

4. Medietilbud og mediebruk

4.1. Tilgang til ulike medier

Kassettpilleren dominerte på 1990-tallet

I løpet av de siste 20 åra har det skjedd store endringer i nordmenns massemedietilbud. På lydsiden var det i begynnelsen av 1980-åra kassettpillerne som dominerte. Platespillerne var allerede da på vikende front. I 1983 var det 88 prosent som hadde kassettpiller og 66 prosent hadde platespiller. Folks tilgang til kassettpiller nådde sin topp i 1991. Da hadde 95 prosent av befolkningen tilgang til kassettpiller i husholdningen. Deretter har tallet sunket, og var 58 prosent i 2006. Tilgangen til platespiller har derimot hatt en dalende kurve i hele perioden, og andelen med tilgang var 36 prosent i 2006 (figur 4.1).

CD-spilleren har overtatt markedet

CD-spilleren er det tilbudet som i størst grad har overtatt for plate- og kassettpiller. I 1987 var det 7 prosent som hadde CD-spiller i husholdningen. Deretter har tilgangen økt jevnlig og var på 96 prosent i 2006. Den har altså passert nivået som kassettpilleren hadde på sitt høyeste.

Men CD-spilleren har også konkurrenter på markedet. Minidisc-spilleren spredte seg raskt like før og etter tusenårsskiftet, men interessen har deretter dabbet av. 22

prosent av befolkningen hadde tilgang til slik spiller i 2006.

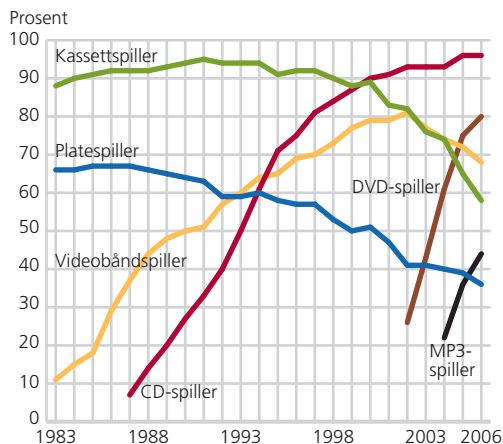
MP3-spilleren er den nye konkurrenten

Det som for øyeblikket ser ut til å bli den store utfordreren til CD-spilleren er MP3-spilleren. Dette er en liten bærbar harddisk der man kan lagre og avspille lydfile. Denne spilleren har hatt en rask vekst de siste åra. Andelen med tilgang økte fra 22 prosent i 2004 til 44 prosent i 2006.

Fjernsynet står sterkt

På bildesiden har fjernsynet hatt en sterk posisjon på 1980- og 1990-tallet, og står fremdeles minst like sterkt i dag. I 2006

Figur 4.1. Andel med ulike lyd- og bildeavspilningssystemer. 1983-2006. Prosent



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

var det 98 prosent som hadde fjernsynsapparat, og andelen har holdt seg på det nivået de siste 20 åra. Tabell 4.1 viser at det blir stadig færre som har bare ett fjernsyn i husholdningen. Det som særlig øker er tre fjernsyn eller flere. I 1998 var det 11 prosent som hadde så mange fjernsyn. Dette har økt til 19 prosent i 2006.

Noe av forklaringen på det høye salget er overgangen fra skjermfasong i størrelsesorden 3:4 til 9:16 (widescreen) og formidling av bilder i HD-kvalitet (høyere oppløsning i bildene som betyr skarpere og mer detaljrike bilder). Skal husholdningen få glede av disse standardendringene, kreves det nyinnkjøp av apparat.

Videobåndspilleren fra 0 til 80 på 20 år

Videobåndspilleren er et tilbud som har hatt sterk vekst fra den ble introdusert på privatmarkedet i slutten av 1970-åra. I 1983 hadde 11 prosent tilgang til slik spiller i husholdningen. I takt med at spillerne ble billigere og det ble et stadig bedre og billigere tilbud på leie- og kjøpefilmer, skaffet stadig flere husholdninger seg slik spiller. 50 prosent hadde tilgang i 1990 og andelen nådde sin topp i 2002, da 81 prosent hadde tilgang. Siden har andelen sunket noe og lå på 68 prosent i 2006.

DVD-spilleren har overtatt

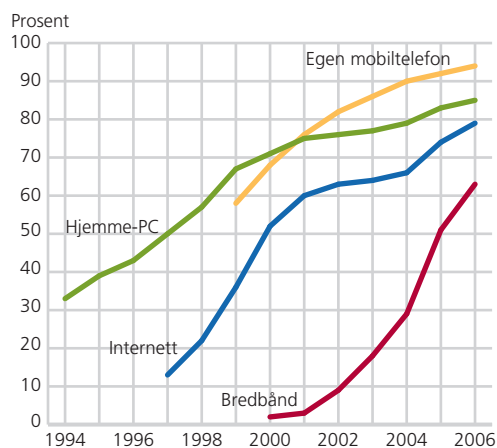
Den nedgangen vi har sett de siste åra i andelen som har videobåndspiller, skyldes ikke synkende interesse for å kunne spille av filmer via TV-skjermen. Årsaken er at DVD-spilleren har overtatt markedet.

Salget av billige DVD-spillere har vært formidabelt de siste 4-5 åra, og i 2006 var det 80 prosent som hadde slik spiller i husholdningen, det vil si flere enn det var som hadde videobåndspiller da den var på det høyeste. En forklaring på denne kraftige økningen på så kort tid, kan nok være at dette ikke var et nytt og ukjent tilbud, men rimelig alternativ til noe som allerede var kjent, men med bedre bilde kvalitet og med høyere teknisk standard.

Sakte økning i hjemme-PC-tilgangen

Personlige datamaskiner til overkommelige priser, populært kalt PC, ble introdusert på markedet i begynnelsen av 1980-tallet. I 1985 hadde cirka 10 prosent av befolkningen PC til hjemmebruk. Slike maskiner var forholdsvis dyre og mange så ikke den

Figur 4.2. Andel med ulike typer hjemmeelektronikk, 1994-2006. Prosent



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Tabell 4.1. Antall fjernsyn i husholdningen, 1994-2006

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Ikke fjernsyn	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
1 fjernsyn	60	61	61	56	55	54	51	50	48	48	46	44	45
2 fjernsyn ¹	38	37	36	41	32	34	34	35	36	36	34	33	34
3 fjernsyn eller flere					11	10	13	13	14	14	18	21	19

¹ 2 eller flere fjernsyn til og med 1997.

umiddelbare nytten av den i forhold til prisen. Dette kan være noe av forklaringen på at andelen med tilgang i hjemmet nådde 50 prosent først i 1997. Seinere har prisene på slike maskiner sunket. De har fått høyere kvalitet og større brukerverdi, særlig i og med at Internett har fått økt betydning for allmennheten. Resultatet har blitt at 85 prosent hadde tilgang til hjemme-PC i 2006.

Sammen med økningen av hjemme-PC-ene har også tilgangen til Internett vokst fram. Internett kom på det private markedet i første del av 1990-tallet (Ling og Vaage 2000). I 1997 hadde 13 prosent tilgang hjemme. Tilgangen økte raskt til 60 prosent i 2001. Deretter flatet økningen noe ut, men gjorde et hopp fra 2004 til 2006, da andelen nordmenn med tilgang i hjemmet var på 79 prosent.

Bredbånd vokste raskt

Internett formidlet med bredbånd gir rask tilgang til de ulike tilbudene på Internett. Dette tilbudet ble introdusert på hjemmemarkedet like før tusenårsskiftet, og har hatt en meget rask økning i husholdningene, fra 2 prosent i 2000 til 63 prosent i 2006. Dette betyr at 80 prosent av dem med Internett hjemme er tilknyttet via bredbånd.

Både selve telefonen og abonnementet var dyrt da mobiltelefonene for alvor ble tatt i bruk for privatpersoner på midten av 1980-tallet. Derfor tok det nokså lang tid før det ble vanlig blant folk. I 1999 hadde andelen med egen mobiltelefon nådd 58 prosent. Siden har økningen vært betydelig for hvert år, og nådde 94 prosent i 2006. Dette er muligens nær metningspunktet.

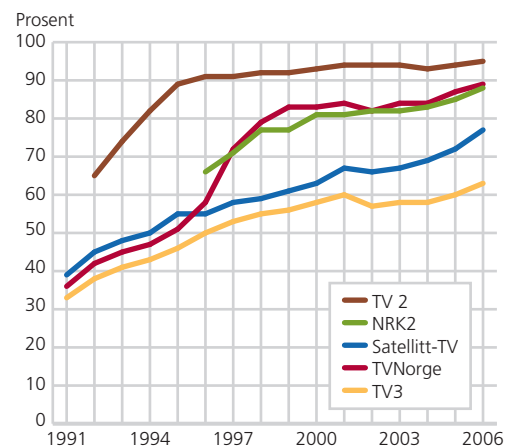
Spredningen av TV-spill, det vil si elektroniske spill som er koblet til en TV-skjerm

for monitor, har utviklet seg nokså sakte. I 1994 var det 24 prosent av befolkningen som hadde slike spill i husholdningen. I 2006 var andelen økt til 44 prosent.

Økende tilgang til nye kanaler

Noe av grunnen til at fjernsynet har stått så sterkt, er det økte tilbudet og stadig flere kanaler å velge mellom. Da TV 2 startet sine sendinger i 1992, ble det med en gang den kanalen som nådde flest nordmenn, når vi ser bort fra NRKs hovedkanal. Første sendeåret nådde TV 2 65 prosent av befolkningen. Dette er økt til 94 prosent fra 2001 og har deretter holdt seg omtrent på det nivået. NRKs kanal 2, som startet sendingene i 1996 har aldri nådd opp til TV 2s dekning. Den foreløpig høyeste dekningsgraden var i 2006, med 88 prosent. I hele kanalens levetid har dekningsgraden ligget omtrent på samme nivå som TVNorge. Denne kanalen fikk et løft i siste del av 1990-åra, i og med at den fikk konsesjon til å sende fra bakkebaserte sendere for å formidle lokal-TV. TV 3 har ikke hatt denne muligheten og hadde i 2006 en dekningsgrad på 63 prosent.

Figur 4.3. **Andel med tilgang til noen fjernsynskanaler i husholdningen. 1991-2006. Prosent**



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Andelen nordmenn som mottar signaler fra satellittbaserte kanaler har økt jevnt og trutt de siste 15 åra, fra 39 prosent i 1991 til 77 prosent i 2006. Dette henger sammen med at en stadig økende andel av befolkningen har fått TV-signalene enten gjennom egne private parabolantennor eller gjennom kabelnett. I 1991 hadde 5 prosent privat parabolantenne. Dette har økt til 32 prosent i 2006. Tilgangen til kabelanlegg var 29 prosent i 1991 mot 47 prosent i 2006.

Tabell 4.2 viser at det har skjedd store forandringer i hva salgs TV-antennor norske husholdninger har installert fra 1991 til 2006. I 1991 var det vanligst å ha ordinær TV-antenne med mottak for bare en kanal, det vil i de aller fleste tilfeller si NRKs ene kanal. Det som var nest vanligst var å være knyttet til et kabelanlegg, med de mulighetene det ga til å se et større antall kanaler, blant annet TVNorge og TV 3, men også en del andre utenlandske kanaler.

Med innføring av TV2 i 1992 og deretter NRK 2 i 1996, økte andelen husholdninger med mulighet til å se flere kanaler med ordinær antenne. Andelen som bare kunne se en kanal sank kraftig. Seinere har stadig flere husholdninger benyttet seg av de økende mulighetene for å koble seg til kabelanlegg. Mange av dem som ikke har hatt den muligheten, har skaffet seg parabolantenne. Selv om denne utviklingen har gått nokså sakte, var det i 2006 nær 50 prosent som hadde kabelanlegg. Det var dermed det antennesystemet som flest hadde i husholdningen sin.

Etter å ha sett på hvordan de ulike medietilbudene har spredt seg i norske husholdninger over tid, skal vi videre se på hvordan spredningen er i ulike befolkningsgrupper.

Færrest plate- og kassettpillere blant yngre voksne

Den aldersmessige fordelingen av lydavspillingssystemer viser at kassettpillere og platespillere er nokså jevnt fordelt i ulike aldersgrupper. (Vaage 2007). Vi finner dem likevel i mindre grad i hjemmene hos yngre voksne enn hos andre aldersgrupper. Dette skyldes nok at de som har flyttet for seg selv eller stiftet familie i de seinere åra, ikke har sett noe stort behov for å skaffe seg slike systemer, siden de er på vei ut. Svært mange av de godt voksne har derimot fremdeles mange vinylplater og lydassetter liggende, og har derfor behov for å beholde plate- eller kassettpilleren hvis de vil ha glede av platene eller kassettene sine. Når barn også i stor grad har tilgang til slike avspillingssystemer, skyldes nok det at det er foreldrene deres som har behov for dem.

Tabell 4.2. **Andel som bare har ulike TV-antennesystemer i husholdningen. 1991-1992 og 1994-2006. Prosent**

	Bare ordinær antenne med kanal	Bare ordinær antenne med flere kanaler	Parabolantenne	Kabelanlegg	Fellesantenne for mindre antall boliger
1991	43	16	5	29	7
1992	32	21	10	31	6
1994	13	36	10	34	7
1995	5	40	14	36	8
1996	3	39	15	38	7
1997	3	34	19	38	6
1998	2	34	20	38	7
1999	2	33	22	39	5
2000	1	31	25	39	5
2001	1	28	26	42	5
2002	2	25	28	41	5
2003	1	25	30	41	5
2004	2	23	30	42	5
2005	1	20	31	46	8
2006	1	18	32	47	4

CD-spillerne finner vi hos de aller fleste i nesten alle aldersgrupper. Unntaket er de eldre. Som på svært mange andre teknologiske områder ligger de etter befolkningen ellers. Blant dem er det bare tre av fire som har slik spiller. De har også i svært liten grad minidisc-spiller og MP3-spiller. Disse systemene finner vi helst hos de unge. For eksempel viser 2006-tallene at 3 prosent av dem i alderen 67-79 år hadde MP3-spiller, mens andelen var 87 prosent blant dem i alderen 16-19 år.

Det er liten forskjell i andelen som har ulike lydavspillingssystemer etter utdanning. Det er likevel en tendens til at de med høy utdanning i noe større grad har MP3-spiller enn andre. Det samme gjelder bostedsstrøk. MP3-spiller er noe mer utbredt i de større byene enn i mindre befolkete områder.

Eldre kvinner har i minst grad DVD-spiller

Også når det gjelder videobånd- og DVD-spiller er andelen med tilgang lavere blant de godt voksne enn blant de yngre. Særlig gjelder dette DVD-spiller. I 2006 var andelen med tilgang til slikt i hjemmet 93 prosent blant 9-12-åringene. Blant 67-79-åringene var andelen 29 prosent. I denne aldersgruppen finner vi dessuten et klart skille mellom kjønnene. Blant menn i denne aldersgruppen var andelen med tilgang til DVD-spiller 37 prosent, blant kvinner var den 22 prosent.

Videobåndspiller er nokså jevnt fordelt mellom personer med ulikt utdanningsnivå og bostedsstrøk. DVD-spiller er noe skjevere fordelt. Personer med lav utdanning og personer som bor i spredtbygde strøk har i noe mindre grad tilgang til slik spiller enn personer med bedre utdanning og personer som bor i mer tettbygde strøk.

Gutter har best tilgang til Internett

Når vi ser på tilgangen til hjemme-PC og Internett i ulike befolkningsgrupper, finner vi stort sett det samme mønsteret som for DVD-spilleren. Det er barn, unge og yngre voksne som i størst grad har tilgang. Det er særlig eldre, spesielt kvinner, som i liten grad har tilgang til slike muligheter i hjemmet. Mens 99 prosent av guttene i alderen 13-15 år hadde tilgang til Internett hjemme i 2006, var andelen 24 prosent blant kvinner i alderen 67-79 år. Tilgangen øker med økt utdanning og disse tilbudene er noe mer utbredt i de store byene enn i spredtbygde strøk. Uansett bostedsstrøk og utdanning var det i 2006 likevel et klart flertall som hadde hjemme-PC og tilgang til Internett hjemme.

Bredbånd skjevt sosialt fordelt

Tabell 4.3 viser hvordan tilgangen til Internett via bredbånd i husholdningen har utviklet seg i ulike befolkningsgrupper fra 2000 til 2006. Den økte tilgangen i disse åra har vært nokså parallell mellom menn og kvinner. Ellers viser tallene at denne typen tilbud har vært og er skjevt sosialt fordelt. Blant de ulike aldersgruppene var det 16-24-åringene som lå best an de første åra, men de er nesten blitt innhentet av 9-15-åringene og 25-44-åringene. I alle disse tre gruppene var det minst 70 prosent som hadde bredbåndstilgang hjemme i 2006. Blant 45-66-åringene og særlig blant 67-79-åringene har utviklingen i tilgang til bredbånd gått saktere. Kun 18 prosent av de eldste hadde tilgang i 2006.

De med høy utdanning har i stor grad tilgang til Internett via bredbånd. Mens 46 prosent av dem med utdanning tilsvarende ungdomsskole eller lavere hadde bredbåndstilgang hjemme i 2006, var andelen for personer med lang universitets- eller høyskoleutdanning på 72 prosent. Denne ulikheten i tilgang har vært tendensen i

Tabell 4.3. Andel som har tilgang til bredbånd, i ulike befolkningsgrupper. 2000-2006. Prosent

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Alle	2	3	9	18	29	51	63
Kjønn							
Menn	2	4	10	21	32	52	66
Kvinner	1	3	8	15	27	50	58
Alder							
9-15 år	3	3	9	21	39	63	70
16-24 år	3	5	17	30	43	64	76
25-44 år	2	4	10	22	33	61	73
45-66 år	1	3	8	12	24	43	58
67-79 år	0	1	0	2	5	9	18
Utdanning							
Ungdomsskole	1	3	5	12	21	36	46
Videregående skole	2	3	9	16	25	45	61
Universitet/høgskole, kort	1	7	16	22	38	60	70
Universitet/ høgskole, lang	1	4	11	23	39	69	72
Bosted							
Tettbygd 100 000 el. flere	2	8	20	35	41	63	70
Tettbygd 20 000 - 99 000	2	3	10	20	40	57	66
Tettbygd under 20 000	2	2	7	14	30	53	66
Spredtbygd	2	1	2	7	11	33	47
Husholdningsinntekt, 25-prosentskvartiler:							
1. kvartil	1	2	6	11	16	35	47
2. kvartil	3	3	9	13	25	44	58
3. kvartil	3	2	11	18	31	56	69
4. kvartil	0	6	13	27	42	69	79

alle de siste fem åra. Det er også tydelig at og de med høy husholdningsinntekt i større grad har tilgang til bredbånd enn dem med lavere inntekt. Blant de 25 prosent av befolkningen som har lavest inntekt, var det en andel på 47 prosent som hadde bredbånd i 2006. Blant de 25 prosent som hadde høyest inntekt var andelen 79 prosent. Likevel har det vært en betydelig økning i tilgangen til bredbånd hjemme i alle inntektsgrupper de siste åra.

Det er også slik at det er stor forskjell i tilgangen til bredbånd mellom dem som bor i de store byene og dem som bor på landsbygda. Denne tendensen har vært klar i alle de seks siste åra. I 2006 var det

70 prosent som hadde bredbåndstilgang hjemme blant dem som bor i tettbygde strøk med 100 000 personer eller flere. I spredtbygde strøk var andelen 47 prosent.

En av tre har trådløs Internett-tilknytning

I de siste åra er det blitt mulig å være tilknyttet Internett via trådløse elektroniske signaler som fanges opp av en PC. Dette gjør det mer fleksibelt å bruke Internett i ulike deler av hjemmet, eller å bruke en bærbar PC på offentlige steder som flyplasser og jernbanestasjoner. I 2005 var det 21 prosent som hadde en slik form for tilknytning til Internett i sin husholdning. Andelen økte til 33 prosent i 2006 (tabell 4.4).

Tabell 4.4. **Andelen som har trådløst bredbånd i husholdningen, etter kjønn og alder. 2005 og 2006. Prosent**

	2005	2006
Alle	21	33
Kjønn		
Menn	21	35
Kvinner	21	31
Alder		
9-15 år	22	38
16-24 år	25	39
25-44 år	31	41
45-66 år	14	30
67-79 år	3	6

Blant kvinner og menn er det omtrent like stor andel som har trådløs Internett-tilknytning. Andelen med slik tilknytning var omtrent 40 prosent i alle aldersgrupper opp til 45 år i 2006. I gruppen 45-66 år var andelen 30 prosent. Den var lavest blant 67-79-åringene, med bare 6 prosent.

God tilgang til mobil i alle befolkningsgrupper

I 2006 hadde minst 70 prosent i alle aldersgrupper tilgang til egen mobiltelefon. I gruppen 16-19 år hadde, ifølge tallene fra 2006-undersøkelsen 100 prosent egen mobiltelefon (Vaage 2007). Lavest andel hadde kvinner i gruppen 67-79 år med 72 prosent. Personer med utdanning på ungdomsskolenivå hadde i noe mindre grad mobiltelefon enn dem med høyere utdanning. I alle bostedsstrøk, både i store byer og i spredtbygde områder, var tilgang til egen mobiltelefon mer enn 90 prosent.

Kabel-TV-anlegg er nokså jevnt fordelt i ulike aldersgrupper. Det samme gjelder for så vidt også parabolantennene, her ligger gruppen 67-79 år en del lavere enn andre aldersgrupper. Kabelanlegg er noe mer vanlig blant personer med høy utdanning, mens parabolantenne er noe vanligere

blant dem med lav utdanning. Naturlig nok er kabelanlegg mest vanlig i de større byene, mens parabolantenne er mest vanlig i mindre tettbygde strøk og i spredtbygde områder.

Satellittbaserte TV-sendinger mest i store byer

Man skulle kanskje tro at disse to systemene oppveide hverandre, på den måten at de til sammen ga en jevn dekning av satellittbaserte fjernsynssendinger ut over landet. Men slik er det ikke. Det er en klar overvekt av personer som kan se satellittbaserte sendinger i de store byene. I 2006 var det 82 prosent av personer bosatt i store byer som kunne motta slike sendinger. I spredtbygde strøk var andelen 65 prosent. Og igjen er de eldre som har dårligst tilgang.

4.2 Mediebruk samlet

Fjernsyn brukes av flest

Fjernsyn er det mediet som flest nordmenn bruker i løpet av dagen. I 2005 var det 85 prosent som så på fjernsyn en gjennomsnittsdag, og i 2006 83 prosent. Tilbake i 1991 var det 81 prosent som hadde sett på fjernsyn per dag, og 80 prosent i 1992. Det har altså vært en liten økning i andelen fjernsynsseere i løpet av de siste 15 åra. Vi kan dermed si at fjernsynet står minst like sterkt i dag som det har gjort tidligere.

Videospillere, iberegnet VHS og DVD, har aldri blitt den store konkurrenten til direktesendte program via TV-skjermen. Til tross for en voldsom økning i tilgangen til både VHS- og DVD-spillere de siste 15 åra, var andelen som så på video en gjennomsnittsdag på 10 prosent både i 1991 og i 2006. I de mellomliggende åra har andelen holdt seg på omtrent det nivået.

Nedgang i andelen avislesere

I 1991 var det flere avislesere enn fjernsynsseere. Avisen var dermed det mest brukte mediet. Slik er det ikke lenger. I løpet av de siste 15 åra har andelen avislesere sunket fra 84 prosent til 74 prosent, det vi si med 10 prosentpoeng. Denne nedgangen har vært gradvis, men har særlig vært tydelig fra 1998 og framover.

Også nedgang for radiolyttingen

På samme måte som for avisene har andelen brukere av radioen sunket de siste 15 åra. 71 prosent hørte på radio en gjennomsnittsdag i 1991. I 2006 var andelen sunket til 54 prosent, en nedgang på 17 prosentpoeng. Denne nedgangen viser tydelig at radioen er på vikende front i forhold til andre massemedier.

Nokså stabil bruk av lydavspillingsmedier

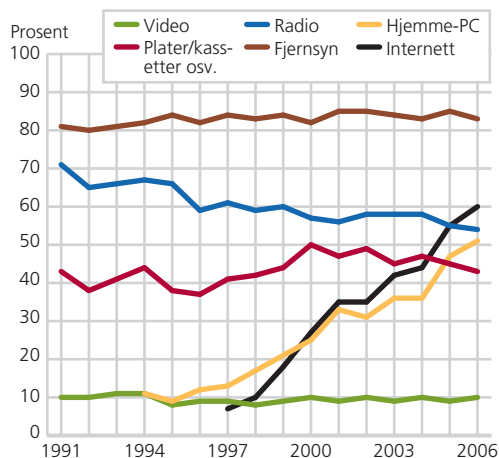
Ser vi på bruken av vinylplater, lydkassetter, CD-plater og MP3-spillere under ett, finner vi ikke noen tilsvarende nedgang for disse lydavspillingsystemene som vi finner for radioen. Den daglige bruken har

gått litt i bølger. Andelen brukere per dag var lavest i 1996 med 37 prosent. Høyest var den i 2000, med 50 prosent. I 2006 var andelen 43 prosent. Andelen brukere har ligget på eller i overkant av 45 prosent i de siste åra. De nye systemene for lydavspilling har derfor vært med på å opprettholde aktiviteten med å spille av lyd (særlig musikk) etter eget ønske. De har i liten grad vært med på å øke denne aktiviteten.

Sterk vekst i bruken av nye medietilbud

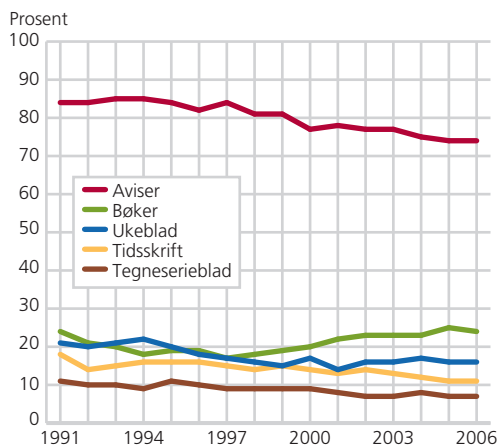
At bruken av aviser og radio synker, kan ha sammenheng med at nye medier har hatt betydelig innpass på markedet de seinere åra. I 1994 var det 11 prosent og i 1995 var det 9 prosent som brukte hjemme-PC en gjennomsnittsdag. I 2006 var andelen økt til 51 prosent. Internett ble i 2000 brukt av 7 prosent av befolkningen en gjennomsnittsdag. Her er all Internettbruk medregnet, uansett hvor bruken fant sted. I 2006 var andelen brukere per dag økt til 60 prosent. Den er altså mer enn åttedoblet på seks år. Det er ikke utenkelig at den sterke veksten i nyhets- og infor-

Figur 4.4. Andel som har brukt ulike elektroniske massemedier en gjennomsnittsdag. 1991-2006. Prosent



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Figur 4.5. Andel som har brukt ulike trykte massemedier en gjennomsnittsdag 1991-2006. Prosent



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

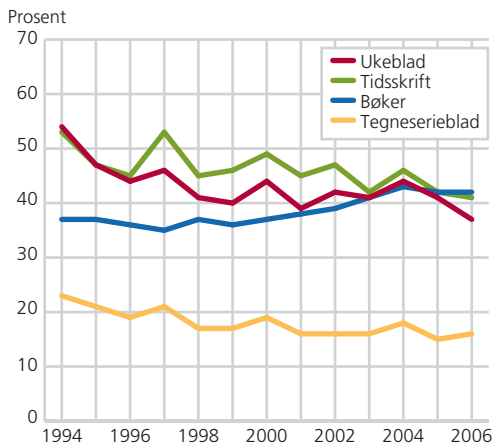
masjonstilbudet som formidles gjennom Internett, kan ha vært med på å påvirke nedgangen i lesing av trykte aviser og andre trykte medier (se tabell 5.46).

Lesing av ukeblad, tidsskrifter og tegneserieblad noe ned

Blant de trykte massemediene utenom aviser har både ukeblad, tidsskrifter og tegneserieblad hatt en liten nedgang de siste 15 åra. Andelen som leste ukeblad en gjennomsnittsdag var på 21 prosent i 1991 og på 22 prosent i 1994. I 2006 var det 16 prosent som leste ukeblad per dag. Andelen har holdt seg på omtrent det nivået de seinere åra.

En lignende tendens gjelder tidsskriftene. 18 prosent leste tidsskrift en gjennomsnittsdag i 1991. I 2006 var andelen lesere per dag på 11 prosent. Det har vært en sakte men nokså jevn nedgang i hele perioden. Andelen som leste tegneserieblad en gjennomsnittsdag var på 11 prosent i 1991, mot 7 prosent i 2006. Også her ser vi en sakte nedgang.

Figur 4.6. Andelen som har brukt ulike trykte medier en gjennomsnittlig uke. 1994-2006. Prosent



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

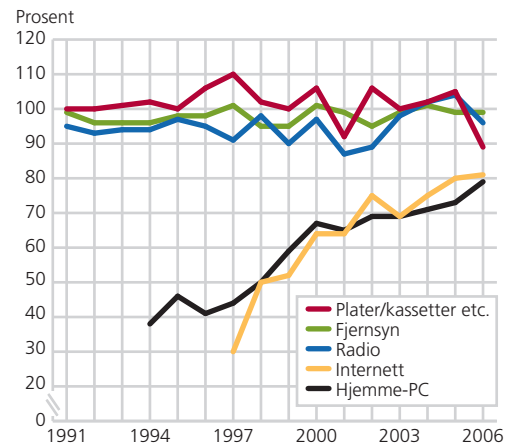
Boklesingen har økt de seinere åra

Boklesingen så i en periode ut til å få samme skjebne som bladene. Men her har trenden snudd. 24 prosent leste bøker i fritiden en gjennomsnittsdag i 1991. Andelen sank til 17 prosent i 1997. Deretter har det vært en økning, slik at andelen som leste bøker per dag var igjen kommet opp på 24 prosent i 2006.

Tallene for ukentlig bruk av disse mediene viser i nokså stor grad den samme utviklingen som for daglig bruk. Mens lesing av andre trykte medier har gått sakte nedover fra 1994, har boklesing økt noe. Mens 37 prosent hadde lest bok i løpet av en gjennomsnittlig uke i 1994, var andelen 42 prosent i 2006. For tidsskrift var tallene henholdsvis 53 og 41 prosent, for ukeblad 54 og 37 prosent og for tegneserieblad 23 og 16 prosent. (Se flere tall i Vaage 2007).

Figur 4.7 viser fordelingen mellom menn og kvinner i andelen som bruker ulike elektroniske medietilbud per dag. 100 prosent tilsier at det ikke er noen forskjell

Figur 4.7. Kvinners bruksandel per dag i forhold til menns bruksandel av ulike elektroniske massemedietilbud. 1991-2006. Prosent



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

mellom menn og kvinner. Er prosenten over 100, er kvinner mer aktive enn menn. Er den under 100, er menn mer aktive enn kvinner.

Menn og kvinner like ivrige brukere av TV, radio og plater/kassetter

I hele perioden fra 1991 til 2006 har det vært liten forskjell i andelen kvinner og menn som bruker fjernsyn, radio og plater/kassetter og så videre en gjennomsnittsdag. I en periode har kvinner vært noe mer aktive enn menn i lytting på plater/kassetter og så videre og menn har vært noe mer aktive i å lytte på radio. Avvikene fra 100 prosent har likevel vært nokså små. For fjernsynets del har likheten mellom kjønnene vært temmelig stabil i hele 16-årsperioden.

Kvinner langt under menn i bruken av PC og Internett, men forskjellen minker

Det ha derimot vært annerledes for bruken av hjemme-PC og Internett. I innføringsfasen av disse tilbudene var menn de ivrigste brukerne. På midten av 1990-tallet var kvinnenes andel under 40 prosent av mennenes. Dette har økt gradvis og lå i 2006 på rundt 80 prosent.

Likhet i avislesingen, størst forskjell i ukebladlesingen

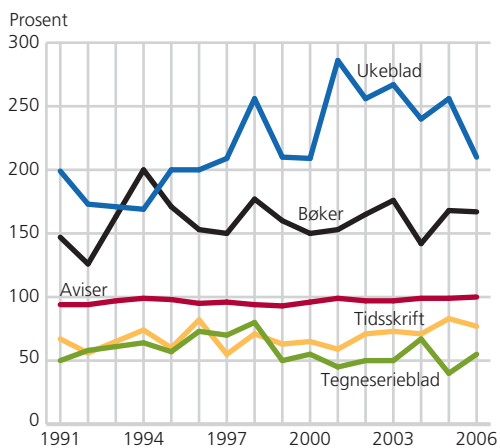
Figur 4.8 viser forholdet mellom menn og kvinner i bruk av trykte medier. Andelen avislesere er og har vært temmelig lik mellom kvinner og menn i hele perioden fra 1991 til 2006. For de andre trykte mediene har det vært stabile forskjeller mellom kjønnene i denne perioden. Menn har i hele perioden hatt en større andel lesere av tidsskrifter og tegneserier. Kvinner har vært betydelig overrepresentert blant dem som leser ukeblad og bøker. Det har særlig vært variasjon i ukebladlesingen fra år til år, men kvinnene har vært sterkt overre-

presentert, og forskjellen ser snarere ut til å øke enn til å minke.

Internett hindrer nedgang i barns elektroniske mediebruk

I figur 4.9 har vi satt sammen tiden brukt til ulike elektroniske medier per dag blant noen ulike aldersgrupper, i åra 1991, 1998 og 2006. Noe av økningen i fjernsynsseing skyldes at målemetoden for dette mediet ble forandret fra 1999. Dette har medført at tiden til fjernsynsseing økte gjennomsnittlig med cirka 10 minutter, noe avhengig av hvilken gruppe vi ser på. For 9-15-åringene har det uansett vært en betydelig økning i fjernsynsseingen. I 2006 brukte denne aldersgruppen i gjennomsnitt 123 minutter på fjernsynsseing en vanlig dag. Samtidig har radiolyttingen sunket med 56 prosent, og var i 2006 på 17 minutter i gjennomsnitt per dag. Lytting på plater/kassetter har også sunket, fra 63 minutter i 1994 til 38 minutter i 2006, altså en nedgang på 40 prosent. Videobruken har heller ikke økt i omfang. Totalt sett har disse endringene ført til en nedgang i tiden som brukes til de tradisjonelle massemedi-

Figur 4.8. **Kvinnens bruksandel per dag i forhold til menns bruksandel av ulike trykte massemedietilbud. 1991-2006. Prosent**



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

ene i denne aldersgruppen fra 214 minutter, eller 3 timer og 34 minutter, i 1991, til 195 minutter, eller 3 timer og 15 minutter, i 2006. Tiden til mediebruk er likevel på 4 timer i 2006. Dette skyldes bruken av Internett, som ikke eksisterte i 1991, og som var svært lite utbygd i 1998.

Betydelig økt elektronisk mediebruk blant de unge

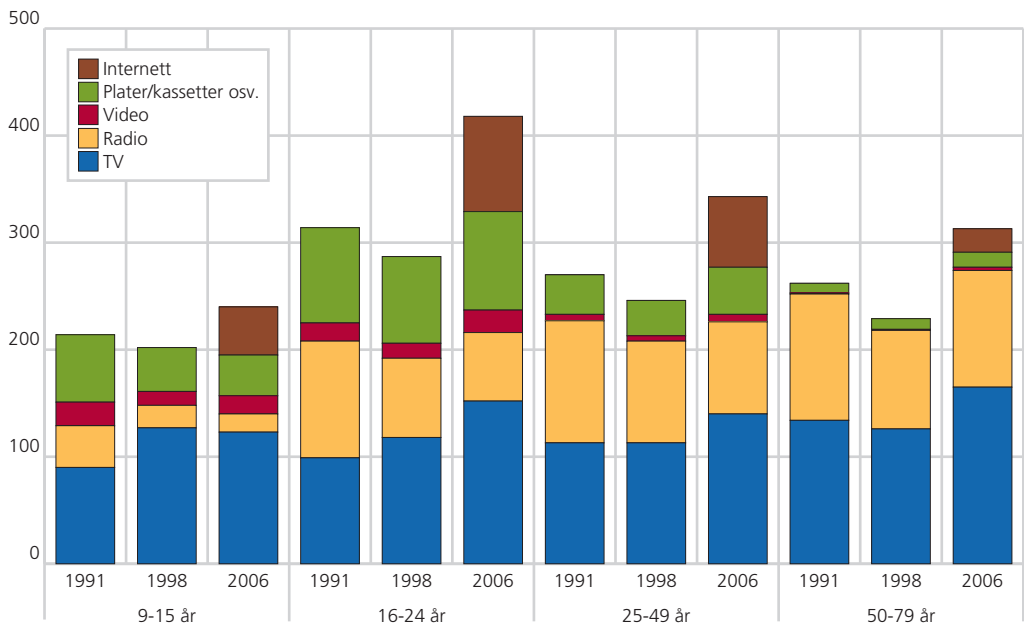
Blant 16-24-åringene har endringene i tiden som brukes til de tradisjonelle elektroniske massemediene vært mindre. For dem har også fjernsynsseingen økt, fra 99 minutter i 1991 til 152 minutter i 2006. Radiolyttingen har sunket, fra 109 minutter i 1991, til 64 minutter i 2006. Lytting på plater og kassetter, iberegnet CD-er og MP3-filer, har derimot holdt seg omtrent på samme nivå i disse åra. Når vi legger til Internett-bruken, som utgjorde 1 time og 29 minutter i 2006, ser vi likevel at tiden til elektronisk mediebruk har økt betydelig

fra 1991 til 2006, fra 5 timer og 14 minutter, til 6 timer og 58 minutter.

Blant yngre voksne ser vi samme utviklingstendensen som blant de unge, men ikke i like utpreget grad. Blant dem har også fjernsynsseingen økt, fra 113 minutter i 1991 til 140 minutter i 2006. Radiolyttingen har sunket fra 114 minutter til 86 minutter i samme periode. Lytting på plater/kassetter har økt fra 37 minutter til 44 minutter. Det som gjør at den totale elektroniske massemediebruken øker, er igjen Internett, som alene utgjør 66 minutter i denne aldersgruppen.

Blant de godt voksne og de eldre er endringene enda mindre utpreget. Blant dem var det en liten nedgang i fjernsynsseingen fra 134 minutter per dag i 1991 til 126 minutter i 1998. Deretter var det en betydelig økning til 165 minutter, eller 2 timer og 45 minutter i 2006. Radiolyttingen gikk

Figur 4.9. Tid brukt til ulike elektroniske massemedier fordelt på alder. 1991, 1998 og 2006. Minutter



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

dessuten ned nokså lite fra 1991 til 2006, fra 118 minutter til 109 minutter en gjennomsnittlig dag. Denne aldersgruppens tid som brukes til plater/kassetter har økt fra 9 minutter i 1991 til 14 minutter i 2006. Alt i alt har altså godt voksne og eldre økt tiden som brukes til de tradisjonelle elektroniske medietilbudene fra 4 timer og 22 minutter i 1991 til 4 timer og 51 minutter i 2006. I tillegg kommer Internett-bruken på 22 minutter.

Figur 4.10 viser tid brukt til ulike trykte massemedier en gjennomsnittsdag i åra 1991, 1998 og 2006 i ulike aldersgrupper. Skalaen i denne figuren er forskjellig fra figur 4.9, slik at størrelsesforholdet på søylene ikke kan sammenlignes direkte dem imellom.

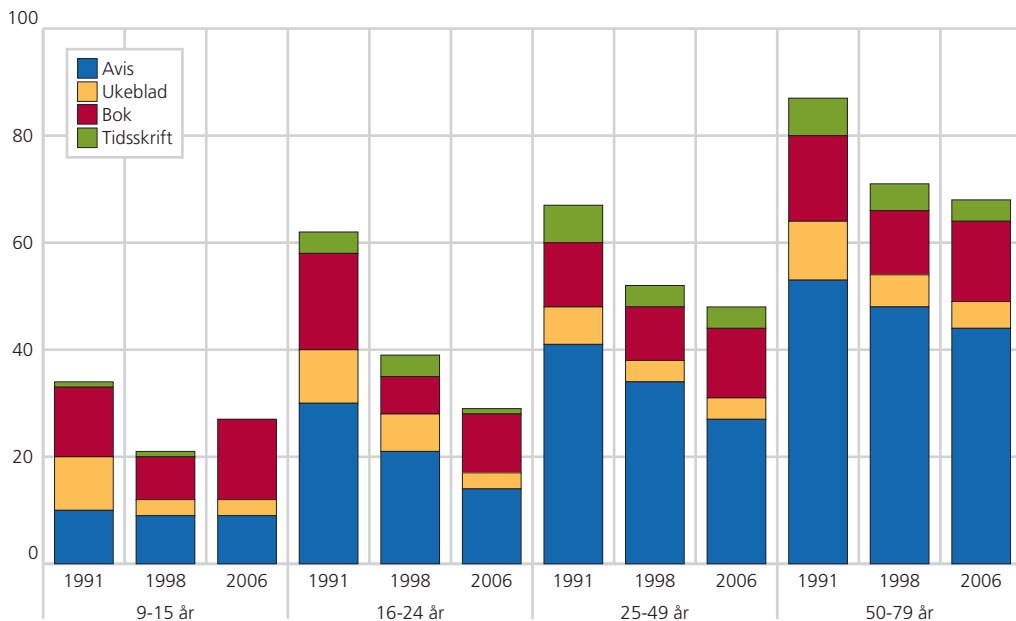
Nedgang i lesing av trykte medier blant barn

9-15-åringene brukte i alt 34 minutter til trykte medier i 1991. Dette sank til 27 minutter i 2006. Særlig ukebladlesingen sank, fra 10 til 3 minutter per dag. Avislesingen hadde ingen reell forandring, tallene var 10 minutter i 1991 og 9 minutter i 2006. Boklesingen gikk fra 13 minutter i 1991 til 8 minutter i 1998. Deretter steg den igjen til 15 minutter i 2006.

Nedgang i lesing av alle trykte medier blant de unge

Nedgangen i lesing av trykte massemedier har sunket enda mer blant ungdom enn blant barna. I 1991 brukte aldersgruppen 16-24 år 62 minutter på lesing av trykte medier en gjennomsnittsdag. Dette sank til 39 minutter i 1998 og gikk ytterligere ned til 29 minutter i 2006. Avislesingen halverte seg i denne perioden; en nedgang fra 30 minutter per dag i 1991, til 14 minutter i

Figur 4.10. Tid brukt til ulike trykte massemedier fordelt på alder. 1991, 1998 og 2006. Minutter



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

2006. Ukebladlesingen sank fra 10 minutter til 3 minutter i samme periode. I denne aldersgruppen har også boklesingen gått ned: Fra 16 minutter til 7 minutter mellom 1991 og 1998. Deretter har den steget noe, til 11 minutter i 2006. For alle trykte medier har det altså vært en nedgang blant de unge mellom 1991 og 2006.

Mindre nedgang blant de yngre voksne

Blant de yngre voksne har det vært en mer beskjeden nedgang i lesing av trykte medier per dag enn det har vært blant de unge. I 1991 brukte aldersgruppen 25-49 år 67 minutter på ulike trykte medier en gjennomsnittsdag. Dette sank til 52 minutter i 1998 og gikk ytterligere ned til 48 minutter i 2006. Den største nedgangen gjelder aviser, som fra 1991 til 2006 sank fra 41 minutter til 27 minutter per dag. Ukebladlesingen gikk ned fra 7 til 4 minutter. Det samme gjorde lesing av tidsskrift. Boklesingen endret seg derimot lite i denne 15-årsperioden. Tallene var 12 minutter i 1991 og 13 minutter i 2006.

Også nedgang i avislesing blant de godt voksne

I aldersgruppen 50-79 år finner vi dem som bruker mest tid til lesing av trykte

massemedier. I 1991 brukte de 87 minutter til denne typen aktiviteter i løpet av en gjennomsnittsdag. Det var en nedgang til 71 minutter i 1998. Deretter sank tiden ytterligere til 68 minutter i 2006. Også for dem gikk avislesingen ned, men bare i liten grad: Fra 53 minutter per dag i 1991 til 44 minutter i 2006. Ukebladlesingen gikk ned fra 11 til 5 minutter og tidsskriftlesingen gikk ned fra 7 til 4 minutter i samme periode. Boklesingen holdt seg derimot temmelig jevnt, 16 minutter i 1991 og 15 minutter i 2006.

En måte å måle mediebruken i forhold til alder er å se på gjennomsnittsalderen blant dem som bruker ulike medier en gjennomsnittsdag. Tabell 4.5 viser at den totale gjennomsnittsalderen i utvalgene fra 1991 til 2006 har variert fra 37,9 i 1994 og 40,1 i 2006. Mellom 1991 og 2006 er det en økning i gjennomsnittsalderen på ett år.

Tidsskriftleserne er eldst

Høyest gjennomsnittsalder har de som leser tidsskrift/fagblad og lignende. Gjennomsnittsalderen var i 2005 og 2006 rundt 45 år. I alle undersøkelsene har dette mediet hatt lesere med den høyeste gjennomsnittsalderen, som er godt over gjennomsnittsal-

Tabell 4.5. Gjennomsnittlig alder for bruk av ulike medietilbud en gjennomsnittsdag. 1991, 1994, 1996, 1998, 2000, 2002 og 2004-2006

	1991	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2005	2006
Gjennomsnittsalder totalt	39,1	37,9	40,0	39,7	38,6	40,0	39,6	39,6	40,1
Tidsskrift	42,0	41,9	43,8	43,4	42,3	43,6	44,3	45,2	44,9
Avis	40,8	39,6	42,2	41,9	41,3	42,6	43,1	43,6	43,8
Radio	41,0	39,4	42,1	42,0	40,8	42,3	42,9	42,7	42,6
Ukeblad	39,0	38,9	41,4	40,0	39,2	40,4	42,2	41,1	41,5
Bok	37,7	34,8	39,2	39,2	39,4	39,8	40,3	40,5	40,9
Fjernsyn	39,8	38,1	40,2	39,6	38,5	39,8	40,0	40,0	40,0
Internett	33,5	34,9	35,0	34,8	35,4
Hjemme-PC	30,7	30,2	32,0	33,3	33,2	34,3	34,6
Plate/kassett/CD	30,3	29,7	29,8	29,7	30,8	32,6	32,9	32,7	32,9
Video	26,4	26,9	27,8	26,2	27,6	29,6	27,9	28,3	28,3
Tegneserieblad	18,9	19,7	18,5	18,6	18,7	20,5	22,8	20,1	21,8

deren for hele utvalget. Etter tidsskriftene kommer aviser, radio og ukeblad med lesere med høy gjennomsnittsalder.

Boklesernes alder har økt

Bokleserne hadde en relativt lav gjennomsnittsalder på 1990-tallet. Fra 2000 har gjennomsnittsalderen økt, og ligger nå i overkant av gjennomsnittsalderen for hele utvalget. De som ser på fjernsyn, er de som ligger nærmest gjennomsnittsalderen for hele utvalget. Dette har nok sammenheng med at en så stor andel av befolkningen ser på fjernsyn i løpet av en dag og fjernsyn er det mediet som i størst grad samler alle deler av folket.

Også PC-brukernes alder har økt

Både Internett-brukerne og hjemme-PC-brukerne ligger godt under gjennomsnittsalderen. Hjemme-PC-brukerne har på samme måte som bokleserne fått noe høyere gjennomsnittsalder. I 1998 var gjennomsnittsalderen 30,2. I 2006 var den økt til 34,6, det vil si nesten fire og et halvt år. Den mest sannsynlig årsaken til denne utviklingen er at de godt voksne i større grad har begynt å bruke hjemme-PC.

Lavest gjennomsnittsalder blant tegneseriebladleserne

Gjennomsnittsalderen for dem som lytter til plater/kassetter/CD og så videre en gjennomsnittsdag, ligger rundt 30, noe høyere i de seinere åra enn på 1990-tallet. Videoseerne er noe yngre, og har økt med cirka to år, fra 26,4 år i 1991 til 28,3 år i 2006. Tegneseriebladleserne har lavest gjennomsnittsalder. I 1991 var gjennomsnittsalderen 18,9 år. Den har økt til 21,8 år i 2006, eller med nesten tre år.

Kvinner er de store ukebladleserne

En gammakorrelasjon mellom ulike bakgrunnsvariabler og de forskjellige mediene, slik det er satt opp i tabell 4.6,

viser klare utslag. Som vi også har sett i figur 4.8, er kvinner større ukeblad- og boklesere enn det menn er. Klarest utslag gir ukeblad, med -0,43. Internett-bruk og hjemme-PC-bruk slår mest ut i mennenes retning. Høyest er likevel utslaget for tegneseriebladlesing. Her er korrelasjonen 0,30 i favør av mennene.

Lesing av tegneserieblad har klarest negativ sammenheng med alder

Gammakorrelasjonen mellom bruk av ulike medier og alder, viser høyest korrelasjon med avislesing. Her er korrelasjonen så sterk som 0,44. Dernest følger radiolytting og tidsskriftlesing. Klar negativ sammenheng med alder har bruk av Internett, hjemme-PC og video. Sterkest sammenheng har likevel tegneseriebladlesing, men en korrelasjon på -0,62.

Sammenheng mellom utdanning og bruk av Internett og tidsskriftlesing

Utdanning henger klarest sammen med lesing av tidsskrifter og bruk av Internett. I noen grad gjelder det også for avislesing.

Tabell 4.6. Gammakorrelasjon mellom bruk av ulike massemedier og ulike bakgrunnsvariabler. 2006

	Kjønn	Alder	Utdanning (16-79 år)	Husholdnings- inntekt	Bosteds- strøk
Radio	0,04	0,18	0,10	0,12	0,01
Plate/kassett/ CD	0,10	-0,38	0,09	0,06	-0,08
Fjernsyn	0,03	-0,02	-0,01	0,03	0,01
Avis	-0,01	0,44	0,17	0,14	0,03
Video/DVD	0,12	-0,41	0,01	-0,06	-0,25
Tegneserie- blad	0,30	-0,62	-0,29	0,06	0,03
Tidsskrift	0,14	0,17	0,37	0,05	-0,08
Ukeblad	-0,43	0,04	-0,14	-0,03	0,14
Bok	-0,32	0,04	0,22	0,02	-0,11
Hjemme-PC	0,24	-0,33	0,22	0,16	-0,17
Internett	0,26	-0,34	0,37	0,23	-0,24

Det er personer med liten utdanning, i først rekke barn, som bruker tid på lesing av tegneserieblad.

Det er liten sammenheng mellom bruk av ulike medier og husholdningsinntekt. Det eneste utslaget er Internett-bruk. Her er det en positiv sammenheng i forhold til husholdningsinntekt på 0,23.

Det er heller ikke noen tydelig sammenheng mellom bruken av de fleste mediene og om man bor i store byer eller på landsbygda. De klareste negative utslagene gjelder bruk av video/DVD, med en korrelasjon på -25, og Internett-bruk, med en korrelasjon på -24. Hjemme-PC-bruk og bostedsstrøk har en korrelasjon på -17. Bruken av disse mediene er altså større jo mer tett befolket område man bor i.

Størst positiv sammenheng mellom bruk av Internett og hjemme-PC

Tabell 4.7 viser sammenhengene mellom bruk av ulike medier. Den viser i hvilken grad bruken av ett medium korrelerer positivt eller negativt med andre medier. Den klareste positive sammenheng mellom to medier finner vi mellom Internett-bruk og hjemme-PC-bruk, med en korrelasjon på 0,96. Dette er ikke så vanskelig å forstå,

fordi PC er det vanligste kommunikasjonsmiddelet for å kunne koble seg til Internett. Det betyr at PC-en brukes når man er knyttet til Internett.

Dernest følger sammenhengene mellom lesing av tegneserieblad og videobruk, med en korrelasjon på 0,53. Vi vet at både tegneserieblader og video er de unges medier framfor noen, så det er nokså naturlig at disse mediene henger sammen.

Lytting på plater/kassetter/MP3 og så videre har en klar positiv sammenheng med bruk av både video, tegneserieblad, hjemme-PC og Internett. Her er det igjen de unge som er fellesnevneren, samtidig som populærkulturen også kan knyttes til disse mediene i mer eller mindre grad.

Radiolytting henger positivt sammen med avislesing, lesing av tidsskrift/fagblad og lignende og i en viss grad fjernsynsning. Dette er medier som brukes mye av de godt voksne. Nyheter og informasjon er nok en fellesnevner her. Ukebladlesing og fjernsynsning henger også ganske godt sammen, med en korrelasjon på 0,33. Når fjernsynet kobles til ukebladlesing, viser nok det at fjernsynet har flere sider, også en glamour- og kjendisside.

Tabell 4.7. **Gammakorrelasjon mellom daglig bruk av ulike massemedier. 2006**

	Radio	Plate/ kassett/ CD	Fjern- syn	Avis	Video	Tegne- serie- blad	Tids- skrift	Uke- blad	Bok	Hjem- me- PC
Radio										
Plate/kassett/CD	-0,12									
Fjernsyn	0,26	0,06								
Avis	0,36	-0,07	0,15							
Video	-0,17	0,43	0,00	-0,35						
Tegneserieblad	-0,24	0,37	0,24	-0,29	0,53					
Tidsskrift	0,32	0,08	-0,05	0,32	0,03	-0,35				
Ukeblad	0,06	0,08	0,33	0,09	0,05	0,08	-0,01			
Bok	-0,01	0,09	-0,02	0,13	0,04	0,19	0,07	0,10		
Hjemme-PC	0,10	0,39	0,28	-0,10	0,29	0,18	0,16	-0,14	0,12	
Internett	0,17	0,40	0,21	-0,01	0,25	0,12	0,27	-0,15	0,10	0,96

Størst negativ sammenheng mellom lesing av tegneserieblad og tidsskrift

Den klareste negative sammenheng finner vi mellom lesing av tegneserieblad og tidsskrift/fagblad og mellom videoseing og avislesing. I begge disse tilfellene er det en negativ korrelasjon på $-0,35$. Her er det nok alder som har innvirkning. Avislesing og lesing av tidsskrift er typisk for den voksne befolkningen, mens videoseing og lesing av tegneserieblad i første rekke gjelder barn og unge. Derfor henger disse mediene dårlig sammen. Lesing av tegneserieblad henger også dårlig sammen med radiolytting og avislesing, sannsynligvis av samme grunn.

Ellers er det en viss negativ sammenheng mellom ukebladlesing og både Internett-bruk og hjemme-PC-bruk. Ukeblad er et typisk kvinnemedium, mens Internett og hjemme-PC i hvert fall foreløpig domineres av mannlige brukere.

Tre og en halv time fritid foran skjermen per dag

Ved å slå sammen den tiden som brukes til å se på fjernsyn, på hjemme-PC, TV-spill og video/DVD, får vi et inntrykk av hvor mye vi totalt sitter foran elektroniske skjermer på fritiden i løpet av en dag.

I 1994 brukte gjennomsnittsnordmannen 2 timer og 13 minutter foran en eller annen skjerm på fritiden i løpet av en dag. I 2006 var tiden økt til 3 timer og 29 minutter (tabell 4.8). I mediebruksundersøkelsene ble måling av TV-seing endret i 1999. Dette betydde en gjennomsnittlig økning i seertiden på 15 minutter. Når dette tas med i betraktning, er likevel økningen i seertid på en skjerm økt med mer enn én time fra 1994 til 2006. Fra 1999 til 2006 har økningen vært på omtrent 40 minutter.

Menn sitter mer foran en skjerm enn kvinner

For både menn og kvinner har økningen vært på godt over én time de siste 12 åra. Økningen har vært noe mer for menn enn for kvinner, og menn har brukt og bruker noe mer tid foran skjermen enn kvinnene gjør. Menn brukte omtrent tre og tre kvart timer foran en elektronisk skjerm en gjennomsnittsdag i 2006.

Tabell 4.8. Tid brukt til TV, video/DVD, hjemme-PC og TV-spill en gjennomsnittsdag. 1994, 1998, 1999, 2003 og 2006, etter kjønn og alder. Timer og minutter

	1994	1998	1999	2003	2006
Alle	2.13	2.19	2.48	3.06	3.29
Menn	2.27	2.34	3.01	3.23	3.46
Kvinner	1.59	2.06	2.36	2.49	3.12
9-12 år	2.14	2.07	2.27	2.47	2.41
13-15 år	2.39	3.34	3.53	4.16	4.06
16-19 år	2.09	2.49	3.18	4.02	4.43
20-24 år	1.59	2.26	3.24	3.39	4.28
25-34 år	2.12	2.17	2.42	3.06	3.38
35-44 år	2.08	2.12	2.25	2.54	3.23
45-54 år	2.14	2.02	2.32	2.37	3.02
55-66 år	2.18	2.09	2.3	2.51	3.01
67-79 år	2.17	2.25	3.02	3.05	3.20
Menn					
9-15 år	2.56	3.04	3.19	3.46	3.24
16-24 år	2.09	3.04	3.39	4.14	4.48
25-44 år	2.28	2.27	2.46	3.15	3.50
45-66 år	2.30	2.13	2.47	2.58	3.20
67-79 år	2.09	2.44	3.28	3.08	3.28
Kvinner					
9-15 år	1.56	2.30	2.53	3.11	3.13
16-24 år	1.58	2.12	3.03	3.18	4.19
25-44 år	1.51	2.02	2.35	2.45	3.07
45-66 år	2.03	1.57	2.16	2.28	2.43
67-79 år	2.23	2.10	2.39	3.02	3.12

De unge bruker mest tid til skjermtitting

Det er 16-19-åringene som brukte mest fritid foran skjermen i 2006, med omtrent fire timer og tre kvarter. De har økt sin tid foran skjermen med nærmere to og en halv time fra 1994 til 2006. Nærmest dem i tidsbruk på denne typen aktiviteter er 20-24-åringene og 13-15-åringene. Det er altså de unge som sitter mest foran skjermen på fritiden.

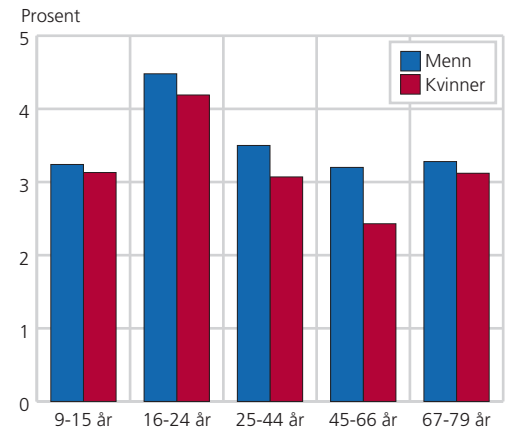
Barn bruker minst tid foran skjerm

Barn i alderen 9 -12 år er de som bruker minst tid til å sitte foran skjerm. Det er også de som har forandret tiden minst fra 1994 til 2006. Økningen har vært under en halv time. Blant de voksne har tiden foran skjermer økt med fra omtrent 45 minutter til én time i den samme perioden. I 2004 var tiden omtrent lik i alle aldersgrupper fra 25 år og oppover. I 2006 har dette endret seg noe. Tiden synker noe fra 25-årsalderen og opp til pensjonsalderen. Deretter øker den noe.

Likhet mellom kjønnene blant både barn og eldre

Når vi ser på forholdet mellom menn og kvinner i ulike aldersgrupper i 2006, er det påfallende at både tiden de bruker foran skjerm og forholdet mellom kjønnene er temmelig likt for 9-15-åringene og 67-79-åringene (figur 4.11). I begge grupper er forskjellen mellom kjønnene temmelig liten og tiden er temmelig lik mellom de to aldersgruppene, noe i overkant av tre timer. Gruppen 16-24 år bruker mer tid til skjermtitting, godt over fire timer. I denne gruppen er forskjellen mellom kjønnene noe større. Forskjellen mellom kjønnene er størst i aldersgruppen 45-66 år. Det er også i denne gruppen at kvinner bruker minst tid foran en skjerm, nærmere en og en halv time mindre enn kvinner i 16-24-årsalderen.

Figur 4.11. Tid brukt til TV, video/DVD, hjemme-PC og TV-spill en gjennomsnittsdag i 2006, etter kjønn og alder. Timer og minutter



Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2006, Statistisk sentralbyrå.

Ser vi på tallene fra 1994, var det de eldste kvinnene som brukte mest tid til skjermtitting, de unge brukte minst. Denne endringen fra 1994 og framover skyldes nok at det på midten av 1990-tallet først og fremst var fjernsynsseingen som bestemte nivået for skjermtitting. Seinere har andre typer skjermbruk fått økende innflytelse, PC-skjermen har stadig fått økt innflytelse. Det er særlig her de unge, både gutter og jenter, bruker mer tid nå enn før.

Skjermtitting på fritiden lavest blant dem med høy utdanning

2006-tallene viser at det er klare forskjeller i tiden foran skjerm på fritiden i forhold til utdanning. Tiden synker med økt utdanning. De som bare har utdanning på ungdomsskolenivå bruker i gjennomsnitt 3 timer og 54 minutter på skjermtitting. Tiden synker til 3 timer og 37 minutter blant dem med videregående skole som utdanning. De med kort universitets- eller høyskoleutdanning bruker 3 timer og 19 minutter, mens de som har lang slik utdanning bruker 2 timer og 59 minutter.

Menn bruker mer tid enn kvinner på skjermtitting både på hverdager og helg

Tabell 4.9 viser at det i 2006 var slik at vi brukte mindre tid foran en eller annen skjerm på fritiden på hverdager enn i helgene. Forskjellen er på i overkant av en halv time. Det er liten forskjell mellom lørdager og søndager. Menn bruker mer tid til skjermtitting enn kvinner både på hverdager og helgedager. På lørdager er forskjellen på nesten en time.

Flere menn enn kvinner ser mye på skjerm

I tabell 4.10 er tid brukt til TV, video/DVD, hjemme-PC og TV-spill omregnet til timer. Den viser dermed hvor stor andel som bruker forskjellig antall timer på denne typen aktiviteter i løpet av en dag.

Tabell 4.9. Tid brukt til TV, video/DVD, hjemme-PC og TV-spill en gjennomsnittsdag på ulike ukedager 2006, etter kjønn. Timer og minutter

	Mandag-fredag	Lørdag	Søndag
Alle	3.19	3.51	4.00
Menn	3.34	4.18	4.10
Kvinner	3.03	3.,21	3.49

10 prosent av befolkningen bruker ikke noe tid på dette i løpet av dagen. 8 prosent bruker 8 timer eller mer. Det er også 8 prosent som bruker mindre enn én time på slikt. Det er ikke store forskjeller mellom menn og kvinner når vi ser på antall timer brukt på skjermtitting, men noen forskjeller er det. 8 prosent av mennene og 12 prosent av kvinnene ser ikke på noen skjerm på fritiden i løpet av en dag. 11 prosent av mennene og 5 prosent av kvinnene bruker mer enn 8 timer på slikt per dag.

Hver fjerde ungdom ser 7 timer eller mer på skjerm per dag

Mens om lag 5 prosent av barn og unge ikke ser på en skjerm på fritiden i løpet av dagen, er andelen 14 prosent blant dem på 55 år eller mer. Mens 3 prosent av dem som er i aldersgruppen 9-12 år ser 8 timer eller mer på skjerm i løpet av dagen og 4 prosent ser 7 timer eller mer, er det henholdsvis 17 og 16 prosent av 16-19-åringene og 20-24-åringene som bruker 8 timer eller mer på skjermtitting og 24 prosent av dem ser 7 timer eller mer. 11 prosent av 67-79-åringene ser 7 timer eller mer på en eller annen skjermtypen på fritiden i løpet av dagen.

Tabell 4.10. Tid brukt til TV, video/DVD, hjemme-PC og TV-spill en gjennomsnittsdag, etter kjønn og alder. 2006. Timer

	0 timer	Under 1 time	1-2.59 timer	3-4.59 timer	5-6.59 timer	7-7.59 timer	8 timer eller mer
Alle	10	8	29	27	14	4	8
Menn	8	8	28	27	15	4	11
Kvinner	12	7	31	26	14	5	5
9-12 år	5	10	49	23	9	1	3
13-15 år	7	6	21	31	21	6	8
16-19 år	5	5	21	28	17	7	17
20-24 år	6	9	21	24	17	8	16
25-34 år	9	6	33	23	16	5	8
35-44 år	9	8	30	28	16	2	7
45-54 år	12	9	32	27	11	4	5
55-66 år	14	10	28	27	12	3	6
67-79 år	14	4	26	31	14	5	6