nord-Norge	55	44	55	29	21	7	10	11	2	4	4	8

- **Fire av fem ser på fjernsyn i løpet av dagen.**
- **Høyest seerandel blant 13-15-åringene, de eldre bruker mest tid.**
- **Minst TV-seing blant personer med høy utdanning.**
- **Seeropplutning om ulike kanaler nokså stabil.**
- **Størst opplutning om nyheter, TV-serier og sport.**
- **De eldre ser helst nyheter og debatter, de unge ser helst serier og popmusikk.**

85 prosent av befolkningen så på fjernsyn en gjennomsnittsdag i 2005. I 2004 var andelen 83 prosent. I gjennomsnitt brukte vi 2 timer og 27 minutter til fjernsynsseing per dag, som er litt høyere enn tallet for året før. Tiden blant seerne var 2 timer og 54 minutter. Menn har i de seinere åra sett noe mer på fjernsyn enn kvinner. I 2005 var det temmelig liten forskjell mellom kjønnene.

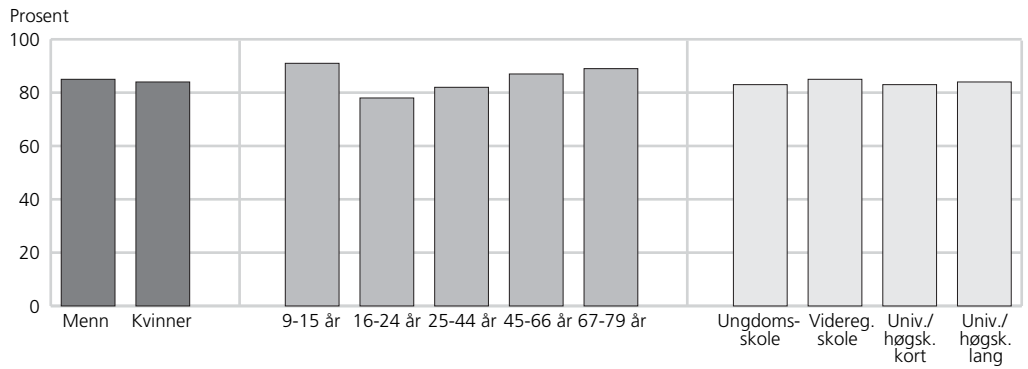
I alle aldersgrupper er det en stor andel som ser på fjernsyn i løpet av dagen. Størst er den i aldersgruppen 13-15 år, med 92 prosent. Andelen er også svært stor i gruppene 9-12 år og 67-79 år. Det er den eldste delen av befolkningen som bruker mest tid til fjernsynsseing. TV-seerne i gruppen 55-79 år bruker i gjennomsnitt 3 timer og 23 minutter per dag, mens barn i alderen 9-12 år bruker 2 timer og 13 minutter. De med høy utdanning og de med høy inntekt bruker mindre tid enn andre til fjernsynsseing. Særlig pensjonister, men også hjemmearbeidende, bruker mer tid foran skjermen enn de som er i arbeid eller under utdanning.

Det har ikke skjedd noen betydelige endringer i de ulike kanalenes seeropplutning i 2005 i forhold til de siste åra. NRK1 og TV2 har omtrent jevnstor

seeropplutning. Det er liten forskjell i kanalvalget mellom menn og kvinner. NRK1 har en overvekt av middelaldrende og eldre personer blant sine seere, mens TVNorge og TV3 har en klar overrepresentasjon av barn og unge. TV2 og NRK2 har en nokså jevn aldersmessig fordeling av sine seere. Utdanning har lite å si for valg av fjernsynskanal, men NRK har en liten overvekt av personer med lang utdanning og TVNorge en overvekt av seere med kort utdanning. Kanalene har en ganske jevn opplutning i alle deler av landet.

Nyhetssendingene er de programmene flest får med seg i løpet av en dag i fjernsyn på samme måte som for radio. Dernest følger TV-serier, sport, underholdning og spille-/TV-filmer. Nyheter ser man særlig når man ser på NRK1 og TV2. NRK2 har også mest seere på sine nyhetsprogrammer. De kommersielle kanalene TV3, TVNorge og TV2 har særlig opplutning om TV-serier. Middelaldrende og eldre er spesielt opptatt av nyheter, debatter og samfunnsinformasjon, mens TV-serier og populærmusikk er særlig populært blant de unge. TV-serier og barneprogram blir helst sett av kvinner, mest i aldersgruppene 9-15 år og 25-44 år. Menn i alle aldre er de som foretrekker sportssendingene.

Figur 21. Andel fjernsynsseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent

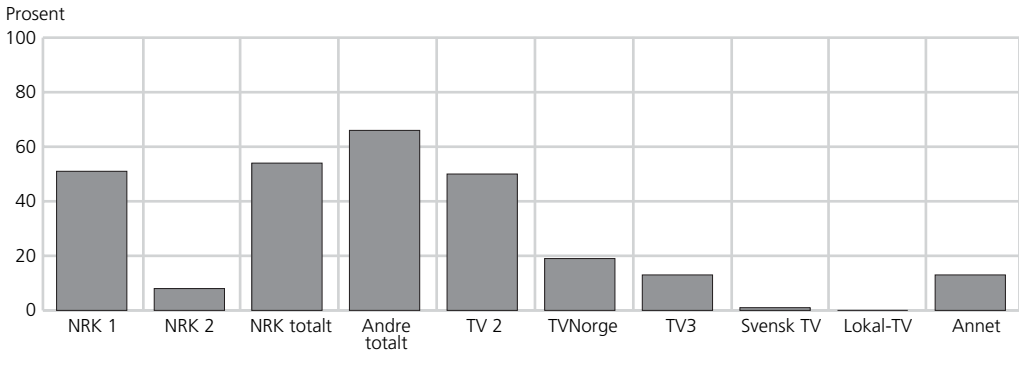


Tabell 29. Andel fjernsynsseere og minutter¹ brukt til fjernsynsseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Prosentandel fjernsynsseere totalt	81	80	82	84	82	84	83	84	82	85	85	84	83	85
Men	82	81	84	85	83	83	85	86	81	86	87	84	82	85
Kvinner	81	78	81	83	81	84	81	82	82	85	83	83	83	84
9-15 år	83	89	93	90	88	95	92	90	90	91	93	93	86	91
16-24 år	74	71	74	82	82	79	81	82	81	87	85	80	82	78
25-44 år	80	76	80	80	77	82	81	83	78	82	82	81	79	82
45-66 år	82	83	84	86	83	82	82	83	81	85	84	82	84	87
67-79 år	90	86	88	88	90	86	86	88	86	91	86	92	86	89
Ungdomsskole	83	82	80	84	83	83	81	84	85	84	83	84	78	83
Videregående skole ..	81	78	82	84	82	83	82	84	81	87	85	83	85	85
Universitet/høgskole, kort	85	77	80	77	75	84	83	80	80	76	85	77	81	83
Universitet/høgskole, lang	75	74	79	84	79	79	84	84	76	82	82	82	79	84
Minutter til fjernsynsseing totalt	114	108	113	124	117	119	119	141	138	156	146	141	142	147
Men	116	115	121	128	120	122	126	147	142	152	151	145	147	149
Kvinner	113	101	105	121	114	117	113	136	133	159	140	137	137	146
9-15 år	90	97	110	106	104	127	127	136	129	140	134	141	123	132
16-24 år	99	96	94	126	112	107	118	153	137	148	146	144	132	134
25-44 år	112	99	109	113	107	108	114	131	125	147	140	131	133	141
45-66 år	123	119	124	131	118	128	115	136	140	158	147	137	145	156
67-79 år	152	138	136	162	162	136	143	177	188	209	169	177	193	180
Ungdomsskole	137	126	115	142	136	129	129	154	156	169	153	153	153	173
Videregående skole ..	118	108	119	131	121	124	120	151	148	171	150	149	159	154
Universitet/høgskole, kort	107	102	116	109	112	111	121	127	138	133	161	118	126	145
Universitet/høgskole, lang	87	90	89	103	96	95	103	118	111	129	129	118	102	114

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. 2005. Prosent



Tabell 30. Andel av befolkningen som har sett på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent

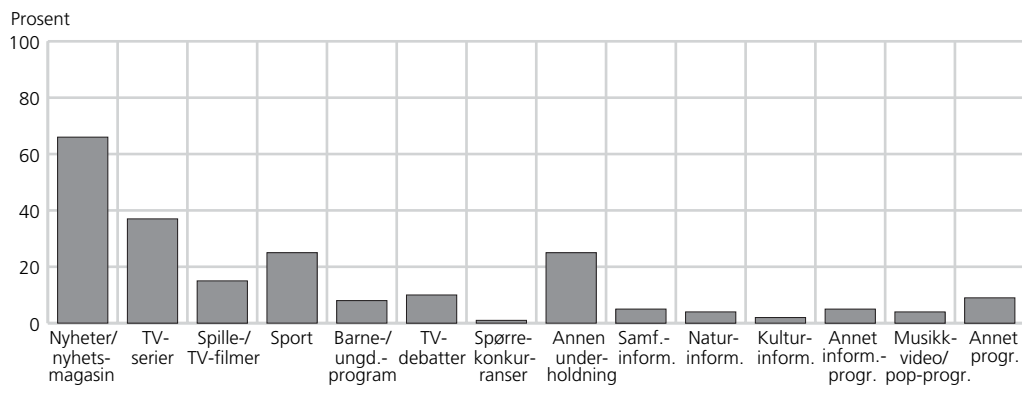
	NRK 1	NRK 2 ¹	NRK totalt	Andre totalt	TV 2	TV-Norge	TV3	Svensk TV	Lokal-TV	Andre kanaler
1991	74	24	.	9	7	6	2	8
1992	67	35	23	12	9	4	1	9
1994	58	56	42	12	7	3	1	7
1995	62	65	55	14	9	4	1	8
1996	55	10	57	63	50	13	12	2	1	7
1997	53	8	55	63	51	16	12	2	0	8
1998	53	8	55	64	50	16	12	2	1	9
1999	51	10	54	67	54	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
2003	51	11	55	64	51	21	12	1	1	10
2004	53	8	56	66	52	18	14	1	1	12
2005	51	8	54	66	50	19	13	1	0	13
Menn	53	9	55	68	51	17	12	1	1	16
Kvinner	50	6	52	64	49	22	13	1	0	11
9-15 år	36	5	40	82	53	27	25	1	0	26
16-24 år	19	6	22	72	46	28	25	1	0	17
25-44 år	47	8	50	66	53	19	11	1	0	12
45-66 år	69	8	70	60	49	13	7	1	1	10
67-79 år	81	10	82	56	47	16	4	2	2	6
Ungdomsskole	51	9	53	66	47	24	16	1	0	13
Videregående skole	52	6	53	64	53	18	8	1	1	12
Universitet/høgskole, kort	55	9	59	64	50	17	13	1	0	12
Universitet/høgskole, lang	58	8	61	62	46	13	12	1	0	10
Oslo/Akershus	48	8	51	66	46	21	18	1	0	16
Østlandet ellers	51	8	54	68	52	17	12	2	0	13
Agder/Rogaland	52	7	54	68	52	20	12	0	1	15
Vestlandet	49	7	51	63	53	15	9	0	1	9
Trøndelag	53	9	56	62	44	26	15	0	0	12
Nord-Norge	57	8	61	63	53	21	7	1	0	13

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. 2005

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Seere			Alle	Seere
Alle	85	147	174	Husholdningsinntekt			
				Under 200 000	81	152	188
Kjønn				200 000-349 000	84	174	208
Menn	85	149	175	350 000-499 000	84	155	184
Kvinner	84	146	174	500 000-599 000	88	163	186
				600 000-749 000	86	140	162
Alder				750 000 eller mer	88	120	137
9-12 år	90	119	133	Landsdel			
13-15 år	92	146	158	Oslo/Akershus	84	144	171
16-19 år	85	132	155	Østlandet ellers	85	149	175
20-24 år	74	136	186	Agder/Rogaland	86	158	183
25-34 år	82	148	179	Vestlandet	83	135	164
35-44 år	82	134	164	Trøndelag	82	140	172
45-54 år	88	140	158	Nord-Norge	88	164	186
55-66 år	86	174	204				
67-79 år	89	180	204	Bostedsstrøk			
Kjønn/Alder				Tettbygd 100 000 eller flere	82	147	180
Menn				Tettbygd 20 000-99 000 ...	86	151	177
9-15 år	94	136	144	Tettbygd under 20 000	88	152	174
16-24 år	78	124	160	Spredtbygd	84	142	170
25-44 år	83	149	178	Familiefase			
45-66 år	87	162	186	9-24 år hos foreldre	87	135	155
67-79 år	89	172	193	Enslige ellers 9-44 år	73	132	182
Kvinner				Enslige 45-79 år	81	159	199
9-15 år	88	128	146	Enslige forsørgere	82	136	167
16-24 år	79	147	185	Par med barn 0-6 år	88	146	165
25-44 år	81	133	165	Par med barn 7-17 år	86	127	147
45-66 år	87	151	174	Par 16-44 år uten barn	75	140	185
67-79 år	89	186	211	Par 45-79 år uten barn	90	179	199
Yrkesstatus (16-79 år)				Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 1-2	85	132	156	Bor alene	76	145	191
Yrkesgruppe 3	80	129	161	2 husholdningsmedlemmer	86	167	194
Yrkesgruppe 4-5	84	141	168	3 husholdningsmedlemmer	87	139	161
Yrkesgruppe 6-9	82	146	178	4 husholdningsmedlemmer	89	144	162
Elever/studenter	79	125	158	5 husholdningsmedlemmer			
Pensjonister	89	197	222	eller flere	85	127	150
Hjemmearbeidende	97	177	184				
Utdanning (16-79 år)							
Ungdomsskole	83	173	208				
Videregående skole	85	154	181				
Universitet/høgskole, kort .	83	145	175				
Universitet/høgskole, lang .	84	114	137				

Figur 23. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent



Tabell 32. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag 1991-2005 og etter fjernsynskanal 2005. Prosent

	Ny- he- ter	TV- se- rier	Spille-/ TV- filmer	Sport	Bar- ne-/ ung- doms- pro- gram	De- bat- ter	Spørre- konkur- ranser	Annen under- hold- ning	Sam- funns- info	Na- tur- info	Kul- tur- info	An- nen info	Pop- mu- sikk	An- net
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
2003	68	34	22	26	9	11	3	25	6	5	2	6	4	10
2004	68	34	17	30	8	12	4	24	7	5	2	7	4	10
2005	66	37	15	25	8	10	1	25	5	4	2	5	4	9
NRK1	76	12	4	22	9	12	1	19	5	3	2	4	1	7
NRK2	26	13	13	21	1	3	1	16	4	1	3	3	10	9
TV2	58	30	9	15	2	6	1	19	2	1	1	1	2	3
TVNorge	21	52	11	3	1	0	0	21	1	1	1	2	1	7
TV3	3	53	22	11	3	0	0	16	1	1	0	0	0	4

Tabell 33. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag i ulike befolkningsgrupper. 2005. Prosent

	Ny- he- ter	TV- se- rier	Spille-/ TV- filmer	Sport	Bar- ne-/ ung- doms- pro- gram	De- bat- ter	Spør- re- kon- kur- ran- ser	Annen under- hold- ning	Sam- funns- info	Nat- tur- info	Kul- tur- info	An- nen info	Pop- mu- sikk	An- net
Menn	67	30	17	35	6	10	1	22	5	5	2	6	4	8
Kvinner	65	43	14	15	11	11	2	29	6	3	2	5	4	9
9-12 år	21	39	15	18	54	0	1	21	1	1	1	3	3	14
13-15 år	33	64	15	20	13	4	2	31	1	0	1	2	7	7
16-19 år	30	61	22	13	6	3	1	24	2	0	1	3	8	3
20-24 år	50	50	15	29	2	3	0	25	4	5	2	5	9	4
25-34 år	62	41	22	25	9	6	1	25	3	3	0	6	5	10
35-44 år	75	30	17	23	10	6	1	25	3	3	1	7	4	11
45-54 år	78	31	13	22	2	13	2	24	9	4	2	5	3	8
55-66 år	87	25	13	29	2	19	0	29	7	7	4	7	2	6
67-79 år	92	24	6	35	2	29	3	26	13	5	6	4	2	11
Menn														
9-15 år	33	37	20	32	32	3	2	25	2	1	1	3	3	11
16-24 år	46	49	18	32	1	2	1	18	3	2	1	6	6	4
25-44 år	69	28	21	35	6	6	0	22	2	4	1	7	5	11
45-66 år	84	23	13	35	1	14	1	24	5	7	3	7	2	7
67-79 år	89	21	7	39	0	29	0	16	14	7	3	1	1	7
Kvinner														
9-15 år	19	67	10	5	37	0	1	26	0	0	1	2	7	11
16-24 år	35	63	18	9	7	3	0	32	3	3	2	2	11	3
25-44 år	68	43	18	13	12	6	1	28	3	2	0	6	3	9
45-66 år	80	32	13	16	3	18	2	28	10	4	3	6	2	8
67-79 år	94	27	5	31	3	28	5	33	12	4	8	6	2	13
Yrkesgruppe 1-2	73	28	19	27	5	9	1	22	5	3	1	4	3	9
Yrkesgruppe 3	74	39	14	21	7	12	2	27	6	5	1	5	4	10
Yrkesgruppe 4-5	68	36	16	21	6	8	0	23	4	3	1	8	6	8
Yrkesgruppe 6-9	67	37	16	29	4	7	1	22	2	4	3	6	3	10
Elever/studenter	42	51	19	24	6	4	0	23	2	1	0	5	8	5
Pensjonister	93	27	10	32	2	27	2	30	12	7	4	6	2	9
Hjemmearbeidende	67	42	23	18	15	3	0	50	3	0	0	3	0	6
Ungdomsskole	66	42	18	20	5	16	2	27	7	3	2	6	4	5
Videregående skole	74	34	13	27	3	13	1	25	6	4	3	7	4	9
Universitet/høgskole, kort	70	37	17	27	9	10	1	28	6	5	1	5	4	8
Universitet/høgskole, lang	71	25	17	23	6	6	1	23	5	2	1	2	3	10
Tettbygd 100 000 eller flere	63	40	19	23	9	8	1	24	6	3	2	6	5	11
Tettbygd 20 000- 99 000	67	39	15	25	10	10	1	23	5	4	2	7	4	7
Tettbygd under 20 000	69	35	14	27	7	9	2	26	5	4	2	5	4	7
Spredtbygd	68	32	15	23	10	14	1	28	4	3	2	5	3	10
Oslo/Akershus	63	39	17	22	7	9	1	26	3	3	1	5	5	10
Østlandet ellers	68	36	15	25	8	11	1	25	6	4	1	5	3	5
Agder/Rogaland	67	36	17	26	7	9	1	26	6	3	2	5	4	8
Vestlandet	67	39	15	24	9	11	1	23	6	2	3	7	3	11
Trøndelag	72	30	16	33	11	7	1	25	8	4	3	4	5	10
Nord-Norge	62	35	14	22	13	14	2	30	5	6	4	7	5	10

- **Økt bruk av hjemme-PC: En av to bruker den i løpet av en dag.**
- **Økningen gjelder alle unntatt eldre kvinner.**
- **Menn bruker hjemme-PC i større grad enn kvinner.**
- **Hjemme-PC-bruk hører sammen med høy utdanning og inntekt.**
- **Bruk av hjemme-PC er størst i byene.**
- **Hjemme-PC-en brukes mest i tilknytning til hjem/fritid og Internett.**

I 2005 var det 47 prosent av befolkningen som brukte hjemme-PC en gjennomsnittsdag. Dette er en betydelig økning fra året før, da andelen var 36 prosent. Vi brukte i gjennomsnitt 46 minutter på PC-en hjemme per dag. De som brukte PC hjemme brukte 1 time og 38 minutter på dette per dag.

Menn bruker slikt utstyr hjemme i betydelig større grad enn kvinner. Denne forskjellen finner vi på alle alderstrinn, men minst blant de yngste og mest blant de eldste. Både blant menn og kvinner har det vært en økning i PC-bruken siste år. Det har vært en økning i andelen brukere per dag blant begge kjønn i alle aldersgrupper unntatt eldre kvinner. Det er unge menn i alderen 16-24 år som er de mest aktive brukerne på dette feltet, med en brukerandel på 66 prosent. Blant kvinner i alderen 67-79 år er en andel brukere på 4 prosent per dag.

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 og studenter. Hjemme-PC brukes mer blant dem som bor i byene enn dem som bor på mindre tettsteder og i spredtbygde strøk.

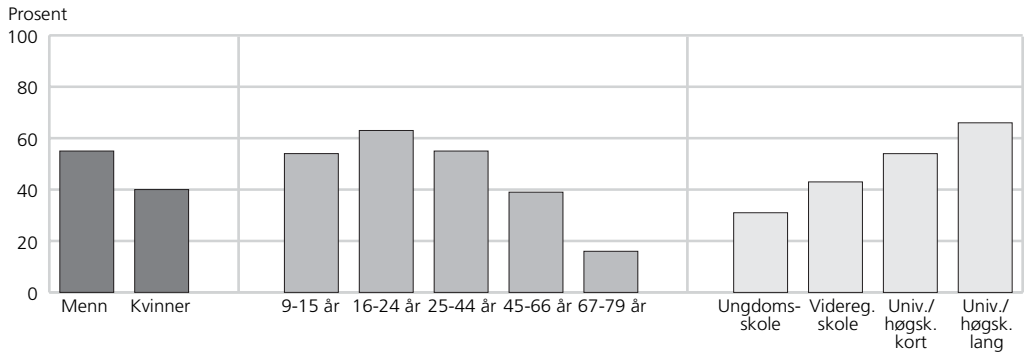
Hjemme-PC-en brukes nå mest som praktisk hjelpemiddel til hjem eller fritid.

Dernest er den mye brukt i tilknytning til daglig arbeid, til underholdning, utdanning og spill. Det har vært en betydelig økning i bruken av hjemme-PC knyttet til Internett siste år. Mer enn tre av fire hjemme-PC-brukere er knyttet til Internett per dag. Andelen som bruker hjemme-PC i tilknytning til CD-ROM- eller DVD-spiller har derimot sunket noe det siste året.

Det er i særlig grad barn og unge som bruker hjemme-PC i forbindelse med underholdning og spill. Det er naturlig nok også dem som bruker den mest i tilknytning til utdanning. De bruker også i størst grad CD-ROM- eller DVD-spiller på PC-en. Internett er derimot nokså jevnt fordelt blant hjemme-PC-brukere i alle aldersgrupper. 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 og spill. 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. Mannlige hjemme-PC-brukere er i større grad knyttet til CD-ROM-/DVD-spiller enn kvinner er.

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

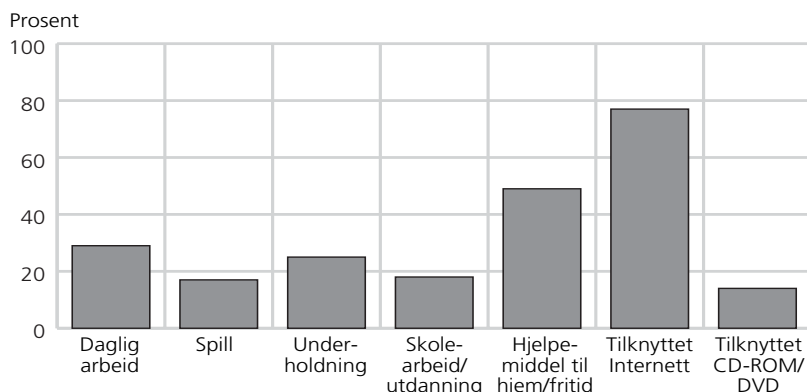
Figur 24. Andel som bruker hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent



Tabell 34. Andel som har brukt hjemme-PC og minutter brukt til hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1994-2005

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Prosentandel hjemme-PC-brukere totalt.....	11	9	12	13	17	21	25	33	31	36	36	47
Menn	16	13	17	18	22	27	30	40	36	42	42	55
Kvinner	6	6	7	8	11	16	20	26	25	29	30	40
9-15 år	17	13	24	26	32	39	40	41	40	44	48	54
16-24 år	14	18	16	18	22	29	31	42	39	55	52	63
25-44 år	12	11	12	15	20	24	28	38	36	42	39	55
45-66 år	7	4	9	8	9	13	20	28	26	28	30	39
67-79 år	0	1	1	1	2	3	6	8	4	5	10	16
Ungdomsskole	5	3	6	7	8	12	17	21	17	25	22	31
Videregående skole	9	7	9	9	13	16	19	29	28	32	34	43
Universitet/høgskole, kort ...	11	17	16	21	21	30	26	47	33	47	41	54
Universitet/høgskole, lang ...	16	16	19	19	22	29	35	42	43	47	48	66
Minutter til hjemme-PC-bruk totalt.....	10	9	11	12	13	18	21	27	27	35	34	46
Menn	15	12	17	16	18	25	28	38	38	44	45	59
Kvinner	6	5	5	7	7	12	14	16	16	24	23	34
9-15 år	13	6	17	18	18	23	25	21	24	37	30	43
16-24 år	11	24	14	20	21	28	28	44	40	63	64	83
25-44 år	13	11	13	13	15	22	26	31	32	41	40	48
45-66 år	9	2	8	8	8	12	15	24	26	22	22	37
67-79 år	0	0	2	0	2	2	4	7	2	6	5	16
Ungdomsskole	6	3	4	9	6	10	15	18	14	31	23	31
Videregående skole	9	5	10	8	11	14	17	25	25	29	31	41
Universitet/høgskole, kort	12	20	11	25	25	37	19	33	36	55	46	61
Universitet/høgskole, lang ...	17	20	19	14	17	27	30	38	41	40	43	64

Figur 25. Hjemme-PC-brukere fordelt på ulike typer PC-bruk en gjennomsnittsdag. 2005. Prosent



Tabell 35. Brukere fordelt på type hjemme-PC-bruk en gjennomsnittsdag 1994-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. Prosent

	Daglig arbeid	Spill	Underholdning	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
2003	27	..	31	18	52	61	18
2004	23	..	33	18	52	62	18
2005	29	17	25	18	49	77	14
Menn	34	21	27	16	48	76	17
Kvinner	23	13	22	21	49	78	10
9-15 år	0	48	43	30	25	72	19
16-24 år	12	21	45	41	47	77	19
25-44 år	41	10	18	11	54	79	13
45-66 år	41	10	10	7	53	79	10
67-79 år	12	19	9	0	54	62	16
Ungdomsskole	11	22	38	27	40	78	17
Videregående skole	29	15	24	17	52	74	14
Universitet/høgskole, kort	37	9	17	15	56	81	12
Universitet/høgskole, lang	52	10	14	12	56	79	14
Oslo/Akershus	31	14	19	19	48	80	13
Østlandet ellers	33	21	23	15	48	74	16
Agder/Rogaland	26	17	22	18	47	73	13
Vestlandet	27	16	36	20	52	79	19
Trøndelag	27	14	19	16	51	76	7
Nord-Norge	20	21	27	25	46	81	9

Tabell 36. Andel som har brukt hjemme-PC en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2005

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Brukere			Alle	Brukere
Alle	47	46	98				
Kjønn				Husholdningsinntekt			
Menn	55	59	108	Under 200 000	42	50	121
Kvinner	40	34	86	200 000-349 000	35	36	104
				350 000-499 000	44	45	101
				500 000-599 000	50	47	92
				600 000-749 000	53	44	82
				750 000 eller mer	59	51	87
Alder				Landsdel			
9-12 år	42	26	65	Oslo/Akershus	53	54	103
13-15 år	69	62	89	Østlandet ellers	46	43	95
16-19 år	63	74	119	Agder/Rogaland	43	31	72
20-24 år	63	90	141	Vestlandet	53	59	111
25-34 år	59	56	96	Trøndelag	46	40	87
35-44 år	51	41	81	Nord-Norge	38	44	116
45-54 år	46	49	105				
55-66 år	31	24	77				
67-79 år	16	16	97				
Kjønn/Alder				Bostedsstrøk			
Menn				Tettbygd 100 000			
9-15 år	56	49	87	eller flere	59	61	104
16-24 år	66	92	140	Tettbygd 20 000-99 000 ...	46	47	102
25-44 år	61	61	101	Tettbygd under 20 000	46	44	95
45-66 år	47	48	101	Spredtbygd	40	36	89
67-79 år	33	34	100				
Kvinner				Familiefase			
9-15 år	52	36	70	9-24 år hos foreldre	60	59	97
16-24 år	60	72	121	Enslige ellers 9-44 år	57	71	127
25-44 år	49	36	74	Enslige 45-79 år	14	15	110
45-66 år	31	26	85	Enslige forsørgere	50	72	144
67-79 år	4	3	:	Par med barn 0-6 år	54	45	84
				Par med barn 7-17 år	55	48	87
				Par 16-44 år uten barn	56	61	109
				Par 45-79 år uten barn	33	26	80
Yrkesstatus (16-79 år)				Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 1-2	58	57	98	Bor alene	35	42	120
Yrkesgruppe 3	53	46	88	2 husholdningsmedlemmer	42	42	101
Yrkesgruppe 4-5	39	33	85	3 husholdningsmedlemmer	52	59	114
Yrkesgruppe 6-9	45	41	91	4 husholdningsmedlemmer	56	48	85
Elever/studenter	70	92	132	5 husholdningsmedlemmer			
Pensjonister	22	21	94	eller flere	55	46	83
Hjemmearbeidende	55	64	:				
Utdanning (16-79 år)							
Ungdomsskole	31	31	101				
Videregående skole	43	41	94				
Universitet/høgskole, kort .	54	61	114				
Universitet/høgskole, lang .	66	64	96				

- **Mer enn halve befolkningen bruker Internett i løpet av en dag.**
- **Internett-bruken har økt siste år.**
- **Unge menn er de største brukerne.**
- **Internett hører sammen med høy utdanning og inntekt.**
- **Internett er mest brukt i byene.**
- **Halvparten av nettbrukerne leser nyheter på nettet per dag.**

55 prosent av befolkningen brukte Internett en gjennomsnittsdag i 2005. Dette er en økning fra 2004, da andelen 44 prosent. Vi brukte i gjennomsnitt 44 minutter på Internett per dag i 2005, det vil si 80 minutter blant brukerne. Økningen i Internett-bruk siste år gjelder både menn og kvinner. Andelen er 61 prosent blant menn og 49 prosent blant kvinner. I alle aldersgrupper unntatt blant 16-24-åringene er brukerandelen større blant menn enn kvinner. Det er gutter/menn i alderen 16-44 år og jenter i alderen 16-24 år som i størst grad bruker Internett. Gutter i alderen 16-24 år er de som bruker mest tid til 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 brukes mest blant personer bosatt i byene, og bruken er noe større i Oslo/Akershus enn i andre deler av landet.

Blant de som bruker Internett i løpet av en dag har det kun vært små forandringer i hva det brukes til fra 2004 til 2005. 65 prosent bruker Internett til å sende eller motta e-post. 54 prosent leser nyhetssider. 48 prosent leser nyhetssider fra nettutgaver av papiraviser, mens 30 prosent leser nyheter fra andre kilder, slik

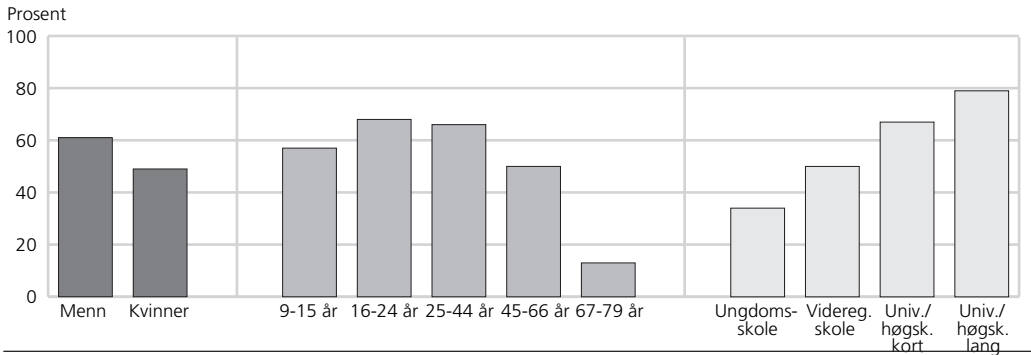
som Nettavisen, NRK og så videre. 31 prosent henter inn fakta eller bakgrunnsstoff til noe de holder på med i arbeid eller privatlivet, mens 30 prosent bruker banktjenester, bestiller varer, billetter eller lignende.

Mannlige Internett-brukere bruker nettet mer enn kvinner til å lese nyheter, hente inn informasjon og fakta, se på annonser og se på film, TV, spill og lignende. Mannlige og kvinnelige nettbrukere er omtrent like aktive i bruken av e-post. Mens voksne er de som helst bruker tilbud om informasjon, bank- og bestillingstjenester og e-post, er barn og unge de mest aktive brukere av film-, TV- og spilletilbud. Unge Internett-brukere er like ivrige som voksne til å følge med på nyhetene via nettet.

Personer med lang utdanning er de mest aktive brukere av de fleste tilbudene som fins på nettet. Unntaket er underholdning som spill, se på filmer og lignende som i størst grad tiltrekker nettbrukere med kort utdanning.

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

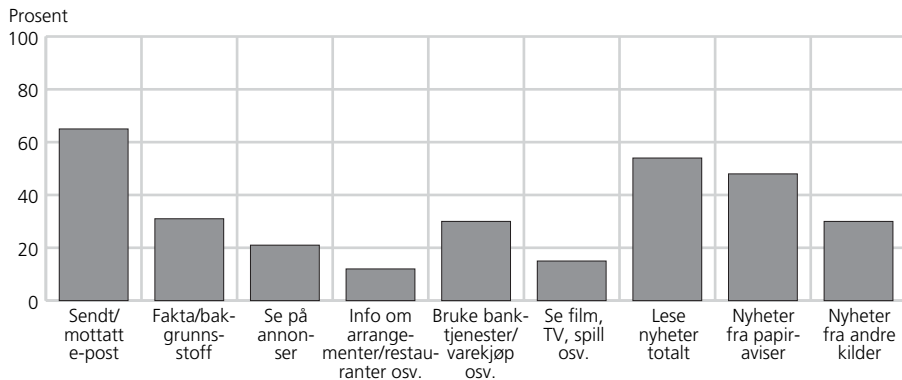
Figur 26. Andel som bruker Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2005. Prosent



Tabell 37. Andel som har brukt Internett og minutter brukt til Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 1997-2005

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Prosentandel Internett-brukere									
totalt	7	10	18	27	35	35	42	44	55
Menn	10	14	23	33	42	40	49	51	61
Kvinner	3	7	12	21	27	30	34	38	49
9-15 år	4	8	13	23	25	23	37	36	57
16-24 år	10	16	27	38	48	46	58	59	68
25-44 år	9	14	24	34	43	47	54	55	66
45-66 år	5	8	13	21	31	30	35	40	50
67-79 år	0	1	1	4	7	5	4	9	13
Ungdomsskole	3	5	9	15	20	20	26	28	34
Videregående skole	5	8	14	22	32	32	37	42	50
Universitet/høgskole, kort	11	18	24	34	53	42	61	60	67
Universitet/høgskole, lang	14	20	33	43	50	57	62	65	79
Minutter til Internett-bruk totalt	18	21	22	30	33	44
Menn	23	27	28	39	40	52
Kvinner	11	14	16	21	25	36
9-15 år	10	10	10	19	21	40
16-24 år	32	39	38	51	52	73
25-44 år	23	26	29	42	43	49
45-66 år	11	16	16	21	25	35
67-79 år	1	3	2	1	3	9
Ungdomsskole	12	14	15	28	20	33
Videregående skole	16	19	21	25	27	38
Universitet/høgskole, kort	17	30	24	38	53	55
Universitet/høgskole, lang	28	30	33	47	55	62

Figur 27. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike type informasjon og tjenester en gjennomsnittsdag 2005. Prosent



Tabell 38. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike type informasjon og tjenester en gjennomsnittsdag 2001-2005

	Sendt/mottatt E-post	Fakta/bakgrunnsstoff	Se på annonser	Info om arrangementer/restauranter osv.	Bruke bank-tjenester/varekjøp e.l.	Se film, TV, spill e.l.	Lese nyheter totalt	Nyheter fra papir-aviser	Nyheter fra andre kilder
2001	29	11	6	24	11	41	30	24
2002	28	16	8	28	11	44	34	26
2003	65	32	16	10	25	12	47	42	25
2004	63	32	19	9	28	12	52	44	29
2005	65	31	21	12	30	15	54	48	30
Menn	65	34	26	13	33	18	59	53	33
Kvinner	64	29	15	10	26	10	48	42	26
9-15 år	31	14	11	3	1	36	23	19	5
16-24 år	59	28	25	15	26	23	60	56	22
25-44 år	74	35	23	13	34	10	63	56	37
45-66 år	68	36	19	11	39	9	50	43	35
67-79 år	65	23	12	4	40	12	44	32	36
Ungdomsskole	46	21	28	15	23	23	48	38	22
Videregående skole	64	24	22	11	35	11	58	51	32
Universitet/høgskole, kort	76	40	23	13	37	11	60	57	33
Universitet/høgskole, lang	84	53	18	16	32	10	63	55	42
Oslo/Akershus	74	35	24	15	31	14	59	55	28
Østlandet ellers	61	30	18	9	28	15	47	41	23
Agder/Rogaland	64	32	15	14	31	13	60	50	40
Vestlandet	61	28	23	11	28	17	51	46	33
Trøndelag	60	30	20	14	41	9	59	53	39
Nord-Norge	65	34	27	8	28	19	56	49	23

Tabell 39. Andel som har brukt Internett en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2005

	Prosent- andel	Minutter			Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Brukere			Alle	Brukere
Alle	55	44	80	Husholdningsinntekt			
				Under 200 000	45	39	85
Kjønn				200 000-349 000	38	36	94
Menn	61	52	85	350 000-499 000	52	43	82
Kvinner	49	36	73	500 000-599 000	58	44	77
				600 000-749 000	64	46	72
Alder				750 000 eller mer	73	51	71
9-12 år	42	24	58	Landsdel			
13-15 år	73	59	81	Oslo/Akershus	62	52	84
16-19 år	70	75	108	Østlandet ellers	53	40	76
20-24 år	67	72	107	Agder/Rogaland	55	39	72
25-34 år	69	56	80	Vestlandet	58	52	90
35-44 år	63	43	69	Trøndelag	49	32	66
45-54 år	60	45	75	Nord-Norge	49	41	83
55-66 år	39	24	63				
67-79 år	13	9	72	Bostedsstrøk			
Kjønn/Alder				Tettbygd 100 000 eller flere	66	52	79
Menn				Tettbygd 20 000-99 000 ...	56	47	83
9-15 år	61	43	72	Tettbygd under 20 000	54	42	79
16-24 år	69	80	116	Spredtbygd	46	33	72
25-44 år	69	57	83				
45-66 år	59	43	73	Familiefase			
67-79 år	26	18	68	9-24 år hos foreldre	64	56	88
Kvinner				Enslige ellers 9-44 år	66	63	97
9-15 år	52	37	72	Enslige 45-79 år	18	13	73
16-24 år	68	65	97	Enslige forsørgere	58	67	115
25-44 år	63	42	66	Par med barn 0-6 år	63	46	73
45-66 år	41	27	67	Par med barn 7-17 år	67	37	55
67-79 år	3	3	:	Par 16-44 år uten barn	70	70	100
				Par 45-79 år uten barn	39	26	66
Yrkesstatus (16-79 år)				Husholdningsstørrelse			
Yrkesgruppe 1-2	77	58	76	Bor alene	42	38	91
Yrkesgruppe 3	67	47	71	2 husholdningsmedlemmer	49	38	79
Yrkesgruppe 4-5	48	35	73	3 husholdningsmedlemmer	62	57	94
Yrkesgruppe 6-9	50	33	67	4 husholdningsmedlemmer	64	44	68
Elever/studenter	74	75	102	5 husholdningsmedlemmer			
Pensjonister	19	15	75	eller flere	64	48	75
Hjemmearbeidende	63	70	111				
Utdanning (16-79 år)							
Ungdomsskole	34	33	98				
Videregående skole	50	38	76				
Universitet/høgskole, kort .	67	55	82				
Universitet/høgskole, lang .	79	62	78				

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

67 prosent av befolkningen hadde i 2005 vært en eller flere ganger på kino siste 12 måneder¹. I 2004 var andelen 68 prosent. Selv om det ikke har vært noen særlig forandring siste år, har det vært en økning i andelen kinogjengere fra første del av 1990-tallet. Gjennomsnittlig antall kinobesøk per år var 3,6 for hele befolkningen i 2005. I 2004 var antallet 4,1. Blant dem som hadde vært på kino var gjennomsnittlig antall kinobesøk per år på 5,4 i 2005.

Andelen som går på kino har tidligere vært litt høyere for kvinner enn for menn. Vi finner ingen tendens til det i 2005. Menn går derimot noe oftere på kino enn kvinner. Aldersmessig er det store forskjeller. Blant personer i alderen 16-24 år har 90 prosent vært på kino siste 12 måneder. Blant 20-24-åringene var gjennomsnittlig antall besøk på hele 7,2 forestillinger i løpet av året. De eldre går langt sjeldnere på kino. 15 prosent av 67-79-åringene var på kino i løpet de siste 12 måneder i 2005. Dette er en nedgang fra året før på 11 prosentpoeng.

Elever/studenter, personer i yrker som krever akademisk eller annen faglig utdanning er ivrigere kinogjengere enn andre grupper. Blant elever/studenter

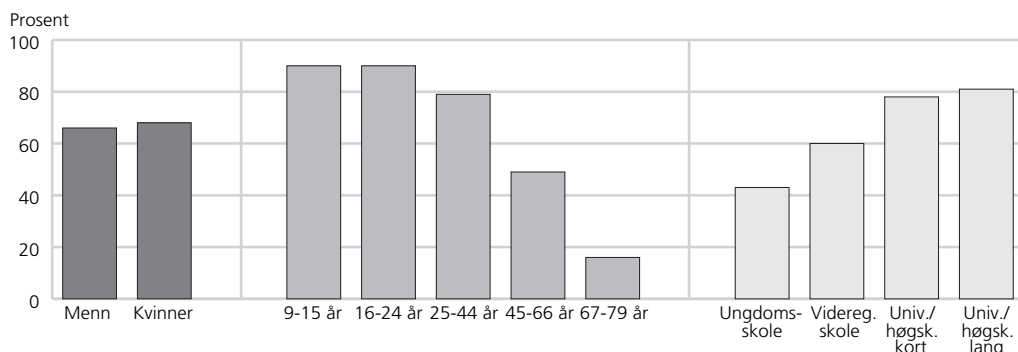
har 93 prosent vært på kino siste tolv måneder. God økonomi og høy utdanning henger positivt sammen med kinobesøk.

Befolkningstetthet har tydelig sammenheng med andelen som går på kino og antall kinobesøk. Blant befolkningen i de store byene var andelen på kino siste tolv måneder på 77 prosent i 2005, mot 54 prosent i spredtbygde strøk.

8 prosent var på kino i løpet av en gjennomsnittssuke i 2005, mens 25 prosent var på kino i løpet av en måned. I aldersgruppen 16-24 år var 17 prosent på kino løpet av en uke. Og i løpet av en måned var hele 45 prosent i denne gruppen på ett eller flere kinobesøk.

¹ Tallene for 2005 er rettet 29. august 2006.

Figur 28. Andel som har vært på kino siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 2005.

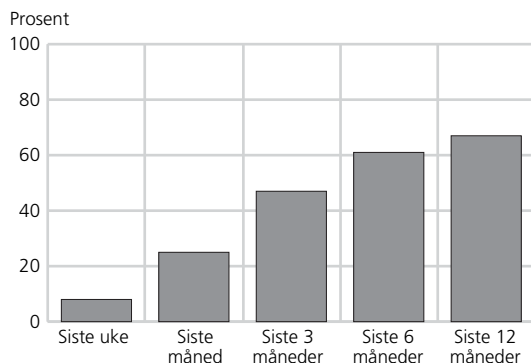


Tabell 40. Andel som har vært på kino og antall besøk siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 1991-2005

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005 ¹
Prosentandel vært på kino totalt	58	52	61	58	62	60	68	63	65	69	66	66	68	67
Menn	56	51	62	56	61	59	67	61	64	67	64	64	68	66
Kvinner	61	53	61	61	63	61	70	65	66	71	69	69	68	67
9-15 år	87	79	86	86	92	89	92	88	91	90	94	94	91	89
16-24 år	91	91	90	90	93	93	96	90	95	95	92	93	91	90
25-44 år	64	62	68	68	69	69	79	75	71	76	78	79	80	79
45-66 år	37	27	38	35	44	40	51	42	46	54	48	46	50	49
67-79 år	10	8	16	17	22	13	20	20	19	32	20	18	26	15
Ungdomsskole	36	30	39	35	39	40	45	40	45	52	42	42	44	43
Videregående skole	56	51	58	53	57	54	64	58	58	62	61	61	63	60
Universitet/høgskole, kort	73	64	71	74	77	70	80	73	70	78	72	70	79	77
Universitet/høgskole, lang	73	71	78	77	78	77	84	80	77	82	83	82	88	81
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	4,3	4,1	3,6
Menn	4,4	3,2	4,4	3,8	3,9	3,6	4,3	4,0	4,3	4,3	4,3	4,4	4,4	3,8
Kvinner	4,2	3,3	4,2	3,9	3,6	3,6	3,6	4,0	4,2	4,7	3,7	4,3	3,8	3,5
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	6,0	5,2	4,3
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	8,8	8,1	6,6
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	5,0	4,9	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	2,1	1,9	1,9
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	0,6	0,7	0,4
Ungdomsskole	2,6	2,4	2,8	1,9	2,3	2,3	2,2	2,4	3,3	3,3	2,6	3,1	3,3	2,1
Videregående skole	4,2	3,0	3,8	3,6	3,5	2,8	3,3	3,5	3,7	3,5	3,4	3,8	3,5	3,2
Universitet/høgskole, kort	7,6	4,3	7,2	7,7	4,9	5,4	5,2	5,2	4,2	4,6	4,8	4,2	4,7	4,1
Universitet/høgskole, lang	4,9	5,2	5,8	5,2	4,7	5,4	5,8	5,9	5,6	5,9	5,5	5,6	5,1	5,8

¹ Tallene er rettet 29. august 2006.

Figur 29. Andel som har vært på kino, etter perioder av året. 2005. Prosent



Tabell 41. Andel som har vært på kino i ulike perioder 1991-2005 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2005. 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
2003	10	28	47	61	66
2004	7	25	48	61	68
2005	8	25	47	61	67
Menn	8	25	46	61	66
Kvinner	7	24	48	61	68
9-15 år	11	38	66	83	90
16-24 år	17	45	72	85	90
25-44 år	8	28	56	73	79
45-66 år	4	12	29	43	49
67-79 år	2	3	8	12	16
Ungdomsskole	5	14	30	37	43
Videregående skole	6	20	41	53	63
Universitet/høgskole, kort	10	26	56	72	78
Universitet/høgskole, lang	9	36	59	74	81
Oslo/Akershus	11	35	58	72	77
Østlandet ellers	6	19	44	60	65
Agder/Rogaland	6	18	45	57	64
Vestlandet	9	26	45	58	64
Trøndelag	8	27	47	61	69
Nord-Norge	8	21	42	53	58

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. 2005¹

	Prosent- andel	Antall besøk			Prosent- andel	Antall besøk	
		Alle	Besøk- ende			Alle	Besøk- ende
Alle	67	3,6	5,4				
Kjønn				Husholdningsinntekt			
Menn	66	3,8	5,7	Under 200 000	60	4,0	6,8
Kvinner	67	3,5	5,2	200 000-349 000	51	3,3	6,3
				350 000-499 000	57	2,7	4,6
Alder				500 000 - 599 000	68	3,8	5,6
9-12 år	85	3,8	4,5	600 000 - 749 000	76	3,7	4,8
13-15 år	95	4,9	5,1	750 000 eller mer	81	4,4	5,4
16-19 år	90	5,8	6,5				
20-24 år	90	7,2	8,0	Landsdel			
25-34 år	84	5,8	6,9	Oslo/Akershus	77	5,1	6,7
35-44 år	75	3,2	4,2	Østlandet ellers	65	3,0	4,6
45-54 år	61	2,6	4,3	Agder/Rogaland	64	3,5	5,4
55-66 år	36	1,2	3,4	Vestlandet	64	3,6	5,6
67-79 år	15	0,4	2,5	Trøndelag	69	3,6	5,3
				Nord-Norge	57	2,5	4,4
Kjønn/Alder							
Menn				Bostedsstrøk			
9-15 år	89	4,4	5,0	Tettbygd, 100 000			
16-24 år	90	6,8	7,6	eller flere	77	5,4	6,9
25-44 år	79	4,4	5,5	Tettbygd 20 000-99 000 ...	72	4,2	5,9
45-66 år	43	2,0	4,5	Tettbygd under 20 000	65	2,9	4,4
67-79 år	13	0,4	3,2	Spredtbygd	54	2,4	4,4
Kvinner							
9-15 år	89	4,2	4,7	Familiefase			
16-24 år	90	6,3	7,1	9-24 år hos foreldre	91	5,6	6,1
25-44 år	79	4,5	5,7	Enslige ellers 9-44 år	84	7,3	8,6
45-66 år	54	1,9	3,5	Enslige 45-79 år	29	1,5	4,9
67-79 år	16	0,3	2,1	Enslige forsørgere	75	3,8	5,0
				Par med barn 0-6 år	75	2,6	3,4
Yrkesstatus (16-79 år)				Par med barn 7-17 år	75	3,3	4,3
Yrkesgruppe 1-2	77	4,2	5,4	Par 16-44 år uten barn	85	5,9	7,0
Yrkesgruppe 3	80	4,5	5,6	Par 45-79 år uten barn	33	1,0	3,1
Yrkesgruppe 4-5	69	3,8	5,5				
Yrkesgruppe 6-9	58	2,8	4,8	Husholdningsstørrelse			
Elever/studenter	93	6,6	7,1	Bor alene	58	4,6	7,9
Pensjonister	19	0,7	3,8	2 husholdningsmedlemmer	50	2,7	5,4
Hjemmearbeidende	75	2,2	3,0	3 husholdningsmedlemmer	75	3,6	4,9
				4 husholdningsmedlemmer	82	4,0	4,8
Utdanning (16-79 år)				5 husholdningsmedlemmer			
Ungdomsskole	43	2,1	4,8	eller flere	80	4,0	5,0
Videregående skole	60	3,2	5,3				
Universitet/høgskole, kort .	77	4,1	5,3				
Universitet/høgskole, lang .	81	5,8	7,1				

¹ Tallene er rettet 29. august 2006.

Daglig mediebruk: Tilleggstall

Tabell 43. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud og antall private telefonsamtaler en gjennomsnittsdag 1995-2005 og etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005

	TV-spill	PC-spill eller TV-spill	Tekst-TV	Privat telefonsamtale	Antall private telefonsamtaler	Privat mobil-samtale	Sendt privat sms	Antall private sms sendt
1995	3	..	28	75	2,3
1996	2	..	30	75	2,3
1997	2	..	31	78	2,5
1998	3	..	34	79	2,7
1999	4	..	37	79	3,2
2000	4	..	38	82	3,6	32
2001	3	..	35	82	3,7	38
2002	4	..	37	83	4,0	46
2003	4	..	38	83	3,9	52	47	2,8
2004	4	..	37	85	4,0	58	50	3,1
2005	4	11	36	84	4,3	63	57	4,2
Menn	6	16	42	83	4,8	68	52	4,0
Kvinner	2	7	31	85	3,8	59	61	4,4
9-12 år	27	44	14	48	1,3	16	33	1,5
13-15 år	16	36	26	70	2,9	56	58	6,1
16-19 år	7	21	34	85	6,6	78	84	13,5
20-24 år	8	17	32	91	5,5	88	84	8,9
25-44 år	2	7	42	91	4,9	78	71	4,7
45-66 år	0	4	39	84	3,9	60	46	1,7
67-79 år	0	3	31	81	3,0	21	8	0,2
Menn								
9-15 år	33	57	22	57	1,6	28	38	3,0
16-24 år	12	27	35	90	6,9	86	84	10,6
25-44 år	2	9	48	91	5,5	84	63	4,3
45-66 år	0	3	45	81	4,5	63	37	1,2
67-79 år	0	6	40	77	3,3	35	12	0,2
Kvinner								
9-15 år	11	23	17	60	2,5	42	51	4,3
16-24 år	2	9	30	87	5,0	81	84	11,2
25-44 år	2	5	36	90	4,4	73	78	5,0
45-66 år	0	5	33	87	3,3	56	56	2,1
67-79 år	0	1	25	84	2,8	11	6	0,2
Yrkesgruppe 1-2	1	5	42	88	4,3	74	61	3,4
Yrkesgruppe 3	1	6	35	91	4,7	73	69	3,6
Yrkesgruppe 4-5	3	8	37	90	4,8	76	70	5,2
Yrkesgruppe 6-9	3	10	44	90	5,5	78	60	5,3
Elever/studenter	6	20	34	90	5,6	81	82	9,4
Pensjonister	0	4	36	80	3,3	29	19	0,7
Hjemmearbeidende	3	6	34	80	5,2	63	72	5,2
Ungdomsskole	2	9	35	80	4,6	52	43	5,2
Videregående skole	3	9	38	87	4,7	67	58	4,3
Universitet/høgskole, kort	1	5	39	92	4,5	76	67	3,7
Universitet/høgskole, lang	1	7	40	89	4,1	72	62	3,6
Tettbygd 100 000 eller flere	3	12	38	87	4,6	71	63	4,4
Tettbygd 20 000-99 000	4	10	39	84	4,4	67	60	4,0
Tettbygd under 20 000	5	13	38	84	4,3	62	55	4,1
Spredtbygd	5	9	31	81	4,1	55	52	4,4
Oslo/Akershus	2	9	34	86	4,6	68	60	3,8
Østlandet ellers	6	14	33	82	4,2	59	54	4,1
Agder/Rogaland	3	9	37	82	4,1	59	50	3,4
Vestlandet	5	13	39	85	4,0	66	59	4,8
Trøndelag	1	8	32	85	4,3	63	60	4,7
Nord-Norge	4	11	46	85	4,5	66	59	5,2

Daglig mediebruk: Tilleggstall

Tabell 44. Andel som har brukt massemedier i ulike perioder av døgnet¹. 1991-2005. Prosent

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Mellom kl. 0600 og 1000														
Radio	49	45	43	42	39	39	38	41	38	37	38	40	39	37
Fjernsyn	5	4	3	5	3	6	6	14	15	16	16	14	16	13
Aviser	30	30	31	32	30	31	29	29	29	27	26	28	28	27
Bøker	3	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2
Mellom kl. 1000 og 1500														
Radio	30	28	31	32	27	27	27	29	26	28	28	27	27	27
Fjernsyn	8	6	4	5	7	8	6	11	13	13	15	13	14	15
Aviser	28	28	28	28	25	27	26	27	26	25	25	25	24	27
Bøker	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3
Mellom kl. 1500 og 1900														
Radio	35	29	30	33	25	29	27	28	25	28	28	28	26	26
Fjernsyn	27	29	30	33	34	34	34	44	41	46	43	39	41	41
Aviser	43	42	42	41	40	41	38	39	35	34	33	34	33	28
Bøker	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4
Mellom kl. 1900 og 2400														
Radio	17	13	14	16	12	13	11	14	13	11	13	12	11	11
Fjernsyn	76	73	76	76	74	75	75	77	74	78	76	75	73	76
Aviser	19	19	19	19	21	20	19	19	18	17	16	15	17	16
Bøker	13	13	12	13	13	11	12	13	13	14	15	15	15	17
Mellom kl. 2400 og 0600														
Radio	7	5	2	3	2	2	2	4	3	3	2	2	3	3
Fjernsyn	5	4	6	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4
Aviser	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
Bøker	5	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3

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

Daglig mediebruk: Tilleggstill

Tabell 45. Andel som har brukt massemedier på ulike dager i uka. 1991-2005. Prosent

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Mandag-torsdag														
Fjernsyn	79	80	82	85	82	84	84	86	81	88	86	85	85	85
Radio	74	69	71	68	63	65	62	64	61	60	62	63	63	60
Plater/kassetter/CD	41	37	43	37	34	41	38	41	49	44	47	42	46	44
Video	8	9	10	7	8	9	7	7	8	8	9	7	8	8
Ukeblad	21	22	23	19	18	19	16	16	19	15	17	17	18	17
Tegneserieblad	11	10	10	10	10	9	9	10	10	9	7	8	8	7
Bok	24	23	19	21	20	18	18	19	21	23	23	26	25	28
Tidsskrift	19	15	19	17	17	17	15	17	16	14	16	15	14	11
Avis	89	87	89	87	86	88	84	85	80	80	82	81	79	77
Hjemme-PC	11	10	13	14	17	21	27	34	34	37	38	49
Internett	32	39	40	46	49	57
Fredag														
Fjernsyn	83	79	83	80	82	82	80	79	78	81	86	84	80	82
Radio	77	72	72	68	60	64	62	67	55	66	64	62	62	62
Plater/kassetter/CD	47	41	45	38	40	43	41	44	51	47	46	44	48	42
Video	11	10	11	8	8	8	7	11	11	10	10	9	13	8
Ukeblad	19	19	21	26	20	14	22	17	15	16	16	19	18	21
Tegneserieblad	12	8	8	13	11	8	8	6	8	8	5	8	7	7
Bok	19	17	13	16	16	14	16	17	20	21	21	24	20	19
Tidsskrift	20	17	15	18	17	15	16	17	16	17	15	12	14	12
Avis	89	90	89	85	86	88	89	82	82	83	75	81	83	78
Hjemme-PC	12	7	11	14	16	24	22	35	30	38	36	46
Internett	27	35	36	43	50	49
Lørdag														
Fjernsyn	84	78	79	81	81	78	81	83	81	81	78	78	77	84
Radio	62	55	53	57	47	50	50	48	50	48	49	48	45	42
Plater/kassetter/CD	46	39	48	40	44	44	50	52	57	56	54	53	45	53
Video	9	10	11	8	11	10	10	13	12	9	12	11	11	9
Ukeblad	21	17	20	18	16	13	13	11	14	11	15	12	14	11
Tegneserieblad	11	7	6	10	10	7	7	8	7	8	9	6	6	7
Bok	17	16	20	17	15	15	17	17	15	15	21	13	20	18
Tidsskrift	11	11	10	12	10	11	12	10	7	10	9	6	5	8
Avis	86	87	87	87	84	85	82	77	80	81	79	76	68	77
Hjemme-PC	8	6	10	14	13	19	25	28	25	29	30	42
Internett	16	26	23	31	30	38
Søndag														
Fjernsyn	84	78	86	86	84	89	86	81	87	83	87	82	83	86
Radio	62	54	59	63	53	52	52	51	50	41	50	45	45	42
Plater/kassetter/CD	46	38	43	42	38	39	47	48	49	48	53	47	50	46
Video	16	13	14	8	11	10	8	10	13	11	12	17	11	14
Ukeblad	20	14	18	20	14	16	12	14	16	12	11	13	18	13
Tegneserieblad	10	11	9	11	8	9	10	9	7	7	8	7	9	9
Bok	34	24	18	20	26	21	22	24	19	21	23	21	19	26
Tidsskrift	15	12	11	16	15	11	11	10	9	10	11	11	9	9
Avis	59	60	64	72	59	63	60	66	58	57	56	57	57	52
Hjemme-PC	10	11	11	10	18	20	23	31	25	36	37	47
Internett	18	27	24	34	36	42

Daglig mediebruk: Tilleggstall

Tabell 46. Tid brukt til massemedier på ulike dager i uka. 1991-2005. Minutter¹

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Mandag-torsdag														
Fjernsyn	95	94	100	115	102	106	109	132	128	152	137	129	133	138
Radio	115	95	101	101	92	93	92	101	88	98	93	97	90	92
Plater/kassetter/CD	36	30	35	28	26	26	26	30	39	36	39	40	37	35
Video	6	7	7	5	6	6	5	5	5	6	7	6	7	7
Ukeblad	8	8	7	6	6	5	5	5	5	4	5	5	5	5
Tegneserieblad	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Bok	14	14	11	12	13	10	10	11	12	12	12	14	13	16
Tidsskrift	6	4	7	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	3
Avis	40	39	40	40	40	37	35	34	34	30	31	32	32	29
Hjemme-PC	11	10	13	12	14	18	23	29	31	37	38	49
Internett	21	24	27	36	40	48
Fredag														
Fjernsyn	126	118	112	131	111	118	116	130	124	151	155	144	142	152
Radio	121	102	109	95	79	88	80	115	88	130	100	104	91	96
Plater/kassetter/CD	44	36	41	25	32	29	34	36	52	42	41	37	51	40
Video	8	9	9	5	6	6	5	7	11	9	8	8	11	7
Ukeblad	5	6	6	8	7	3	7	6	3	3	4	5	5	6
Tegneserieblad	3	2	3	4	3	2	2	1	2	2	1	2	2	1
Bok	10	10	7	9	7	7	9	9	12	11	12	11	9	11
Tidsskrift	6	6	4	5	6	4	5	4	4	4	3	3	3	3
Avis	42	42	37	42	40	36	35	32	34	33	30	37	32	33
Hjemme-PC	14	5	9	15	11	25	22	30	28	39	32	50
Internett	19	22	23	28	32	47
Lørdag														
Fjernsyn	168	150	142	147	152	142	149	182	166	177	165	172	157	159
Radio	83	83	75	104	67	71	69	66	73	79	67	74	65	64
Plater/kassetter/CD	46	37	53	45	47	35	57	49	65	69	59	54	47	55
Video	9	8	8	6	9	8	9	12	11	9	9	12	14	9
Ukeblad	9	6	7	6	6	5	5	3	4	3	4	5	4	4
Tegneserieblad	5	4	2	3	2	2	2	2	1	2	3	1	2	3
Bok	12	9	13	12	9	8	11	9	11	8	17	7	12	12
Tidsskrift	4	5	3	4	3	3	3	6	2	2	3	3	1	2
Avis	45	46	48	47	41	44	37	34	35	35	36	33	33	34
Hjemme-PC	7	5	8	13	11	14	19	22	19	24	21	38
Internett	11	14	13	16	17	36
Søndag														
Fjernsyn	126	115	138	134	149	150	133	149	160	157	150	155	162	168
Radio	83	69	82	90	70	76	61	64	75	68	69	69	46	59
Plater/kassetter/CD	44	34	34	34	29	27	34	38	50	47	42	40	38	42
Video	15	9	10	6	10	8	6	7	10	10	10	14	9	16
Ukeblad	6	5	6	7	6	5	4	4	7	4	4	4	5	3
Tegneserieblad	3	4	2	2	3	2	3	3	2	2	2	1	1	2
Bok	22	17	11	14	16	13	13	14	11	15	17	13	10	16
Tidsskrift	6	3	4	5	6	4	5	3	3	3	4	4	4	3
Avis	28	24	30	33	25	27	24	28	28	25	25	24	21	19
Hjemme-PC	8	8	8	8	12	13	14	24	17	30	33	40
Internett	8	15	9	24	21	29

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. 1991-2005. Prosent

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Mars														
Fjernsyn	84	83	84	86	86	86	86	86	84	87	91	86	85	88
Radio	70	67	67	65	60	60	58	59	55	60	57	61	61	55
Plater/kassetter/CD	44	42	43	39	36	41	41	44	50	49	52	46	49	47
Video	10	11	12	9	12	10	8	10	13	9	10	7	9	7
Ukeblad	22	22	21	21	19	18	18	14	18	14	17	13	17	19
Tegneserieblad	9	10	8	12	10	8	9	8	11	9	6	8	7	7
Bok	23	22	18	20	20	18	19	20	20	25	23	22	26	25
Tidsskrift	18	14	19	17	18	15	13	14	16	16	18	13	12	12
Avis	85	83	84	85	83	82	86	82	81	79	82	78	78	75
Hjemme-PC	9	9	15	13	17	22	28	36	30	36	38	48
Internett	5	10	17	27	35	34	38	46	47
Juni														
Fjernsyn	78	71	74	80	74	79	85	79	79	80	79	81	79	80
Radio	73	62	64	66	56	62	57	61	59	55	61	57	55	53
Plater/kassetter/CD	43	35	46	38	35	39	44	41	47	42	51	42	43	47
Video	11	8	10	7	6	8	7	6	8	7	9	8	8	10
Ukeblad	21	20	23	20	16	17	18	15	19	15	15	19	16	16
Tegneserieblad	10	8	10	11	10	7	10	9	6	8	8	6	9	9
Bok	22	22	20	19	19	18	19	18	19	19	24	20	23	24
Tidsskrift	18	16	13	15	12	15	17	13	13	12	14	12	15	12
Avis	85	82	83	84	80	85	77	77	77	76	76	75	73	74
Hjemme-PC	7	8	10	11	17	17	24	30	27	35	32	47
Internett	5	10	14	25	33	34	42	42	50
September														
Fjernsyn	80	79	83	85	83	85	80	84	80	87	82	83	81	83
Radio	71	64	66	65	58	61	61	61	60	53	57	57	55	56
Plater/kassetter/CD	43	34	41	41	34	43	38	42	48	46	41	46	46	43
Video	8	9	12	9	9	8	8	11	9	8	9	12	9	9
Ukeblad	21	19	21	19	19	17	16	16	17	13	14	16	19	15
Tegneserieblad	13	9	10	13	9	8	7	10	9	8	7	7	9	6
Bok	24	20	19	19	21	17	18	20	21	21	22	24	23	26
Tidsskrift	17	13	18	15	16	17	13	16	14	14	13	15	12	8
Avis	84	84	87	83	82	84	82	82	77	78	74	76	73	74
Hjemme-PC	11	9	13	13	15	23	22	31	32	35	38	47
Internett	7	10	16	24	34	35	41	44	53
Desember														
Fjernsyn	82	86	87	85	85	85	81	87	84	87	87	84	86	87
Radio	71	69	69	68	60	61	60	60	54	56	59	57	60	56
Plater/kassetter/CD	42	41	46	34	42	42	45	49	56	50	52	45	50	44
Video	10	12	9	7	10	9	8	9	9	11	12	11	12	10
Ukeblad	19	19	21	19	17	16	13	17	14	14	16	16	16	15
Tegneserieblad	10	12	8	8	10	11	9	8	9	9	8	8	6	7
Bok	26	24	16	20	17	16	16	20	20	21	21	26	20	27
Tidsskrift	17	15	15	19	18	13	15	17	11	12	13	12	11	11
Avis	84	86	87	85	83	84	79	82	74	77	74	78	75	72
Hjemme-PC	15	11	10	15	17	22	28	34	33	38	37	48
Internett	10	11	23	31	37	37	46	47	55

Tabell 48. Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke 1994-2005. Prosent

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Bok	37	37	36	35	37	36	37	38	39	41	43	42
Tidsskrift	53	47	45	53	45	46	49	45	47	42	46	42
Ukeblad	54	47	44	46	41	40	44	39	42	41	44	41
Tegneserieblad	23	21	19	21	17	17	19	16	16	16	18	15
PC	45	51	53	56	62	68	68	70	71	73	80
PC hjemme	21	25	29	35	42	51	54	56	57	59	69
PC på arbeid	31	33	34	35	36	38	37	38	40	38	42
PC på skole	8	10	10	11	12	15	13	14	17	17	18
Internett	5	10	15	22	35	48	52	56	58	64	73
Internett i arbeid	4	5	8	10	15	21	22	24	27	29	34
Internett i utdanning	1	3	4	5	9	10	9	11	13	14	14
Internett privat	2	6	9	15	26	39	45	48	50	54	67
E-post	9	14	25	34	39	42	44	48	56
Nyhetsgrupper	6	9	14	16	15	18	19	23	26
Chat	2	4	6	6	6	6	7	10	16
Nettsider	10	15	25	32	38	42	42	47	62
Bruk av Internett												
Lese nyheter	30	31	37	42	51
Fakta/bakgrunnsstoff	28	29	34	37	44
Se på annonser	12	16	17	23	29
Info om arrangementer osv.	8	11	13	16	22
Banktjenester/innkjøp osv.	24	29	32	36	44
Se film, TV, spill osv.	11	11	12	12	20

Ukentlig mediebruk

Tabell 49. Andel som har brukt ulike trykte medier og PC en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005 Prosent

	Bok	Tids- skrift	Uke- blad	Tegne- serieblad	PC	PC hjemme	PC på arbeid	PC på skole
Alle	42	42	41	15	80	69	42	18
Menn	33	43	26	21	85	76	46	17
Kvinner	51	41	56	10	74	63	38	18
9-12 år	68	10	28	66	89	76	0	37
13-15 år	50	19	51	46	97	89	0	60
16-19 år	28	27	48	28	93	83	27	58
20-24 år	37	33	39	24	95	84	41	40
25-44 år	41	50	42	13	89	78	62	10
45-66 år	41	48	38	3	75	62	52	6
67-79 år	40	44	48	1	25	24	3	0
Menn								
9-15 år	55	13	27	69	94	85	0	43
16-24 år	26	32	29	34	96	87	41	47
25-44 år	31	53	29	19	92	82	66	9
45-66 år	30	50	21	4	81	68	56	5
67-79 år	36	46	29	2	44	44	5	0
Kvinner								
9-15 år	65	16	50	44	90	79	0	51
16-24 år	42	29	60	16	92	80	27	49
25-44 år	51	48	54	7	87	74	58	12
45-66 år	53	47	55	2	70	57	48	7
67-79 år	43	43	62	0	10	8	2	0
Yrkesgruppe 1-2	48	60	32	8	97	85	89	11
Yrkesgruppe 3	46	57	43	10	93	79	76	14
Yrkesgruppe 4-5	42	39	52	9	82	64	52	11
Yrkesgruppe 6-9	18	35	31	17	78	67	32	4
Elever/studenter	41	32	44	27	96	87	28	74
Pensjonister	40	44	49	1	30	29	3	1
Hjemmearbeidende	43	45	51	9	97	91	14	3
Ungdomsskole	25	29	49	11	55	49	19	20
Videregående skole	37	41	43	11	75	65	39	11
Universitet/høgskole, kort	50	57	41	10	91	78	65	16
Universitet/høgskole, lang	52	66	28	10	98	87	83	14
Tettbygd 100 000 eller flere ..	49	47	35	12	89	77	53	20
Tettbygd 20 000-99 000	46	43	44	13	83	72	45	20
Tettbygd under 20 000	41	42	42	19	79	69	42	17
Sprettbygd	34	38	43	16	69	60	29	14
Oslo/Akershus	51	44	39	11	88	76	55	18
Østlandet ellers	41	45	42	17	77	68	41	18
Agder/Rogaland	40	41	36	16	78	65	41	16
Vestlandet	39	41	44	17	81	73	33	17
Trøndelag	35	42	41	13	75	67	35	18
Nord-Norge	38	34	47	18	72	60	38	22

Tabell 50. Andel som har brukt Internett i ulike sammenhenger en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. Prosent

	Inter- nett	Internett i arbeid	Internett i utdanning	Internett privat	E-post	Nyhets- grupper	Chat	Nett- sider
Alle	73	34	14	67	56	26	16	62
Menn	78	39	14	72	59	28	17	68
Kvinner	67	28	14	62	52	24	15	55
9-12 år	64	0	15	53	22	6	20	36
13-15 år	92	0	42	87	51	20	56	78
16-19 år	89	14	48	85	67	46	53	83
20-24 år	89	25	37	85	73	43	35	82
25-44 år	84	53	9	79	72	32	14	75
45-66 år	69	42	4	60	52	21	3	53
67-79 år	18	3	0	16	12	1	0	13
Menn								
9-15 år	78	0	22	66	26	11	31	57
16-24 år	90	24	41	88	70	45	45	85
25-44 år	87	60	9	81	76	35	15	81
45-66 år	75	50	4	65	58	22	2	60
67-79 år	34	4	0	32	23	3	0	24
Kvinner								
9-15 år	76	0	33	71	45	14	42	54
16-24 år	88	15	43	82	72	44	40	78
25-44 år	82	46	10	77	67	30	13	70
45-66 år	63	34	4	55	47	20	3	48
67-79 år	5	2	0	4	5	0	0	5
Yrkesgruppe 1-2	95	82	7	83	87	36	12	84
Yrkesgruppe 3	88	59	8	79	75	31	8	78
Yrkesgruppe 4-5	73	33	11	64	56	22	11	60
Yrkesgruppe 6-9	69	24	5	66	43	26	12	55
Elever/studenter	91	15	65	88	76	52	54	87
Pensjonister	25	2	1	25	17	5	1	19
Hjemmearbeidende	89	23	3	86	65	35	15	74
Ungdomsskole	51	12	18	47	33	22	20	41
Videregående skole	68	29	10	63	52	27	12	57
Universitet/høgskole, kort ..	86	53	13	79	75	31	15	76
Universitet/høgskole, lang ..	92	76	10	83	87	34	9	85
Tettbygd 100 000 eller flere	83	42	19	76	69	33	18	72
Tettbygd 20 000-99 000	77	40	15	70	61	28	16	64
Tettbygd under 20 000	71	33	11	66	54	25	16	59
Spredtbygd	62	22	10	57	41	19	13	52
Oslo/Akershus	82	44	16	76	71	34	17	73
Østlandet ellers	71	35	11	64	53	21	14	58
Agder/Rogaland	70	35	12	61	50	22	13	56
Vestlandet	74	24	15	69	54	31	22	62
Trøndelag	69	28	14	65	47	23	12	61
Nord-Norge	64	28	13	57	49	20	19	54

Ukentlig mediebruk

Tabell 51. Andel som har brukt ulike Internett-tilbud en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. 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	51	44	29	22	44	20
Menn	58	50	37	25	48	27
Kvinner	45	38	23	19	40	14
9-12 år	18	17	13	5	3	43
13-15 år	48	52	26	17	11	56
16-19 år	71	55	38	24	35	47
20-24 år	70	58	48	36	61	33
25-44 år	66	55	39	30	62	18
45-66 år	45	42	24	18	47	9
67-79 år	11	7	5	3	9	3
Menn						
9-15 år	38	33	25	12	7	59
16-24 år	69	60	51	29	49	44
25-44 år	73	61	47	33	66	25
45-66 år	51	48	28	23	53	13
67-79 år	21	13	9	5	18	5
Kvinner						
9-15 år	26	34	13	9	6	39
16-24 år	72	52	34	34	51	33
25-44 år	60	49	30	27	59	11
45-66 år	39	35	20	13	41	5
67-79 år	3	2	1	1	2	2
Yrkesgruppe 1-2	75	71	38	39	72	18
Yrkesgruppe 3	64	59	36	27	63	15
Yrkesgruppe 4-5	51	40	33	21	52	16
Yrkesgruppe 6-9	48	37	36	19	44	15
Elever/studenter	79	61	40	30	47	41
Pensjonister	16	12	6	4	15	5
Hjemmearbeidende	66	37	34	32	55	17
Ungdomsskole	36	26	20	12	23	16
Videregående skole	49	36	30	19	45	16
Universitet/høgskole, kort	64	63	35	33	67	17
Universitet/høgskole, lang	78	75	40	39	69	20
Tettbygd 100 000 eller flere	64	57	34	33	55	24
Tettbygd 20 000-99 000	57	50	29	21	46	20
Tettbygd under 20 000	50	42	30	22	45	21
Spredtbygd	38	30	26	13	33	15
Oslo/Akershus	59	53	34	31	51	23
Østlandet ellers	44	41	30	20	42	19
Agder/Rogaland	50	41	23	21	41	17
Vestlandet	59	43	32	20	47	23
Trøndelag	49	43	26	20	45	19
Nord-Norge	45	39	28	13	37	21

Tabell 52. Andel som har tilgang til ulike medier og elektroniske tilbud i hjemmet. 1991-2005. Prosent

	1991	1992	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
NRK1	98	98	99	98	97	97	98	98	98	98	98	98	98	98
NRK2	66	71	77	77	81	81	82	82	83	85
TV 2	65	82	89	91	91	92	92	93	94	94	94	93	94
TVNorge	36	42	47	51	58	72	79	83	83	84	82	84	84	87
TV 3	33	38	43	46	50	53	55	56	58	60	57	58	58	60
Lokal-TV	28	31	33	34	41	43	44	46	49	46	46	46	51	48
Svensk TV	40	41	43	44	44	45	45	45	43	47	47	47	48	50
Satellitt-TV	39	45	50	55	55	58	59	61	63	67	66	67	69	72
Betal-TV	9	9	13	11	11	14	13	16	16	18	19	20	16	19
Videobåndspiller	51	57	64	65	69	70	73	77	79	79	81	77	74	72
DVD-spiller	26	43	61	75
Lokalradio	87	90	89	90	90	89	88	87	85	86	86	86	86	83
Kassettpiller	95	94	94	91	92	92	90	88	89	83	82	76	74	65
Platespiller	63	59	60	58	57	57	53	50	51	47	41	41	40	39
CD-spiller	33	40	61	71	75	81	84	87	90	91	93	93	93	96
Minidisc-spiller	16	17	19	24	26	25
MP3-spiller	22	36
Privat parabol- antenne	5	10	10	14	15	19	20	22	25	26	28	30	30	31
Kabelanlegg	29	31	34	36	38	38	38	39	39	42	41	41	42	46
Fellesantenne	7	6	7	8	7	6	7	5	5	5	5	5	5	8
Ordinær antenne m/flere kanaler	19	34	41	55	56	52	54	52	60	51	48	55	55	46
Hjemme-PC	33	39	43	50	57	67	71	75	76	77	79	83
TV-spill	24	24	20	23	24	28	32	33	35	35	40	41
CD-ROM-spiller	8	17	29	41	54	64	67	70	72	75	79
DVD-spiller på PC	32	38	47	58
Internett	13	22	36	52	60	63	64	66	74
Bredbånd	2	3	9	18	29	51
Tekst-TV	72	77	79	83	86	87	90	92	91	92	93
Egen mobiltelefon	58	68	76	82	86	90	92

Medietilgang

Tabell 53. Andel som har tilgang til ulike fjernsynstilbud hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. Prosent

	NRK 1	NRK2	TV2	TV Norge	TV3	Lokal TV	Svensk TV	Satel-litt-TV	Betal-TV	Video-bånd-spiller	DVD-spiller
Alle	98	85	94	87	60	48	50	72	19	72	75
Menn	97	83	94	86	60	49	49	73	21	70	78
Kvinner	98	86	94	87	60	47	51	71	18	74	71
9-12 år	100	80	92	88	58	38	47	77	22	85	93
13-15 år	100	89	99	90	60	52	50	79	20	83	90
16-19 år	97	85	95	86	59	44	42	67	20	81	90
20-24 år	90	78	86	81	57	43	47	66	19	54	83
25-44 år	97	85	94	88	63	52	52	76	21	73	85
45-66 år	99	89	96	88	62	51	53	74	22	77	68
67-79 år	99	78	92	83	51	39	45	58	6	53	22
Menn											
9-15 år	100	81	96	87	56	42	44	76	21	82	95
16-24 år	91	78	88	82	57	45	41	67	21	60	84
25-44 år	96	83	94	88	62	54	50	76	23	70	87
45-66 år	99	88	96	87	61	52	51	75	23	77	71
67-79 år	100	81	92	85	61	40	56	63	10	55	31
Kvinner											
9-15 år	100	87	94	91	63	48	53	79	21	86	88
16-24 år	96	84	92	84	58	41	50	66	17	72	89
25-44 år	97	87	95	87	64	50	54	75	20	76	84
45-66 år	100	90	95	90	64	49	54	74	20	78	65
67-79 år	99	77	93	82	44	39	37	55	4	51	15
Yrkesgruppe 1-2	100	90	98	92	70	54	63	81	19	76	84
Yrkesgruppe 3	99	88	97	89	66	54	57	78	19	74	84
Yrkesgruppe 4-5	95	86	92	89	63	52	50	74	21	74	76
Yrkesgruppe 6-9	94	80	89	83	49	45	36	65	27	72	71
Elever/studenter	94	84	92	84	58	41	46	68	14	65	85
Pensjonister	99	80	92	82	53	40	43	61	14	61	37
Hjemmearbeidende	97	85	97	80	51	56	51	66	24	91	92
Ungdomsskole	98	84	92	85	57	41	40	67	20	71	61
Videregående skole	96	82	92	85	56	48	45	68	21	71	72
Universitet/høgskole, kort ..	98	87	95	88	66	56	59	76	17	71	79
Universitet/høgskole, lang ..	100	91	98	92	72	50	68	82	17	71	80
Tettbygd 100 000 eller flere	96	92	95	93	76	49	69	82	15	61	77
Tettbygd 20 000-99 000	97	90	95	92	74	67	68	79	18	72	78
Tettbygd under 20 000	99	83	96	85	58	49	48	71	18	76	76
Spredtbygd	98	76	91	79	36	30	19	59	27	77	68
Oslo/Akershus	98	95	96	96	85	54	80	90	12	66	76
Østlandet ellers	98	85	95	86	62	49	56	75	20	74	74
Agder/Rogaland	98	81	92	88	52	49	35	67	23	74	75
Vestlandet	96	81	92	79	41	43	22	58	25	75	77
Trøndelag	96	82	93	85	64	49	52	70	21	66	68
Nord-Norge	97	77	92	81	47	40	37	60	17	76	74

Tabell 54. Andel som har tilgang til nærradio, ulike typer musikkanlegg og fjernsynsantenne-systemer hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. Prosent

	Lokal- radio	Kassett- spiller	Plate- spiller	CD- spiller	Mini- disc- spiller	MP3- spiller	Para- bol- antenne	Kabel- anlegg	Felles- antenne	Ordinær antenne m/flere kanaler
Alle	83	65	39	96	25	36	31	46	8	46
Menn	84	62	41	96	24	42	31	45	6	48
Kvinner	83	68	37	95	26	30	30	46	9	44
9-12 år	62	79	47	99	37	35	42	43	4	35
13-15 år	86	76	48	100	44	65	39	44	2	46
16-19 år	83	63	43	100	42	72	34	39	7	53
20-24 år	83	48	29	96	29	59	24	44	8	45
25-44 år	87	57	26	99	26	42	30	50	8	43
45-66 år	85	70	49	97	22	20	34	45	7	48
67-79 år	78	80	51	75	2	2	18	41	12	53
Menn										
9-15 år	75	75	45	99	37	53	42	39	3	44
16-24 år	85	45	35	98	30	72	28	40	6	47
25-44 år	85	53	28	98	22	46	31	49	6	48
45-66 år	86	71	55	97	25	25	35	45	6	50
67-79 år	81	83	49	79	1	2	16	47	13	47
Kvinner										
9-15 år	71	81	50	100	44	44	39	49	3	37
16-24 år	81	66	35	98	39	55	28	44	9	50
25-44 år	88	61	24	100	29	38	30	50	10	39
45-66 år	84	69	42	96	19	15	33	46	8	46
67-79 år	77	77	52	72	3	1	19	36	11	57
Yrkesgruppe 1-2	89	59	38	99	28	38	22	58	8	42
Yrkesgruppe 3	89	62	35	100	26	35	30	53	9	41
Yrkesgruppe 4-5	85	57	32	97	31	37	33	47	6	42
Yrkesgruppe 6-9	83	60	38	98	20	38	41	31	5	55
Elever/studenter	83	58	34	97	36	63	27	47	9	48
Pensjonister	80	79	47	82	6	7	24	38	9	54
Hjemmearbeidende	92	66	35	100	21	38	34	40	12	45
Ungdomsskole	83	67	41	92	19	33	34	38	8	52
Videregående skole	85	63	38	95	22	33	34	38	8	51
Universitet/høgskole, kort	85	62	34	98	30	34	23	57	9	41
Universitet/høgskole, lang	89	62	37	98	23	42	18	66	9	39
Tettbygd 100 000 eller flere	84	62	34	96	29	42	14	68	11	34
Tettbygd 20 000-99 000	89	61	41	97	25	37	17	65	8	40
Tettbygd under 20 000	85	66	40	97	24	33	33	44	8	50
Spredtbygd	76	69	39	93	22	32	57	9	4	59
Oslo/Akershus	79	60	32	97	27	37	15	74	9	30
Østlandet ellers	87	67	40	96	22	31	34	46	8	44
Agder/Rogaland	81	63	40	96	26	37	38	37	6	51
Vestlandet	84	68	42	94	28	43	39	25	9	58
Trøndelag	86	70	36	93	20	34	29	45	8	50
Nord-Norge	81	62	41	94	25	34	34	34	4	55

Medietilgang

Tabell 55. Andel som har tilgang til ulike typer elektronisk utstyr hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2005. Prosent

	Hjemme- PC	TV- spill	PC med CD-ROM	PC med DVD-spiller	Inter- nett	Bred- bånd	Tekst- TV	Egen mobil- telefon
Alle	83	41	79	58	74	51	93	92
Menn	86	44	82	63	76	52	92	93
Kvinner	81	39	77	53	72	50	94	91
9-12 år	96	74	89	61	88	53	92	73
13-15 år	99	79	97	78	95	74	98	96
16-19 år	94	65	93	74	81	71	94	100
20-24 år	92	47	91	78	74	59	84	100
25-44 år	91	49	88	68	82	61	93	97
45-66 år	81	27	76	48	74	43	96	93
67-79 år	35	1	27	10	27	9	91	70
Menn								
9-15 år	98	84	94	79	94	60	96	80
16-24 år	92	61	90	81	73	63	86	100
25-44 år	91	46	88	71	83	60	92	97
45-66 år	81	28	77	52	74	44	94	92
67-79 år	51	1	43	14	42	12	95	84
Kvinner								
9-15 år	97	68	92	58	87	65	94	88
16-24 år	95	46	93	71	81	66	90	100
25-44 år	92	51	88	65	82	62	94	98
45-66 år	81	26	74	45	73	42	98	94
67-79 år	22	1	16	6	15	6	89	59
Yrkesgruppe 1-2	94	40	91	68	88	64	95	98
Yrkesgruppe 3	93	39	91	67	84	62	95	97
Yrkesgruppe 4-5	85	47	82	57	76	51	94	98
Yrkesgruppe 6-9	85	41	79	59	72	44	92	97
Elever/studenter	94	57	93	79	78	68	87	99
Pensjonister	45	9	38	17	36	16	92	76
Hjemmearbeidende	98	66	89	75	95	69	94	97
Ungdomsskole	62	31	58	41	54	36	92	87
Videregående skole	81	40	76	55	69	45	93	94
Universitet/høgskole, kort	91	38	90	63	83	60	95	97
Universitet/høgskole, lang	95	33	92	70	88	69	92	97
Tettbygd 100 000 eller flere	87	43	82	65	78	63	92	93
Tettbygd 20 000-99 000 ..	85	39	82	57	77	57	94	95
Tettbygd under 20 000	85	42	82	58	75	53	95	91
Sprettbygd	78	41	73	52	68	33	92	92
Oslo/Akershus	86	41	82	62	79	57	92	92
Østlandet ellers	83	39	79	54	73	45	95	93
Agder/Rogaland	83	41	79	60	74	54	94	91
Vestlandet	85	47	83	64	77	57	92	94
Trøndelag	81	36	74	49	69	51	91	89
Nord-Norge	79	45	71	52	67	43	94	94

Vedlegg 1: Om undersøkelsen

Utvalg og frafall

Til undersøkelsen i 2005 ble det trukket et landsomfattende utvalg på 2 595 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 777 eller 29,9 prosent av bruttoutvalget. Intervju ble altså oppnådd med 1 818 personer. Svarprosenten er dermed 70,1.

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 sammenligner fordelingen i bruttoutvalget (ev. frafallet) og nettoutvalget. Der som 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	49,9	50,8	49,6
Kvinner	50,1	49,2	50,4
Alder			
9-15	10,0	8,1	10,8
16-24	14,9	13,3	15,6
25-44	35,6	37,1	35,0
45-66	28,0	27,8	28,1
67-79	11,5	13,8	10,6
Landsdel			
Oslo/Akershus	21,7	21,9	21,6
Østlandet ellers	26,9	24,5	27,9
Agder/Rogaland	14,6	14,7	14,6
Vestlandet	17,1	16,7	17,3
Trøndelag	9,2	10,0	8,8
Nord-Norge	10,5	12,2	9,8
Tallet på personer .	2 595	777	1 818

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

Av nettoutvalget utgjør mandager 14,9 prosent, tirsdager 14,4 prosent, onsdager 14,5 prosent, torsdager 13,7 prosent, fredager 12,9 prosent, lørdager 14,0 prosent og søndager 15,6 prosent. Måneden mars utgjør 25,0 prosent, juni 24,9 prosent, september 24,6 prosent og

desember 25,6 prosent. Tallene i publikasjonen er vektet, slik at de fire månedene og de forskjellige ukedagene skal telle like mye.

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 antydning 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 $(M \div 2S)$ 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 1,0 når antall observasjoner er 2 000. Konfidensintervallet for den sanne verdi får grensen $70 \pm 2 \times 1,0$, dvs. det strekker seg fra 72 til 68 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 totaltelling og utvalgsundersøkelser, vil det forekomme svar som er feil. Feilene kan oppstå både i forbindelse med innsamlingen og under bearbeidningen. Erfaringen er at etter at vi har rettet opp feil så langt dette er mulig, så påvirkes de statistiske 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 for eksempel inntekt og yrke, feil i avledninger (omkodinger) eller feil som oppstår når opplysningene fra spørreskjemaet overføres til maskinlesbart medium. Gjennom

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

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 ømtårlige. De som svarer kan i slike tilfeller bevisst gi feilaktige svar eller de vurderinger 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	1 818	Utdanning (16-79 år)	
		Ungdomsskole	258
Kjønn		Videregående skole	759
Menn	901	Universitet/høgskole, kort	363
Kvinner	917	Universitet/høgskole, lang	210
		Husholdningsinntekt	
Alder		Under 200 000	159
9-12 år	105	200 000-349 000	273
13-15 år	91	350 000-499 000	276
16-19 år	121	500 000-599 000	233
20-24 år	162	600 000-749 000	323
25-34 år	309	750 000 eller mer	303
35-44 år	327	Landsdel	
45-54 år	263	Oslo/Akershus	393
55-66 år	248	Østlandet ellers	507
67-79 år	192	Agder/Rogaland	266
		Vestlandet	314
Kjønn/Alder		Trøndelag	160
Menn		Nord-Norge	178
9-15 år	100	Bostedsstrøk	
16-24 år	156	Tettbygd 100 000 eller flere	416
25-44 år	310	Tettbygd 20 000-99 000	389
45-66 år	252	Tettbygd under 20 000	546
67-79 år	83	Spredtbygd	435
Kvinner		Familiefase	
9-15 år	96	9-24 år hos foreldre	351
16-24 år	127	Enslige ellers 9-44 år	203
25-44 år	326	Enslige 45-79 år	161
45-66 år	259	Enslige forsørgere	72
67-79 år	109	Par med barn 0-6 år	244
		Par med barn 7-17 år	252
Yrkesstatus (16-79 år)		Par 16-44 år uten barn	135
Yrkesgruppe 1-2	305	Par 45-79 år uten barn	400
Yrkesgruppe 3	255	Husholdningsstørrelse	
Yrkesgruppe 4-5	249	Bor alene	300
Yrkesgruppe 6-9	229	2 husholdningsmedlemmer	563
Elever/studenter	159	3 husholdningsmedlemmer	267
Pensjonister	303	4 husholdningsmedlemmer	405
Hjemmearbeidende	35	5 husholdningsmedlemmer eller flere	274

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
57 Vaage, Odd Frank: Norsk mediebarometer 2002
63 Vaage, Odd Frank: Norsk mediebarometer 2003
68 Vaage, Odd Frank: Norsk mediebarometer 2004
73 Vaage, Odd Frank: Norsk kulturbarometer 2004

Samfunnsspeilet

- 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
Nr. 6/03 Vaage, Odd Frank: Små sosiale skiller i barn og unges mediebruk
Nr. 6/04 Vaage, Odd Frank: Internettavisene demper nedgangen i lesing av papiraviser

Andre publikasjoner og artikler

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

- 59 F. Brunvoll og H. Høie: Naturressurser og miljø 2003. 2003. 233s. 300 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6479-0
- 60 M. Raabe: Utdanning 2003 - ressurser, rekruttering og resultater. 2003. 230s. 300 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6503-7
- 61 F. Brunvoll og H. Høie: Natural Resources and the Environment 2003. 2003. 236s. 300 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6519-3
- 62 I. Melby, O. E. Nygård, T. O. Thoresen og A. Walseth: Inntekt, skatt og overføring 2003. 2003. 158s. 260 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6551-7
- 63 O. Vaage: Norsk mediebarometer 2003. 2003. 86s. 180 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6576-2
- 64 A. Barstad og O. Hellevik: På vei mot det gode samfunn? 2004. 153s. 260 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6621-1
- 65 F. Bruvoll og H. Høie: Naturressurser og miljø 2004. 2004. 239s. 300 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6680-7
- 66 K. Rose Tronstad: Innvandring og innvandrere 2004. 2005. 143s. 210 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6701-3
- 67 K. Rose Tronstad: Immigration and Immigrants 2004. 2005. 127s. 210 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6749-8
- 68 O. Vaage: Norsk mediebarometer 2004. 2005. 86s. 180 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6766-8
- 69 Hundre års ensomhet? Norge og Sverige 1905-2005. 2005 160s. 260 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6767-6
- 70 F. Bruvoll og S. E. Stave: Natural Resources and the Environment 2004. 2005. 246s. 210 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6769-2
- 71 M. Hansen-Møllerud, A. Kalvøy, G. M. Pilskog og H. Rød: Nøkkeltall om Informasjonssamfunnet 2004. 2005. 136s. 210 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6793-5
- 72 E. Ugreninov: Seniorer i Norge. 2005. 175s. 260 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6795-1
- 73 O. Vaage: Norsk kulturbarometer 2004. 2005. 108s. 210 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6803-6
- 74 M. Raabe: Utdanning 2005 – deltakelse og kompetanse. 2005. 300s. 340 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6844-3
- 75 F. Brunvoll, H. Høie og S. E. Stave: Naturressurser og miljø 2005. 2006. 268s. 300 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6886-9
- 76 S. O. Pettersen, A. Bårdseth og L. Taule: Kulturstatistikk 2004. 2006. 139s. 210 kr inkl. mva. ISBN 82-537-6891-5