Statistisk sentralbyrå Statistics Norway

*Odd Frank Vaage*

# Kultur- og medievaner

## Bruk av kulturtilbud og massemedier i første halvdel av 1990-årene

*Odd Frank Vaage*

# Kultur- og medievaner

**Bruk av kulturtilbud og massemedier i første halvdel av 1990-årene**

**Statistisk sentralbyrå • Statistics Norway**
Oslo - Kongsvinger 1996

**Statistiske analyser**

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

**Statistical Analyses**

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

ISBN 82-537-4304-1
ISSN 0804-3221

**Emnegruppe**
07 Fritidsvirksomhet, kulturell tjenesteyting og sport

**Emneord**
Kulturbruk
Kulturtilbud
Mediebruk

Design: Enzo Finger Design
Trykk: Lobo Grafisk

| 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 | \| |
| Rettet siden forrige utgave | r |

# Forord

"Kultur- og medievaner" gir en oversikt over resultatene fra kultur- og mediebruks-undersøkelsene som Statistisk sentralbyrå har gjennomført fra 1991 til 1995. Resultatene fra disse undersøkelsene er publisert i årlige rapporter fra Statistisk sentralbyrå. Denne publikasjonen gir en bredere og mer omfattende beskrivelse av resultatene fra disse undersøkelsene enn det de enkelte årlige standardrapportene kan gi. Hovedvekt er lagt på å få fram et bilde av de ulike tilbudenes publikumssammensetning, og å se på sammenhenger i kultur- og mediebruken på tvers av forskjellige typer tilbud og aktiviteter.

Arbeidet med innholdet i publikasjonen er finansiert av Kulturdepartementet og Norsk kulturråd. Representanter for disse institusjonene har vært med i styringsgruppen for prosjektet. Kulturdepartementet var representert med førstekonsulent Øyvind Danielsen og rådgiver Lars Petter Øyen. Norsk kulturråd var representert med førstekonsulentene Geir Rønning og Ragnfrid Stokke.

Planlegger Odd Frank Vaage har vært prosjektleder og utarbeidet publikasjonen.

Statistisk sentralbyrå,
Oslo/Kongsvinger, 10. oktober 1996

Svein Longva

# Innhold

**Figurregister** ..... 7

**Tabellregister** ..... 10

**Sammendrag** ..... 13

**Innledning** ..... 17

**1. Kulturtilbud og kulturbruk** ..... 21
1.1. Tilgang til kulturtilbud ..... 21
1.2. Portrett av kulturbrukerne ..... 25
1.3. Gjengangere og aldri-brukere ..... 36
1.4. Kulturbruk i ulike deler av landet ..... 40
1.5. Besøk på profesjonelle tilbud og på amatørtilbud ..... 45
1.6. Kulturinteressen ..... 47
1.7. Billettprisenes betydning ..... 57

**2. Fokus på de enkelte kulturtilbud** ..... 59
2.1. Kino ..... 59
2.2. Teater/musikal/revy ..... 61
2.3. Opera og operette ..... 63
2.4. Ballett- og danseforestillinger ..... 64
2.5. Konserter og musikkaktivitet ..... 65
2.6. Kunst og kunsthåndverk ..... 70
2.7. Museer ..... 73
2.8. Folkebibliotek ..... 74
2.9. Idrettsarrangement ..... 75

**3. Medietilbud og mediebruk** ..... 81
3.1. Tilgang til ulike medier ..... 81
3.2. Portrett av mediebrukerne ..... 85
3.3. Mediebruk over året, uka og døgnet ..... 92
3.4. Egenaktivitet i mediene ..... 95

**4. Fokus på de enkelte medier** ..... 97
4.1. Fjernsynsseing ..... 97
4.2. Radiolytting ..... 100
4.3. Bruk av plater, kassetter og CD-er ..... 102
4.4. Videobruk ..... 103
4.5. Avislesing ..... 104
4.6. Ukebladlesing ..... 106
4.7. Lesing av tegneserieblad ..... 106
4.8. Lesing av tidsskrift ..... 108
4.9. Boklesing ..... 108
4.10. Hjemme-PC-bruk ..... 113

**5. Kultur- og mediebruk samlet** ..... 115
5.1. Kulturbrukernes mediebruk - og omvendt ..... 115
5.2. Barn og unges kultur- og mediebruk ..... 117
5.3. Innvandreres kultur- og mediebruk ..... 124
5.4. Avsluttende kommentarer ..... 126

**Referanser** ..... 129

**Vedleggstabeller** ..... 131

**Tidligere utgitt på emneområdet** ..... 143

**Utgitt i serien Statistiske analyser** ..... 144

# Figurregister

**1. Kulturtilbud og kulturbruk**


1. Avstand til ulike kulturtilbud i 1991 og 1994. Prosent ..... 21
2. Andel som ville bruke ulike kulturtilbud oftere dersom de hadde dem i nærheten, blant personer som bor minst 25 kilometer unna nærmeste lokale/sted hvor slike kulturtilbud er jevnlig tilgjengelig. 1994. Prosent ..... 24
3. Andel som har vært på ulike kulturtilbud siste 12 måneder i 1991 og 1994. Prosent ..... 25
4. Gjennomsnittlig antall besøk på ulike kulturtilbud siste 12 måneder blant alle i 1991 og 1994 ..... 25
5. Andel som har brukt ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter alder. 1991 og 1994. Prosent ..... 26
6. Andel blant kvinner og menn som har besøkt ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter utdanning, 1991 og 1994. Prosent ..... 27
7. Andel som har vært på ulike kulturtilbud siste 12 måneder blant arbeidere og høyere funksjonærer. 1991 og 1994. Prosent ..... 30
8. Antall besøk på et eller annet kulturtilbud siste 12 måneder, etter kjønn, alder, utdanning og bostedsstrøk. 1991 og 1994. Prosent ..... 33
9. Antall besøk på teater, opera, ballett, klassisk konsert eller kunstutstilling siste 12 måneder, etter kjønn, alder, utdanning og bostedsstrøk. 1991 og 1994. Prosent ..... 34
10. Sammenhengen mellom besøk på teater, klassisk konsert, ballett og opera siste 12 måneder. 1991 og 1994. Prosent ..... 38
11. Sammenhengen mellom besøk på kino, idrettsarrangement, folkebibliotek og populærkonsert siste 12 måneder. 1991 og 1994. Prosent ..... 38
12. Antall besøk på et eller annet kulturtilbud siste 12 måneder, etter fylkespar. 1991 og 1994. Prosent ..... 41
13. Antall besøk på teater, opera, ballett, klassisk konsert eller kunstutstilling siste 12 måneder, etter fylkespar. 1991 og 1994. Prosent ..... 41
14. Andel amatørforestillinger ved besøk på ulike kulturtilbud, etter bostedsstrøk. 1994. Prosent ..... 45
15. Antall ganger på profesjonelle teater,- opera- eller ballettforestillinger, klassiske konserter eller kunstutstillinger siste 12 måneder, etter kjønn, alder, utdanning og bostedsstrøk. 1994. Prosent ..... 46
16. Andel som ikke har benyttet ulike kulturtilbud på grunn av manglende interesse og mangel på slikt tilbud i nærheten. 1991. Prosent ..... 48
17. Grad av interesse for å benytte ulike typer kulturtilbud. 1994. Prosent ..... 48
18. Andel av dem som har benyttet ulike kulturtilbud siste 12 måneder som er svært interessert og ikke interessert i kulturtilbudet, alle og etter kjønn. 1994. Prosent ..... 51
19. Antall besøk siste 12 måneder blant alle og blant dem som er meget interessert i tilbudet. 1994 ..... 54
20. Andel amatørforestillinger blant dem som har besøkt ulike kulturtilbud, etter interesse for kulturtilbudet. 1994. Prosent ..... 54

21. Andel som synes billettprisen betyr mye for hvor ofte de benytter ulike kulturtilbud blant ikke-brukere og brukere av tilbudet. 1994. Prosent ..... 58

**2. Fokus på de enkelte kulturtilbud**

22. Besøk på kino siste 12 måneder i ulike aldersgrupper, etter bosted. 1991, 1992 og 1994. Prosent ..... 59
23. Andel kinogjengere fordelt på hva slags type film de så sist de var på kino, etter kjønn. 1994. Prosent ..... 61
24. Profesjonell forestilling eller amatørforestilling ved siste besøk, etter bostedsstrøk. Prosent. 1994 ..... 63
25. Andel som har vært på konsert, etter aldersgrupper. 1991 og 1994. Prosent .... 65
26. Andel som var på profesjonell konsert sist de var der, etter ulike typer konserter. 1991 og 1994. Prosent ..... 67
27. Andel av aktive som driver med ulike typer billedkunst/kunsthåndverk, etter kjønn. 1991 og 1994. Prosent ..... 72
28. Antall bøker lånt på folkebibliotek siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 1994. Prosent ..... 74
29. Andel som har lest bok en gjennomsnittsdag blant dem som har og dem som ikke har vært på folkebibliotek siste 12 måneder, etter alder. 1994. Prosent .... 75
30. Andel som har vært på ulike typer idrettsarrangement, etter utdanning. 1994. Prosent ..... 77

**3. Medietilbud og mediebruk**

31. Andel med ulike typer hjemmeelektronikk 1980-1995. Prosent ..... 81
32. Andel med ulike radio- og fjernsynstilbud 1980-1995. Prosent ..... 82
33. Andel som har tilgang til både videospiller, CD-spiller og satellitt-TV og andel som ikke har noen av delene, etter alder og husholdningsinntekt. 1995. Prosent ..... 83
34. Andel som har benyttet ulike medier en gjennomsnittsdag i 1991 og 1995. Prosent ..... 86
35. Gjennomsnittlig tid brukt på ulike medier en gjennomsnittsdag i 1991 og 1995. Minutter ..... 86
36. Tid brukt til ulike bilde-, lyd og tekstmedier fordelt på alder i 1983, 1991 og 1995. Minutter ..... 88
37. Andel som har brukt ulike elektroniske medier en gjennomsnittsdag, etter alder. 1991, 1992 og 1994. Prosent ..... 89
38. Andel som har brukt ulike trykte medier en gjennomsnittsdag, etter alder. 1991, 1992 og 1994. Prosent ..... 90
39. Andel som leser bøker, ukeblad og tidsskrift en gjennomsnittsdag, etter kjønn og utdanning (16-79 år). 1995. Prosent ..... 91
40. Andel som bruker tegneserieblad og hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn og utdanning (16-79 år). 1995. Prosent ..... 91
41. Andel som har brukt trykte medier i ulike perioder av åra 1994 og 1995. Prosent ..... 93
42. Andel som har brukt elektroniske medier i ulike perioder av åra 1994 og 1995. Prosent ..... 93

43. Andel brukere av forskjellige massemedier på ulike dager i uka. 1995. Prosent ..... 94
44. Andel som bruker forskjellige massemedier i ulike perioder av døgnet. 1995. Prosent ..... 94

**4. Fokus på de enkelte medier**
45. Antall aviser som leses daglig, etter utdanning. 1995. Prosent ..... 104
46. Andel som leser tegneserieblad en gjennomsnittsdag, etter kjønn i ulike aldersgrupper og etter utdanning. 1995. Prosent ..... 108
47. Andel boklesere som har lest ulike sjangere en gjennomsnittsdag, etter alder. 1995. Prosent ..... 109
48. Ulike typer PC-bruk i hjemmet en gjennomsnittsdag, fordelt etter alder. 1995. Prosent ..... 113

**5. Kultur- og mediebruk samlet**
49. Andel som har brukt ulike kulturtilbud siste 12 måneder blant hele befolkningen, blant innvandrere fra i-land og fra u-land i alderen 16-79 år. 1991 og 1994. Prosent ..... 124
50. Andel som har brukt ulike medietilbud en gjennomsnittsdag blant hele befolkningen, blant innvandrere fra i-land og fra u-land. 16-79 år. 1991, 1992 og 1994. Prosent ..... 125

# Tabellregister

**1. Kulturtilbud og kulturbruk**

1. Andel som har under 10 km til ulike kulturtilbud, etter bostedsstrøk og fylkespar. 1991 og 1994. Prosent ..... 23
2. Andel kvinner og menn som har besøkt ulike kulturtilbud siste 12 måneder i forskjellige grupper av befolkningen. 1991 og 1994. Prosent ..... 28
3. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter kombinasjon av utdanning og husholdningsinntekt. 1991 og 1994. Prosent ..... 29
4. Andel som vært på ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter partivalg. 1994. Prosent ..... 30
5. Andel som har vært på ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter avstand til nærmeste slikt tilbud. Alle og i aldersgruppen 9-24 år. 1991 og 1994. Prosent . 31
6. Andel som har besøkt ulike kulturtilbud, etter hvilke andre kulturtilbud de har vært på de siste 12 måneder. 1994. Prosent ..... 36
7. Gammakorrelasjon mellom bruk av like kulturtilbud. Hele utvalget 1994 ..... 37
8. Andel som aldri har vært på forskjellige kulturtilbud kumulativt i ulike befolkningsgrupper. 1994. Prosent ..... 40
9. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud, etter fylkespar. 1991 og 1994. Prosent ..... 42
10. Andel som sist besøkte ulike kulturtilbud i egen kommune, annen kommune i eget fylke, annet fylke og hvilket annet fylke. 1991 og 1994. Prosent ..... 43
11. Andel som besøkte en profesjonell forestilling sist de benyttet ulike kulturtilbud i egen kommune, etter landsdel. 1994. Prosent ..... 44
12. Andel amatørforestillinger blant dem som har benyttet ulike kulturtilbud, etter alder. 1994. Prosent ..... 46
13. Gammakorrelasjon mellom interesse for ulike kulturtilbud og ulike bakgrunnsvariable. 1994 ..... 49
14. Andel som er meget/en del og ikke interessert i ulike kulturtilbud blant personer 9-19 år, etter foreldres utdanning. 1994. Prosent ..... 52
15. Andel som er meget/en del og ikke interessert i ulike kulturtilbud blant personer 9-19 år, etter foreldres yrkesstatus. 1994. Prosent ..... 52
16. Andel som har besøkt ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter grad av interesse for tilbudet. 1994. Prosent ..... 53
17. Andel som besøkte ulike typer teaterforestillinger ved siste besøk, etter interesse for å gå og se på teater. 1994. Prosent ..... 55
18. Andel med ulike typer idrettsaktiviteter og -konsum, etter interesse for å gå på idrettsarrangement. 1994. Prosent ..... 55
19. Andel som har brukt ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter interesse og avstand til slike tilbud. 1994. Prosent ..... 56
20. Andel som mener billettprisene betyr mye for hvor ofte de benytter ulike kulturtilbud, etter husholdningsinntekt. 1994. Prosent ..... 57

**2. Fokus på de enkelte kulturtilbud**

21. Andel som har vært på ulike typer konserter siste gang de var der, etter kjønn, alder og bosted. 1991 og 1994. Prosent ..... 66
22. Andel av befolkningen som spiller ulike instrumenter, etter kjønn og alder. 1994. Prosent ..... 69
23. Andel som spiller ulike instrumenter blant dem som kan spille, etter kjønn. 1994. Prosent ..... 70
24. Andel av museumsbesøkende som har besøkt ulike museer, etter bostedsstrøk. Prosent ..... 73
25. Andel som så ulike typer idrett sist de var på idrettsarrangement, etter kjønn og alder. 1994. Prosent ..... 76
26. Andel som har deltatt i ulike typer idrettsgrener sist de deltok på idrettsarrangement, etter kjønn og alder. 1994. Prosent ..... 78

**3. Medietilbud og mediebruk**

27. Gjennomsnittstid brukt på trykte medier etter tid brukt på elektroniske medier. 1991-1995. Minutter ..... 87
28. Gammakorrelasjon mellom bruk av ulike medietilbud. Alle i utvalget 1994 ..... 90
29. Andel som har benyttet ulike massemedier en gjennomsnittsdag blant dem som har og dem som ikke har tilgang satellitt-tv i ulike grupper. 1991, 1992 og 1994. Prosent ..... 92
30. Deltakere i ulike medieaktiviteter de siste to åra, i alt og i ulike befolkningsgrupper. 1994. Prosent ..... 95

**4. Fokus på de enkelte medier**

31. Valg av TV-kanal en gjennomsnittsdag, etter kjønn og alder. 1995. Prosent ..... 97
32. Valg av type TV-program en gjennomsnittsdag blant TV-seere, etter kjønn og alder. 1994. Prosent ..... 98
33. Andeler som har sett ulike typer TV-program, etter TV-kanal. 1994. Prosent ..... 99
34. Andeler som har lyttet til ulike radiokanaler, etter kjønn og alder. 1995. Prosent ..... 100
35. Valg av typer radioprogram blant dem som lytter til radio, etter kjønn og alder. 1994. Prosent ..... 101
36. Andeler lyttere som har hørt ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag, etter radiokanaler. 1994. Prosent ..... 102
37. Andel av lytterne som lyttet til ulike typer musikk på plate/kassett/CD, etter kjønn og alder. 1994. Prosent ..... 103
38. Andel av videoseerne som så på ulike videofilmer, etter kjønn. 1994. Prosent ... 104
39. Andel bladlesere fordelt på ulike typer blad lest en gjennomsnittsdag, etter kjønn og alder. 1995. Prosent ..... 107

**5. Kultur- og mediebruk samlet**

40. Gammakorrelasjon mellom bruk av ulike medier en gjennomsnittsdag og besøk på ulike kulturtilbud siste 12 måneder. 1994 ..... 115
41. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud og antall ganger de er benyttet, etter aldersgrupper. 1991 og 1994. Prosent ..... 118

42. Andelen med egne aktiviteter innen kulturområdet, etter aldersgrupper og kjønn. 1991 og 1994. Prosent ..... 119
43. Andelen med egne aktiviteter innen kulturområdet, etter aldersgrupper og kjønn. 1991 og 1994. Prosent ..... 120
44. Andel som har brukt ulike medietilbud en gjennomsnittsdag, etter aldersgrupper. 1991, 1992 og 1994. Prosent ..... 120
45. Antall minutter brukt på ulike medietilbud en gjennomsnittsdag, etter aldersgrupper. 1991, 1992 og 1994. Prosent ..... 122
46. Andel som har benyttet ulike massemedier en gjennomsnittsdag blant dem som har og dem som ikke har tilgang satellitt-tv, etter alder. 1991, 1992 og 1994. Prosent ..... 123

# Sammendrag

Det er sammenheng mellom bruk av kulturtilbud og kulturinteresse, tilgjengelighet til kulturtilbud og sosial situasjon. Mediebruken er mer knyttet til livsfase. Til tross for økende medietilbud er det kulturbruken som øker, mens mediebruken har stagnert.

**De fleste har idrettsarena og folkebibliotek i nærheten**

Kulturbruk er avhengig av at kulturtilbud er tilgjengelig. Idrettsplasser og folkebibliotek er de tilbudene nordmenn har nærmest sine hjemsteder. 83 prosent bor mindre enn 5 km fra en idrettsplass eller idrettshall. Teater er derimot den type kulturtilbud som nordmenn har lengst reisevei til. Fra 1991 til 1994 har tilgjengeligheten til de fleste tilbudene hatt en liten økning. Storbyboere og særlig de som bor i Oslo-området har det beste kulturtilbudet. Særlig gjelder det teater- og konsertlokaler.

Hadde folk hatt de ulike kulturtilbudene nærmere hjemstedet sitt, var det kino de helst ville ha gått mer på. Færrest ville gått mer på opera.

**Mest på kino, på idrett og bibliotek**

Kino, idrettsarrangement og folkebibliotek er de kulturtilbudene flest bruker i løpet av året. Færrest går på ballett eller opera. Det har vært en liten økning fra 1991 til 1994 når det gjelder de fleste kulturtilbudene, særlig gjelder det konsertbesøk.

Barn og unge er de flittigste brukerne av de fleste kulturtilbudene, mens eldre mennesker bruker tilbudene minst. Både utdanning og inntekt har positiv sammenheng med kulturbruk, men utdanning betyr mer enn inntekt. Dessuten er høyere funksjonærer mye mer aktive kulturbrukere enn arbeidere. Kvinner benytter de aller fleste tilbudene oftere enn menn. Denne forskjellen eksisterer uansett utdanning og bosted.

Kort avstand til et kulturtilbud har betydning for bruken. Særlig gjelder dette bruk av kinoer, bibliotek, kunstutstillinger og museer. Folk er i større grad villig til å reise langt for å oppsøke teaterforestillinger og konserter med klassisk musikk.

**25 prosent har vært på mer enn 30 kulturtilbud pr. år**
Alt i alt var gjennomsnittsnordmannen på 22,1 kulturbesøk i 1991. Dette økte til 22,7 besøk i 1994. I aldersgruppen 16-19 år var gjennomsnittet på 41,9 besøk, mens det var på 8,9 besøk i aldersgruppen 67-79 år. 25 prosent av befolkningen har vært mer enn 30 ganger på kulturtilbud siste 12 måneder. 15 prosent hadde vært på slike tilbud mindre enn tre ganger.

Begrenser vi kulturtilbudene til besøk på teater, opera, ballett, klassisk konsert og kunstutstilling, har antall gjennomsnittsbesøk vært på 3,7 ganger i 1991 og 4,0 ganger i 1994. Blant menn var gjennomsnittet 2,9 ganger, blant kvinner 4,7. 32 prosent av befolkningen har ikke vært på noen slike tilbud siste 12 måneder, mens 17 prosent har vært sju eller flere ganger på slike tilbud. I storbyene har 25 prosent vært sju eller flere ganger på slike tilbud, mens det bare gjelder 9 prosent i spredtbygde strøk. Det er likevel store forskjeller også blant dem som bor i storbyene, avhengig av kjønn, utdanning og yrkesstatus.

**Gjengangere i kulturbruken**
De som bruker et tilbud har også i større grad vært på andre kulturtilbud. De som f.eks. har vært på teater har også i større grad enn gjennomsnittet vært på kino, ballett, klassiske og populærkonserter, kunstutstillinger og idrettsarrangement. Størst sammenheng er det mellom opera og kunstutstilling og mellom opera og ballett.

Nær 50 prosent har aldri vært på verken opera eller ballettforestilling. Derimot har kun 1 prosent aldri vært på kino.

**Mest opera- og ballettbesøk i Oslo, minst i Troms og Finnmark**
Det er ikke så store forskjeller mellom de ulike delene av landet når vi ser kulturbruk under ett. Velger vi ut teater, opera, ballett, kunstutstilling og klassisk konsert, kommer det fram tydeligere forskjeller. Disse typer kulturbruk er mest vanlig i Oslo og Akershus, minst vanlig i de to nordligste fylkene og i de indre østlandsfylkene. De klareste skillene fylkene imellom gjelder naturlig nok besøk på opera- og ballettforestillinger.

**47 prosent har ikke vært på noe profesjonelt tilbud**
Det er klare skiller mellom kulturtilbudene når det gjelder om publikum har vært på amatørtilbud eller profesjonelt tilbud. Mens bare 7 prosent av operabesøkende så amatørutøvere sist de var på en slik forestilling, gjaldt det hele 51 prosent blant dem som var på en konsert med klassisk musikk, kirkemusikk eller kor. Barn og unge er de som i størst grad benytter amatørtilbudene.

47 prosent av befolkningen har ikke vært på noen form for profesjonell musikkkonsert, sceneforestilling eller kunstutstilling siste 12 måneder. Særlig gjelder dette menn, eldre, personer med lav utdanning og personer som bor utenfor byområdene.

**Størst interesse for idrettsarrangement**
Mens 32 prosent sier de er meget interessert i å gå på idrettsarrangement, er det bare 3 prosent som er like interessert i å gå på ballettforestillinger. Særlig har utdanning positiv betydning for kulturinteressen. Også barn av foreldre med høy utdanning har større interesser for kultur enn andre.

Interessen er ikke like stor blant de som benytter kulturtilbudene. Når det gjelder menn er interessen størst blant dem som går på idrettsarrangement. For kvinnenes del er interessen størst blant dem som går på opera, populærkonserter og folkebibliotek. Det er en klar sammenheng mellom interessen og besøk på de ulike kulturtilbudene. Særlig gjelder dette besøk på profesjonelle forestillinger.

**Billettprisene har liten betydning**
Få legger stor vekt på økonomien i forhold til hvor ofte de benytter de ulike kulturtilbudene. Godt under 20 prosent mener at billettprisene har mye å si for deres kulturbruk.

**Ulik tilgang til nye medier**
Fra begynnelsen på 1980-tallet har det vært økende tilgang til elektroniske kommunikasjonsmidler som videospiller, CD-spiller og datamaskin i hjemmene. Tilgangen er ikke likt fordelt i alle samfunnslag. I barnefamilier har f.eks. 84 prosent videospiller, mens andelen er 31 prosent blant enslige over 45 år. Tilgangen til flere TV-kanaler har også økt betydelig og mer enn 90 prosent har i 1995 flere kanaler å velge mellom. Nær 40 prosent har hjemme-PC.

**Liten mediebruksendring, boklesing noe ned**
Til tross for økende tilbud har det vært små forandringer i den generelle mediebruken de seinere åra, men boklesing har hatt en liten nedgang. De yngste bruker minst tid til medier generelt, mens enslige og eldre bruker mest tid.

Kvinnene er de ivrigste ukeblad- og bokleserne, mens menn i størst grad leser tidsskrift. Denne forskjellen gjelder uansett utdanning. Video- og lydavspillingsutstyr appellerer mest til de unge, avisene er det de voksne som er mest opptatt av.

**Liten variasjon i mediebruken sommer og vinter**
Mediebruk varierer lite mellom årstidene, bare fjernsynsseing har en nedgang i sommerperioden. Avislesing og radiolytting dominerer mediebruken om formiddagen, mens fjernsynsseing er mest dominerende om kvelden.

**En av tre deltar i mediene**
Omtrent en av tre har i løpet av en toårsperiode på en eller annen måte deltatt aktivt i mediene, ved intervjuer, egne avisinnlegg osv. Mennene er de mest aktive på de fleste felter og de med høy utdanning kommer oftere til orde enn andre.

**Kulturbrukere også ivrige mediebrukere**
Det er ikke slik at noen er aktive kulturbrukere mens andre bruker mediene mye. Ivrige kulturbrukere bruker mediene på høyde med eller over gjennomsnittet av befolkningen. Det er likevel slik at de som er svært aktive kulturbrukere bruker mindre tid til fjernsynsseing og mer tid til boklesing enn gjennomsnittet. Programvalg i radio og fjernsyn er nokså ensartet uansett om man er aktiv kulturbruker eller ikke.

**Innvandrere flittige brukere av folkebibliotek**
Innvandrere fra u-land har andre kultur- og medievaner enn gjennomsnittsnordmannen. De går i større grad enn nordmenn på folkebibliotek og på museer, men i mindre grad på teater, idrettsarrangement og kunstutstilling. De leser også i større grad bøker, mens de i mindre grad leser aviser og hører på radio.

# Innledning

Statistisk sentralbyrå har de siste åra gjennomført undersøkelser om nordmenns kultur- og mediebruk, på oppdrag fra Kulturdepartementet og Norsk kulturråd. Hovedtallene fra de enkelte undersøkelsene er allerede offentliggjort gjennom tabell- og figuroversikter i Statistisk sentralbyrås serie Rapporter. Målet med disse rapportene har vært å gi et raskt og generelt overblikk over hovedresultatene i undersøkelsene, uten å gå dypere inn i materialet.

I denne publikasjonen har målet vært å få fram mer av dette datamaterialet, gi en mer samlende oversikt og se de ulike svarene i undersøkelsene i sammenheng med hverandre. Undersøkelsene kan gi oss et bedre bilde av hvem som er kultur- og mediebrukere - og hvem som ikke er det. Vi kan også gå inn i mer spesifikke forhold og se på hvilke faktorer som påvirker bruken av kulturtilbud og medier, som sosial status, interesse, tilgjengelighet, billettpriser osv. Hvilke typer kulturbruk er f.eks. konsentrert om de større byene og i hvilken grad samler kulturbruk hele befolkningen? Går det an å snakke om at visse grupper i samfunnet har større glede av kulturmidlene enn andre? Hva kan vi i så fall si om ikkebrukerne i forhold til storbrukerne? I tillegg til dette gir dataene mulighet til å se kulturbruk og mediebruk i sammenheng; henger visse typer kulturbruk sammen med visse typer mediebruk eller er de to uavhengige deler av folks liv?

Når det gjelder mediene spesielt, kan vi stille spørsmål om den teknologiske utviklingen på mediefronten har ført til at fjernsynsseing skyver andre kulturaktiviteter til side? Eller er medierevolusjonen bare en teknologisk endring som har liten påvirkning på vanlige nordmenns dagliv?

I denne publikasjonen blir det for en stor del benyttet tall fra kultur- og medieundersøkelsen 1994, som er de siste tilgjengelige resultatene for nordmenns bruk av både kultur og medier. I noen grad blir disse tallene sammenlignet med tallene fra den forrige store kultur- og mediebruksundersøkelsen som ble foretatt i 1991. I en del tilfeller blir kulturbrukstallene for 1991 og 1994 slått sammen. Når det gjelder mediebruk blir en del av hovedtallene hentet fra mediebruksundersøkelsen 1995. I en del tilfeller er mediebrukstall fra 1991-, 1992- og 1994-undersøkelsene slått sammen. Disse sammenslåingene fører til at det totalt sett er et utvalg personer på mer

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

**Mål for kulturbruk:**
Spørsmålene om bruk av kulturtilbud gjelder de siste 12 måneder. For hvert kulturtilbud intervjuobjektene hadde besøkt innenfor dette tidsrommet ble det i tillegg spurt om antall besøk, hvor lenge det var siden siste besøk og hva slags forestilling, utstilling eller arrangement dette dreide seg om.

**Kulturtilbud som inngår i undersøkelsene er:**
Kino, teater/musikal/revy, opera/operette, ballett-/danseforestilling, konsert med klassisk musikk, konsert med populærmusikk, kunstutstilling, museum, folkebibliotek og idrettsarrangement.

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

**Massemedier som inngår i undersøkelsene er:**
Avis, ukeblad, tegneserieblad, tidsskrift, bok, plate/kassett/CD, video, radio, fjernsyn og hjemme-PC.

enn 4 000 når det gjelder kulturbruk, og mer enn 6 000 når det gjelder mediebruk. Sammenslåingene blir gjort for å få et bedre datagrunnlag for å kunne splitte opp i mindre sosiale eller demografiske grupper, enn det hver undersøkelse kan gi hver for seg. Det vil gå fram av statistikkgjengivelsene som brukes i publikasjonen, både i tabeller og figurer, hvilke årstall som er med i beregningene.

Publikasjonen er lagt opp på følgende måte: I de generelle delene om kultur- og mediebruk beskrives den samlede bruken av disse tilbudene og de ulike tilbudene blir sammenlignet; profesjonelle og amatørtilbud, publikums generelle sammensetning, interesse, tilgang og kulturbruk. I avsnittene om de enkelte kultur- og medietilbud ser vi nærmere på de sjangre som folk velger innenfor de enkelte tilbudene: Hvem ser hvilke typer TV-program, kinoforestillinger osv.

Når vi ser spesielt på barn og unges kultur- og mediebruk er dataene lagt fram slik at de gir mulighet for å sammenligne små aldersgrupper og se dem i forhold til

***Viktige begreper:***
**Folkebibliotek:** Omfatter folkebibliotek med filial og bokbuss.
**Klassisk musikk:** Omfatter klassisk musikk, samtidsmusikk, kirkemusikk og kor.
**Populærmusikk:** Omfatter rock, pop, jazz, viser, country and western, folkemusikk, korps og janitsjarmusikk.
**Kunstutstilling:** Omfatter billedkunstutstilling og utstilling av kunsthåndverk.
**Avistyper:** *Distriktsavis* omfatter aviser som utkommer utenfor Oslo, med mer enn fire utgaver pr. uke. *Lokalavis* omfatter aviser med fire eller færre utgaver pr. uke. *Oslo-aviser* er aviser som utkommer i Oslo med mer enn fire utgaver pr. uke. Dagbladet/VG er skilt ut spesielt.
**Bok:** Bøker som brukes i forbindelse med arbeid, skole eller annen utdanning regnes ikke med. Høytlesing for barn er heller ikke med i statistikken over boklesing.
**Tidsskrift:** Omfatter tidsskrift, foreningsblad og lignende.
**Video:** Omfatter egenprodusert video, opptak av fjernsynsprogram og kjøpt eller leid videofilm.
**Satellittfjernsyn:** Fjernsynsmottaker koblet til antenne som kan motta TVNorge, TV3 eller andre fjernsynskanaler som formidles via satellitt.
**Hjemme-PC:** Omfatter PC (Personlig Computer) eller annen type hjemmedata-maskin.
**Utdanning (16-79 år):** Utdanningsnivå er beregnet på grunnlag av opplysninger om samlet allmennutdanning og yrkesutdanning. Grupperingen bygger på Standard for utdanningsgruppering i offentlig norsk statistikk (Standarder for norsk statistikk nr. 7). Utdanning er beregnet for aldersgruppen 16-79 år. Følgende inndeling er brukt: *Ungdomsskolenivå:* Utdanning med samlet varighet 7-9 år. *Gymnasnivå:* Utdanning med samlet varighet 10-12 år. *Universitet/høgskolenivå I:* Utdanning med samlet varighet 13-14 år. *Universitet/høgskolenivå II+:* Utdanning av minst 15 års varighet.
**Yrkesstatus (16-79 år):** Grupperingen bygger på Standard for inndeling etter sosioøkonomisk status (Standarder for norsk statistikk nr. 5). Yrkesstatus er beregnet for aldersgruppen 16-79 år.
**Tettbygd/spredtbygd:** Som tettbygde strøk regnes hussamlinger med minst 200 hjemmehørende personer der husene normalt ikke ligger mer enn 50 meter fra hverandre. Mindre husklynger som naturlig hører sammen med bebyggelsen på et større sted regnes med selv om avstanden fra husklyngen til tettstedet er noe mer enn 50 meter. Som spredtbygd strøk regnes all spredt bosetting, også hussamlinger med færre enn 200 bosatte.

Utvalg, feilkilder og hovedtabeller for undersøkelsene som det er brukt materiale fra i denne publikasjonen, finnes i Statistisk sentralbyrås publikasjoner:
Kultur- og mediebruk 1991, Rapporter 92/12.
Mediebruk 1992, Rapporter 93/13.
Kultur- og mediebruk 1994, Rapporter 95/15.
Norsk mediebarometer 1995, Statistiske analyser 12.

voksengruppen. Aldersgruppene fra 9 år og oppover er også med i de andre tabell- og figurfordelingene i publikasjonen. Men da med grovere gruppeinndelinger, på samme måte som blant de voksne.

I siste del av publikasjonen ses kultur- og mediebruken i sammenheng, bl.a. med hensyn på sjangervalg: Går f.eks. de som ser mye på sport i TV også mye på idrettsarrangement? Hører de som går på klassisk konsert mer på klassisk musikk i radio enn andre?

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

Kinobesøk er derimot en aktivitet som de fleste foretar nokså sjelden. Det er en aktivitet som man selv må oppsøke utenfor hjemmet, en handling i fellesskap med andre til dels ukjente mennesker. Dette er på linje med kulturaktiviteter som teaterbesøk, museumsbesøk, besøk på idrettsarrangement osv. Derfor er det mest hensiktsmessig å plassere kinobesøk i denne gruppen, og bruke en spørsmålsformulering som er i samsvar med det, dvs. bruk i løpet av de siste 12 måneder.

# 1. Kulturtilbud og kulturbruk

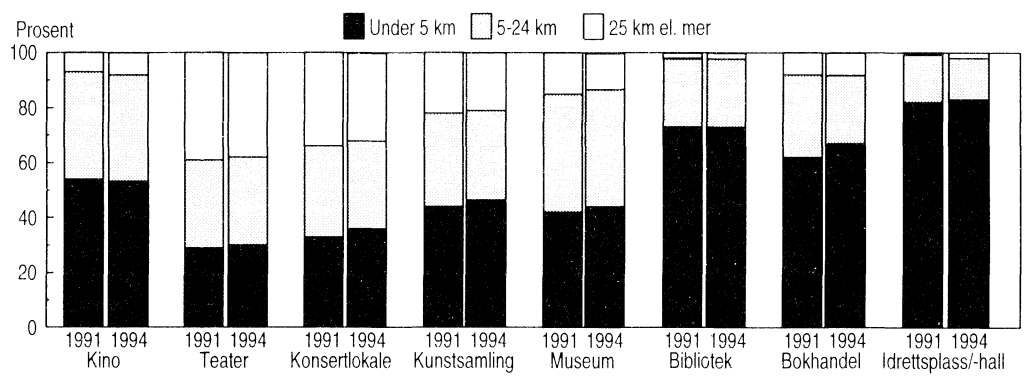
## 1.1. Tilgang til kulturtilbud

### Idrettsplasser og bibliotek er nærmest

Det første krav som må tilfredsstilles for at man skal være kulturbruker, er at det fins tilgjengelige kulturtilbud. I et land som Norge varierer tilgjengeligheten mye, avhengig av hva slags tilbud det er snakk om, og hvor i landet man bor. Ifølge kultur- og mediebruksundersøkelsene er idrettsplasser/-haller og bibliotek de kulturtilbudene som er lettest tilgjengelig for den gjennomsnittlige nordmann. I 1994 var det 83 prosent som bodde mindre enn 5 km fra en idrettshall eller idrettsplass. 72 prosent hadde samme avstand til et bibliotek. To av tre bodde under 5 km fra en bokhandel og litt flere enn 50 prosent bodde i samme avstand fra en kino. Dette er altså de tilbudene som vi kan si at minst halvparten av befolkningen har i sin nærhet.

Teater eller lokale med jevnlige teaterforestillinger er det tilbudet i undersøkelsen som er minst tilgjengelig for folk flest. 37 prosent av befolkningen bor mer enn 25 km fra et slikt tilbud. 31 prosent bor minst like langt fra en konsertsal eller lokale med jevnlige musikkarrangement. 20 prosent bor minst like langt fra et

**Figur 1. Avstand til ulike kulturtilbud i 1991 og 1994. Prosent**



"SPLINT"
KL:1930
INNVIK

kunstgalleri eller lokale med jevnlig kunstutstillinger, og 12 prosent bor minst like langt fra et museum.

Når det gjelder utviklingen i folks tilgjengelighet til kulturtilbud, er tre år en kort periode. Derfor har det også vært små endringer. Sett under ett har utviklingen likevel gått i positiv retning; tilgjengeligheten har økt litt når det gjelder flere av tilbudene. Den eneste nokså tydelige forskjellen er likevel tilgjengeligheten til bokhandel. I 1991 var det 62 prosent som bodde mindre enn 5 km fra en bokhandel. Dette har økt til 67 prosent i 1994. Denne endringen kan dels skyldes at tilbudet har økt, eller at en del har flyttet til områder hvor kulturtilbudene er lettere tilgjengelig. Undersøkelsene viser at andelen storbyboere økte fra 19 prosent i 1991 til 22 prosent i 1994.

Det er ikke tvil om at hvor i landet vi bor har betydning for kulturtilgjengeligheten. Tabell 1 gir et inntrykk av tilgjengeligheten til kulturtilbud i ulike deler av landet. Målet som brukes er andelen som har mindre enn 10 km til nærmeste tilbud, dvs. at man maksimalt trenger 15-20 minutters reise for å komme dit. Tallene er gjennomsnitt for 1991 og 1994.

Det er helt klare forskjeller i tilgjengeligheten til alle kulturtilbud når vi sammenligner dem som bor i storbyene med dem som bor i spredtbygde strøk. Størst er forskjellen når det gjelder lokaler hvor det er levende sceneframførelser, som teater og konserter. Tilgangen til bibliotek/folkeboksamling er derimot langt bedre. To tredjedeler av dem som bor i spredtbygde strøk har et slikt tilbud under 10 km unna. Tilbudet er spesielt godt når det gjelder idrett. Mer enn tre fjerdedeler av dem som bor i spredtbygde strøk har en idrettsplass eller idrettshall nærmere enn 10 km.

**Tabell 1. Andel som har under 10 km til ulike kulturtilbud, etter bostedsstrøk og fylkespar. 1991 og 1994. Prosent**

| | Kino | Teater-lokale | Konsert lokale | Kunst-samling | Museum | Bibliotek | Bok-handel | Idretts-plass/-hall |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle | 74 | 45 | 51 | 63 | 65 | 88 | 80 | 93 |
| Tettbygd 100 000 eller flere | 91 | 81 | 83 | 87 | 84 | 99 | 98 | 100 |
| Tettbygd 20 000-99 000 | 94 | 66 | 73 | 84 | 76 | 96 | 96 | 98 |
| Tettbygd under 20 000 | 73 | 36 | 45 | 59 | 65 | 91 | 84 | 96 |
| Spredtbygd | 40 | 10 | 13 | 26 | 37 | 66 | 40 | 76 |
| Østfold/Vestfold | 83 | 55 | 57 | 73 | 83 | 94 | 86 | 98 |
| Akershus | 86 | 17 | 28 | 64 | 30 | 84 | 89 | 94 |
| Oslo | 94 | 82 | 83 | 85 | 84 | 99 | 98 | 100 |
| Hedmark/Oppland | 70 | 29 | 39 | 46 | 63 | 89 | 83 | 91 |
| Buskerud/Telemark | 79 | 44 | 49 | 61 | 75 | 90 | 81 | 95 |
| Agder/Rogaland | 59 | 35 | 42 | 66 | 73 | 93 | 84 | 95 |
| Hordaland/Sogn og Fjordane | 67 | 49 | 52 | 57 | 51 | 84 | 76 | 88 |
| Møre og Romsdal | 66 | 41 | 49 | 49 | 67 | 84 | 59 | 93 |
| Trøndelag | 73 | 58 | 63 | 64 | 75 | 89 | 73 | 88 |
| Nordland | 68 | 41 | 54 | 53 | 50 | 81 | 71 | 88 |
| Troms/Finnmark | 65 | 50 | 56 | 55 | 57 | 67 | 60 | 83 |

**Oslo-folk har alle tilbud nærmest**

Det er også klare regionale forskjeller. Det viser fordelingen etter fylkespar. Uten unntak er det Oslo-befolkningen som har det beste tilbudet. De regionene som har dårligst tilbud varierer for de ulike tilbudstypene. Kinotilbudet er dårligst i Agder/Rogaland, Troms/Finnmark og Møre og Romsdal. De som bor i Akershus har dårligst tilbud i sitt nærmiljø når det gjelder teaterlokaler, konsertlokaler og museer. Det er tydelig at den relativt korte avstanden folk har til Oslo, har innvirkning på tilbudene i eget fylke. I det indre av Østlandet, dvs. Hedmark/ Oppland har den laveste andelen med under 10 km til nærmeste kunstsamling. Når det gjelder tilgang til bibliotek og idrettsplass eller idrettshall er det folk i Troms/Finnmark som må reise lengst. Det gjelder også bokhandel. Her deler de skjebne med folk i Møre og Romsdal.

I tillegg til at storbyboerne har tilbudene nærmest, er det vanligvis også de som har *flest* tilbud. De har flere kinoer og teatre å velge mellom og ofte flere forestillinger pr. dag. I områder som ikke er så tett befolket har de kanskje bare ett tilbud pr. uke eller sjeldnere.

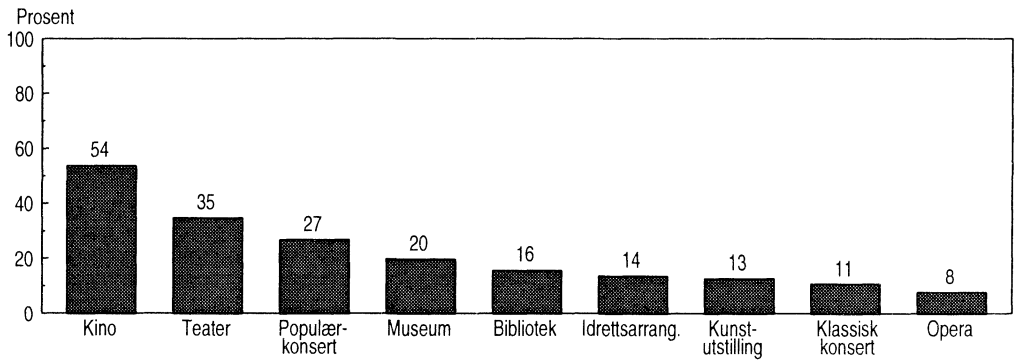
**Helst mer kino**

Det er ikke uten videre sikkert at økt tilgjengelighet vil resultere i en tilsvarende økning i bruken av disse kulturtilbudene. Vi har stilt spørsmål om dette i undersøkelsene.

Blant dem som bor minst 25 km unna en kino ville 54 prosent gå mer på kino dersom de hadde et tilbud nærmere. Tilsvarende ville 35 prosent gå oftere på teater og 27 prosent ville gå oftere på en populærkonsert. For de andre tilbudene ville økt tilgjengelighet i seg selv ha mindre betydning for besøket. Bare 8 prosent av dem som bor minst 25 km unna ville gå oftere i opera dersom tilgjengeligheten var bedre. Økt tilgjengelighet til klassiske konserter, kunstutstillinger, idrettsarrangement og bibliotek ville heller ikke føre til noen voldsom økning i besøket, ifølge folks egne meninger.

Bedre tilgjengelighet ville slå ulikt ut for forskjellige aldersgrupper. De unge ville i størst grad økt besøket på kino og på populærkonserter dersom de bodde nærmere slike tilbud. De middelaldrende (45-66 år) ville ha økt besøket på teater,

**Figur 2. Andel som ville bruke ulike kulturtilbud oftere dersom de hadde dem i nærheten, blant personer som bor minst 25 km unna nærmeste lokale/sted hvor slike kulturtilbud er jevnlig tilgjengelig. 1994. Prosent**



opera, kunstutstillinger og klassiske konserter, mens de eldste helst ville ha gått mer på museer. Det er mulig å tolke resultatene som et uttrykk for at kulturbruk er et produkt av tilgjengelighet og interesse.

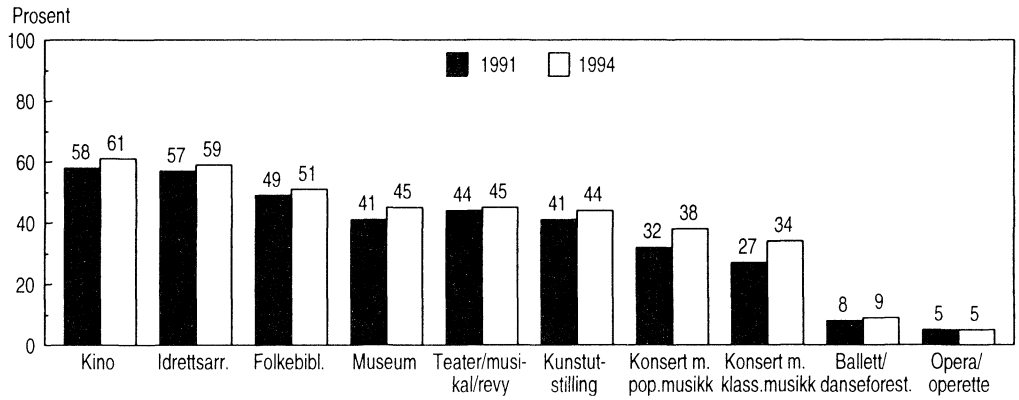
## 1.2. Portrett av kulturbrukerne

### Mest på kino, idrettsarrangement og folkebibliotek

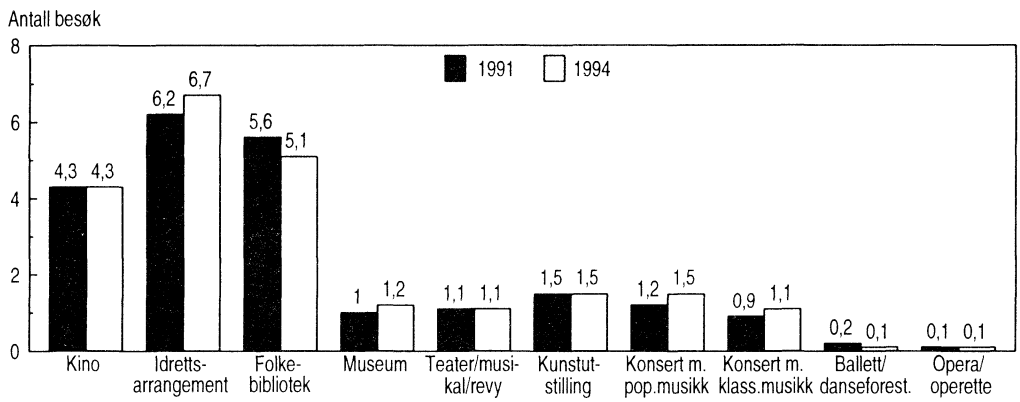
Det er store variasjoner i bruken av de ulike kulturtilbudene. Dette gjelder ikke bare andelen som bruker dem, men også hvor mange ganger de ulike tilbudene blir brukt gjennom et år.

Kino og idrettsarrangement er de tilbud flest nordmenn har besøkt i løpet av 12 måneder, fulgt av folkebibliotek, museer og teater/musikal/revy. Det nordmenn i minst grad har besøkt er ballett-/danseforestillinger og opera/operetter. Idrettsarrangement er det tilbudet som har hatt flest gjennomsnittlige besøk, fulgt av folkebibliotek og kino. Også på denne

**Figur 3. Andel som har vært på ulike kulturtilbud siste 12 måneder i 1991 og 1994. Prosent**




**Figur 4. Gjennomsnittlig antall besøk på ulike kulturtilbud siste 12 måneder blant alle i 1991 og 1994**

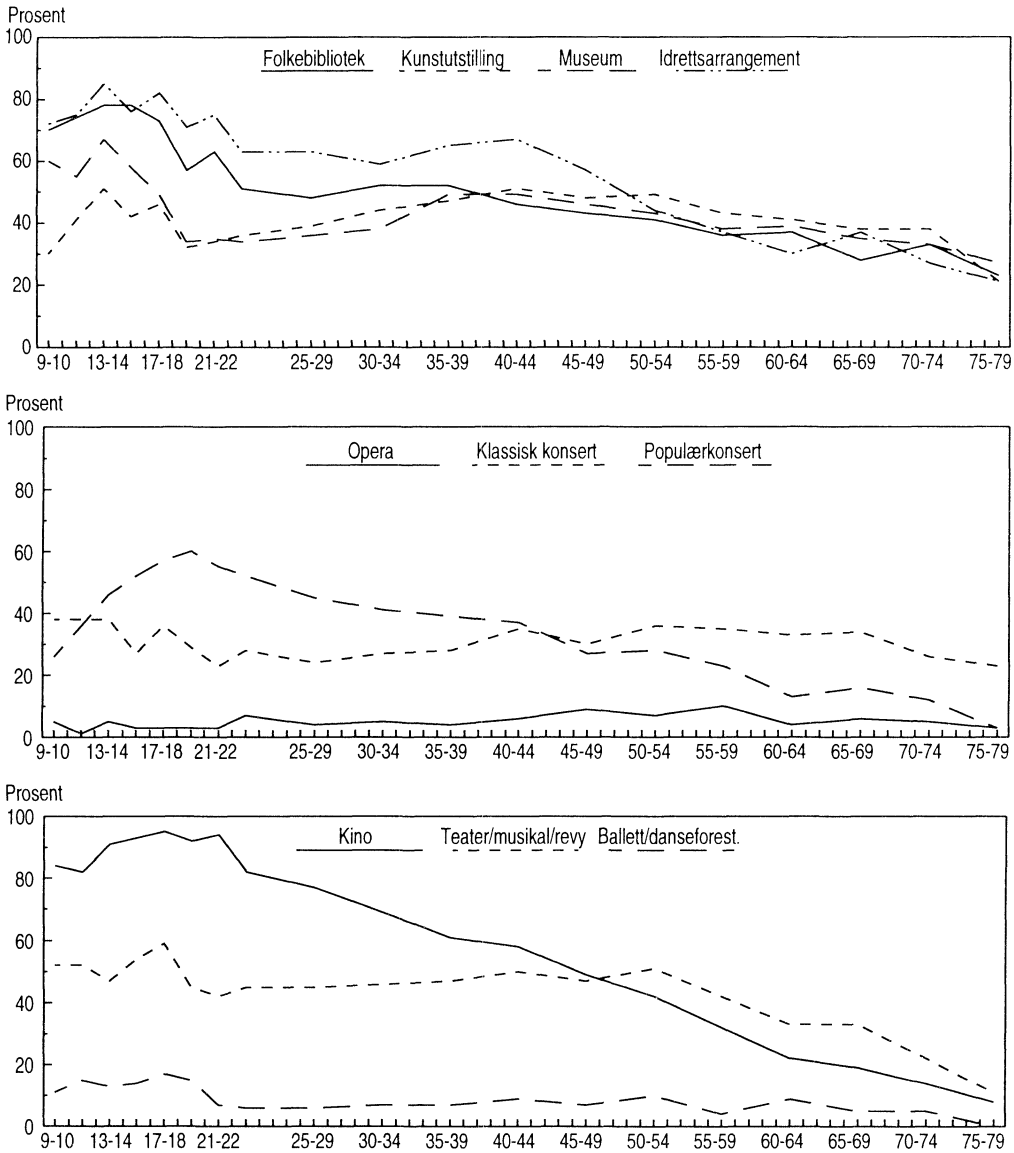


skalaen er det ballett-/danseforestillinger og opera/operetter som havner nederst. Det har ikke vært store endringer i disse tallene fra 1991 til 1994, men en viss økning i andelen som har benyttet tilbudene. Antall besøk har ikke hatt den samme jevne økningen, men idrettsarrangement og konserter har steget noe, mens antall biblioteksbesøk har hatt en svak nedgang.

## Alderens betydning

For å vise så tydelig som mulig endringen i andelen som bruker de ulike kulturtilbu-

**Figur 5. Andel som har brukt ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter alder. 1991 og 1994. Prosent**



dene i forhold til alder, er tall fra undersøkelsen i 1991 og 1994 slått sammen.

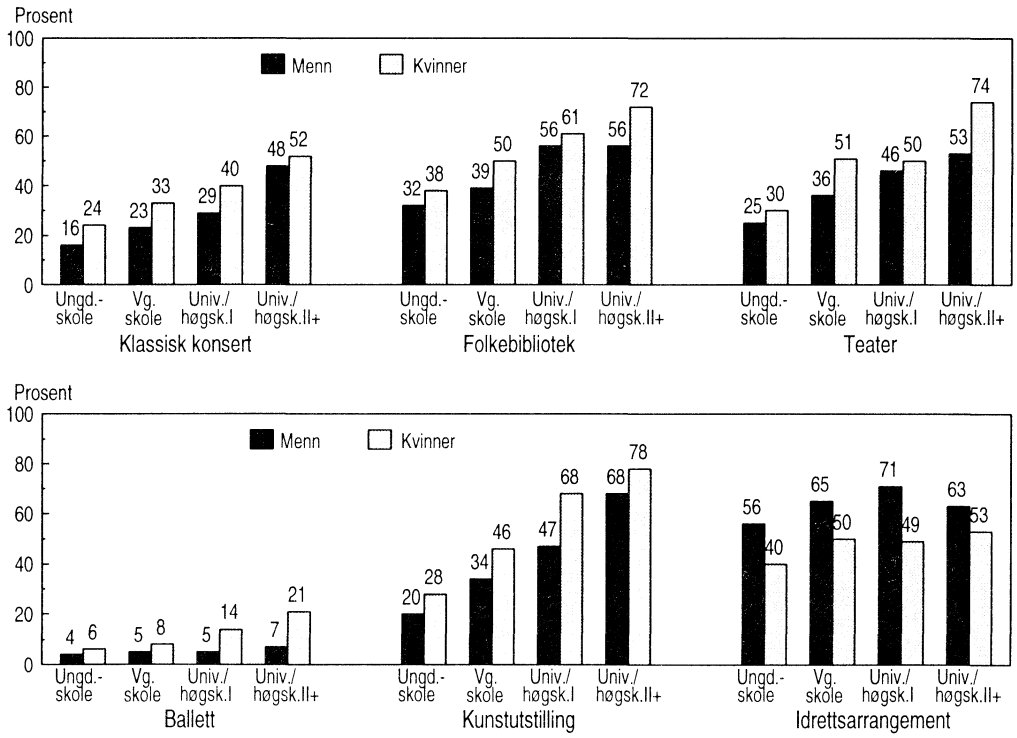
Barna ligger på et høyt nivå i forhold til de voksne når det gjelder de fleste kulturtilbudene. Nivået øker noe i ungdomsårene, for så å synke til et noe lavere nivå. Dette nivået holder seg nokså jevnt fram til 60-årsalderen. Deretter synker nivået jevnlig fram mot de eldste aldersgruppene. Denne tendensen gjelder først og fremst besøk på folkebibliotek, idrettsarrangement, populærkonsert og teater/musikal/revy. Kinobesøket har en jevnt synkende tendens helt fra begynnelsen av 20-årene, mens ballett-/danseforestilling, opera/operetter og klassiske konserter har en nokså stabil besøksandel i alle aldersgrupper. Kunstutstillinger og museer har en litt stigende besøkskurve fra 20-årene og fram mot ca. 50 år, hvor den deretter synker noe.

## Kjønnsforskjeller uansett utdanning

Det er klare kjønnsforskjeller når det gjelder bruken av de ulike kulturtilbudene (se figur 6). Kvinner benytter de aller fleste tilbudene oftere enn menn. Det er bare besøk på idrettsarrangement som går klart i mennenes favør. Denne forskjellen i kulturbruk kan tenkes å ha sin forklaring i at menn og kvinner er ulike på andre måter, f.eks. når det gjelder utdanning, bosted osv., og at det er disse forholdene som gjør menn og kvinner forskjellig som kulturbrukere.

Forskjellene gjør seg gjeldende uansett utdanningsnivå. Kvinnene har en høyere

**Figur 6. Andel blant kvinner og menn som har besøkt ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter utdanning. 1991 og 1994. Prosent**



**Tabell 2. Andel kvinner og menn som har besøkt ulike kulturtilbud siste 12 måneder i forskjellige grupper av befolkningen. 1991 og 1994. Prosent**

| | Kino | Tea-ter | Ope-ra | Bal-lett | Klas-sisk kons. | Popu-lær-kons. | Kunst-utstil-ling | Mu-seum | Bib-lio-tek | Id-retts-arrang. | An-tall svar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle | | | | | | | | | | | |
| Menn | 59 | 38 | 4 | 5 | 26 | 37 | 37 | 43 | 45 | 65 | 1 969 |
| Kvinner | 61 | 51 | 6 | 11 | 35 | 34 | 48 | 43 | 54 | 51 | 2 033 |
| Pensjonister | | | | | | | | | | | |
| Menn | 10 | 19 | 2 | 1 | 21 | 10 | 22 | 32 | 33 | 39 | 245 |
| Kvinner | 17 | 24 | 5 | 5 | 28 | 10 | 37 | 29 | 30 | 17 | 308 |
| Elever/studenter | | | | | | | | | | | |
| Menn | 87 | 41 | 3 | 11 | 25 | 62 | 33 | 39 | 71 | 71 | 157 |
| Kvinner | 94 | 66 | 8 | 15 | 42 | 56 | 56 | 51 | 76 | 72 | 153 |
| Tettbygd 100 000 eller flere | | | | | | | | | | | |
| Menn | 69 | 44 | 10 | 8 | 31 | 44 | 41 | 47 | 47 | 62 | 375 |
| Kvinner | 71 | 56 | 12 | 15 | 39 | 36 | 54 | 50 | 51 | 44 | 434 |
| Spredtbygd | | | | | | | | | | | |
| Menn | 44 | 32 | 2 | 2 | 22 | 32 | 31 | 37 | 40 | 58 | 433 |
| Kvinner | 45 | 44 | 4 | 6 | 35 | 31 | 40 | 38 | 53 | 47 | 368 |

besøksandel på alle nivåer når det gjelder både folkebibliotek, teater, ballett, kunstutstilling og klassisk konsert. En klar omvendt tendens finner vi bare når det gjelder idrettsarrangement. Her en andelen blant menn høyere enn blant kvinner på alle utdanningsnivåer.

Tabell 2 viser forskjellen i kulturbruk mellom menn og kvinner når det gjelder den mest aktive og minst aktive gruppen innenfor sosioøkonomisk status, elever/studenter og pensjonister.

De samme tendensene til kjønnsforskjeller ser vi tydelig igjen i begge gruppene. De eneste forskjellene er at blant pensjonistene har menn en noe større andel museums- og folkebiblioteksbesøkere enn kvinnene. Tendensene er også tydelige når det gjelder ytterpunktene i bostedsvariabelen, storbyene og de spredtbygde strøk.

## Utdanning betyr mer enn inntekt

Den franske sosiologen Bourdieau (1973) skiller mellom to typer kapital; økonomisk og kulturell kapital. Den kulturelle kapital tilegnes gjennom både arv og utdanning. Uten å gå nærmere inn i begrepsproblematikken på dette feltet, skal vi her se om kulturell kapital, slik den framstår gjennom utdanning, og økonomisk kapital, slik den uttrykkes gjennom husholdningsinntekt, kan henge sammen med kulturbruk. Til dette formålet er utvalget delt i ni grupper, avhengig av om henholdsvis utdanning og inntekt er høy, middels eller lav. Høy husholdningsinntekt er her satt til 400 000 kr eller mer, middels er mellom 200 000 og 399 000 kr, og lav husholdningsinntekt

**Tabell 3. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter kombinasjon av utdanning og husholdningsinntekt. 1991 og 1994. Prosent**

| | Kino | Tea-ter | Ope-ra | Bal-lett | Klas-sisk kons. | Popu-lær-kons. | Kunst-utstil-ling | Mu-seum | Bib-lio-tek | Idretts-arrang. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Høy utdanning/høy inntekt ..... | 78 | 66 | 13 | 15 | 47 | 47 | 75 | 62 | 63 | 63 |
| Høy utdanning/middels inntekt . | 69 | 60 | 8 | 9 | 40 | 43 | 63 | 55 | 58 | 61 |
| Høy utdanning/lav inntekt..... | 74 | 43 | 9 | 13 | 41 | 53 | 60 | 54 | 69 | 50 |
| Middels utdanning/høy inntekt . | 67 | 54 | 7 | 10 | 33 | 39 | 49 | 41 | 47 | 63 |
| Middels utdanning/middels inntekt ..... | 57 | 45 | 5 | 6 | 28 | 36 | 42 | 39 | 44 | 63 |
| Middels utdanning/lav inntekt .. | 48 | 35 | 4 | 5 | 25 | 28 | 30 | 36 | 44 | 46 |
| Lav utdanning/høy inntekt ..... | 64 | 48 | 2 | 10 | 29 | 36 | 39 | 48 | 54 | 68 |
| Lav utdanning/middels inntekt .. | 45 | 32 | 2 | 4 | 19 | 31 | 27 | 29 | 38 | 56 |
| Lav utdanning/lav inntekt..... | 22 | 18 | 0 | 3 | 18 | 14 | 16 | 26 | 28 | 36 |

er under 200 000 kr. Høy utdanning er utdanning utover videregående skole, middels utdanning går til og med videregående skole og lav utdanning er kun på ungdomsskolenivå.

Tabell 3 viser tydelig at den gruppen som rangerer høyt både når det gjelder inntekt og utdanning, har det høyeste kulturkonsumet.Unntak er biblioteksbesøk, besøk på populærkonserter, og idrettsarrangement. For populærkonsertenes del utgjør de med lav inntekt og høy utdanning høyest andel. De ivrigste tilskuerne på idrettsarrangement har lav utdanning og høy husholdningsinntekt. Gruppen med lav utdanning og lav inntekt har lavest andel brukere innenfor *alle* kulturområdene.

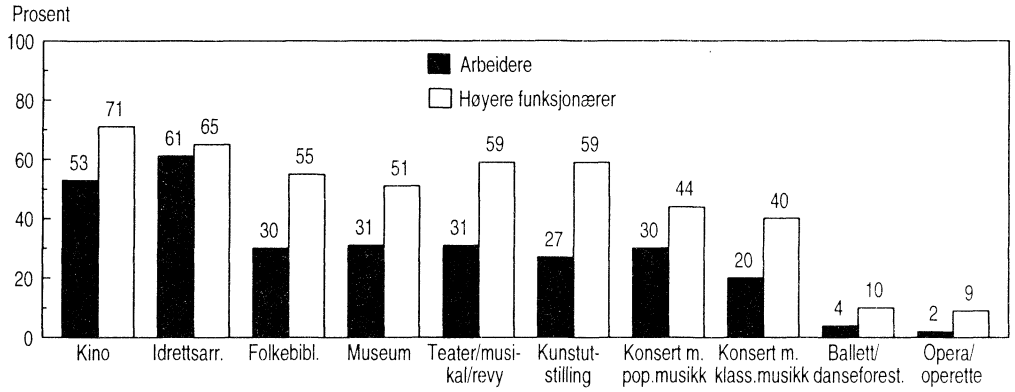
Tallene viser også at kulturell kapital, her i betydning utdanning, har mer å si for kulturbruken enn økonomisk kapital. Utdanning betyr mer enn husholdningsinntekt for alle typer kulturtilbud unntatt idrettsarrangement. Der ser det ut til at økonomien har større betydning enn utdanning. Også når det gjelder teaterbesøk har økonomi en relativt stor betydning i forhold til utdanning: En større andel av personer med lav utdanning og høy inntekt har vært på teater enn av de med lav inntekt og høy utdanning.

## Arbeidstype har betydning, men ikke arbeidstid

Et argument som brukes av og til blant dem som i liten grad bruker kulturtilbudene, er at de har ikke tid til slikt. Sett i forhold til arbeidstid, kan dette være et vikarierende argument. En undersøkelse foretatt i USA viser at arbeidstiden er uten betydning for kulturbruk generelt. (Andreasen 1992). Heller ikke i våre undersøkelser har gjennomsnittlig arbeidstid pr. uke noen tydelig innvirkning på folks kulturbruk. Det er m.a.o. ikke arbeidstiden i seg selv, men type arbeid man har, som har sammenheng med kulturbruken.

Det er en markert forskjell i kulturbruk mellom arbeidere og høyere funksjonærer. Høyere funksjonærer er mer aktive innenfor alle typer kulturbruk, men forskjellen er størst når det gjelder besøk på teater, kunstutstillinger, klassiske konserter og opera.

**Figur 7. Andel som har vært på ulike kulturtilbud siste 12 måneder blant arbeidere og høyere funksjonærer. 1991 og 1994. Prosent**




## SVere og venstrefolk bruker kulturtilbudene mest

De ulike partienes velgere skiller seg fra hverandre på mange måter, både aldersmessig, utdanningsmessig og yrkesmessig. Mye som et resultat av dette finner vi også klare skiller når det gjelder kulturbruk. Arbeiderpartiets velgergruppe er stor og skiller seg lite fra gjennomsnittet når det gjelder besøk på ulike kulturtilbud. Fremskrittspartiets velgergruppe er derimot mindre, og den som i minst grad har benyttet kulturtilbudene, med unntak av idrettsarrangement. Her har de derimot den høyeste publikumsandelen. Høyres velgere ligger over gjennomsnittet på alle tilbudene, men peker seg spesielt positivt ut når det gjelder besøk på opera/operetteforestillinger. Velgerne til Kristelig Folkeparti ligger langt under gjennomsnittet når det gjelder de fleste kulturtilbudene, men spesielt når det gjelder kinobesøk, idrettsarrangement og teater. De har derimot en stor andel som har besøkt konserter med klassisk musikk, samtidsmusikk, kirkemusikk og kor.

Senterpartivelgerne ligger under gjennomsnittet når det gjelder alle tilbudene, men skiller seg spesielt ut ved å ha en liten andel som har vært på kino. Sosialistisk Venstrepartis velgergruppe er den

**Tabell 4. Andel som har vært på ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter partivalg. 1994. Prosent**

| | Alle | A | FrP | H | KrF | SP | SV | V |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Kino | 61 | 56 | 54 | 68 | 41 | 42 | 73 | 75 |
| Idrettsarrangement | 59 | 60 | 64 | 61 | 41 | 53 | 57 | 57 |
| Folkebibliotek | 51 | 47 | 33 | 52 | 45 | 42 | 64 | 61 |
| Museum | 45 | 43 | 39 | 50 | 34 | 40 | 56 | 62 |
| Teater | 45 | 45 | 26 | 54 | 31 | 38 | 64 | 66 |
| Kunstutstilling | 44 | 39 | 39 | 58 | 47 | 39 | 63 | 73 |
| Populærkonsert | 38 | 35 | 39 | 46 | 27 | 30 | 55 | 50 |
| Klassisk konsert | 34 | 32 | 15 | 36 | 53 | 36 | 36 | 59 |
| Ballettforestilling | 9 | 7 | 3 | 13 | 1 | 7 | 13 | 11 |
| Opera/operette | 5 | 5 | 5 | 12 | 3 | 4 | 8 | 2 |

mest aktive kulturbrukergruppe, ved siden av venstrevelgerne. SVs gruppe har høyest andel av alle når det gjelder besøk på folkebibliotek og populærkonserter. Venstres velgere på sin side har høyest andel som har besøkt kino, museum, teater, kunstutstilling og klassisk konsert.

Ved siden av politisk holdning er religiøs aktivitet en faktor som kan være med på å kaste lys over folks kulturbruk. 29 prosent av befolkningen deltok i gudstjeneste, messe eller møte i et trossamfunn eller livssynsorganisasjon i 1994. I kulturaktivitet skiller disse seg fra resten av befolkningen ved at de i større grad også har benyttet de fleste av kulturtilbudene. Spesielt gjelder dette besøk på konserter med klassisk musikk, hvor de har en besøksandel på 48 prosent mot 25 prosent i resten av befolkningen. De har også i større grad vært på folkebibliotek, museer og teater. Det eneste kulturtilbudet hvor besøksandelen er lavere blant dem enn andre er kinobesøk.

## Tilgjengelighet betydningsfullt for kulturbruken

Tidligere har vi sett at tilgangen til ulike kulturtilbud er forskjellig og at den varierer mye fra sted til sted i et land som Norge. Det påvirker selvsagt også kulturbruken.

Når det gjelder befolkningen som helhet er det en tydelig sammenheng mellom avstand til nærmeste kulturtilbud og om man har vært på et slikt tilbud siste 12 måneder. Spesielt store forskjeller finner vi når det gjelder andelen som har vært på kino, bibliotek, kunstutstilling og museum. Forskjellen er mindre når det gjelder teaterbesøk og besøk på konsert med klassisk musikk. Heller ikke besøk på idrettsarrangement har så veldig stor sammenheng med hvor langt unna nærmeste idrettsplass eller -hall ligger. At besøk på de sistnevnte kulturtilbudene er mer avstandsuavhengig, kan ha sammenheng med at dette i større grad ses på som begivenheter, som man er villig til å bruke litt tid og penger for å komme til.

## Ungdom går på kino nesten uansett avstand

Ser vi på den unge og kanskje mest aktive delen av befolkningen, aldersgruppen 9-24 år, finner vi også for dem en tydelig sammenheng mellom bruk og avstand til kulturtilbud. Særlig sterkt slår dette ut når det gjelder besøk på kunstutstillinger. Det er noe de unge besøker hvis det er i

**Tabell 5. Andel som har vært på ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter avstand til nærmeste slikt tilbud. Alle og i aldersgruppen 9-24 år. 1991 og 1994. Prosent**

| | Alle | | | 9-24 år | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Under 5 km | 5-24 km | 25 km eller mer | Under 5 km | 5-24 km | 25 km eller mer |
| Kino | 64 | 58 | 43 | 93 | 86 | 81 |
| Bibliotek | 51 | 47 | 32 | 67 | 72 | : |
| Teater | 49 | 45 | 41 | 57 | 44 | 47 |
| Kunstsamling | 52 | 41 | 31 | 48 | 36 | 26 |
| Konsertlokale/pop.musikk | 43 | 33 | 30 | 58 | 45 | 41 |
| Konsertlokale/klass.musikk | 34 | 31 | 28 | 36 | 33 | 27 |
| Museum | 49 | 42 | 29 | 53 | 49 | 37 |
| Idrettsplass/-hall | 59 | 53 | 47 | 75 | 75 | : |

nærheten. Er det langt til en kunstsamling, tar de i liten grad bryet med å komme seg dit. Ellers er sammenhengen mindre mellom avstand til tilbud og besøk i denne gruppen enn for befolkningen som helhet. Særlig gjelder det kinobesøk. Dette er tydeligvis et tilbud de unge er villig til å bruke både mye tid og penger for å komme til, muligens fordi denne aktiviteten er så sterkt knyttet til det å være ungdom. Når det gjelder biblioteksbesøk og besøk på idrettsarrangement er det ingen sammenheng mellom bruk og avstand. Dessuten har de fleste unge ganske kort avstand til slike tilbud.

Det er ikke bare andelen som bruker de ulike tilbudene som henger sammen med avstanden til nærmeste slike tilbud. Ser vi på de som faktisk har benyttet tilbudet siste 12 måneder, er også forskjellen stor avhengig av avstand. Når det gjelder alle tilbudene har brukere som har kort avstand til tilbudet vært der flere ganger enn de som bor lenger unna. Blant dem som har vært på bibliotek siste 12 måneder har de som bor mindre enn 5 km unna et bibliotek vært der 10,7 ganger i gjennomsnitt i denne perioden. Blant de som bor mer enn 25 km unna er antall besøk 6,4. Et enda klarere eksempel er idrettsarrangement. Blant de som har vært på idrettsarrangement siste 12 måneder har de som bor under 5 km fra en idrettsplass eller -hall i gjennomsnitt vært 11,5 ganger på et idrettsarrangement. De som bor mer enn 25 km unna har vært 5,8 ganger på et slikt arrangement siste 12 måneder.

I de tilfelle hvor relativt lang avstand ikke synes å spille så stor rolle for andelen som har oppsøkt et kulturtilbud, kan dette tolkes som en sterk indikasjon på interesse. Vi finner dette blant ungdom som går på kino, og generelt når det gjelder teaterbesøk og besøk på klassiske konserter. Men også i disse tilfellene betyr avstand noe for antall ganger man oppsøker det aktuelle kulturtilbudet.

### Det vide kulturbegrep: De unge er mest aktive

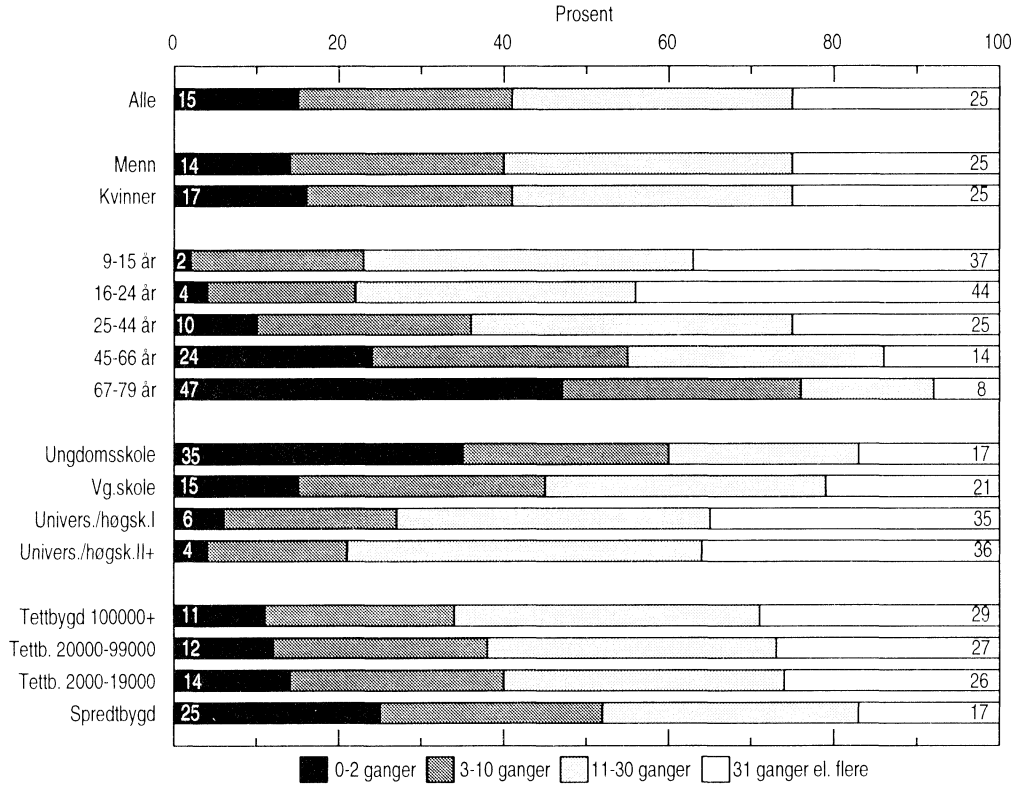
Når vi slår sammen antall ganger vi benytter de ulike kulturtilbudene, får vi et bilde av generell kulturaktivitet. I 1991 var nordmenn i gjennomsnitt 22,1 ganger på ulike kulturtilbud. Dette økte til 22,7 ganger i 1994. For å få et overblikk over hvem som er de aktive kulturbrukerne uansett tilbud kan vi se på det gjennomsnittlige antall besøk i ulike grupper. Først ser vi på alle kulturtilbud under ett, eller det vi kan kalle det vide kulturbegrepet. Dernest velger vi ut de mer tradisjonelle kulturtilbudene, det vi kan si omfatter et "smalere" kulturbegrep; antall besøk på teaterforestillinger, ballett- og operaforestillinger, klassiske konserter og kunstutstillinger. (Se tabellene V3 og V4 i vedlegget).

Når det gjelder gjennomsnittsbesøk på kulturtilbud totalt (tabell V3 i vedlegget) er det ikke særlig forskjell mellom menn og kvinner. Derimot er det en klar forskjell mellom aldersgruppene. Det er de unge som er de mest aktive brukerne av kulturtilbud. Gruppen 16-19 år ligger høyest med 41,9 besøk siste 12 måneder. Til sammenligning har aldersgruppen 67-79 år bare 8,9 besøk. Blant barna er jentene noe mer aktive enn guttene, mens det er omvendt for de unge. Her er guttene de mest aktive.

### 25 prosent har vært mer enn 30 ganger på kulturtilbud siste år

Figur 8 viser en oversikt over bruken av alle kulturtilbudene fordelt etter ulike kategorier. 15 prosent av befolkningen som helhet har kun vært 0-2 ganger på et eller annet kulturtilbud. 25 prosent har

**Figur 8. Antall besøk på et eller annet kulturtilbud siste 12 måneder, etter kjønn, alder, utdanning og bostedsstrøk. 1991 og 1994. Prosent**




vært på noe tilbud mer enn 30 ganger i løpet av 12 måneder.

Bare 2 prosent av barna har vært færre enn tre ganger på kulturtilbud. Blant unge i gruppen 16-24 år har hele 44 prosent benyttet dem mer enn 30 ganger. I gruppen 67-79 år har derimot hele 47 prosent vært under tre ganger på slike tilbud siste 12 måneder, mens 8 prosent har benyttet dem mer enn 30 ganger.

Utdanning fører også til tydelige skiller i kulturbruken. De med høy utdanning er sterkt overrepresentert blant dem som benytter tilbudene ofte, mens folk med lav utdanning i hovedsak er blant dem som i liten grad benytter slike tilbud.

Det er i de store byene at kulturtilbudet er best. Det gjenspeiles i kulturbruken. Folk som bor i de store byene er overrepresentert blant storbrukerne, mens vi finner det omvendte i spredtbygde strøk. I småbyene og i mindre tettbygde strøk er kulturbruken på et nivå som er mer likt det vi finner i storbyene enn i de spredtbygde strøk.

Også husholdningsinntekten betyr en god del for kulturbruken (se tabell V3 i vedlegget). De med høy inntekt er overrepresentert blant storbrukerne, mens de som bruker tilbudene lite helst er folk med lav inntekt. Vi skulle kanskje forvente at det var de med lavest inntekt som var mest overrepresentert blant dem

som brukte tilbudene minst. I den inntektsgruppen finnes det en del studenter, som er sterkt overrepresentert blant storbrukerne. De har et gjennomsnittlig antall kulturbesøk på 40,9, mot 22,3 blant befolkningen som helhet. De drar dermed storbrukerandelen i den laveste inntektsgruppen oppover.

### Det smale kulturbegrep: Kvinner mer aktive enn menn

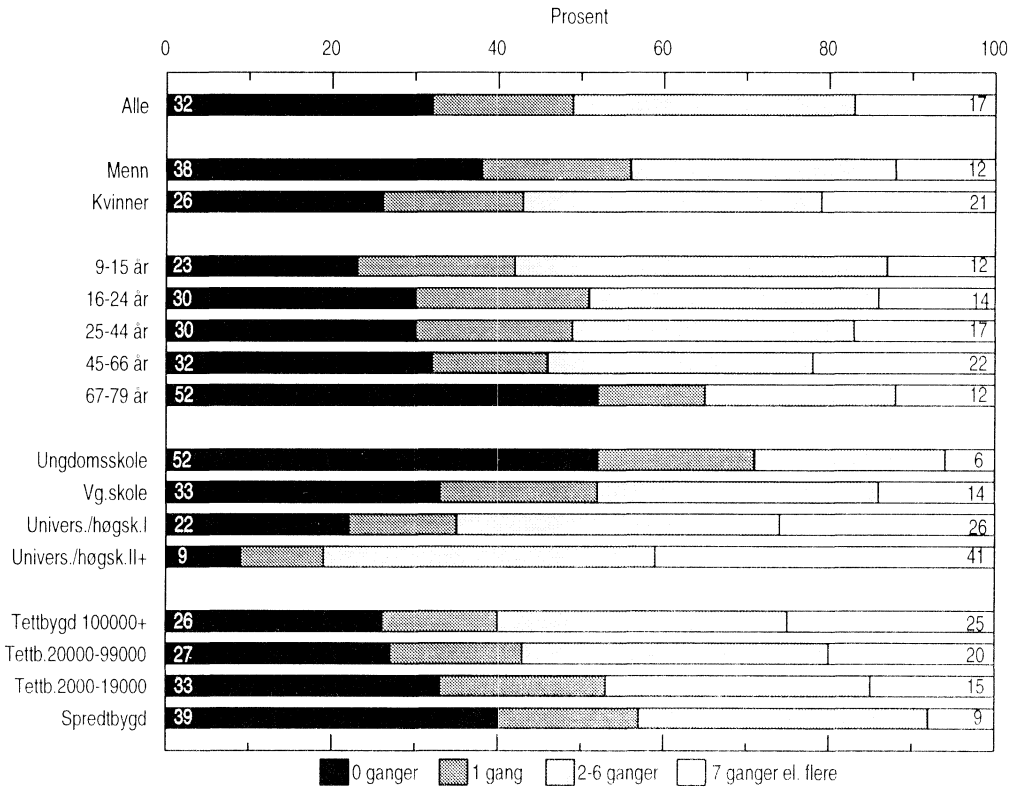
De tallene vi nå har sett på gjelder alle kulturtilbud, også kino og idrettsarrangement. Ser vi derimot bare på besøk på teater, opera, ballett, klassisk konsert og kunstutstilling, endrer tendensene seg noe. Gjennomsnittsbesøket på slike kulturtilbud til sammen er 3,8 ganger (tabell V4 i vedlegget). Dette er gjennomsnittstall for 1991 og 1994. I 1991 var besøket på slike tilbud i gjennomsnitt 3,7 ganger. Dette økte til 4,0 i 1994.

Noe av det mest iøynefallende er den store forskjellen mellom menn og kvinner når det gjelder bruk av disse tilbudene; 2,9 ganger blant menn og 4,7 ganger blant kvinner. Mennenes besøk utgjør altså bare ca. 60 prosent av kvinnenes besøk. Denne forskjellen gjelder alle aldersgrupper.

### En av tre har ikke vært på "seriøse" kulturtilbud

I figur 9 er antall besøk på "seriøse" kulturtilbud delt opp i kategorier. 32 prosent

**Figur 9. Antall besøk på teater, opera, ballett, klassisk konsert eller kunstutstilling siste 12 måneder, etter kjønn, alder, utdanning og bostedsstrøk. 1991 og 1994. Prosent**



av befolkningen har ikke besøkt slike tilbud i det hele tatt de siste 12 måneder, mens 17 prosent har benyttet slike tilbud sju ganger eller mer.

I disse tallene kommer forskjellen mellom menn og kvinner tydelig fram. Blant mennene er det nesten 40 prosent som ikke har vært på et eneste slikt tilbud og noe mer enn hver tiende har benyttet dem mer enn seks ganger. Blant kvinnene er det mer enn 20 prosent som har vært på slike kulturtilbud mer enn seks ganger siste 12 måneder. Det er altså kvinnene som uten tvil er de ivrigste brukere av de mer seriøse kulturtilbudene.

Når det gjelder aldersgruppene forsvinner den klare aldersmessige forskjellen vi fant når det gjelder kulturbruk generelt, når vi bare tar med de seriøse tilbudene. Det er fremdeles en liten økning i andelene som ikke benytter noen slike tilbud i tråd med økende alder, men andelen som bruker tilbudene mye øker også med alderen, fram til pensjonsalderen, da andelen storbrukere synker betydelig.

Utdanningsvariabelen viser tydelig at det er forskjell grupper imellom når det gjelder bruken av den mer seriøse delen av kulturtilbudet. Blant dem med utdanning på ungdomsskolenivå er det kun 6 prosent som har benyttet slike tilbud sju ganger eller mer siste 12 måneder. Blant dem med høyere universitets- eller høgskoleutdanning er andelen på hele 41 prosent. Tabell V4 i vedlegget viser at de med høyest utdanning i gjennomsnitt har vært 8,0 ganger på slike tilbud siste år, mens de med lavest utdanning har en gjennomsnitt på 1,8 ganger.

Også når det gjelder bostedsvariabelen er forskjellen klar. Mens 25 prosent har vært mer enn seks ganger på denne type kulturtilbud i storbyene, er andelen bare 9 prosent blant dem som bor i spredtbygde strøk.

Forskjellen i husholdningsinntekt gjenspeiler en forskjell i kulturbruken også her. Det er en klar overrepresentasjon av de med høy husholdningsinntekt i forhold til lavinntektsgruppene blant de som bruker de mer seriøse tilbudene ofte.

Fordelingen mellom de ulike yrkesstatusgruppene endrer også karakter. Det mest iøynefallende er at de høyere funksjonærene, som var sterkt overrepresentert blant storbrukerne når det gjelder kulturbruk generelt, ytterligere øker sin overrepresentasjon. Nesten 30 prosent av denne gruppen har vært mer enn seks ganger på teater, opera, ballett, klassisk konsert eller kunstutstilling. Blant arbeidere er det derimot bare 8 prosent som har benyttet disse kulturtilbudene siste 12 måneder.

### Store forskjeller i kulturbruken også i storbyene

En forklaring på at det er så store forskjeller i kulturbruken mellom ulike grupper kan være at de gruppene som har en høy andel kulturbrukere i større grad enn andre bor i storbyene, og at de derfor har større mulighet til å benytte tilbudene. Det er en større andel kvinner, høyt utdannede og høyere funksjonærer i storbyene enn ellers i landet. For å kontrollere dette kan vi bare se på dem som bor i storbyene, og holde de andre utenfor.

I det store og hele finner vi de samme forskjellene om vi bare ser på storbyboere. Blant kvinnene i storbyene er det 31 prosent som har benyttet seriøse kulturtilbud sju ganger eller mer siste 12 måneder. Blant mennene er det 18 prosent. Blant arbeidere i storbyene er det 5 prosent som har benyttet slike tilbud så

mange ganger, blant høyere funksjonærer er det 39 prosent, dvs. en andel som er nesten åtte ganger så stor. Blant personer i storbyene med utdanning på ungdomsskolenivå er det 10 prosent som har vært sju ganger eller mer på teater, opera, ballett, klassisk konsert eller kunstutstilling siste 12 måneder. Blant personer med høyere universitets- eller høgskoleutdanning er andelen på 47 prosent. Dette viser at slike tilbuds nærhet har liten betydning for bruken av dem. Faktorer som interesse og kulturell bakgrunn betyr vel så mye.

## 1.3. Gjengangere og aldri-brukere

### Bruk av ulike tilbud henger sammen

Det er klar samvariasjon mellom bruk av de ulike kulturtilbudene. Er ett av tilbudene benyttet, er sjansen større for at et av de andre tilbudene også er benyttet. De som har vært på kino ligger f.eks. noe over gjennomsnittet på alle de andre tilbudene. Det gjelder særlig besøk på populærkonserter, teater og bibliotek. De som har vært på teater har også i større grad enn gjennomsnittet vært på kino, ballett, klassiske og populærkonserter, kunstutstillinger og idrettsarrangement.

De som går på opera er også svært aktive på de andre kulturområdene, unntatt på idrettsarrangement. Særlig har de vært på ballettforestillinger, klassiske konserter og kunstutstillinger. De har i fire ganger så stor grad vært på ballett som gjennomsnittet og i nesten dobbelt så stor grad vært på kunstutstilling. De som besøker ballett-/danseforestillinger har også svært høy andel når det gjelder de andre kulturtilbudene. De ligger best an når det gjelder kinobesøk, de har et operabesøk som ligger nesten fem ganger så høyt som gjennomsnittsbefolkningen, de har høyest andel besøk på populærkonserter, museer og bibliotek. I tillegg tangerer de nesten toppen når det gjelder besøk på idrettsarrangement. Dette er m.a.o. en svært allsidig og aktiv gruppe.

**Tabell 6. Andel som har besøkt ulike kulturtilbud, etter hvilke andre kulturtilbud de har vært på de siste 12 måneder. 1994. Prosent**

| | Har også vært på | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Kino | Teater | Opera | Ballett | Klassisk kons. | Populærkons. | Kunstutstilling | Museum | Bibliotek | Idrettsarrang. |
| Alle | 61 | 45 | 5 | 9 | 34 | 38 | 44 | 45 | 51 | 59 |
| Andel som har besøkt | | | | | | | | | | |
| Kino | 100 | 55 | 7 | 12 | 38 | 49 | 52 | 52 | 60 | 69 |
| Teater | 76 | 100 | 10 | 15 | 48 | 51 | 60 | 56 | 60 | 66 |
| Opera/operette | 81 | 83 | 100 | 37 | 65 | 47 | 86 | 63 | 65 | 62 |
| Ballett/dans | 84 | 78 | 23 | 100 | 56 | 59 | 73 | 72 | 75 | 70 |
| Klassisk konsert | 69 | 63 | 10 | 14 | 100 | 51 | 65 | 61 | 62 | 65 |
| Populærkonsert | 80 | 60 | 7 | 14 | 46 | 100 | 56 | 55 | 61 | 71 |
| Kunstutstilling | 72 | 60 | 10 | 14 | 50 | 48 | 100 | 61 | 64 | 64 |
| Museum | 70 | 55 | 7 | 14 | 46 | 46 | 59 | 100 | 61 | 66 |
| Bibliotek | 72 | 53 | 7 | 13 | 42 | 46 | 56 | 55 | 100 | 65 |
| Idrettsarrangement | 72 | 50 | 6 | 10 | 38 | 46 | 48 | 51 | 56 | 100 |

De som går på klassiske konserter, kunstutstillinger, museer og bibliotek er også nokså aktive på de andre kulturområdene. De som går på populærkonserter peker seg spesielt ut ved at de i stor grad også er kinogjengere, og er den gruppen som i størst grad har vært på idrettsarrangement. De som har vært på idrettsarrangement ligger tettest opp til gjennomsnittet når det gjelder bruk av de andre kulturtilbudene, men også de ligger over gjennomsnittet på dem alle.

I tabell 7 ser vi korrelasjonen, eller sammenhengen mellom bruk av de ulike tilbudene på en litt annen måte. Gammakorrelasjonen, som er brukt her, er en størrelse mellom +1 og -1. Jo større positiv sammenheng det er mellom variablene jo nærmere er tallet +1 og jo mer negativ sammenheng jo nærmere er tallet -1. Er tallet nær 0, indikerer det at det er ingen sammenheng mellom variablene.

Tabell 7 viser at det er en positiv sammenheng mellom bruken av alle tilbudene, slik tabell 6 også klart uttrykte. De klareste sammenhengene finner vi mellom opera - kunstutstilling, opera - ballett og opera - teater. I det hele tatt har operabesøkerne høye positive korrelasjoner når det gjelder alle tilbudene unntatt populærkonsert og idrettsarrangement. Også ballettbesøk har høy samvariasjon med de fleste andre tilbudene, spesielt teaterbesøk i tillegg til opera. Ellers er det slik at det er besøk på idrettsarrangement som totalt sett i minst grad samvarierer med de andre tilbudene.

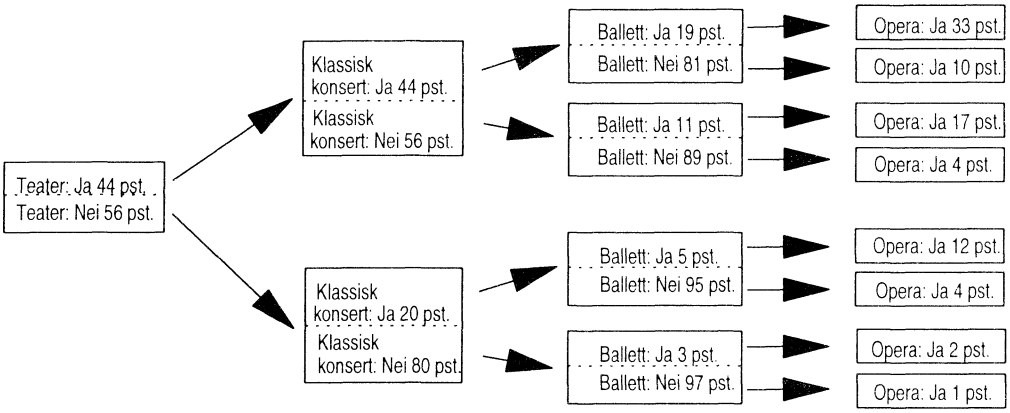
Som en generell oppsummering av disse tallene kan vi si at det er helt klart at det er visse grupper med høy kulturaktivitet som bruker nesten alle tilbudene i mye større grad enn det gjennomsnittsnordmannen gjør. Figur 10 er en framstilling av den kumulative sammenhengen mellom besøk på teater, klassisk konsert, ballett og opera. Andre konstellasjoner kunne vært valgt i stedet, men dette får være et eksempel.

Teaterbesøk dobler sjansen for også å ha vært på klassisk konsert; 44 prosent av dem som har vært på teater har også vært på klassisk konsert, men bare 20 prosent av dem som ikke har vært på teater. Har man vært både på teater og klassisk konsert er det 19 prosent som også har vært på ballett, mens det bare er 3 prosent blant dem som verken har vært på teater eller klassisk konsert. På det siste trinnet i figur 10 ser vi at dersom man både har vært på teater, klassisk konsert

**Tabell 7. Gammakorrelasjon mellom bruk av like kulturtilbud. Hele utvalget 1994**

| | Teater | Opera | Ballett | Klassisk konsert | Populær-konsert | Kunstut-stilling | Bib-liotek | Mu-seum | Idretts-arrang. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Kino | 0,53 | 0,47 | 0,56 | 0,25 | 0,59 | 0,38 | 0,34 | 0,44 | 0,49 |
| Teater | | 0,73 | 0,67 | 0,52 | 0,47 | 0,52 | 0,37 | 0,33 | 0,27 |
| Opera | | | 0,77 | 0,59 | 0,19 | 0,78 | 0,36 | 0,30 | 0,08 |
| Ballett | | | | 0,46 | 0,44 | 0,58 | 0,56 | 0,52 | 0,26 |
| Klassisk konsert | | | | | 0,39 | 0,56 | 0,45 | 0,34 | 0,20 |
| Populærkonsert | | | | | | 0,38 | 0,30 | 0,34 | 0,41 |
| Kunstutstilling | | | | | | | 0,52 | 0,44 | 0,21 |
| Museum | | | | | | | | 0,37 | 0,26 |
| Bibliotek | | | | | | | | | 0,28 |

**Figur 10. Sammenhengen mellom besøk på teater, klassisk konsert, ballett og opera siste 12 måneder. 1991 og 1994. Prosent**

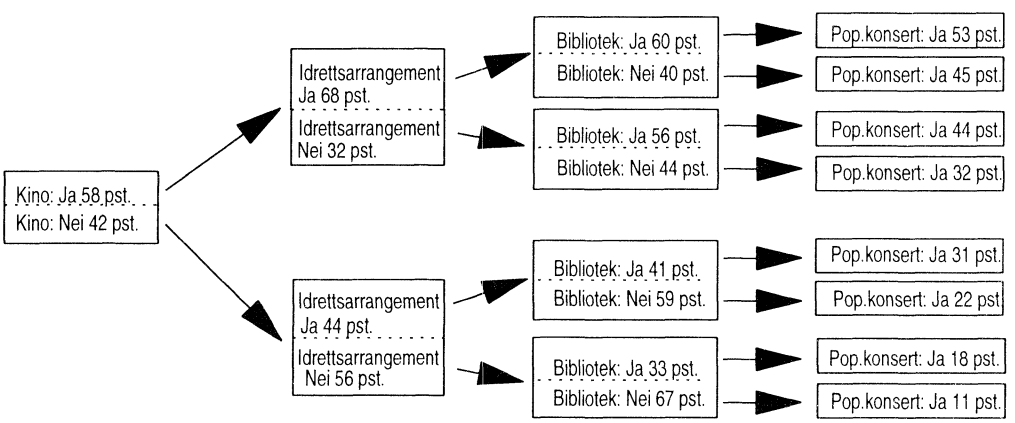



og ballett er det hele 33 prosent som også har vært på opera. Hvis man derimot verken har vært på teater, klassisk konsert eller ballett er det bare 1 prosent som har vært på opera. Figur 10 viser også at hvis man bare har vært på to av de tre første trinn, er det besøk på teater og ballett som gir det største positive utslaget for operabesøk; 17 prosent.

Det er tydelig at det ikke er slik at noen går i teater mens andre går i operaen. Det er tvert imot en direkte sammenheng mellom besøk på enkelte tilbud og besøk på andre, det vi gjerne kaller en hopningseffekt. Men dette gjelder disse spesielle kulturtilbudene.

Ser vi på kinobesøk, besøk på idrettsarrangement, folkebibliotek og populærkonserter (figur 11), finner vi igjen en klar hopningseffekt. Kinobesøk øker sjansen for besøk på idrettsarrangement. Besøk på begge disse to til sammen øker igjen sjansen for besøk på folkebibliotek. Besøk på alle tre til sammen øker sjansen

**Figur 11. Sammenhengen mellom besøk på kino, idrettsarrangement, folkebibliotek og populærkonsert siste 12 måneder. 1991 og 1994. Prosent**



for å ha vært på populærkonsert. Blant disse har 53 prosent vært på populærkonsert. Ser vi på det motsatte tilfelle, blant dem som verken har vært på kino, idrettsarrangement eller folkebibliotek siste 12 måneder, finner vi at bare 18 prosent har vært på populærkonsert.

**Nesten to av tre har aldri vært på opera eller ballett**

I kultur- og mediebruksundersøkelsen er det spørsmål om de brukte ulike kulturtilbud siste 12 måneder. I 1994-undersøkelsen ble det også spurt om de noen gang i det hele tatt hadde benyttet tilbudene. Vi skal her se litt nærmere på dem som svarte at de aldri hadde benyttet tilbudene (tabell V1 i vedlegget).

Det er kun en liten gruppe som aldri har vært på kino. Dette er i størst grad eldre mennesker og personer med lav inntekt. Det er også få som aldri har vært på teater. Dette er mest vanlig blant menn, blant de yngste og de eldste, blant personer med lav utdanning og inntekt, de som bor i Agder/Rogaland og Nord-Norge og i spredtbygde strøk.

Nesten to tredjedeler av befolkningen har ifølge undersøkelsen aldri vært på opera og ballettforestilling. Det er nokså parallelle grupper som aldri har benyttet seg av slike kulturtilbud. Det er menn, helst blant de yngste, arbeidere og for operaens del særlig elever/studenter, folk med lav utdanning og personer som bor i mindre tettbygde strøk.

Det er også ganske store grupper som aldri har vært på noen konsert. De som aldri har vært på klassisk konsert er helst menn, relativt unge, arbeidere og personer med lav utdanning. Når det gjelder populærkonserter er derimot tendensen noe annerledes. Det er like stor gruppe menn og kvinner som aldri har vært på en slik konsert. Det er helst de aller yngste og de eldre enslige som ikke har vært der, pensjonister, personer med lav utdanning og inntekt og personer i spredtbygde strøk.

Når det gjelder de som aldri har vært på kunstutstilling, finner vi igjen det samme mønsteret som når det gjelder de andre tradisjonelle kulturtilbudene. Det er igjen menn, de yngste, arbeidere, folk i spredtbygde strøk, enslige forsørgere og folk med lav inntekt og lav utdanning. 31 prosent av dem med utdanning på ungdomsskolenivå har aldri vært på kunstutstilling, mens det er kun 1 prosent av dem med høyere akademisk utdanning.

Kun et lite mindretall har aldri vært på bibliotek, museum og idrettsarrangement. De som ikke har vært på slike kulturtilbud er særlig eldre mennesker, personer med lav utdanning og personer med lav inntekt. Generelt kan en si at det er visse grupper i samfunnet som aldri benytter seg av de ulike kulturtilbudene. De er mest representert blant de yngste, de eldste, arbeidere, de med lav utdanning og med liten inntekt. De bor dessuten utenfor de tett befolkede sentra.

Tabell 8 gir et inntrykk av hvor stor andel som aldri har vært på flere av de tradisjonelle kulturtilbudene og hvordan andelen synker jo flere tilbud man tar med i beregningen.

Nær halvparten av befolkningen har verken vært på opera/operette eller ballett-/danseforestilling i hele sitt liv. En av fem har verken vært på disse eller på klassisk konsert. Føyer vi til kunstutstilling, er det nesten en av ti som aldri har vært på noen av disse kulturtilbudene. Legger vi til slutt til teater/musikal/revy, sitter vi igjen med 2 prosent som aldri har vært på noen av disse fem tilbudene.

**Tabell 8. Andel som aldri har vært på forskjellige kulturtilbud kumulativt i ulike befolkningsgrupper. 1994. Prosent**

| | Andel som aldri har vært verken på | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Opera | Ballett | Klassisk konsert | Kunst-utstilling | Teater/ musikal/revy |
| Alle | 63 | 49 | 21 | 9 | 2 |
| Menn | 69 | 57 | 27 | 11 | 3 |
| Kvinner | 58 | 42 | 16 | 8 | 2 |
| 9-15 år | 85 | 62 | 33 | 15 | 4 |
| 16-24 år | 82 | 61 | 27 | 11 | 1 |
| 25-44 år | 67 | 52 | 21 | 8 | 2 |
| 45-66 år | 41 | 35 | 13 | 6 | 2 |
| 67-79 år | 50 | 44 | 18 | 13 | 5 |
| Ungdomsskolenivå | 75 | 63 | 31 | 16 | 5 |
| Universitet/høgskole II | 34 | 20 | 4 | 0 | 0 |
| Under 100 000 kr | 68 | 54 | 24 | 13 | 5 |
| 500 000 kr eller mer | 46 | 31 | 12 | 6 | 0 |
| Tettbygd 100 000 eller flere | 49 | 35 | 16 | 9 | 2 |
| Spredtbygd | 73 | 63 | 25 | 11 | 4 |
| Arbeidere | 79 | 67 | 31 | 16 | 4 |
| Høyere funksjonærer | 47 | 33 | 11 | 3 | 1 |

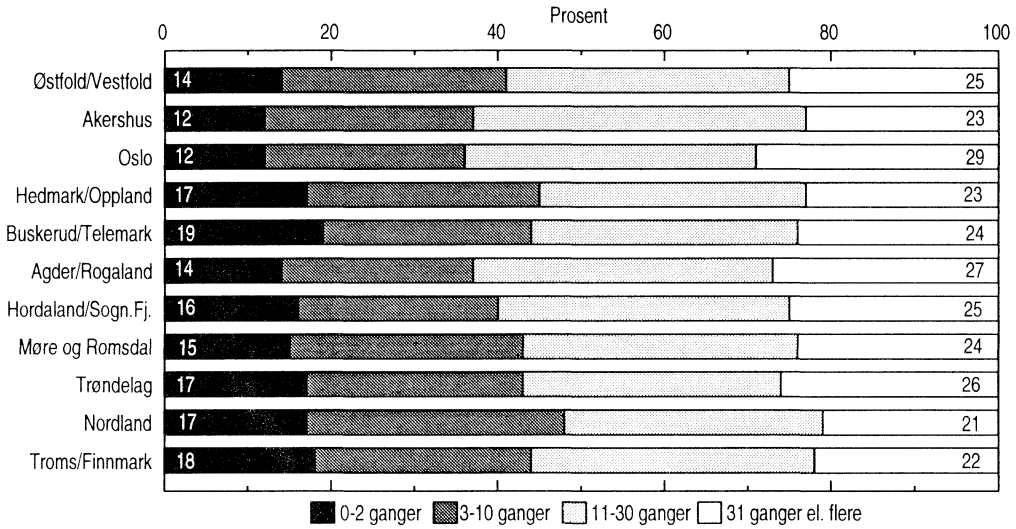
Det er et klart skille mellom menn og kvinner når det gjelder disse tallene. Det er f.eks. slik at hele 57 prosent av mennene aldri har vært på verken opera eller ballett, mens andelen for kvinnenes del er nede på 42 prosent. Forskjellen er derimot liten kjønnene imellom når det gjelder hvor mange som ikke har vært på noen av disse tilbudene.

Det er også stor forskjell mellom aldersgruppene. Spesielt barn og unge, men også de eldre, har i mindre grad vært på disse kulturtilbudene enn personer i alderen 45-66 år. Man skulle tro at andelen som har vært på ulike kulturtilbud ville stige med alderen og holde seg på det høyeste nivået resten av livet. At andelen som ikke har vært på tilbudene øker igjen etter 66 år, må ha med ulike generasjoners tilgang til slike tilbud gjennom livet å gjøre. Kulturtilbudet har uten tvil økt de siste 40-50 åra. Mange av dem som i dag er i pensjonsalderen hadde i sine yngre dager neppe muligheter eller økonomi til å velge i et kulturtilbud med en slik bredde som tross alt finnes i dag.

## 1.4. Kulturbruk i ulike deler av landet

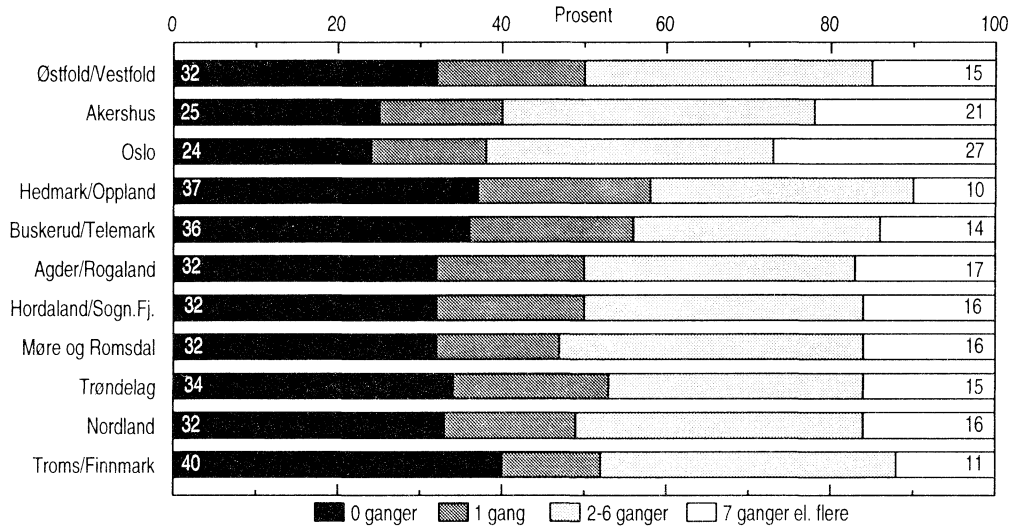
I Norge er det store variasjoner i folketettheten i de ulike regionene. Spesielt i Oslo, men også i de andre fylkene rundt Oslofjorden er folketettheten stor. I andre fylker, særlig de nordligste, bor det atskillig færre pr. km$^2$. Et godt kulturtilbud krever en viss konsentrasjon av potensielle brukere. Der det bor mest folk vil

**Figur 12. Antall besøk på et eller annet kulturtilbud siste 12 måneder, etter fylkespar. 1991 og 1994. Prosent**




det generelt sett være best kulturtilbud, og dermed også flest brukere. Figur 12 viser antall besøk på alle kulturtilbud samlet i forskjellige regioner, eller fylkespar i landet. I denne fylkesparoppdelingen er enkeltfylker tatt med der datamaterialet gir grunnlag for det. Ellers er to og to fylker slått sammen.

**Figur 13. Antall besøk på teater, opera, ballett, klassisk konsert eller kunstutstilling siste 12 måneder, etter fylkespar. 1991 og 1994. Prosent**



**Tabell 9. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud, etter fylkespar. 1991 og 1994. Prosent**

| | Kino | Bib-lio-tek | Tea-ter | Ope-ra | Bal-lett | Klas-sisk kons. | Popu-lær-kons. | Kunst-utstil-ling | Mu-seum | Id-retts-arrang. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle | 61 | 51 | 45 | 5 | 9 | 34 | 38 | 44 | 45 | 59 |
| Østfold/Vestfold | 62 | 55 | 49 | 4 | 7 | 27 | 37 | 41 | 43 | 58 |
| Akershus | 64 | 49 | 55 | 12 | 13 | 31 | 36 | 48 | 48 | 58 |
| Oslo | 70 | 47 | 55 | 14 | 13 | 35 | 36 | 50 | 57 | 48 |
| Hedmark/Oppland | 51 | 48 | 39 | 3 | 7 | 25 | 32 | 39 | 48 | 63 |
| Buskerud/Telemark | 59 | 48 | 39 | 3 | 8 | 26 | 34 | 39 | 43 | 52 |
| Agder/Rogaland | 62 | 53 | 41 | 3 | 5 | 31 | 33 | 46 | 38 | 59 |
| Hordaland/Sogn og Fjordane | 60 | 48 | 44 | 5 | 5 | 31 | 39 | 40 | 35 | 57 |
| Møre og Romsdal | 54 | 52 | 41 | 5 | 7 | 37 | 34 | 44 | 40 | 62 |
| Trøndelag | 56 | 49 | 43 | 2 | 10 | 32 | 37 | 34 | 37 | 63 |
| Nordland | 52 | 49 | 39 | 3 | 9 | 36 | 38 | 47 | 40 | 60 |
| Troms/Finnmark | 55 | 43 | 38 | 1 | 7 | 28 | 31 | 38 | 54 | 64 |

Det er ikke så dramatisk store forskjeller i kulturbruken mellom de ulike regionene. Naturlig nok er det en liten overvekt av personer med stort forbruk av kulturtilbud i Oslo og andre regioner med storbyer. At forskjellen likevel ikke er større, skyldes i vesentlig grad at både kinobesøk og besøk på idrettsarrangement er med i disse tallene. Dette er tilbud som er godt utbygd over hele landet, og som brukes mye.

Når vi derimot fjerner de mer folkelige tilbudene og bare beholder den mer seriøse kulturen, dvs. teater/musikal/revy, opera/operette, ballett-/danseforestillinger, klassiske konserter og kunstutstillinger, endrer tallene seg en del. De som har benyttet slike tilbud mye, finner vi i større grad konsentrert i Oslo-området, og i mindre grad i de lite befolkede regionene. Det ser vi særlig i Nord-Norge og indre Østlandet. Men heller ikke disse tallene viser så store forskjeller som man kanskje skulle ventet.

Fordelingen av brukere på de enkelte kulturtilbudene gir et mer nyansert bilde av kulturbruken i de ulike regionene.

## Oslo-folk bruker mest kulturtilbud

Også i disse tallene er det Oslo-befolkningen som er de mest dominerende brukerne. De har høyest brukerandel siste 12 måneder når det gjelder kinoforestillinger, opera-/operetteforestillinger, kunstutstillinger, museer, ballett-/danseforestillinger og teater-/musikal-/revyforestillinger. For de to siste tilbudene er andelen like høy i Akershus-befolkningen.

Høyest andel folkebiblioteksbesøk finner vi i Østfold/Vestfold, mens populærkonsertene ligger høyest i Hordaland/Sogn og Fjordane og Nordland. Når det gjelder idrettsarrangement er besøksandelen høyest i Troms/Finnmark, Trøndelag og Hedmark/Oppland.

Innenfor de fleste kulturtilbudene er variasjonen i andel brukere regionene imellom nokså liten. De klareste skillene gjelder opera/operette og ballett-/danse-

forestillinger. Av naturlige grunner er opera-/operettebesøket sterkt konsentrert om Oslo-regionen, hvor vi finner den eneste permanente operascenen i landet.

## Oslo møtested for kulturbrukere

De fleste har interessante og attraktive kulturtilbud i den kommunen de selv bor i. Mange velger likevel å krysse kommune- eller fylkesgrensen for å oppsøke kulturtilbud de gjerne vil ha med seg. Noen ganger kan dette være selve hensikten med reisen, andre ganger benytter man anledningen til kulturbesøk under feriereiser, forretningsreiser osv.

Et flertall av brukerne fant tilbud i sin egen kommune da de sist besøkte et kulturtilbud. Klassisk konsert var det tilbudet som oftest befant seg i nærmiljøet, mens museer og opera-/operetteforestillinger var den type tilbud man oftest fant utenfor hjemkommunen. Kinoforestillinger, ballettforestillinger, populærkonserter og idrettsarrangement var også blant tilbud som de fleste fant i sitt nærmiljø.

En tredjedel av de som var på opera-/operetteforestilling måtte utenfor sitt eget fylke for å oppsøke forestillingen. Av

**Tabell 10. Andel som sist besøkte ulike kulturtilbud i egen kommune, annen kommune i eget fylke, annet fylke og hvilket annet fylke. 1991 og 1994. Prosent**

| | Kino | Tea-ter | Ope-ra | Bal-lett | Klas-sisk kons. | Popu-lær-kons. | Kunst-utstil-ling | Mu-seum | Id-retts-arrang. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| I alt | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Egen kommune | 68 | 59 | 53 | 67 | 76 | 68 | 62 | 53 | 73 |
| Annen kommune i eget fylke | 20 | 17 | 15 | 14 | 13 | 15 | 17 | 15 | 14 |
| Annet fylke | 12 | 24 | 32 | 20 | 12 | 16 | 20 | 32 | 13 |
| I alt | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Hvilket annet fylke | | | | | | | | | |
| Østfold | 1 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 5 | 2 | 1 |
| Akershus | 3 | 4 | - | 3 | 5 | 5 | 6 | 4 | 5 |
| Oslo | 58 | 77 | 81 | 74 | 45 | 56 | 38 | 42 | 23 |
| Hedmark | 2 | 1 | - | 2 | 7 | 3 | 4 | 9 | 8 |
| Oppland | 3 | 2 | - | 2 | 3 | 3 | 6 | 8 | 34 |
| Buskerud | 6 | 1 | - | 3 | 6 | 3 | 10 | 4 | 8 |
| Vestfold | 0 | 2 | 3 | 3 | 1 | 2 | 4 | 2 | 2 |
| Telemark | 2 | 1 | 3 | - | 1 | 4 | 3 | 4 | 2 |
| Aust-Agder | 2 | 1 | - | - | 3 | 2 | 4 | 2 | 2 |
| Vest-Agder | 1 | 1 | 2 | - | 2 | 1 | 2 | 2 | 1 |
| Rogaland | 5 | 1 | 2 | - | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| Hordaland | 6 | 3 | 4 | 6 | 6 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| Sogn og Fjordane | - | 1 | - | - | 3 | 1 | 2 | 3 | 0 |
| Møre og Romsdal | 1 | 1 | 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Sør-Trøndelag | 6 | 4 | 2 | 2 | 9 | 4 | 4 | 5 | 3 |
| Nord-Trøndelag | 0 | 1 | - | - | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 |
| Nordland | 1 | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 | 2 | 3 | 2 |
| Troms | 1 | 0 | - | - | 1 | 2 | 2 | 3 | 1 |
| Finnmark | 1 | - | - | - | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 |

dette var hele 81 prosent i Oslo. I det hele tatt er hovedstaden et møtested for kulturbrukere nesten uansett kulturtilbud. Kulturtilbud der andre fylker til sammen fanger opp en større besøksmasse enn Oslo (av dem som besøkte et kulturtilbud i et annet fylke) er museer, kunstutstillinger, klassiske konserter og i særlig grad idrettsarrangement. Når det gjelder idrettsarrangement er det Oppland som dominerer. Dette har uten tvil sammenheng med de olympiske vinterlekene som ble arrangert på Lillehammer og nabokommunene i februar 1994.

Tabell V2 i vedlegget viser hvor siste kulturtilbud ble besøkt fordelt på regioner. I de fleste regionene er det klassiske konserter hvor dekningsgraden i egen kommune er størst. Dette tilbudet er spesielt godt dekket i egen kommune i Trøndelag, Nordland og Troms/Finnmark, med en dekningsgrad på 90 prosent eller mer. Det er også en svært høy kommunal dekningsgrad i Troms/Finnmark når det gjelder kino, med hele 93 prosent. Her er det bare Oslo som er høyere, med 97 prosent. I Nordland topper i tillegg teater, med en kommunal dekningsgrad på 92 prosent. Her er det igjen bare Oslo som ligger over.

Museumsbesøkene er de som i størst grad trekker folk ut av sine egne kommuner og fylker i nesten alle regioner, i størst grad i Akershus. Antakelig blir en del slike besøk foretatt i forbindelse med ferie-reiser. Det er derfor ikke nødvendigvis museumsbesøket i seg selv som er hovedårsak til reisen.

Ellers er det teaterscenene som helst lokker folk til å forlate sin egen kommune og sitt fylke, igjen mest i Akershus, men også i stor grad i de andre Østlandsregionene. Det er ikke tvil om at det er Oslo-teatrene som trekker.

Det som kan overraske i tabell V2 i vedlegget er at Troms/Finnmark kommer best ut når det gjelder dekning av kulturbesøk i egen kommune. I gjennomsnitt er det 87 prosent dekning når vi ser alle sju kulturtilbudene under ett. Nordland og Oslo følger tett etter, med 85 prosent. I den andre enden av skalaen har vi Akershus med bare 32 prosent kommunal dekning. Årsaken til at de nordligste fylkene kommer så godt ut på denne tabellen, kan være at de store reiseavstandene begrenser muligheten til å oppsøke andre fylker i den hensikt å benytte kulturtilbud. I Akershus derimot kan den korte avstanden til Oslo være en ulempe for det lokale kulturtilbud.

Når det gjelder kino, museer og idrettsarrangement må vi anta at innholdet i tilbudene ikke avviker sterkt mellom de forskjellige regionene i landet. Men er det ellers slik at besøk på amatørtilbud dominerer i de lite befolkede kommunene i Nord-Norge og på Vestlandet, mens besøk på profesjonelle tilbud dominerer i de mer folkerike kommunene i sentrale østlandsstrøk?

Ser vi på teaterforestillinger, musikaler og revyer, var hele 88 prosent av Oslo-borgernes siste teaterbesøk i egen kommune

**Tabell 11. Andel som besøkte en profesjonell forestilling sist de benyttet ulike kulturtilbud i egen kommune, etter landsdel. 1994. Prosent**

| | Teater | Klassisk kons. | Populær-kons. | Kunstutstilling |
|---|---|---|---|---|
| Oslo | 88 | 64 | 75 | 74 |
| Akershus | 5 | 26 | 29 | 60 |
| Østlandet ellers | 27 | 36 | 43 | 47 |
| Agder/Rogaland | 53 | 37 | 52 | 63 |
| Vestlandet | 40 | 30 | 56 | 56 |
| Trøndelag | 25 | 30 | 47 | 43 |
| Nord-Norge | 46 | 22 | 42 | 45 |

en profesjonell forestilling. Andelen for Akershus-beboerne er bare 5 prosent. Dette må ha sammenheng med at de bor så nært Oslo at de får det profesjonelle teaterbehovet dekket der. Ellers varierer andelen profesjonelle forestillinger i egen kommune fra 25 til 53 prosent i de ulike landsdelene.

## 1.5. Besøk på profesjonelle tilbud og på amatørtilbud

Vi har hittil sett på kulturtilbud generelt, uten å trekke inn innholdet i tilbudene. Vi skal nå se på forskjeller i bruken når det henholdsvis står amatører og profesjonelle aktører bak tilbudene. Dette sier ofte noe om kvaliteten på tilbudene, men ikke nødvendigvis alltid. Mange amatørtilbud kan ligge på et høyt kunstnerisk nivå. Dessuten vil amatørtilbud ofte ha et mer lokalt preg.

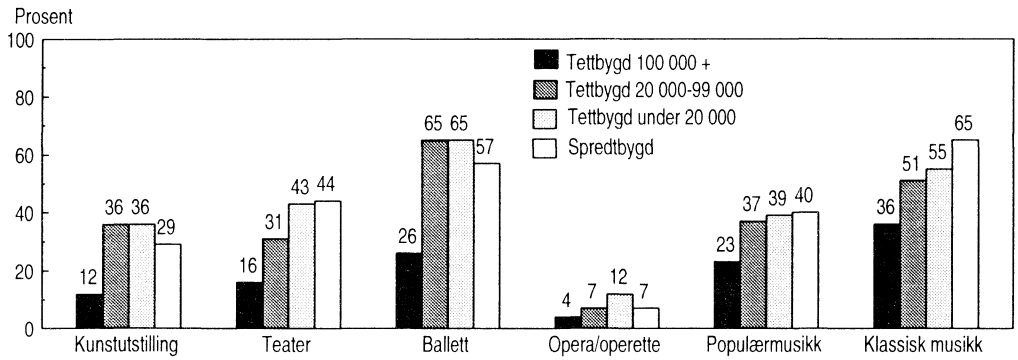
### Størst andel på amatørforestillinger med klassisk musikk og ballett

Når det gjelder den totale fordelingen av amatørforestillinger i forhold til profesjonelle forestillinger, er det konserter med klassisk musikk og ballett-/danseforestillinger som har den høyeste prosentvise andelen amatørforestillinger med henholdsvis 51 og 50 prosent. Lavest ligger opera/operette med bare 7 prosent. Dernest følger kunstutstilling med 28 prosent, teater med 32 og konserter med populærmusikk med 34 prosent.

Disse tallene gjelder landet under ett. Figur 14 viser fordelingen mellom forskjellige bostedsstrøk, fra spredtbygd til de mest tettbygde områdene. Det er storbyboere som i minst grad går på amatørforestillinger når de benytter kulturtilbud, mens andelen er høyest i de minst befolkede områdene. Tendensen er klarest når det gjelder besøk på klassiske konserter, medregnet samtidsmusikk, kor og kirkemusikk. Tendensen er også ganske klar når det gjelder teaterbesøk. Når det gjelder kunstutstilling, ballett og populærkonserter, skiller storbyene seg fra resten av landet med en lav besøksandel. Forskjellen synes å være minst for opera/operette, men på dette området er også amatørtilbudet lite.

Vi har tidligere vist en overraskende liten variasjon i kulturbruken i ulike deler av landet. Tallene i dette avsnittet tyder på at folk i områder med få profesjonelle tilbud benytter amatørtilbudene mer aktivt enn andre.

**Figur 14. Andel amatørforestillinger ved besøk på ulike kulturtilbud, etter bostedsstrøk. 1994. Prosent**



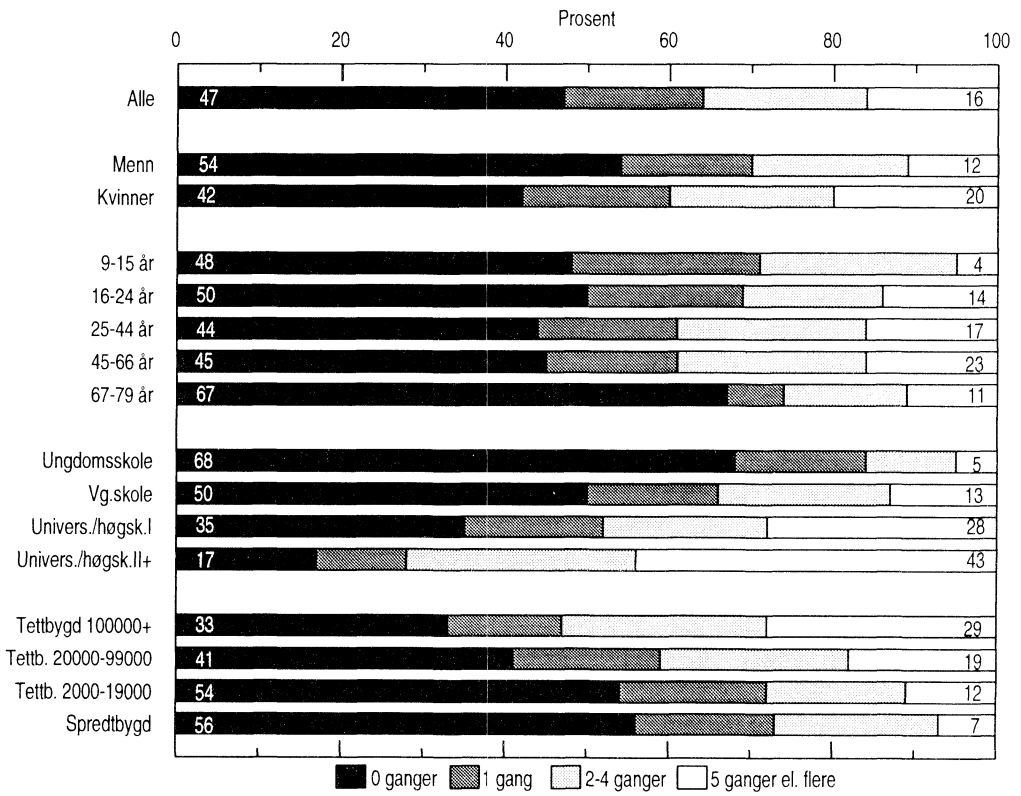
**Tabell 12. Andel amatørforestillinger blant dem som har benyttet ulike kulturtilbud[1], etter alder. 1994. Prosent**

| | Alle | 9-12 | 13-15 | 16-19 | 20-24 | 25-34 | 35-44 | 45-54 | 55-66 | 67-79 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Teater/revy/musikal .. | 32 | 43 | 59 | 43 | 37 | 25 | 40 | 25 | 22 | 16 |
| Klassisk musikk ..... | 51 | 86 | 76 | 43 | 46 | 43 | 48 | 53 | 43 | 41 |
| Populærmusikk ..... | 34 | 83 | 68 | 37 | 23 | 23 | 40 | 52 | 49 | 39 |
| Kunstutstilling ..... | 28 | 50 | 44 | 36 | 14 | 32 | 25 | 28 | 22 | 28 |

[1] Tall for opera og ballett er utelatt fordi tallmaterialet er for lite.

Det er klare aldersforskjeller når det gjelder oppslutning om amatørtilbud. Barn og unge er de som i størst grad går på amatørtilstelninger. Blant de yngste er andelen amatørkonserter mer enn 80 prosent. Dette gjelder både klassiske og populærkonserter. Halvparten av de yngstes besøk på utstillinger av kunst eller kunsthåndverk er amatørutstillinger. De unge voksne velger i størst grad de profesjonelle populærkonsertene framfor amatørtilbudene. De eldste velger helst

**Figur 15. Antall ganger på profesjonelle teater-, opera- eller ballettforestillinger, klassiske konserter eller kunstutstillinger siste 12 måneder, etter kjønn, alder, utdanning og bosteds-strøk. 1994. Prosent**



profesjonelt framfor amatørtilbud når det gjelder både teater, revyer eller musikaler. Bare når det gjelder konserter med klassisk musikk og kunstutstillinger er forholdet mellom amatørtilbud og profesjonelle tilbud nokså likt blant voksne i alle aldersgrupper.

### 47 prosent har ikke vært på noe profesjonelt tilbud

Vi har hittil sett på forholdet mellom amatørtilbud og profesjonelle tilbud innenfor de enkelte kulturtilbudene. En annen måte å se dette forholdet på er å slå sammen alle besøk på de ulike tilbudene hvor det er skilt mellom amatørtilbud og profesjonelle tilbud, og se på hvem som bruker profesjonelle tilbud i stor grad, og hvem som ikke bruker slike tilbud. 16 prosent av befolkningen har vært på minst fem profesjonelle tilbud siste 12 måneder, mens en andel på 47 prosent ikke har vært på noen slike forestillinger i det hele tatt i samme periode.

Blant kvinner er det en andel på 20 prosent som har vært fem ganger eller mer på profesjonelle tilbud. Blant mennene er tallet bare 12 prosent. Aldersmessig er middelaldrende de mest aktive.

### Sterk sammenheng mellom utdanning og bruk av profesjonelle tilbud

Utdanning henger også nøye sammen med bruk av profesjonelle tilbud. Folk med høyere universitets- eller høgskoleeksamen er sterkt overrepresentert blant de som går ofte på profesjonelle tilbud, mens de med lav utdanning i mye større grad er representert blant dem som ikke har benyttet slike tilbud. Blant dem med utdanning på ungdomsskolenivå er det to av tre som ikke har benyttet seg av slike tilbud siste 12 måneder. Blant dem som bor i spredtbygde strøk er det også en stor andel av ikke-brukere. De som bor i storbyene derimot er overrepresentert blant dem som går ofte på profesjonelle kulturtilbud.

Høyere funksjonærer er storbrukere av profesjonelle kulturtilbud. Arbeidere og pensjonister er derimot de mest framtredende ikke-brukere av slike tilbud. Husholdningsinntekten betyr også en del for besøk på profesjonelle tilbud. Andelen blant dem som har vært fem ganger eller mer på slike tilbud øker nokså jevnt med økende inntekt.

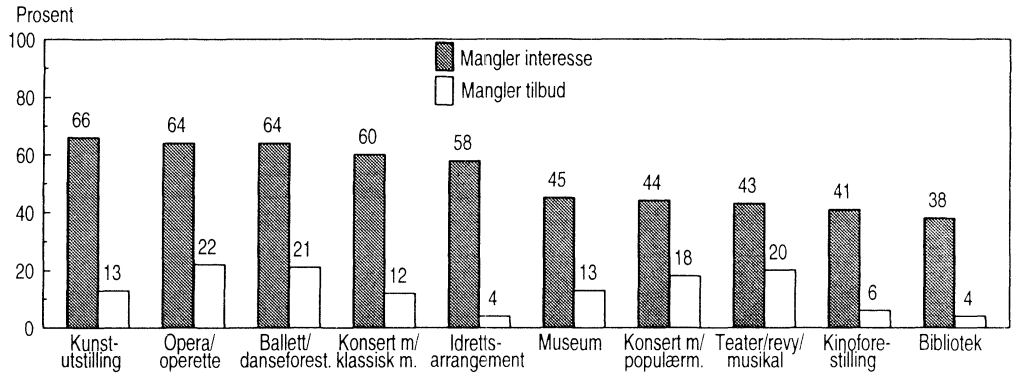
## 1.6. Kulturinteressen

I 1991-undersøkelsen ble de intervjuobjektene som ikke hadde benyttet de forskjellige kulturtilbud siste 12 måneder spurt om årsaken til dette. Figur 15 viser de ulike kulturtilbudene fordelt på de to viktigste årsakene.

Det er tydelig at folk legger stor vekt på interessen når de vil gi forklaring på hvorfor de ikke benytter disse tilbudene. Ut fra dette kan det kanskje være riktig å si at folks subjektive interesse er den faktoren som har størst betydning for om vi bruker et kulturtilbud eller ei. For å få et bedre innblikk i dette ble det i 1994-undersøkelsen lagt inn et sett med spørsmål om intervjuobjektenes generelle interesse for å benytte de ulike kulturtilbudene som var med i undersøkelsen. På den måten kan interesse og bruk ses i sammenheng. I tillegg kan interesse ses i sammenheng med andre faktorer som kan antas å påvirke kulturbruken, slik som geografisk tilgang, økonomi, utdanning, sosial bakgrunn osv.

Men før vi ser nærmere på disse sammenhengene, bør selve begrepet "interesse" presiseres. I Pax Leksikon (1979) finner vi følgende om interesse:

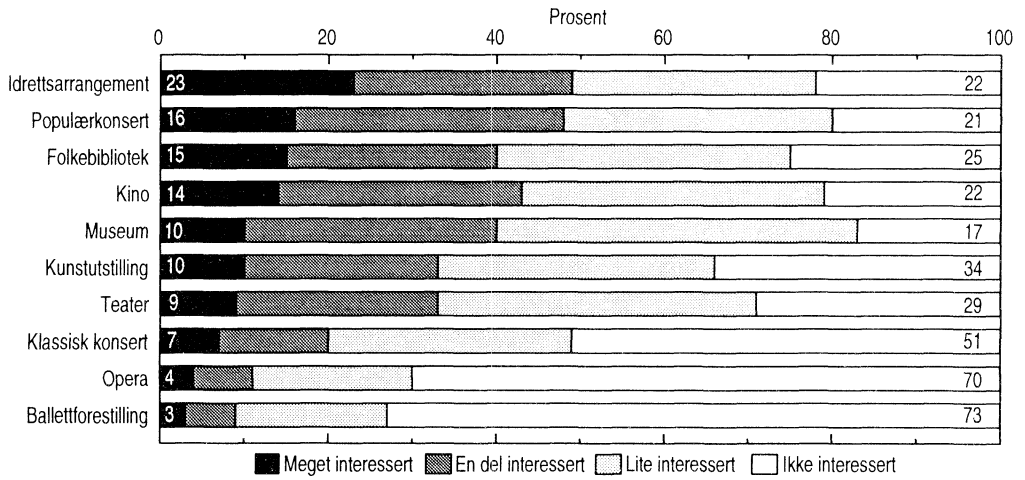
**Figur 16. Andel som ikke har benyttet ulike kulturtilbud på grunn av manglende interesse og mangel på slikt tilbud i nærheten. 1991. Prosent**




*"Helt allment oppfattes interesser som grunnene til menneskers virksomhet, og omvendt tolkes vår virksomhet som uttrykk for våre interesser. Om en mann som spiller fotball, leser referater av fotballkamper og ser de fleste fotballkamper som vises i fjernsynet, vil vi i hoveddelen av tilfellene kunne slutte at hans interesse for fotball er stor, og omvendt: Om en mann som erklærer å være interessert i fotball, kan det med føye forventes at han enten selv spiller eller følger godt med i det som skjer i fotballverdenen... Men vi kan også handle uten å være interesserte. Enten fordi vi mangler interesse, eller miskjenner vår interesse eller tvinges til å handle i strid med vår interesse..."*

Østerberg skriver her om subjektive interesser, uavhengig av den sosiale og kulturelle sammenhengen et individ befinner seg i. Ut fra dette kan kulturell interesse være nokså tilfeldig fordelt mellom medlemmene i samfunnet. Vi skal

**Figur 17. Grad av interesse for å benytte ulike typer kulturtilbud. 1994. Prosent**



videre se hvordan kulturinteresse også kan knyttes til andre sosiale og atferdsmessige faktorer. Men først et generelt overblikk over hvordan interessen for de ulike kulturtilbudene fordeler seg i befolkningen.

Av tallene går det tydelig fram at enkelte kulturtilbud fanger større interesse i befolkningen enn andre. Nærmere halvparten av befolkningen er meget eller en del interessert i å gå på idrettsarrangementer og populærkonserter, og i tillegg er omtrent 40 prosent meget eller en del interessert i å gå på folkebibliotek, kino og museum. Under en fjerdedel er ikke interessert i å benytte slike kulturtilbud. Det er derfor vanskelig å se slike kulturtilbud som er forbeholdt en elite eller en snever kulturell undergruppe i samfunnet. Kunstutstillinger, teaterforestillinger, klassiske konserter og spesielt opera- og ballettforestillinger ser derimot ut til å være av mindre interesse. Nesten tre av fire sier de ikke er interessert i opera- og ballettforestillinger.

## Utdanning betyr mye for kulturinteressen

Denne forskjellen i interesse for de forskjellige kulturtilbudene fordeler seg ikke tilfeldig i befolkningen. Tabell 13 viser sammenhengen mellom en del bakgrunnsvariable og interesse for ulike kulturtilbud. Som nevnt foran er gammakorrelasjonen en størrelse mellom +1 og -1. Jo større positiv sammenheng det er mellom variablene jo nærmere er tallet +1 og jo mer negativ sammenheng jo nærmere er tallet -1. Er tallet nær 0, indikerer det at det er ingen sammenheng mellom variablene.

De velutdannede er mer interessert i kultur enn andre. Det gjelder de fleste kulturtilbudene, mest når det gjelder klassiske konserter. Idrettsarrangementene er et helt klart unntak. Interessen for slike arrangement har tydeligvis ingen sammenheng med utdanning.

Folks husholdningsinntekt har mindre betydning for kulturinteressen enn utdanning. For alle kulturtilbudene er sammenhengen positiv med inntekten, men likevel så svak at inntekten i seg selv ikke skaper noe avgjørende skille i befolkningen når det gjelder kulturinteresse.

Det er stort sett en svak sammenheng også når det gjelder aldersvariabelen, men med noen unntak. Det er en nokså

**Tabell 13. Gammakorrelasjon mellom interesse for ulike kulturtilbud og ulike bakgrunnsvariable. 1994**

| | Utdanning | Alder | Husholdningsinntekt | Bostedsstrøk | Kjønn |
|---|---|---|---|---|---|
| Klassisk konsert | 0,44 | 0,10 | 0,14 | 0,22 | -0,19 |
| Kunstutstilling | 0,37 | 0,16 | 0,14 | 0,19 | -0,36 |
| Ballettforestilling | 0,36 | -0,06 | 0,10 | 0,22 | -0,47 |
| Opera | 0,36 | 0,20 | 0,11 | 0,22 | -0,31 |
| Teater | 0,36 | 0,02 | 0,15 | 0,24 | -0,41 |
| Bibliotek | 0,36 | -0,12 | 0,09 | 0,04 | -0,27 |
| Kino | 0,26 | -0,49 | 0,09 | 0,18 | -0,12 |
| Populærkonsert | 0,25 | -0,28 | 0,13 | 0,06 | -0,09 |
| Museum | 0,25 | 0,08 | 0,09 | 0,07 | -0,03 |
| Idrettsarrangement | 0,02 | -0,27 | 0,10 | -0,09 | 0,31 |

tydelig negativ sammenheng mellom alder og interesse for å gå på kino. En viss negativ sammenheng er det også når det gjelder interesse for populærkonserter og idrettsarrangement. Disse kulturtilbudene er i større grad innenfor de unges interessesfære enn de eldres.

Heller ikke når det gjelder bostedsstrøk finner vi helt klare utslag. Det er ikke noe kulturtilbud som i særlig grad fanger interessen blant de som bor i storbyen eller på landsbygda.

**Kvinner har større interesse for kultur enn menn**

Når det gjelder kjønn, er menn gitt verdien 1 og kvinner -1. Hvis det bare var kvinner som var interessert i et kulturtilbud, ville altså gammakorrelasjonen bli -1. Tallene sett under ett viser at kvinner stort sett har større interesse for de fleste kulturtilbud enn det mennene har. Spesielt gjelder dette ballett- og teaterforestillinger og kunstutstillinger. Det eneste tilbudet som har en positiv sammenheng, altså hvor menn er mer interessert, gjelder idrettsarrangement.

Blir kjønn og utdanning koblet sammen, finner vi spesielt stor forskjell mellom menn og kvinner når det gjelder personer med høyere utdanning av 1-3 års varighet. Her har vi en gammakorrelasjon på -0,60 når det gjelder opera og -0,61 når det gjelder ballettforestillinger, -0,55 når det gjelder teaterbesøk, kunstutstilling -0,51 og klassisk konsert -0,50. På den annen side er det også her vi finner den mest positive korrelasjonen når det gjelder menns idrettsinteresse: 0,48. Det er med andre ord i denne gruppen at polariseringen i interesse er størst mellom menn og kvinner. På dette utdanningsnivået finner vi kvinner med lærerutdanning, utdanning innen sosialomsorgssektoren, mens menn i større grad har en teknisk utdanning. Det er med andre ord et ganske stort faglig og yrkesmessig skille, og skille i kulturell interesse mellom menn og kvinner på dette utdanningsnivået.

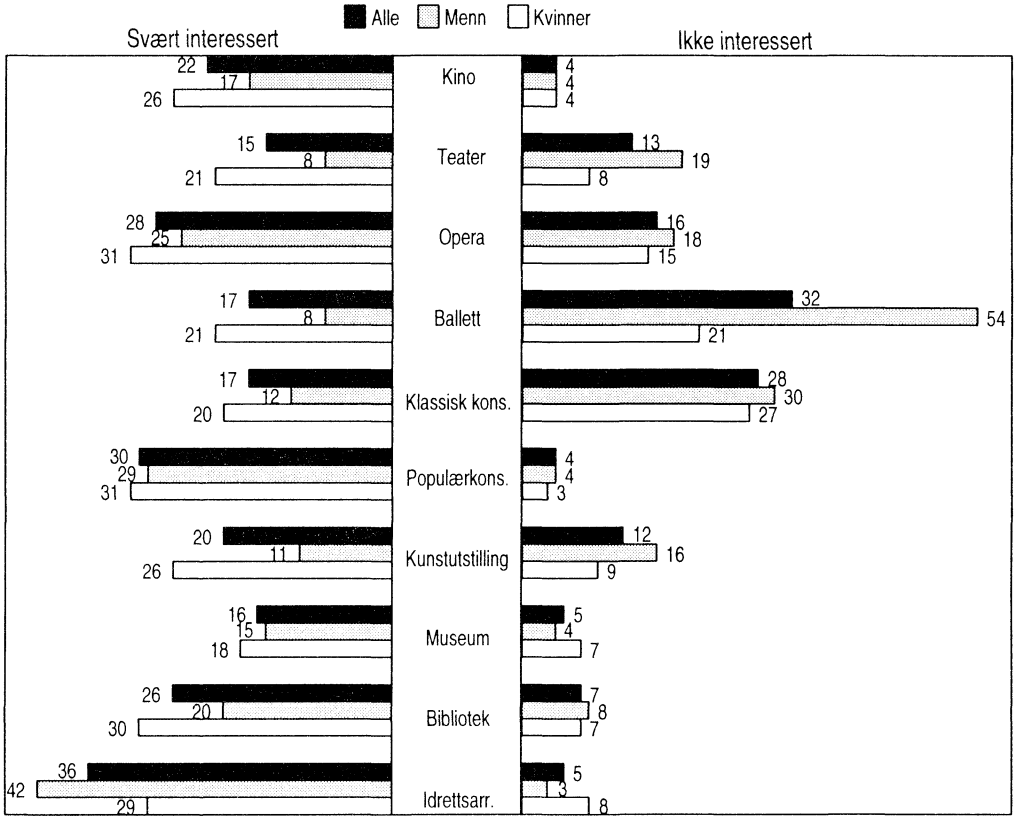
Når vi tar et utvalg og ser på dem som har vært på et kulturtilbud de siste 12 måneder; finner vi da noen forskjeller i kulturinteresse mellom ulike grupper? Vi skulle vente at de med liten interesse ikke oppsøker tilbud og de med stor interesse gjorde det. Dersom interesse er utslagsgivende, skulle vi dessuten forvente at forskjellen mellom gupper forsvant. Dersom forskjellene ikke forsvinner, kan det være fordi bruken også påvirkes av tilgjengelighet eller fordi den er påvirket av sosiale normer som både gjelder dem som er interessert og dem som ikke er det.

Forskjellen mellom kjønn opprettholdes selv om vi bare tar med dem som har besøkt kulturtilbudene siste 12 måneder. Derfor er besøk ikke noen klar og entydig indikasjon i seg selv på at det er stor interesse for å benytte et kulturtilbud.

De som har den sterkeste interessen for tilbudet de har besøkt er de som har vært på idrettsarrangement. Hele 36 prosent av dem som har vært på et slikt arrangement siste 12 måneder er svært interesserte i det. Dernest følger de som har vært på populærkonserter, operaforestillinger og bibliotek.

Ser vi på dem som har vært på kulturtilbud de *ikke* er interessert i, er det særlig kunstutstilling, teater, opera og ikke minst klassisk konsert og ballett som peker seg ut. Nærmere en tredjedel av dem som har vært på ballettforestilling sier at de ikke er interessert i denne type kulturtilbud.

**Figur 18. Andel av dem som har benyttet ulike kulturtilbud siste 12 måneder som er svært interessert og ikke interessert i kulturtilbudet, alle og etter kjønn. 1994. Prosent**




Forskjellen i interesse mellom menn og kvinner er størst når det gjelder ballett, teater, kunstutstilling og idrettsarrangement. Når det gjelder populærkonserter og museumsbesøk er forskjellen mellom kjønnene temmelig liten. Idrettsarrangement er det eneste tilbudet der menn er mer interessert enn kvinner; hele 42 prosent av mennene som har vært på idrettsarrangement de siste 12 månedene er svært interessert i slike arrangement. Blant dem som ikke er interessert er det en kraftig og påfallende forskjell når det gjelder ballett. Hele 54 prosent av de mennene som hadde vært på en slik forestilling har ikke interesse for denne type forestillinger.

Det er vanskelig å gi noen nøyaktig forklaring på disse tallene. Men vi kan ikke se bort fra at besøk på klassiske konserter, opera og ballett for noen er mer en del av et sosialt handlingsmønster enn et uttrykk for genuin interesse.

## Interesse for kulturtilbud som sosial arv

Vi har hittil sett på folks egen utdanningsbakgrunn, og i hvilken grad den påvirker interessen for kulturtilbud. For å gå litt

**Tabell 14. Andel som er meget/en del og ikke interessert i ulike kulturtilbud blant personer 9-19 år, etter foreldres utdanning. 1994. Prosent**

| | Ungdomsskole/ videregående skole | | Universitet/ høgskole | |
|---|---|---|---|---|
| | Meget/ en del inte-ressert | Ikke inte-ressert | Meget/ en del inte-ressert | Ikke inte-ressert |
| Kino | 69 | 5 | 70 | - |
| Idrettsarrange-ment | 69 | 7 | 72 | 8 |
| Populærkonsert | 56 | 16 | 55 | 9 |
| Folkebibliotek | 44 | 15 | 48 | 7 |
| Museum | 29 | 21 | 31 | 17 |
| Teater | 21 | 39 | 29 | 23 |
| Kunstutstilling | 10 | 53 | 19 | 37 |
| Klassisk konsert | 8 | 65 | 19 | 51 |
| Ballettforestilling | 5 | 80 | 13 | 62 |
| Opera/operette | 3 | 84 | 6 | 71 |

**Tabell 15. Andel som er meget/en del og ikke interessert i ulike kulturtilbud blant personer 9-19 år, etter foreldres yrkesstatus. 1994. Prosent**

| | Barn av arbeidere | | Barn av høyere funksjonærer | |
|---|---|---|---|---|
| | Meget/ en del inte-ressert | Ikke inte-ressert | Meget/ en del inte-ressert | Ikke inte-ressert |
| Kino | 64 | 5 | 70 | 1 |
| Idrettsarrange-ment | 62 | 11 | 70 | 6 |
| Populærkonsert | 48 | 21 | 58 | 12 |
| Folkebibliotek | 42 | 19 | 48 | 10 |
| Museum | 26 | 27 | 32 | 20 |
| Teater | 12 | 47 | 31 | 28 |
| Kunstutstilling | 8 | 68 | 17 | 41 |
| Ballettforestilling | 4 | 87 | 9 | 68 |
| Klassisk konsert | 3 | 71 | 14 | 54 |
| Opera | 1 | 92 | 6 | 78 |

mer inn i denne sosiale tillæringsfaktoren, vil vi nå se på barnas interesse i forhold til foreldrenes sosiale tilhørighet. Utvalget er lite, og resultatene må derfor tolkes med forsiktighet.

Det er ikke de helt dramatiske forskjellene i interessen for ulike kulturtilbud når vi ser på foreldrenes utdanning. Men tendensen er likevel hele tiden at de med foreldre som har høyere utdanning har større interesse for de ulike kulturtilbudene. Forskjellen er størst når det gjelder besøk på konsert med klassisk musikk, på kunstutstilling, ballettforestilling, teater og opera/operette. Dette er de tilbudene som vanligvis ses på som den mest seriøse delen av kulturlivet. Forskjellen er mindre når det gjelder museumsbesøk, konserter med populærmusikk og folkebibliotek. Den er minimal når det gjelder kinoforestillinger og idrettsarrangementer, de to tilbudene hvor en vel kan si at underholdningsaspektet er mest utpreget.

Foreldres yrkesstatus har på samme måte som deres utdanning sammenheng med barnas interesse for ulike kulturtilbud. Tabell 15 viser forholdet mellom dem som har arbeiderforeldre og dem som har høyere funksjonærer til foreldre. Uten unntak er det større interesse for alle kulturtilbudene blant funksjonærbarna enn blant arbeiderbarna. Størst er forskjellen når det gjelder kunstutstillinger, konserter med klassisk musikk, teater, ballett og opera.

Vi ser altså at sosial arv slik den uttrykkes gjennom foreldres utdanning og yrkesstatus har en klar sammenheng med interesse for det som ofte blir kalt seriøs kultur. Barn av foreldre med høy status uttrykker større interesse for den type kulturtilbud. De er gjennom oppveksten

sosialisert inn i en kulturell tilhørighet der den type kulturtilbud er tiltrekkende.

Når det gjelder rangordningen er det derimot nokså stor enighet mellom gruppene. Kino og idrettsarrangement er de mest populære tilbudene i begge gruppene og opera/operette ligger nederst på rangstigen blant barn av både arbeidere og høyere funksjonærer og blant barn med foreldre med lav og høy utdanning.

**Interesse og bruk henger sammen**

For å slå fast om det er en sammenheng mellom kulturinteresse og kulturbruk, kan vi sette disse to faktorene opp mot hverandre:

**Tabell 16. Andel som har besøkt ulike kulturtilbud siste 12 måneder, etter grad av interesse for tilbudet. 1994. Prosent**

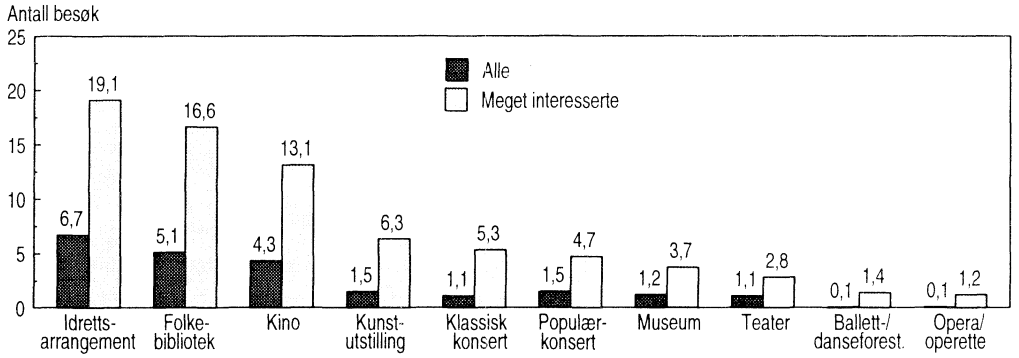
| | Meget interessert | En del interessert | Lite interessert | Ikke interessert |
|---|---|---|---|---|
| Kino | 97 | 85 | 60 | 11 |
| Idrettsarrangement | 94 | 75 | 52 | 15 |
| Kunstutstilling | 88 | 73 | 43 | 16 |
| Folkebibliotek | 88 | 71 | 46 | 15 |
| Klassisk konsert | 79 | 58 | 39 | 19 |
| Teater | 74 | 64 | 45 | 20 |
| Museum | 73 | 60 | 41 | 14 |
| Populærkonsert | 73 | 52 | 29 | 7 |
| Ballettforestilling | 46 | 29 | 17 | 4 |
| Opera/operette | 41 | 21 | 8 | 1 |

Tabell 16 viser at det er en klar sammenheng mellom interesse og besøk på de ulike kulturtilbudene. Blant dem som er meget interessert i å gå på kino, har hele 97 prosent vært på kino siste 12 måneder. Også blant dem som er meget interessert i gå på idrettsarrangement er besøksandelen høy, hele 94 prosent. Besøksandelen er derimot mye mindre for dem som er meget interessert i opera- og ballettforestillinger. Blant de meget ballettinteresserte var det bare 46 prosent som var på en slik forestilling siste 12 måneder, og for operaens del var besøksandelen bare 41 prosent. Disse forskjellene har høyst sannsynlig sammenheng med variasjonen til tilbudet eller mangel på variasjon. I løpet av et år kan man velge mellom mange forskjellige kinofilmer og idrettsarrangementer, mens derimot tilbudet på opera- og ballettforestillinger er magrere. Andelen som besøker tilbudene blir deretter, selv om interessen er på topp.

Hele 20 prosent av dem som ikke er interessert i teater var på en slik forestilling siste 12 måneder, og for klassisk konsert var andelen 19 prosent. Her finner vi grupper som gjennomfører det som i Pax Leksikon (1979) kalles "handling uten å være interessert". Derimot var det bare 4 prosent av dem som ikke har interesse for å gå på ballettforestillinger som faktisk var på en slik forestilling siste år, og for operaens del var det bare 1 prosent.

Generelt kan vi si at på visse kulturområder er dekningsgraden opp imot 100 prosent blant dem som interesserer seg for denne type kultur, mens på andre områder er kun et mindretall som får denne interessen tilfredsstilt i løpet av en 12-månedersperiode. På den annen side er det kun en liten andel av dem som ikke har interesse for ballettforestillinger og opera som har vært der siste år. Dette viser at kulturtilbud der omtrent alle som er interessert i det får tilfredsstilt sin interesse, der er det også en del besøkende blant dem som ikke er interessert i dette tilbudet. Dette betyr at det kan være andre ting enn den rene interessen for tilbudet som får folk til å gå dit. På den annen side kan det bidra til at interessen kan vekkes.

**Figur 19. Antall besøk siste 12 måneder blant alle og blant dem som er meget interessert i tilbudet. 1994**

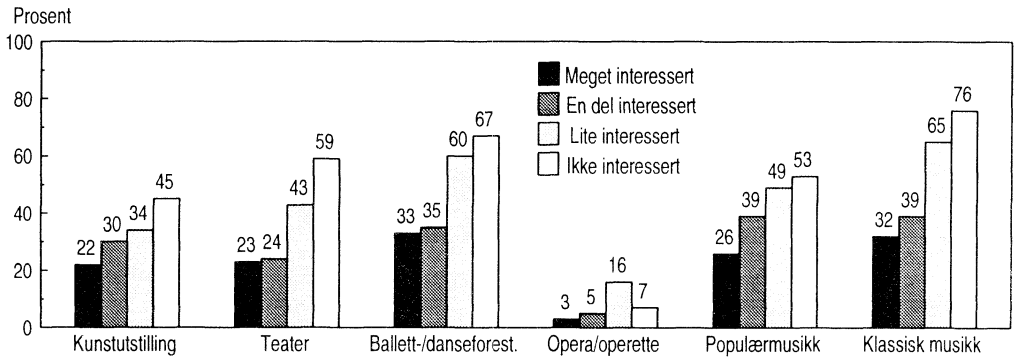



## Nesten 20 besøk på idrettsarrangement blant meget interesserte

Det er helt tydelig at det er en sammenheng mellom interesse for et kulturtilbud og hvor ofte man benytter slike tilbud. De som er meget interessert i å gå på idrettsarrangement har vært over 19 ganger på et slikt arrangement i løpet av en 12-månedersperiode. De meget bibliotekinteresserte har vært i gjennomsnitt 16,6 ganger på bibliotek. Derimot har de som er meget interessert i å gå på ballettforestillinger bare vært 1,4 ganger på en slik forestilling, de operainteresserte har bare vært 1,2 ganger på opera de siste 12 måneder. Dette avspeiler at de som er interessert i enkelte kulturtilbud har mye større mulighet til å få tilfredsstilt sine interesser enn de som er interessert i andre typer kultur. Tilgjengelighet og antall tilbud er svært forskjellig. Det å ha vært tre ganger på teater i løpet av et år kan derfor uttrykke like stor interesse for teater som filminteressen hos en som har vært fire ganger så ofte på kino i samme periode.

I resultatene fra 1994-undersøkelsen var det mulig å se på fordelingen mellom amatørarrangementer og profesjonelle

**Figur 20. Andel amatørforestillinger blant dem som har besøkt ulike kulturtilbud, etter interesse for kulturtilbudet. 1994. Prosent**



arrangementer når det gjelder en del tilbud. Spørsmålet blir da om interesse gjenspeiler seg i denne fordelingen.

### Meget interesserte mest på profesjonelle tilbud

Det er en klar tendens til at de som er lite eller ikke interessert i kulturtilbudene i større grad har vært på amatørarrangementer enn dem som har større interesse. Unntaket er opera/operette, som i liten grad settes opp av amatørgrupper. Disse tallene kan tolkes på forskjellig måte. Men det ser ut til å være slik at de som er spesielt interessert i et kulturtilbud i større grad trekkes til de profesjonelle tilbudene med et ønske om å oppleve kulturen fra sin beste side. De som i første rekke oppsøker amatørtilbudene er ikke i den grad til stede av ren kulturell interesse, men at det mer er en sosial aktivitet, at de f.eks. kjenner personer som deltar på arrangementet.

I tillegg til å se tilbudet fra en profesjonell synsvinkel/amatørsynsvinkel, kan det også være fruktbart å se hva slags type forestilling eller arrangement som besøkes innenfor det enkelte kulturtilbud. Det som romslig kan kalles teater kan deles i flere undergrupper.

**Tabell 17. Andel som besøkte ulike typer teaterforestillinger ved siste besøk, etter interesse for å gå og se på teater. 1994. Prosent**

| | Meget interessert | En del interessert | Lite interessert | Ikke interessert |
|---|---|---|---|---|
| Drama | 29 | 22 | 9 | 8 |
| Komedie | 18 | 25 | 21 | 17 |
| Revy | 21 | 25 | 39 | 37 |
| Musikal | 10 | 10 | 12 | 12 |
| Barneteater | 15 | 13 | 14 | 18 |
| Annet | 5 | 5 | 4 | - |

De som er meget interessert i å gå på teater velger i større grad dramaoppsettinger når de går i teater. Det er dette vi kanskje kan kalle det "egentlige" teater. De som er lite eller ikke interessert velger heller revyoppsettinger. Det er mellom disse to typer forestillinger det klare interesseskillet går. Barneteater, komedier og musikaler er omtrent jevnt fordelt mellom de interesserte og de ikke-interesserte.

Hittil har vi sett på konsum av kulturtilbud i forhold til interesse. Det kan også tenkes at andre forhold ved kulturbruk samvarierer med interesse. Her er et eksempel:

**Tabell 18. Andel med ulike typer idrettsaktiviteter og -konsum, etter interesse for å gå på idrettsarrangement. 1994. Prosent**

| | Meget interessert | En del interessert | Lite interessert | Ikke interessert |
|---|---|---|---|---|
| Medlem av idrettslag | 67 | 42 | 23 | 9 |
| Vært aktiv deltaker i idrettsarrangement siste 2 år | 58 | 33 | 18 | 4 |
| Hører radiosport en gjennomsnittsdag | 9 | 7 | 6 | 2 |
| Ser på TV-sport en gjennomsnittsdag | 31 | 21 | 16 | 13 |

Det er en temmelig klar sammenheng mellom interesse for å gå på idrettsarrangementer og å være medlem av idrettslag og å være aktiv deltaker i idrettsarrangement selv. Mediekonsum på det samme feltet har også en klar sammenheng med

denne interessen. Østerbergs eksempel på hva interesse er kan derfor bekreftes i disse dataene.

Vi finner samme forholdet når det gjelder lytting på seriøs musikk i radioen. I gjennomsnitt er det 3 prosent som lytter til slik musikk en gjennomsnittsdag. Blant dem som er meget interessert i å gå på klassisk konsert er andelen 9 prosent, altså tre ganger så stor. Blant dem som ikke er interessert er andelen nede i 2 prosent.

Vi ser derfor at grad av interesse for de ulike typer kulturtilbud også gjør utslag i andre aktiviteter som kan knyttes til denne interessen.

## Liten sammenheng mellom interesse og avstand

Det ser ikke ut til at det er noen sterk sammenheng mellom interesse for kulturtilbud og nærhet til tilbudet. Opera skiller seg ut som det tilbudet som i størst grad har flest interesserte blant dem som har kortest avstand. Når det gjelder bibliotek, idrettsarrangementer og museer ser det derimot ikke ut til at avstanden til tilbudet betyr noe for interessen.

Både interesse og avstand til et kulturtilbud har generelt betydning for folks bruk av tilbudet, men i varierende grad. Blant de som er meget interessert har avstanden til tilbudet mest å si når det gjelder bibliotekbesøk, populærkonserter og teater. Blant de meget interesserte er det en tydelig nedgang i andelen brukere i forhold til økende avstand når det gjelder alle tilbudene i tabellen. Når det gjelder de ikke-interesserte er det klart synkende besøk når det gjelder kino, idrettsarrangement og kunstutstillinger. Avstanden betyr derimot lite eller ikke noe når det gjelder klassiske konserter og populærkonserter, teater og museumsbesøk.

Verd å merke seg er at blant dem som ikke er interessert i teater og som bor minst 25 km unna et teater eller lokale med jevnlige teaterforestillinger er det hele 24 prosent som har vært på teater/musikal eller revy. Interesse og avstand betyr derfor mindre for teaterbesøk, klassisk konsert og museumsbesøk, enn for kinobesøk og besøk på idrettsarrangementer. Ingen av dem som ikke er interessert i å gå på idrettsarrangementer og som bor minst 25 km unna en idrettsplass eller idrettshall har vært på et slikt

**Tabell 19. Andel som har brukt ulike kulturtilbud[1] siste 12 måneder, etter interesse og avstand til slike tilbud. 1994. Prosent**

| | Meget interessert | | | Ikke interessert | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | Under 5 km | 5-24 km | 25 km eller mer | Under 5 km | 5-24 km | 25 km eller mer |
| Kino | 98 | 97 | : | 12 | 13 | 4 |
| Bibliotek | 90 | 86 | : | 16 | 13 | : |
| Klassisk konsert | 84 | 79 | 70 | 20 | 22 | 18 |
| Populærkonsert | 81 | 72 | 66 | 7 | 2 | 9 |
| Idrettsarrangement | 94 | 94 | : | 16 | 12 | : |
| Teater | 83 | 73 | 62 | 18 | 15 | 24 |
| Museum | 77 | 68 | 68 | 13 | 13 | 17 |
| Kunstutstilling | 91 | 88 | 78 | 21 | 15 | 10 |

[1] Opera og ballett er ikke med i tabellen fordi tallgrunnlaget er for lite.

arrangement siste 12 måneder. Dette tyder på at innenfor idrett og kino betyr interesse og avstand mye for besøket, mens det er andre faktorer, som f.eks. sosial sammenheng har større betydning for besøk på teater, konserter og museum.

### Stor interesse også selv om tilbudet er langt unna

Selv om folk ikke har enkelte kulturtilbud i sin nære omgivelse kan de likevel ha betydelig interesse for slike tilbud. Dette varierer fra tilbud til tilbud. Hele 43 prosent av dem som har mer enn 50 km til nærmeste lokale hvor det holdes konserter er meget eller en del interessert i å gå på populærkonserter. 35 prosent sier de er så interessert i å gå på museer, selv om det er mer enn 50 km til nærmeste museum. Slike tall for kino er 29 prosent, for teater 26 prosent og for kunstutstillinger 23 prosent. Når det gjelder klassiske konserter er det 16 prosent som er meget eller en del interessert selv om det er minst 50 km til et konsertlokale. Operaforestilling har den laveste prosenten interesse: Bare 9 prosent av dem som bor mer enn 50 km fra lokale hvor det jevnlig vises opera er meget eller en del interessert i å gå og se på slike oppsettinger.

## 1.7. Billettprisenes betydning

Tidligere har vi vist at interesse og tilgjengelighet har betydelig innvirkning på kulturbruken. Den økonomiske siden av saken, hva det koster å ta del i kulturtilbudene, er også verd en vurdering. Generelt sett er det bare en liten del av befolkningen som legger stor vekt på økonomien i forhold til hvor ofte de besøker de ulike kulturtilbudene. Uansett tilbud er det godt under 20 prosent som mener billettprisene har mye å si for dem i denne sammenhengen.

### Priser betyr mest for teater- og populærkonsertbesøk

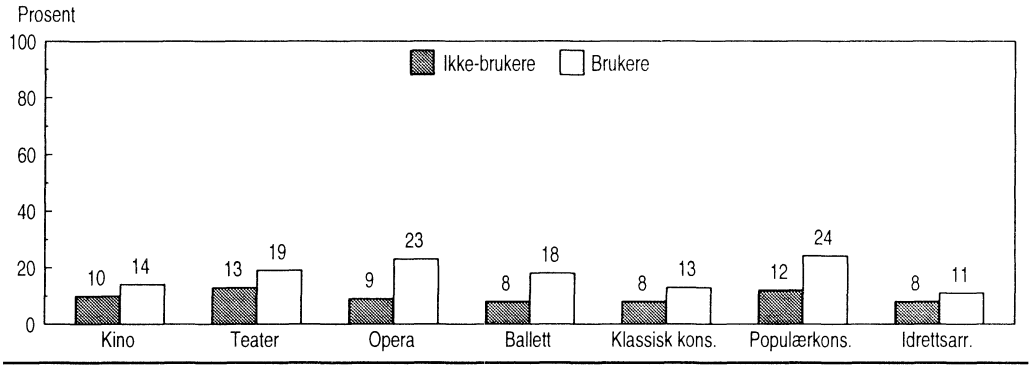
Det er prisene på teaterbilletter og billetter til populærkonserter som har mest å si. 16 prosent mener prisene har mye å si for hvor ofte de går på slike tilbud. Derimot er det bare 5 prosent som legger stor vekt på billettprisen når det gjelder besøk på ballett- eller danseforestillinger.

Folks personlige økonomi har naturlig nok betydning i denne forbindelse. Personer med lav husholdningsinntekt legger generelt sett større vekt på billettprisene enn de som har en høy inntekt. Spesielt finner vi denne forskjellen når det gjelder

**Tabell 20. Andel som mener billettprisene betyr mye for hvor ofte de benytter ulike kulturtilbud, etter husholdningsinntekt. 1994. Prosent**

| | Kino | Teater | Opera | Ballett | Klassisk konsert | Populær-konsert | Idrettsarrangement |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle | 12 | 16 | 10 | 9 | 10 | 16 | 10 |
| Under 100 000 | 22 | 22 | 14 | 13 | 14 | 26 | 15 |
| 100 000-199 000 | 13 | 19 | 12 | 13 | 14 | 17 | 11 |
| 200 000-299 000 | 10 | 15 | 8 | 8 | 10 | 17 | 9 |
| 300 000-399 000 | 11 | 15 | 8 | 9 | 8 | 14 | 9 |
| 400 000-499 000 | 9 | 12 | 11 | 9 | 9 | 14 | 8 |
| 500 000 eller mer | 7 | 9 | 4 | 3 | 4 | 10 | 9 |

**Figur 21. Andel som synes billettprisen betyr mye for hvor ofte de benytter ulike kulturtilbud blant ikke-brukere og brukere av tilbudet. 1994. Prosent**




kinobesøk, teaterbesøk og besøk på populærkonserter. For folks besøk på opera, ballett, klassiske konserter og idrettsarrangement betyr ikke husholdningsinntekten like mye for holdningen til billettprisene.

Det er særlig de unge som legger stor vekt på billettprisene for hvor ofte de benytter tilbudene. Blant 16-24-åringene er det hele 32 prosent som mener at billettprisene har mye å si for hvor ofte de går på populærkonserter. 24 prosent av dem i aldersgruppen 9-15 år legger stor vekt på billettprisene når det gjelder kinobesøk. Blant elever/studenter er det hele 27 prosent som mener billettprisene har mye å si for deres teaterbesøk. Disse tallene gir en nokså klar pekepinn på at det er de som er de aktive brukerne som er mest opptatt av billettprisene. Dette kan vi sjekke konkret ved å se på forskjell i holdningen til prisene mellom dem som faktisk bruker tilbudene og dem som ikke er brukere.

Det er en helt klar forskjell i holdningen til billettprisene mellom de som har besøkt de ulike kulturtilbudene siste 12 måneder og de som ikke har gjort det.

Særlig stor er forskjellen når det gjelder prisen på operaforestillinger, populærkonserter og ballettforestillinger. Omtrent hver fjerde bruker av populærkonserter og opera mener at billettprisene har mye å si for hvor ofte de går på slike kulturtilbud. Blant brukere av idrettsarrangement er det bare omtrent hver tiende som legger stor vekt på prisen. Denne forskjellen kan delvis ha sin forklaring i at de fleste populærkonserter og operaforestillinger er profesjonelle og prisene derfor er relativt høye, mens idrettsarrangementer ofte er rene lokalarrangementer som er gratis, eller har en rimelig inngangsbillett.

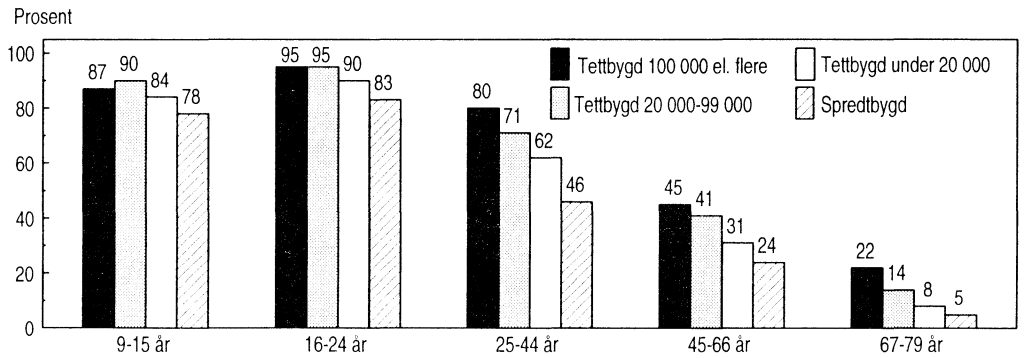
# 2. Fokus på de enkelte kulturtilbud

## 2.1. Kino

Kinobesøket har variert noe i de seinere åra, men både i 1991 og i 1995 hadde 58 prosent av den norske befolkningen vært på minst en kinoforestilling. Antall besøk i gjennomsnitt har også variert noe. Gjennomsnittsnordmannen var på 4,3 forestillinger i 1991 og på 3,8 forestillinger i 1995. Andelen menn og kvinner som har vært på kino har ikke endret seg noe fra 1991 til 1995. I begge åra var andelen 56 prosent for menn og 61 prosent for kvinner. Antall besøk har derimot gått noe ned for begge kjønn. I 1995 hadde menn i gjennomsnitt vært 3,8 ganger og kvinner 3,9 ganger på kino i løpet av 12 måneder.

Aldersprofilen for kinobesøk var også temmelig lik i 1991 og 1995. Det er barn, og spesielt ungdom som går mye på kino. I 1995 hadde personer i aldersgruppen 20-24 år i gjennomsnitt vært 12,8 ganger på kino. Fra 25 år synker andelen kinobesøkende jevnt med økende alder. Den eneste tydelige endringen over tid gjelder de eldste. Blant personer i aldersgruppen 67-79 år var andelen kinobesøkere i 1991 10 prosent, mens den i 1995 steg til 17 prosent.

**Figur 22. Besøk på kino siste 12 måneder i ulike aldersgrupper, etter bosted. 1991, 1992 og 1994. Prosent**



**Voksne oftere på kino i byer enn i bygdene**

Barn og unge går omtrent like mye på kino enten de bor i storby eller på landsbygda. Dette gjelder derimot ikke for de voksne og de eldre. Sammenslåtte tall for 1991, 1992 og 1994 viser at i aldersgruppen 25-44 år har hele 80 prosent av storbyboerne vært på kino de siste 12 måneder. Blant dem som bor i spredtbygde områder er andelen kinobesøkere i samme aldersgruppe nede i 46 prosent. Denne tendensen er også helt tydelig for de høyere aldersgruppene. Hvor tettbygd område du bor i har klar sammenheng med om du går på kino eller ikke. 22 prosent av de i alderen 67-79 år som bor i storbyene har vært på kino de siste 12 måneder, men dette gjelder bare 5 prosent av dem som bor i spredtbygde områder.

Fylkesfordelingen viser også at det er klare forskjeller i kinobesøket i disse aldersgruppene. 49 prosent av dem som er i alderen 45-66 år og som bor i Oslo har vært på kino siste 12 måneder. I Akershus, som også er et typisk tett befolket område er andelen 45 prosent kinogjengere i denne aldersgruppen. I Trøndelag er derimot andelen nede på 26 prosent og i Troms/Finnmark nede på 24 prosent. Lignende tendenser finner vi i aldersgruppen 67-79 år. Her er andelen kinogjengere i Oslo 21 prosent, mens den er på 7 prosent i Troms/Finnmark og 5 prosent i Hedmark/Oppland, i Buskerud/Telemark og i Møre og Romsdal.

Som vi har sett tidligere, er tilgangen til kino god i alle deler av landet. Derfor er det neppe avstanden til nærmeste kino som kan gi noen god forklaring. Det er mer nærliggende å tro at forskjellene har noe med hvordan kino oppfattes som kulturtilbud å gjøre. I de større byene står kinoen sterkere som et kulturtilbud også for voksne personer. Der er det også større muligheter for å vise filmer som ikke bare appellerer til storkonsumentene, dvs. ungdommen. Selv om avstanden til nærmeste kino ikke behøver å være så lang, kan det for mange voksne på mindre steder likevel være lengre avstand til interessante tilbud.

**De yngste ser mest norsk film**

Alt i alt er det 7 prosent av dem som var med i undersøkelsen i 1994 som hadde vært på en norsk film sist de var på kino. Hele 66 prosent hadde vært på en film fra USA. Barn i alderen 9-12 år er de som ser mest norsk film når de går på kino; 16 prosent i denne aldersgruppen så en norsk film sist de var på kino. De eldre går også forholdsvis mer på norske filmer enn andre. Derimot er det ungdom i alderen 16-19 år som ser mest film fra USA. I denne gruppen er det hele 79 prosent som så en amerikansk film. Det er likevel en forskjell mellom kjønnene. Hele 81 prosent av guttene i alderen 16-24 år var på amerikansk film, men andelen var 72 prosent blant jentene i samme aldersgruppe.

Kinoene i storbyene har generelt sett et større repertoar når det gjelder filmoppsetninger enn kinoer på mindre steder. Forskjellen i filmbesøket når det gjelder filmenes produsentland er likevel ikke så forskjellig. Sammensatte tall for 1991, 1992 og 1994 viser at 6 prosent av dem som hadde vært på kino i storbyene hadde sett en norsk film. Andelen som hadde sett norske filmer var høyere i de mindre tettbygde strøkene og spesielt høy i spredtbygde strøk, der den var på 15 prosent. Derimot er det en noe større andel som har sett annen europeisk film i storbyene. Andelen her er 12 prosent mens den i spredtbygde strøk er på 9 prosent, altså ikke så stor forskjell. Andelen som har sett film fra USA er temmelig

dominerende, men varierer ikke etter noe klart mønster i tettbygde og spredtbygde strøk.

### Helst komedie og kriminal

Selv om det ikke fins helt klare og enkle grenser mellom ulike sjangere av spillefilmer, har vi likevel i kultur- og mediebruksundersøkelsene valgt å operere med et slikt sett av filmsjangere. De som hadde sett filmene fikk selv bestemme sjanger. Dette krever at det må brukes en grov kategorisering, men dataene gir likevel et utgangspunkt for å bedømme hvilke sjangere som ses mye og lite.

Ifølge svarene vi får i undersøkelsene er det komedie og en gruppe vi har kalt kriminal/action/thriller, nordmenn helst ser når de går på kino. Dernest ser de barne-/familiefilmer og sosialdrama, dvs. dramatiseringer av realistiske sosiale situasjoner.

Selv om forskjellen ikke er dramatisk, er det tydelig at kvinner foretrekker andre filmsjangere enn menn. Menn foretrekker i større grad kriminal- og actionfilmer, mens kvinner i større grad foretrekker barne-/familiefilmer, historiske filmer, kjærlighet/romantikk og sosialdrama.

Det er særlig de unge som foretrekker kriminal/action og komedier. Barne-/familiefilmene når i stor grad barna; hele 56 prosent av de i alderen 9-12 år så en slik film. Men vi finner også en topp i aldersgruppen 35-44 år, altså i foreldregenerasjonen. Omtrent hver tredje kinobesøkende i denne aldersgruppen hadde sett en barne-/familiefilm sist de var på kino. Interessen for sosialdramatiske filmer øker med alderen. Hele 21 prosent av personer i alderen 27-79 år så en slik film sist de var på kino.

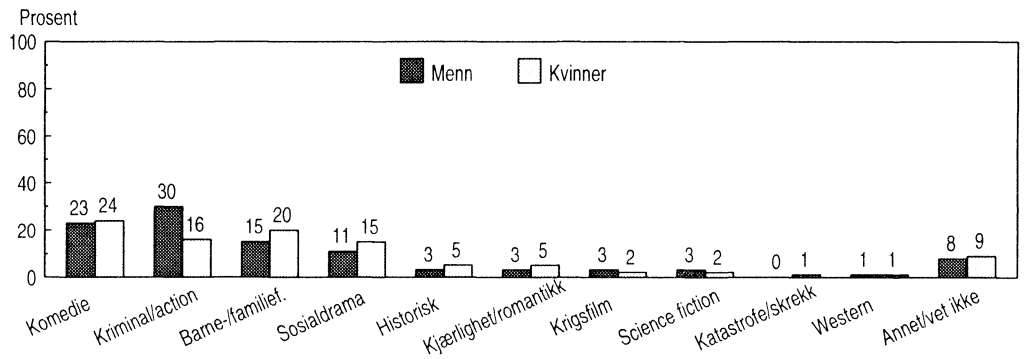
Utdanning har også betydning for valg av filmsjangere. Dette gjelder særlig sosialdrama og kriminal/action: Interessen for den første sjangeren øker med høyere utdanning, mens interessen for kriminal/action synker med høyere utdanning.

## 2.2. Teater/musikal/revy

### Stabilt teaterbesøk

Teaterbesøket har holdt seg temmelig stabilt fra 1991 til 1994. 45 prosent av den norske befolkningen hadde i 1994 vært på en forestilling med teater, musikal eller revy. I gjennomsnitt hadde de vært på 1,1 slike forestillinger. Andelen menn og kvinner på slike forestillinger

**Figur 23. Andel kinogjengere fordelt på hva slags type film de så sist de var på kino, etter kjønn. 1994. Prosent**



var helt identisk i 1991 og 1994; 38 prosent menn og 51 prosent kvinner. Også aldersprofilen var temmelig lik, med nokså jevn andel besøk i alle aldersgrupper, hvis vi ser bort fra pensjonistene. Det er langt færre blant de eldre enn blant andre aldersgrupper som kommer seg til en teaterforestilling.

**Mest revy og komedier**

For å finne ut hva slags teaterforestillinger folk går og ser, ble de som hadde vært på teaterforestilling siste 12 måneder stilt spørsmål om hva slags teaterstykke de så sist. Omtrent en tredjedel hadde i 1994 vært på revy, omtrent hver femte hadde vært på en komedie, 16 prosent på drama, 14 prosent på en barneforestilling, og 11 prosent på en musikal. Det er små endringer fra 1991 til 1994, men andelen drama har økt noe, mens andelen musikaler har gått noe ned.

Det var en større andel menn enn kvinner som hadde vært på revy, mens kvinnene i større grad hadde sett et drama. De hadde også i større grad enn mennene vært på en barneteaterforestilling.

Det er naturlig at det er de yngste barna som helst har vært på barneteaterforestillinger. Det er også nokså tydelig at de i langt større grad går sammen med sine mødre på slike forestillinger enn med sine fedre. I hvert fall er det slik at 25 prosent av kvinnene og 12 prosent av mennene var på en barneforestilling sist de var på teater. Over 20 prosent av de i aldersgruppen 16-19 år så et drama sist de var på teater. Vi kan ikke se bort fra at det er skoleteaterordningen som har noe av æren for disse tallene blant ungdommen.

Fordelingen mellom utdanningsgruppene viser at det er de høyt utdannede som i størst grad ser på drama når de går i teater, mens de med lavere utdanning i større grad foretrekker revy. Besøk på komedier og musikaler er nokså likt fordelt mellom utdanningsgruppene. Drama er i større grad besøkt i storbyene enn i de mindre tettbygde strøk i landet. Dette har sannsynligvis sammenheng med at tilbudet på slike forestillinger er størst i de store byene. I de mindre tettbygde og i spredtbygde strøk er det revy flest har sett. Igjen bør dette ha sammenheng med tilbudet; det er antakelig flere revyforestillinger enn dramaforestillinger i de mindre tettstedene.

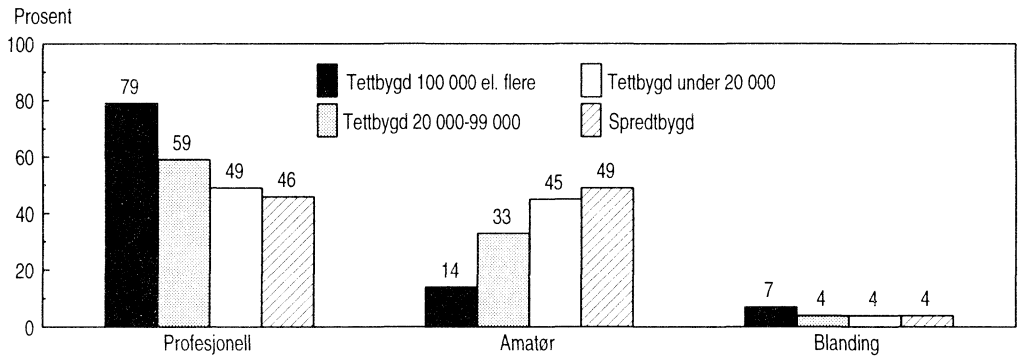
Sjangerfordelingen mellom de forskjellige landsdelene viser at det spesielt er i Trøndelag at folk går på revy når de ser teaterforestillinger. Hele 45 prosent av trønderne så en revy sist de var på en teaterforestilling.

**Amatørteater i bygd, profesjonelt i storbyene**

Det er tydelig at de som bor i de store byene i større grad besøker profesjonelle forestillinger enn de som bor i mindre tettbygde strøk. Likevel er det tross alt et høyt tall når 46 prosent av de teaterbesøkende som bor i spredtbygde strøk så en profesjonell teaterforestilling sist de var på teater. Dette har sammenheng med at mange teaterbesøk finner sted i andre kommuner enn den de selv bor i. 40 prosent av folks siste teaterbesøk ble foretatt utenfor egen kommune og 25 prosent var utenfor eget fylke.

Som nevnt er det særlig bostedsstrøk, utdanning og alder som har betydning for om man besøker amatørforestillinger eller profesjonelle forestillinger. Hvis vi ser disse variablene i sammenheng, viser det seg at de som bor i storbyer i større grad går på profesjonelle forestillinger uansett utdanning, hvis vi sammenligner med tilsvarende utdanningsgrupper i

**Figur 24. Profesjonell forestilling eller amatørforestilling ved siste besøk, etter bostedsstrøk. Prosent. 1994**




mindre tettbygde strøk. Likevel er det slik at dersom vi ser på bare dem som bor i storbyer, er det de med høyest utdanning som i størst grad går på profesjonelle forestillinger; 66 prosent blant dem med utdanning på ungdomsskolenivå, 85 prosent blant dem med høyere universitets- eller høgskolenivå. Den samme tendensen finner vi i spredtbygde strøk. Blant dem med høyest utdanning er det to av tre som går på profesjonelle forestillinger, mens det er under halvparten blant dem med utdanning på ungdomsskolenivå.

Det er en klar tendens til at de unge i større grad enn andre går på amatørforestillinger, uansett bostedsstrøk. I spredtbygde strøk er det 28 prosent av 9-15-åringene som i 1994 var på en profesjonell forestilling sist de var på teater, mens 60 prosent av de i alderen 25-44 år var på en profesjonell forestilling. Men samtidig var det blant 9-15-åringene i storbyene 58 prosent som var på en profesjonell forestilling, og 76 prosent blant aldersgruppen 25-44 år.

### De unge mest med i teater eller revygrupper

2 prosent er aktivt med i teater eller revygrupper. Totalt sett er kvinner og menn like aktive. Det er de unge som er de mest aktive. Blant 16-19-åringer er det 7 prosent som enten er med i en teater- eller en revygruppe. Blant barn i alderen 9-15 år er jentene de mest aktive, da helst i teatergrupper. Unge gutter er i større grad med i revygrupper. I det hele tatt er det elever og studenter som skiller seg ut som de aktive på dette feltet.

## 2.3. Opera og operette

Nordmenn gikk omtrent like mye på opera- eller operetteforestillinger i 1991 som i 1994. Andelen som hadde vært på en slik forestilling var 5 prosent på begge tidspunkt og gjennomsnittlig besøk var 0,1 ganger, eller 1,8 ganger (1994) blant dem som hadde vært på opera. Også forholdet mellom menns og kvinners besøk på slike forestillinger endret seg lite. I 1994 var besøksandelen blant menn 5 prosent og blant kvinner 6 prosent. Blant begge kjønn var antall gjennomsnittsbesøk 0,1. Aldersmessig har det heller ikke vært nevneverdig endring fra 1991 til 1994. Det er et nokså jevnt besøk i alle aldersgrupper, men med en topp blant aldersgruppen 45-66 år.

Besøk på opera/operette har sammenheng med utdanning. Gjennomsnittstall for 1991 og 1994 viser at mens bare

1 prosent av dem med utdanning på ungdomsskolenivå har vært på slike forestillinger siste 12 måneder, er andelen 12 prosent blant de med høyere universitets- eller høgskoleeksamen. Vi finner samme paralleller i forhold til yrkesstatus. Mens 9 prosent av høyere funksjonærer har vært på opera, var andelen bare 2 prosent blant arbeidere. Andelen øker også med inntekt. Mens det var godt under 5 prosent som hadde vært i opera blant dem med lav inntekt, var andelen 10 prosent blant personer med husholdningsinntekt over 500 000.

### Store forskjeller i operabesøk også i Oslo

Mens andelen som hadde vært på opera var 5 prosent i landet som helhet, var andelen 11 prosent i storbyene totalt sett, 12 prosent i Akershus og 14 prosent i Oslo. Dette er naturlig i og med at det er i Oslo vi finner den eneste faste operascenen i landet. Det er likevel ikke slik at alle storby- eller Oslo-borgere går like mye i opera. Vi finner mye av det samme mønsteret her som i landet som helhet. I storbyene totalt sett er det mer enn 16 prosent av dem med høyere utdanning som har vært på operaforestilling siste år, mens andelen er på 3 prosent blant dem med utdanning tilsvarende ungdomsskole. I Oslo er forholdet mellom de samme gruppene ca. 20 mot 2, altså forholdet 10 til 1.

Lignende paralleller ser vi yrkes- og inntektsmessig. Mens 15 prosent av høyere funksjonærer hadde vært på operaforestilling i storbyene, var andelen 7 prosent blant arbeidere. Det er altså en stor forskjell. Likevel ligger begge gruppene tydelig over landsgjennomsnittet. Vi kan derfor ikke se bort fra at tilgjengelighet betyr en del også her.

## 2.4. Ballett- og danseforestillinger

Nordmenns besøk på ballett- eller danseforestillinger har endret seg lite de siste åra. I 1991 var det 8 prosent av befolkningen som hadde vært på en slik forestilling siste 12 måneder. I 1994 var andelen 9 prosent. I gjennomsnitt var det 0,1 besøk pr. person på slike forestillinger. Andelen menn og kvinner som går på slike forestillinger har ikke endret seg nevneverdig fra 1991 til 1994. Det er fremdeles dobbelt så mange kvinner som menn som går på slike forestillinger. Aldersprofilen er også den samme, med barn og unge som de ivrigste tilskuerne.

### Mer moderne ballett, mindre selskapsdans

Hva slags type ballett- eller danseforestilling folk går og ser på har endret seg noe fra 1991 til 1994. I 1991 var det 34 prosent som så på moderne ballett sist de var på en ballettforestilling. Denne andelen har økt til 40 prosent i 1994. På den annen side har selskapsdans sunket fra 8 til 3 prosent. Denne endringen avspeiler sannsynligvis en endring i tilbudet. For de andre typer forestilling har endringene vært små. I 1994 hadde 41 prosent vært på klassisk ballett og 9 prosent vært på folkedans eller etnisk danseforestilling.

### Kvinner og unge ser helst moderne ballett

Når menn går på ballett ser de i større grad klassisk ballett og folkedans eller etnisk dans enn det kvinner gjør. Kvinner derimot ser i større grad moderne ballett. Det er også en tendens til at de unge i større grad foretrekker moderne ballett enn de voksne, mens voksne på sin side i større grad foretrekker klassisk ballett når de går på ballett- eller danseforestilling. Vi finner at det er i byene, helst storbyene, at ballett- og dansepublikummet foretrekker klassisk ballett. Folke-

dans/etnisk dans står sterkest blant publikum i mer spredtbygde områder. Denne forskjellen henger sannsynlig sammen med forskjeller i by- og bygdekultur.

## 2.5. Konserter og musikkaktivitet

### Mer enn 50 prosent på konsert i 1994

I undersøkelsen er besøk på konserter delt mellom det som på den ene siden inneholder klassisk musikk, samtidsmusikk, kirkemusikk og kor, og på den annen side konserter med pop, jazz, country and western, viser, folkemusikk og korpsmusikk.

Slår vi sammen disse konsertformene og ser på hvor mange og hvem som har vært på konsert i det hele tatt, var det i 1991 48 prosent av befolkningen som hadde vært på en konsert. Andelen økte til 55 prosent i 1994. Antall konsertbesøk i gjennomsnitt økte fra 2,1 til 2,7. Blant menn økte andelen som hadde vært på konsert fra 46 prosent i 1991 til 53 i 1994. For kvinnenes del var den tilsvarende økningen fra 49 til 56 prosent.

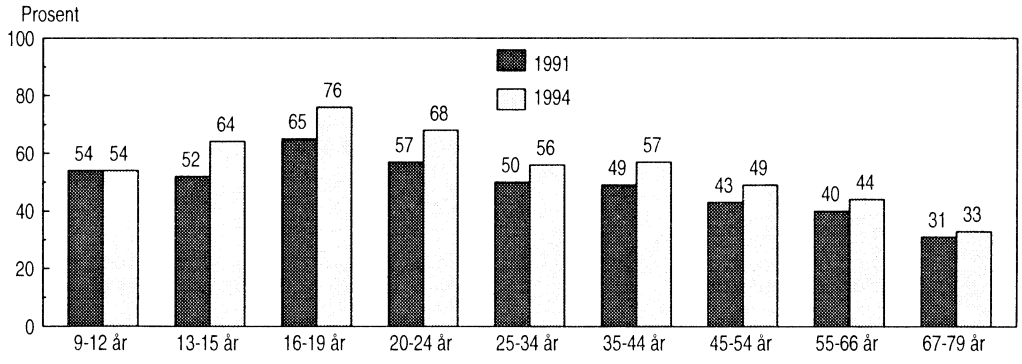
Det er i de yngre aldersgruppene, som allerede er de mest aktive konsertgjengere, at økningen fra 1991 til 1994 har vært størst. Bare blant de aller yngste har andelen holdt seg stabil. Når det gjelder antall konsertbesøk har også økningen jevnt over vært betydelig. Høyest antall konsertbesøk i 1994 hadde aldersgruppen 20-24 år, med 5,1 konserter.

Konsertbesøk har en klar sammenheng med utdanning. Blant de med utdanning på ungdomsskolenivå hadde 34 prosent vært på konsert i 1994 og i gjennomsnitt 1,4 ganger. Blant dem med høyere universitets- eller høgskoleutdanning var andelen 73 prosent og i gjennomsnitt 4,8 ganger.

Det er også en tydelig forskjell i andelen konsertbesøk i by og bygd. I storbyene var det i 1994 62 prosent som hadde vært på konsert og i gjennomsnitt 3,9 ganger. I spredtbygde strøk var andelen 52 prosent og gjennomsnittsantallet besøk var på 1,9. Det har vært en økning i konsertbesøket både blant dem som bor i tettbygde og dem som bor i spredtbygde strøk.

Når vi deler konsertene i det vi kort kan kalle klassiske konserter og populærkonserter, har det vært en økning i andelen besøk fra 1991 til 1994 i begge grupper.

**Figur 25. Andel som har vært på konsert, etter aldersgrupper. 1991 og 1994. Prosent**



Andelen som har vært på klassisk konsert har økt fra 27 til 34 prosent og antall gjennomsnittlige besøk har gått opp fra 0,9 til 1,1. Både blant menn og kvinner har det vært en betydelig økning; kvinner har økt sin andel fra 31 til 39 prosent, mens blant menn har andelen på klassiske konserter økt fra 23 til 29 prosent. Aldersprofilen blant de som går på klassiske konserter var den samme i 1991 og 1994. Det er de yngste og de godt voksne (55-66 år) som i størst grad har vært på slike konserter.

### 20-24-åringene fire ganger på populærkonsert

Andelen på populærkonserter har økt fra 32 til 38 prosent fra 1991 til 1994 og gjennomsnittlig antall besøk har økt fra 1,2 til 1,5. Menn går i noe større grad på slike konserter enn kvinner. Andelen blant menn var i 1991 35 prosent og i 1994 39 prosent. Gjennomsnittlig antall besøk blant menn økte fra 1,3 til 1,7. Blant kvinner økte andelen fra 30 til 37 prosent fra 1991 til 1994 og gjennomsnittlig antall gikk opp fra 1,0 til 1,3. Aldersprofilen var den samme i 1991 og 1994. Det er i særlig grad de unge mellom 16 og 24 år som går på slike konserter. Gruppen 20-24 år hadde det høyeste gjennomsnittlige antall besøk, som var på 4,0. Aldersgruppen 67-79 år hadde det laveste, med 0,2.

Tabell 21 er basert på sammenslåtte tall for undersøkelsene i 1991 og i 1994 for å få godt nok grunnlag til den inndelingen som er valgt. Blant dem som har vært på det vi kan kalle klassiske eller seriøse konserter er det korsang som har fått størst oppslutning. Deretter følger klassisk musikk, kirkemusikk og samtidsmusikk. Kategoriene overstiger 100 prosent fordi en konsert kan falle inn under flere av disse kategoriene samtidig. Kategoriene er ikke strengt definert for intervjuobjektene. De har selv bestemt kategori ut fra hvordan de selv tolker det de har hørt på.

**Tabell 21. Andel som har vært på ulike typer konserter siste gang de var der, etter kjønn, alder og bosted. 1991 og 1994. Prosent**

| | Klassisk konsert | | | | Populærkonsert | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Klassisk musikk | Samtids-musikk | Kirke-musikk | Kor-sang | Rock/ pop | Jazz | Viser | Country and western | Folke-musikk | Korps-musikk |
| Alle | 34 | 12 | 26 | 44 | 50 | 12 | 12 | 4 | 6 | 22 |
| Menn | 36 | 13 | 27 | 41 | 54 | 11 | 11 | 6 | 6 | 20 |
| Kvinner | 33 | 11 | 26 | 46 | 45 | 13 | 13 | 3 | 7 | 25 |
| 9-15 år | 29 | 11 | 20 | 50 | 44 | 5 | 8 | 4 | 8 | 37 |
| 16-24 år | 33 | 19 | 24 | 43 | 77 | 9 | 5 | 3 | 4 | 9 |
| 25-44 år | 30 | 13 | 25 | 44 | 51 | 13 | 14 | 5 | 6 | 19 |
| 45-66 år | 42 | 10 | 29 | 42 | 19 | 22 | 18 | 5 | 10 | 35 |
| 67-79 år | 36 | 6 | 40 | 41 | 22 | 8 | 18 | 5 | 12 | 51 |
| Tettbygd 100 000 eller flere | 54 | 9 | 26 | 27 | 55 | 16 | 11 | 2 | 6 | 16 |
| Tettbygd 20 000-99 000 | 36 | 17 | 23 | 40 | 52 | 14 | 18 | 5 | 7 | 17 |
| Tettbygd under 20 000 | 26 | 12 | 26 | 52 | 50 | 12 | 9 | 4 | 5 | 25 |
| Spredtbygd | 27 | 11 | 30 | 52 | 42 | 7 | 11 | 7 | 11 | 31 |

### Kvinner mest på korsang

Menn og kvinner skiller seg ikke særlig fra hverandre når det gjelder valget mellom de forskjellige typer av slik musikk. Kvinner går likevel noe mer på konsert med korsang enn menn. Aldersfordelingen viser at eldre mennesker i større grad går på konsert med kirkemusikk enn yngre når de går på konsert. Middelaldrende mennesker velger helst klassisk musikk, mens det er de yngste som helst velger korsang. Det er en tendens til at andelen som besøker klassiske konserter er høyest i de store byene og lavest i spredtbygde strøk. Omvendt er det med konserter med korsang. Det er personer som bor i de mindre befolkede områdene av landet som helst går på slike konserter.

### Halvparten på rock- og popkonserter

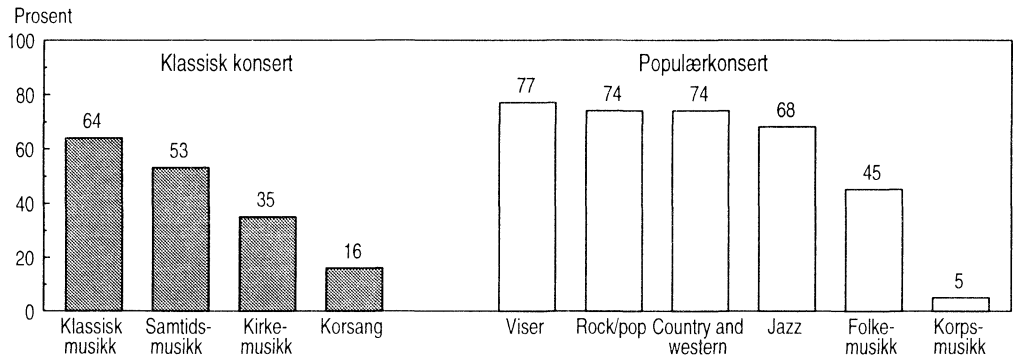
Rock- og popkonsertene dominerer når det gjelder populærkonsertene. Halvparten hørte på rock eller pop sist de var på en populærkonsert. En av fem hørte på korpsmusikk og mer enn hver tiende hørte på jazzkonsert og visekonsert. Omtrent en av tyve hørte på country and western. Omtrent like mange hørte på folkemusikk.

Aldersfordelingen viser at rock/pop har sitt sterkeste publikum blant ungdommen, jazzen blant de middelaldrende. Visekonsertene samler også de middelaldrende, men i minst like stor grad de eldre. Det er eldre som også i størst grad foretrekker folkemusikk og korpsmusikk. Men korpsmusikken har også et sterkt innslag av de yngste aldersgruppene. Country and westernkonsertene har en liten men jevn tilhengerskare i alle aldersgrupper.

Når det gjelder valg av populærkonserter i ulike bostedsstrøk er det ingen helt entydige tendenser. Likevel ser det ut til at å gå på jazzkonsert helst er et byfenomen, mens konserter med folkemusikk og korpsmusikk helst velges av dem som bor i bygdene.

Folk går mer på profesjonelle konserter når det gjelder populærmusikk enn klassisk musikk. I den siste gruppen konserter er det korkonserter som i minst grad utøves av profesjonelle. Blant populærkonsertene er det visesang, rock/pop og country and western hvor folk helst har hørt profesjonelle utøvere. Omtrent tre av fire slike har vært rene profesjonelle konserter. Det er omvendt med korps-

**Figur 26. Andel som var på profesjonell konsert sist de var der, etter ulike typer konserter. 1991 og 1994. Prosent**



konsertene. Her er det amatørkonsertene som dominerer. Kun 5 prosent av dem som hørte den type musikk sist de var på konsert sier at de hørte et profesjonelt orkester. Dette har sin naturlige forklaring i det store antallet skolekorps vi har her i landet, som dominerer denne musikksjangeren.

**Nesten 40 prosent kan spille instrument**

39 prosent av befolkningen kan ifølge undersøkelsen spille et instrument, 37 prosent av mennene og 41 prosent av kvinnene. Blant de yngste, mellom 9 og 15 år, er det hele 75 prosent som sier de kan spille et instrument. Andelen synker med alderen og bare 21 prosent i alderen 67-79 år sier at de kan spille et instrument. Her kan nok barns oppfatning av hva det vil si å kunne spille et instrument være noe mindre kritisk enn blant de voksne. Vi finner også at de som har høyere utdanning i større grad spiller instrument enn de med lavere utdanning.

Foreldres utdanning har også betydning for om barn og unge spiller instrument. Omtrent to tredjedeler av dem som har foreldre med bare ungdomsskoleutdanning spiller et instrument. Har de foreldre med høyere akademisk utdanning, er andelen som kan spille 85 prosent. En sammenligning av arbeiderbarn med barn av høyere funksjonærer, viser derimot ingen forskjell. I begge gruppene er andelen som spiller et instrument omtrent 75 prosent.

**En tredjedel spiller regelmessig**

Omtrent en tredjedel av dem som kan spille et instrument, spiller regelmessig. Blant disse er det i større grad menn enn kvinner, 40 prosent blant menn og 26 prosent blant kvinner. Mellom aldersgruppene er det også forskjell. De yngste og de eldste spiller i størst grad regelmessig. I aldersgruppen 9-12 år er det hele 69 prosent som spiller regelmessig, og 42 prosent blant dem mellom 67 og 79 år. Sannsynligvis har disse gruppene best tid til å dyrke sin hobby. På motsatt side av skalaen finner vi aldersgruppen 25-34 år. Blant dem er det bare 17 prosent som spiller regelmessig på det instrumentet de kan spille på.

**Piano, gitar og blokkfløyte**

Piano er det instrumentet som flest spiller. Alt i alt kan 14 prosent spille dette instrumentet. På en god annenplass kommer gitaren, som spilles av 12 prosent av befolkningen. Ikke langt etter kommer blokkfløyta, med 11 prosent. Det er disse tre instrumentene som er de mest vanlige instrumentene blant nordmenn.

Det er klare forskjeller mellom ulike befolkningsgrupper når det gjelder valg av instrument. Kvinner velger i langt større grad piano enn menn gjør. 19 prosent av kvinnene spiller piano. 14 prosent av kvinnene kan spille blokkfløyte, som også er en større andel enn blant mennene. Mennene på sin side kan i større grad enn kvinnene spille trekkspill og trommer. Aldersmessig er det også klare skiller. Vi kan kanskje i like stor grad snakke om generasjonsforskjeller, siden valg av musikkinstrument ikke sjelden har med moter å gjøre. Jevnt over kan vi si at pianoet har sine tilhengere i alle aldersklasser. Gitaren har også god aldersmessig spredning, men det er likevel ungdom i 13-19-årsalderen som helst kan spille gitar. Blokkfløyta er barnas instrument framfor noe. Hele 52 prosent blant 9-12-åringene sier de kan spille blokkfløyte. Andelen synker gradvis med økende alder, og *ingen* av dem som befinner seg i aldersgruppen 67-79 år kan spille blokkfløyte. Trekkspill derimot, er de eldres instrument. Mens 2 prosent eller færre av dem som er i alderen fra 9 og helt opp til

**Tabell 22. Andel av befolkningen som spiller ulike instrumenter, etter kjønn og alder. 1994. Prosent**

| | Blokkfløyte | Andre trebl.sere | Trompet, kornett | Andre messingbl.sere | Piano | Elorgel, synthesizer | Andre tangentinstrumenter | Gitar | Fiolin, fele | Andre strengeinstrumenter | Trekkspill, torader o.l. | Trommer, slagverk | Andre instrumenter |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle ..... | 11 | 3 | 3 | 4 | 14 | 6 | 2 | 12 | 2 | 1 | 3 | 2 | 2 |
| Menn ..... | 9 | 2 | 4 | 5 | 8 | 6 | 2 | 13 | 1 | 2 | 4 | 4 | 2 |
| Kvinner ..... | 14 | 3 | 3 | 4 | 19 | 7 | 1 | 12 | 2 | 1 | 2 | 0 | 1 |
| 9-12 år .... | 52 | 6 | 6 | 9 | 24 | 10 | 5 | 5 | 5 | 0 | 2 | 4 | 1 |
| 13-15 år .... | 30 | 5 | 4 | 3 | 29 | 12 | 2 | 23 | 4 | 3 | 1 | 6 | 2 |
| 16-19 år .... | 20 | 3 | 6 | 8 | 23 | 11 | 0 | 27 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 |
| 20-24 år .... | 10 | 4 | 4 | 6 | 12 | 9 | 1 | 8 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 25-34 år .... | 10 | 3 | 5 | 6 | 14 | 8 | 2 | 13 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 |
| 35-44 år .... | 7 | 3 | 3 | 3 | 12 | 7 | 2 | 14 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| 45-54 år .... | 3 | 2 | 2 | 4 | 10 | 3 | 1 | 13 | 1 | 1 | 4 | 1 | 1 |
| 55-66 år .... | 1 | 1 | 1 | 1 | 7 | 2 | 2 | 7 | 1 | 0 | 5 | 0 | 1 |
| 67-79 år .... | 0 | 1 | 1 | 1 | 10 | 2 | 1 | 4 | 1 | 1 | 3 | 1 | 2 |

35 år spiller trekkspill, er andelen 5 prosent blant dem som er i aldersgruppen 55-66 år. Det er helst de unge som kan spille trommer/slagverk og elorgel/ synthesizer.

## Jenter spiller piano, gutter trommer

Ser vi på menn og kvinner på forskjellige alderstrinn, er det helt klart at jenter i mye større grad enn gutter begynner å spille piano. Mens hele 40 prosent av jentene i gruppen 9-15 år kan spille piano, gjelder det bare 12 prosent av guttene i samme aldersgruppe. På den annen side er det 8 prosent av guttene i denne aldersgruppen som kan spille trommer eller slagverk, mens det er bare 1 prosent av jentene.

Ser vi på utdanningens betydning, er det kanskje forbausende liten forskjell. Det er bare blant dem som kan spille piano at det er en helt tydelig økende tendens med økende utdanning. Blant dem som bare har utdanning på ungdomsskolenivå er det 8 prosent som kan spille piano, mens andelen er 24 blant dem som har høyere utdanning. Inntektsmessig finner vi samme tendensen: Pianospill øker med økende husholdningsinntekt.

Alt i alt kan vi på grunnlag av disse tallene kanskje snakke om piano som et kvinneinstrument, og muligens også et høystatusinstrument.

Det er lite som tyder på at det er klare trekk i retning av storbyinstrumenter og landsbygdinstrumenter. Det er likevel en liten tendens til at det er flere pianospillere i storbyene enn i spredtbygde strøk, mens det til gjengjeld er flere som kan spille blokkfløyte og elorgel i spredtbygde strøk enn i storbyene.

**Tabell 23. Andel som spiller ulike instrumenter blant dem som kan spille, etter kjønn. 1994. Prosent**

| | Blokk-fløyte | Andre tre-blå-sere | Trom-pet, kor-nett | Andre mes-sing-blå-sere | Pia-no | El-orgel, syn-thesi-zer | Andre tan-gent-ins-tru-men-ter | Gi-tar | Fio-lin, fele | Andre stren-gein-stru-men-ter | Trekk-spill, to-rader o.l. | Trom-mer, slag-verk | Andre ins-tru-men-ter |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle ..... | 29 | 7 | 9 | 11 | 35 | 17 | 4 | 32 | 4 | 4 | 7 | 5 | 4 |
| Menn ..... | 23 | 7 | 11 | 13 | 22 | 16 | 5 | 36 | 3 | 6 | 10 | 10 | 6 |
| Kvinner ..... | 33 | 7 | 7 | 9 | 47 | 17 | 4 | 28 | 5 | 2 | 4 | 1 | 3 |

Tabell 23 viser fordelingen mellom andelen som kan spille ulike instrumenter når vi bare tar med dem som faktisk kan spille noe instrument. Mer enn en tredjedel kan spille piano og nesten like mange kan spille gitar og blokkfløyte. Ser vi på kjønnsforskjellen, ser det ut til at det kanskje kan være mulig å snakke om feminine og maskuline instrumenter. Kvinnene velger i større grad blokkfløyte, piano og fiolin, mens mennene heller velger trompet og messingblåsere, gitar, trekkspill og trommer.

## 2.6. Kunst og kunsthåndverk

I 1991 hadde 41 prosent av befolkningen vært på kunstutstilling siste 12 måneder. Dette økte til 44 prosent i 1994. Antallet besøk har derimot holdt seg stabilt på 1,5 i gjennomsnitt begge åra.

Blant menn var besøksandelen nokså lik de to åra; 37 prosent i 1991 og 38 prosent i 1994. Blant kvinner har det derimot vært en økning, fra 45 prosent i 1991 til 50 prosent i 1994. Menn hadde i gjennomsnitt 1,0 besøk på kunstutstillinger i 1994. Kvinner hadde 2,0 besøk, altså dobbelt så mye som menn. Det har bare vært en liten endring i disse tallene fra 1991.

Det er små forskjeller i besøket på kunstutstillinger når det gjelder alder, men andelen øker betydelig med økende utdanning. Besøksøkningen som finner sted fra 1991 til 1994 gjelder dessuten først og fremst de med høyere utdanning. Også bosted har betydning. Det er atskillig flere som har vært på kunstutstilling siste 12 måneder i byene enn i mindre tettbygde områder. Dette forholdet har endret seg lite fra 1991 til 1994.

I tillegg til disse tallene gjenspeiles kunstinteressen i besøk på kunstmuseum. 9 prosent hadde vært på et slikt sist de var på museum. (Se for øvrig avsnittet om museer.)

### Ser mest malerier

Blant dem som har vært på kunstutstilling siste 12 måneder har hele 80 prosent sett malerier, 18 prosent har sett tegninger, 17 prosent grafikk, 15 prosent skulptur, 5 prosent har sett foto- eller videokunst, 6 prosent annen billedkunst og 23 prosent har sett kunsthåndverk av forskjellig slag. Det er bare små forskjeller i ulike deler av befolkningen. Den mest tydelige forskjellen finner vi når det gjelder kunsthåndverk: Flere kvinner enn menn ser kunsthåndverk når de er på kunstutstilling. Folk som bor andre steder

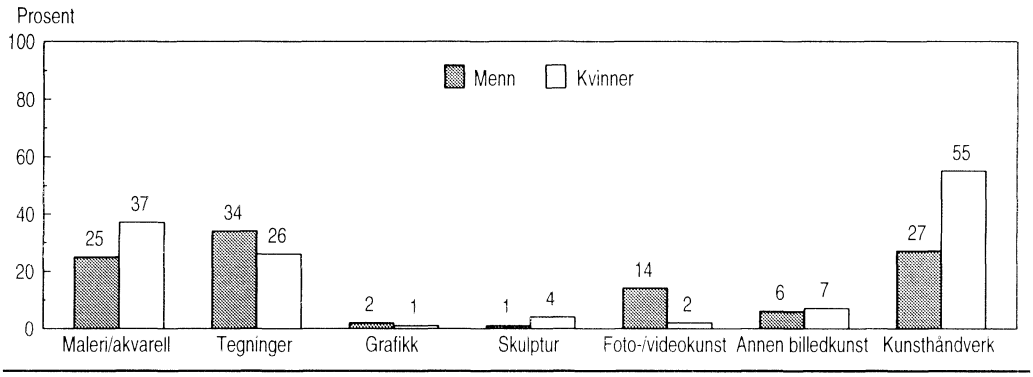
enn Oslo/Akershus er også oftere på slike utstillinger. Denne formen for kunstutstilling er også mer vanlig i spredtbygde strøk enn i de tettbygde områdene.

Forholdet mellom amatørutstillinger og profesjonelle utstillinger viser at 60 prosent av de utstillingene folk så sist de var på utstilling var profesjonelle, 25 prosent var amatørutstillinger og 12 prosent var en blanding av profesjonelle utstillinger og amatørutstillinger. Kvinner, barn og unge går i større grad på amatørutstillinger enn andre. Andelen som går på amatørutstilling synker også med økende utdanning. I Oslo og i de andre storbyene er det hele 74 prosent som går på profesjonelle utstillinger, mens andelen er nede på 54 prosent i spredtbygde strøk.

**En av sju er kunstnere på fritiden**

I 1991 var det 15 prosent og i 1994 14 prosent som svarte at de selv driver med noen form for billedkunst eller kunsthåndverk på fritidsbasis. Gjennomsnittstallene for disse to åra viser at slik aktivitet er mer vanlig blant kvinner enn menn; blant 19 prosent av kvinnene og 10 prosent av mennene. Andelen som driver med slik aktivitet er nokså lik i alle aldersgrupper, men forskjellen mellom kjønnene er spesielt stor i gruppen 16-24

**Figur 27. Andel av aktive som driver med ulike typer billedkunst/kunsthåndverk, etter kjønn. 1991 og 1994. Prosent**




år, der 24 prosent av kvinnene og bare 6 prosent av mennene holder på med slik aktivitet på fritidsbasis.

Yrkesgruppene imellom er hjemmearbeidende mest aktive, mens arbeidere er minst aktive. Det er ingen klare forskjeller når det gjelder bostedsstrøk, utdanning eller inntekt. Gruppen med høyest husholdningsinntekt er likevel noe mindre aktiv enn de andre. Blant grupper i ulike familiefaser er enslige forsørgere mer aktive enn andre, med en andel aktive på 28 prosent. Blant de ulike regionene ligger Oslo-befolkningen høyest med en andel aktive på 19 prosent, mens Trøndelag har lavest andel med 8 prosent.

Blant amatørene er det visse typer kunst som er mer populært enn andre. 49 prosent av dem som driver med slike aktiviteter holder på med kunsthåndverk i tre, keramikk eller andre materialer. 33 prosent holder på med maleri eller akvarell. Nesten like mange, 29 prosent, holder på med tegning. 6 prosent steller med foto- eller videokunst, 3 prosent med skulptur, 1 prosent grafikk og 6 prosent holder på med annen type billedkunst. Summen av disse tallene overstiger 100 prosent. Det viser at en del personer er opptatt med flere typer billedkunst eller kunsthåndverk.

Kvinner som er fritidskunstnere er i større grad opptatt med maling og kunsthåndverk enn det menn er. Menn på sin side driver i større grad med tegning og fotokunst. De unge driver mest med tegning. Denne aktiviteten synker med økende alder. De eldre er derimot i langt større grad enn barn og unge opptatt av kunsthåndverk på fritiden.

### En av seks stiller ut sine arbeider

Selv om det er ganske mange som driver med billedkunst eller kunsthåndverk på fritidsbasis, er det bare et fåtall som stiller ut disse arbeidene offentlig. 16 prosent av dem som driver med kunst på fritiden har i løpet av de siste to åra stilt noen av sine arbeider til offentlig beskuelse. Andelen er omtrent like stor blant menn som blant kvinner og i de ulike aldersgruppene. Det er heller ikke store forskjeller mellom ulike utdanningsgrupper eller mellom de som bor i storbyene og de som bor på landsbygda.

Det er en klar sammenheng mellom å selv være skapende kunstner på fritids-

basis og å se på andres kunst. 65 prosent av dem som selv er aktive hadde vært på kunstutstilling siste 12 måneder. Blant de som ikke selv er aktive, er andelen 39 prosent. Og blant de som er medlem av en kunstforening eller annen forening for billedkunst eller kunsthåndverk er det hele 90 prosent som har vært på kunstutstilling siste 12 måneder. Slike foreninger kjennetegnes ved at et klart flertall av medlemmene er kvinner, at de har en overvekt av folk som er høyere funksjonærer og selvstendig næringsdrivende, de har god utdanning, og bor i byer.

## 2.7. Museer

I 1991 hadde 41 prosent av befolkningen vært på museum siste 12 måneder. Dette økte til 45 prosent i 1994. Antallet gjennomsnittlig besøk pr. nordmann var 1,1 i 1991 og 1,2 i 1994. Museumsbesøket er nokså likelig fordelt mellom menn og kvinner. Barn i alderen 9-15 år går mest på museer. Dette må vi se i sammenheng med museumsbesøk gjennom skolen. Økningen i museumsbesøket fra 1991 til 1994 gjelder særlig personer i alderen 35-44 år.

De med høy utdanning går mer på museer enn andre. I 1994 hadde 30 prosent av dem med utdanning på ungdomsskolenivå vært på museum siste 12 måneder, mens andelen for personer med høyere utdanning var 65 prosent, altså mer enn det dobbelte. Det er særlig i gruppen med høyest utdanning at andelen museumsbesøkere har økt fra 1991 til 1994.

### Mest på folkemuseer/bygdetun

Den type museum folk helst besøker er folkemuseer/bygdetun, mest sannsynlig fordi det er slike museer det fins mest av i landet (Statistisk sentralbyrå 1994). 45 prosent hadde besøkt et slikt tilbud sist de var på museum. 16 prosent hadde vært på et teknisk museum av en eller annen art, dvs. sjøfartsmuseum, skogbruksmuseum o.l. 12 prosent hadde vært på et naturhistorisk museum, f.eks. zoologisk museum, botanisk museum eller geologisk museum. 9 prosent hadde vært på et kunstmuseum, dvs. Munch-museet, Nasjonalgalleriet, Blaafarveverket o.l. 12 prosent hadde vært på en annen type museum.

Tabellen viser tydelig at de som bor i spredtbygde strøk i langt større grad har besøkt folkemuseer/bygdetun enn de som bor i storbyene, når de har vært på museum. De som bor i storbyene har derimot i større grad vært på kunstmuseer og på arkeologiske museer. Slike museer er lettere tilgjengelig for dem som bor i de store byene enn for dem som bor på bygdene. De har i det hele tatt en større variasjonsmulighet når de vil gå på museum, noe andelen som har vært på andre typer museum også indikerer. Menn går i større grad på naturhistoriske

**Tabell 24. Andel av museumsbesøkende som har besøkt ulike museer, etter bostedsstrøk. Prosent**

| | Natur-historiske | Arkeologiske | Folke-museer | Kunst-museer | Tekniske museer | Andre typer museer |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Tettbygd 100 000 eller flere | 20 | 7 | 24 | 17 | 15 | 14 |
| Tettbygd 20 000-99 000 | 8 | 4 | 47 | 8 | 16 | 15 |
| Tettbygd under 20 000 | 12 | 4 | 50 | 6 | 16 | 9 |
| Spredtbygd | 15 | 4 | 53 | 4 | 15 | 7 |

museer og tekniske museer, mens kvinner i større grad enn menn går på kunstmuseer og folkemuseer.

## 2.8. Folkebibliotek

### Boklån på bibliotek synker svakt

I 1991 var det 46 prosent av befolkningen som hadde lånt bøker på folkebibliotek. I gjennomsnitt hadde hver nordmann lånt 10,4 bøker, eller 22,4 blant dem som hadde lånt bøker. Disse tallene sank noe fram til 1994. Da var det 43 prosent som hadde lånt bøker. 7,4 bøker var lånt i gjennomsnitt blant alle, og 17,2 blant dem som hadde lånt. I 1994 var det 50 prosent av kvinnene og 36 prosent av mennene som hadde lånt bøker på folkebibliotek. I gjennomsnitt hadde kvinnene lånt 9,4 bøker og mennene lånt 5,3 bøker.

Det er barna som i størst grad låner bøker på bibliotek. Blant 9-12-åringer var det 68 prosent som lånte bøker på folkebibliotek i 1994 og de hadde i gjennomsnitt lånt 14,8 bøker. Blant de eldste, aldersgruppen 67-79 år, har 21 prosent lånt bøker og denne gruppen har i gjennomsnitt lånt 3,6 bøker. Ser vi derimot på dem som faktisk har lånt bøker er begge gruppene nokså like aktive, 21,7 bøker blant barna og 17,3 bøker blant de eldste.

En oppsplitting av aldersgrupper etter kjønn, viser at det på samme måte som når det gjelder *besøk* på bibliotek også er kvinnene som i størst grad *låner* bøker.

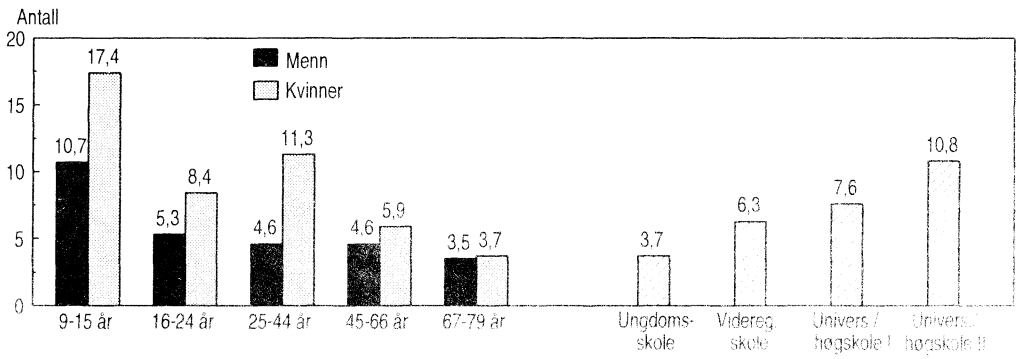
Denne tendensen er helt klar blant barn, unge og unge voksne. Blant de middelaldrende og eldre er derimot ikke forskjellen mellom menns og kvinners boklån så stor. Utdanningen har også betydning for boklånet på folkebibliotekene. Personer med høyere universitets- eller høgskoleutdanning låner nesten tre ganger så mange bøker i løpet av en 12-månedersperiode som en med utdanning tilsvarende ungdomsskole gjør.

### En av fire på spesialbibliotek

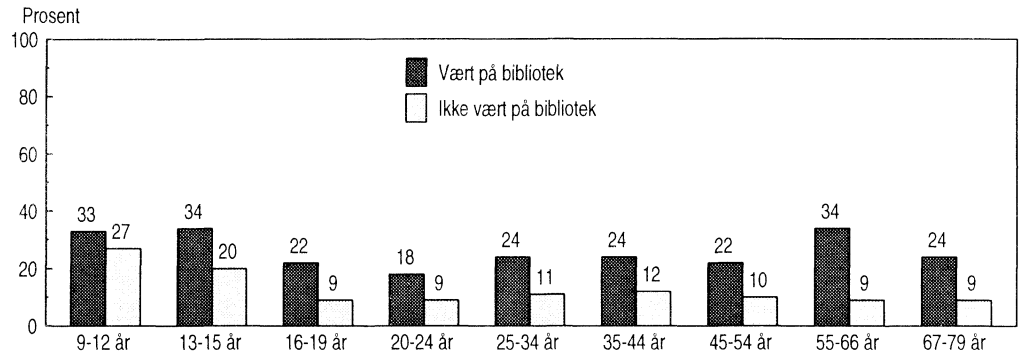
26 prosent av befolkningen har vært på et skole-, universitets- eller annet fagbibliotek siste 12 måneder. Dette er bare omtrent halvparten av den andelen som hadde besøkt folkebibliotek i den samme perioden. Men de som har benyttet slike bibliotek har vært der hele 24,9 ganger i denne perioden. Det er mer enn dobbelt så mye som de som har vært på folkebibliotek.

Kvinner bruker slike spesialbibliotek noe mer enn menn, men forskjellen er ikke så stor, 27 mot 24 prosent. Det er de unge

**Figur 28. Antall bøker lånt på folkebibliotek siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 1994. Prosent**



**Figur 29. Andel som har lest bok en gjennomsnittsdag blant dem som har og dem som ikke har vært på folkebibliotek siste 12 måneder, etter alder. 1994. Prosent**




som er de mest aktive brukerne. I aldersgruppen 9-12 år er det 79 prosent som har benyttet slike bibliotek siste 12 måneder og gruppen som helhet har i gjennomsnitt vært der 19,1 ganger. Blant 13-15-åringene er det 75 prosent som har benyttet seg av dette tilbudet og blant 16-19-åringene er det 67 prosent som har benyttet det. Det er likevel ungdom i den siste gruppen som sett under ett er de mest ivrige brukerne, med et besøksantall på 20,2 ganger i gjennomsnitt.

### Dobbelt så mye boklesing blant bibliotekbesøkere

Det er ikke tilfeldig hvem som besøker bibliotek sett i relasjon til bokinteresse. Blant dem som har vært på bibliotek siste 12 måneder er det mer enn dobbelt så mange som leser bøker en gjennomsnittsdag, enn blant dem som ikke har benyttet bibliotektilbudet. 25 prosent av bibliotekbesøkerne har lest bok en gjennomsnittsdag, mot 11 prosent blant dem som ikke hadde besøkt bibliotek.

Figur 29 viser at det er en klar sammenheng mellom boklesing og bibliotekbesøk i alle aldersgrupper. Sammenhengen er likevel mindre blant de yngste enn blant de eldre. De yngste er, som allerede nevnt, svært aktive skolebibliotekbrukere og får antakelig mange av bøkene de leser på den måten. For de eldre derimot er folkebibliotekene tydeligvis et svært viktig tilbud for leseinteresserte.

## 2.9. Idrettsarrangement

59 prosent hadde vært på et idrettsarrangement siste 12 måneder i 1994. Dette var en liten økning fra 1991, da andelen var på 57 prosent. Menn var i større grad enn kvinner på idrettsarrangement, 65 mot 53 prosent i 1994. Andelen synker med alderen. 79 prosent av 9-15-åringene har vært på et idrettsarrangement, mens andelen blant 67-79-åringene er bare 22 prosent. Blant de eldste er det stor forskjell på menn og kvinner: 37 prosent blant menn og 9 prosent blant kvinner hadde vært på idrettsarrangement siste 12 måneder. Det var derimot temmelig liten forskjell mellom gutter og jenter. Dette forklarer at forskjellen mellom menn og kvinner totalt sett er nokså liten.

Det er en liten økning i tilskuerandelen med økende utdanning. Andelen tilskuere på idrettsarrangement varierer lite med bostedsstrøk og landsdel og er dermed

den kulturbruksaktivitet som i minst grad lager noe skille mellom nordmenn bostedsmessig.

**Over halvparten på fotballkamper**
Mer enn halvparten av dem som var på et idrettsarrangement i 1994 var på fotballkamp. 14 prosent så på håndball og 13 prosent så på en eller annen form for skiidrett.

Det er en klar forskjell i typer idrett menn og kvinner går og ser på. Menn foretrekker fotball og ishockey i større grad enn det kvinner gjør, mens kvinner på sin side i større grad foretrekker håndball og løping.

Fotball er omtrent like populært i alle aldersgrupper, mens det er spesielt ungdom mellom 13 og 19 år som foretrekker håndball. Skiidrett er også omtrent like populært i alle aldersgrupper, men minst blant de unge og mest blant de eldre.

Fotball står relativt sett svakest på Østlandet, mens ishockey og skiidrett står sterkest i dette området. Fotball står også sterkere i spredtbygde strøk enn i de større byene. Dette kan ha sammenheng med at dette er en idrett som er godt spredt over hele landet: Det er få bygdesamfunn som ikke har et fotballag, mens det er større tilbud på ulike idrettsarrangementer i byene.

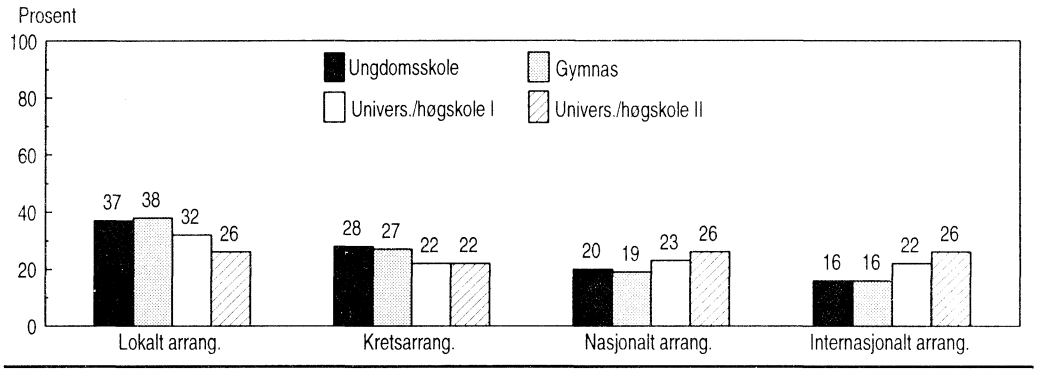
**Lokale arrangement dominerer**
Fordelingen mellom tilskuere på lokale, distrikts-, nasjonale eller internasjonale idrettsarrangement viste i 1994 at de lokale arrangementene dominerer med 36 prosent. Krets- eller distriktsarrangementene hadde 27 prosent, de nasjonale 19 og de internasjonale 17 prosent av de besøkende sist de var på et idrettsarrangement. Det siste tallet har tydeligvis blitt påvirket av Lillehammer-OL. I 1991 var andelen av de besøkende på internasjonale arrangementer bare 5 prosent.

Kjønnsfordelingen viser at kvinnene i større grad går på lokale og mennene heller går på nasjonale arrangement. Aldersfordelingen viser at de unge og de gamle er de som helst går på lokale og kretsarrangement, mens de unge voksne og de middelaldrende er de som helst går på nasjonale og internasjonale arrangement.

**Tabell 25. Andel som så ulike typer idrett sist de var på idrettsarrangement, etter kjønn og alder. 1994. Prosent**

| | Fotball | Håndball | Ishockey | Annen lagidrett | Løping | Annen friidrett | Skøyteløp | Skiidrett | Annen individuell idrett |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle | 52 | 14 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 13 | 9 |
| Menn | 60 | 9 | 4 | 3 | 2 | 2 | 1 | 13 | 6 |
| Kvinner | 42 | 20 | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 | 13 | 12 |
| 9-12 år | 54 | 16 | 3 | 3 | 4 | 1 | - | 11 | 7 |
| 13-15 år | 45 | 25 | 5 | 2 | 1 | 1 | 4 | 4 | 10 |
| 16-19 år | 50 | 21 | 1 | 5 | 1 | 2 | 2 | 8 | 10 |
| 20-24 år | 52 | 12 | 6 | 3 | 4 | 1 | 2 | 14 | 6 |
| 25-34 år | 56 | 11 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 12 | 8 |
| 35-44 år | 51 | 14 | 3 | 2 | 2 | 2 | 1 | 16 | 9 |
| 45-54 år | 47 | 11 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 | 12 |
| 55-66 år | 53 | 11 | 3 | 2 | 3 | 3 | - | 12 | 12 |
| 67-79 år | 53 | 8 | 3 | 3 | 5 | - | - | 28 | 3 |

**Figur 30. Andel som har vært på ulike typer idrettsarrangement, etter utdanning. 1994. Prosent**




I hvilken grad folk går på lokale eller internasjonale arrangement har sammenheng med utdanning. Blant dem med utdanning på ungdomsskolenivå var 16 prosent på et internasjonalt arrangement sist de var på et idrettsarrangement. Blant dem med høyere universitets- eller høgskoleutdanning var denne andelen på 26 prosent.

Det er også et helt klart trekk at spesielt de som bor i Oslo/Akershus, men også de som bor på Østlandet ellers, i større grad enn andre går på internasjonale arrangement. 35 prosent av dem som bor i Oslo/Akershus var på et internasjonalt arrangement sist de var på idrettsarrangement, mens de som bor i andre landsdeler enn Østlandet ikke hadde en andel over 8 prosent. Dette har høyst sannsynlig sammenheng med at internasjonale arrangement i Norge i stor grad blir arrangert i de sentrale østlandsstrøk, slik som landskamper i fotball og ikke å forglemme OL på Lillehammer, som fant sted i 1994.

## 28 prosent idrettsaktive

28 prosent av den norske befolkning har ifølge undersøkelsen deltatt på et idrettsarrangement i løpet av de siste to åra, 33 prosent blant mennene og 23 prosent blant kvinnene. Deltakelsen synker med økende alder: 73 prosent i aldersgruppen 9-15 år, 4 prosent i aldersgruppen 67-79 år. Deltakelsen varierer lite i forhold til utdanning og landsdel. Heller ikke når det gjelder bosted er forskjellen stor. Omtrent like stor andel har deltatt i idrettsarrangement i de store byene som i spredtbygde strøk.

Tabell 26 viser at fotballen står sterkt ikke bare blant tilskuerne, men også blant de aktive. Det er den dominerende idretten for alle, men mest for menn og for barn og unge. Håndballen står uten sammenligning sterkest blant kvinnene og blant de unge. Løping er den individuelle idretten som står sterkest. Den har flest deltakere blant kvinner og middelaldrende personer. Friidrett fanger mest opp kvinner og de yngste, mens skiidretten fanger mest opp menn og minst like mye voksne som barn og unge.

Det er en nokså klar forskjell i preferanse av idrettsgren mellom gutter og jenter. Hele 62 prosent av guttene i alderen 9-15 år spilte fotball sist de deltok i en idrettsgren, mens det blant jentene i samme aldersgruppe var 23 prosent. Derimot var det hele 37 prosent av jentene i denne

**Tabell 26. Andel som har deltatt i ulike typer idrettsgrener sist de deltok på idrettsarrangement, etter kjønn og alder[1]. 1994. Prosent**

| | Fotball | Håndball | Ishockey | Annen lagidrett | Løping | Annen friidrett | Skøyteløp | Skiidrett | Annen individuell idrett |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle | 36 | 13 | 1 | 6 | 13 | 3 | 1 | 7 | 20 |
| Menn | 49 | 6 | 1 | 6 | 10 | 1 | 1 | 9 | 17 |
| Kvinner | 19 | 23 | - | 6 | 17 | 6 | 0 | 4 | 24 |
| 9-12 år | 53 | 18 | 1 | 1 | 4 | 7 | - | 7 | 9 |
| 13-15 år | 32 | 26 | 1 | 4 | 4 | 4 | - | 5 | 23 |
| 16-19 år | 45 | 23 | - | 8 | - | 4 | 1 | - | 19 |
| 20-24 år | 36 | 10 | - | 8 | 14 | 2 | 3 | 12 | 14 |
| 25-34 år | 37 | 6 | 1 | 9 | 18 | 1 | 1 | 5 | 22 |
| 35-44 år | 31 | 5 | - | 3 | 26 | 3 | - | 9 | 23 |
| 45-54 år | 12 | 5 | - | 5 | 37 | 2 | - | 12 | 28 |

[1] Blant personer i alderen 55 år og over er deltakelsen på idrettsarrangement så lav at det ikke kan offentliggjøres statistisk holdbare tall.

aldersgruppen som spilte håndball sist de var aktive. Blant guttene var andelen her 8 prosent.

## Fotball på bygda, løping i byene

Fotball står relativt sterkere i bygdene, mens løping og andre individuelle idrettsgrener står sterkere i byene. Muligheten for organisert aktivitet innenfor de mindre idrettene er sannsynligvis større i byene, med mer konsentrert befolkning.

50 prosent av de aktive idrettsutøverne deltok i lokalt arrangement sist de deltok. 44 prosent deltok i et krets- eller distriktsarrangement, 3 prosent i et nasjonalt arrangement og 3 prosent i et internasjonalt arrangement. Denne fordelingen er nokså lik mellom kvinner og menn. Aldersmessig er også fordelingen nokså lik, men det er en tendens til at de godt voksne i større grad enn barn og unge deltar i nasjonale arrangement. Dette må vi se i sammenheng med at de voksne i større grad enn de yngre deltar i gate- og terrengløp som ofte er nasjonale i den betydning at det er deltakere med fra hele landet. Idet denne type arrangement oftest finner sted i byene, er det naturlig at det også er bybefolkningen som i størst grad deltar i nasjonale arrangement når de er med som deltakere i en idrettsgren.

## Idrettstilskuere også mer aktive idrettsutøvere

Det er en klar sammenheng mellom å være tilskuer på idrettsarrangement og selv være aktivt med i idrett. Blant dem som ikke hadde vært på noe idrettsarrangement siste 12 måneder var det 11 prosent som hadde vært aktive deltakere siste to år. Blant dem som hadde vært tilskuere var det 39 prosent som selv hadde vært aktive. Andelen øker med antall besøk på idrettsarrangement. Blant dem som hadde vært på ett eller to idrettsarrangement siste 12 måneder var andelen aktive siste to år 26 prosent. Andelen aktive var hele 52 prosent blant dem som hadde vært på ti eller flere arrangement. Det er altså ikke slik at noen er tribuneslitere mens andre er aktive idrettsutøvere.

Kvinnelige tilskuere er noe mindre aktive idrettsutøvere enn menn. Blant menn som hadde sett ett eller flere arrangement var andelen aktive på 44 prosent. Blant kvinnelige tilskuere var andelen aktive på 33 prosent. Blant de som hadde vært tilskuere til minst ti arrangement siste 12 måneder var aktivitetsgraden 58 prosent blant menn og 44 prosent blant kvinner. Graden av aktivitet på et område kan indirekte være et uttrykk for interesse for dette området. Når kvinnelige tilskuere er mindre aktive idrettsutøvere enn menn, stemmer dette med det vi tidligere har vist, at kvinnelige tilskuere er mindre interessert i å gå på idrettsarrangement enn menn. De er kanskje i større grad enn menn med som ledsager til en idrettsinteressert partner.

# 3. Medietilbud og mediebruk

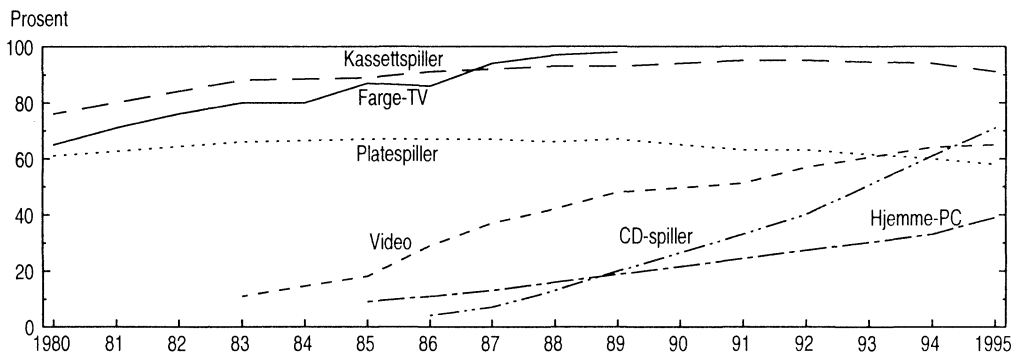
## 3.1. Tilgang til ulike medier

1980-åra var preget av at nye teknologiske muligheter for massekommunikasjon ble innført. I tillegg fikk de eksisterende mediene muligheter til å formidle et mer omfattende tilbud. Denne utviklingen har fortsatt i 1990-åra.

Videospillere og CD-spillere som skikkelig kom på markedet i første halvdel av 1980-åra, har hatt en nokså rask spredning. I 1995 var det 65 prosent som hadde videospiller og 71 prosent som hadde CD-spiller tilgjengelig i husholdningen. 91 prosent hadde kassettspiller. Platespiller, som tydeligvis er på vei ut av markedet, var det 58 prosent som hadde tilgang til. Nær 100 prosent hadde farge-TV.

Det er også stadig flere som har PC, eller datamaskin, i hjemmet. I 1995 var det 39 prosent som hadde slikt utstyr tilgjengelig i husholdningen. 8 prosent hadde CD-ROM-spiller, hvor man ved hjelp av plater kan avspille både tekst, bilder og lyd gjennom en PC, såkalt multimedia. 7 prosent hadde modem, som via telenettet formidler forbindelse mellom en PC og et

**Figur 31. Andel med ulike typer hjemmeelektronikk 1980-1995. Prosent**




Kilde: Statistisk sentralbyrås NRK- og mediebruksundersøkelser

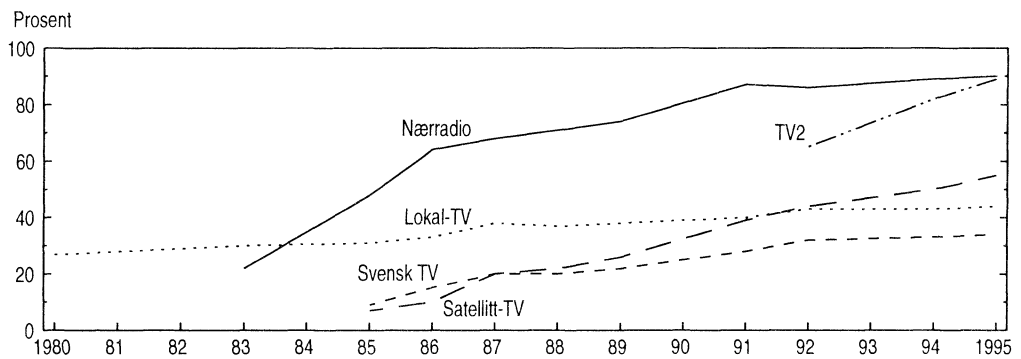
eksternt elektronisk nettverk, f.eks. Internett.

Ser vi tilbake på spredningen av fjernsyn fra de første regulære sendingene i 1960 og på spredningen av fargefjernsyn fra 1972, har likevel ikke spredningen av CD-spillere, video og hjemme-PC vært spesielt rask. Etter ti år med fjernsyn, dvs. i 1970, var det nærmere 75 prosent som hadde et slikt apparat i hjemmet (Statistisk sentralbyrå 1970). Etter bare 8 år med fargefjernsyn, altså i 1980, var det 65 prosent som hadde tilgang til det. Sett i en slik sammenheng har hjemme-PC-en egentlig hatt en langsom spredning fra de første kom på markedet i begynnelsen på 1980-tallet og fram til i dag. Dette har sannsynlig sammenheng med folks oppfatning av nytteverdien av slikt utstyr i forhold til kostnadene. Gjennomsnittsnordmannen så det nok som viktigere å ha fjernsynsapparat i slutten av 1960-åra enn å ha hjemme-PC i begynnelsen av 1990-åra.

Videospiller er nesten på samme måte som TV-apparat blitt allemannseie, noe som hører med som en del av møblementet. Likevel er det visse forskjeller mellom enkelte grupper. Det er barn, unge og middelaldrende som i størst grad har tilgang til videospiller i husholdningen. Blant personer i alderen 67-79 år er det bare en av fem som har videospiller. Menn har dessuten i noe større grad videospiller enn kvinner. Husholdningsinntekten har også noe å si; andelen blant dem som tjener 500 000 kr eller mer er dobbelt så stor som blant dem som tjener under 100 000 kr. Blant gifte eller samboende med barn i skolealder har hele 84 prosent videospiller, mens andelen bare er 31 prosent blant enslige i alderen 45-79 år. Utdanning og bosted har derimot liten betydning for tilgangen på videospillere.

Tilgangen på CD-spillere og videospillere ligner mye på hverandre. Forskjellen er at tilgangen på CD-spillere er best blant de unge. I aldersgruppen 16-19 år er det hele 92 prosent som har CD-spiller i husholdningen. Det er også flere i tettbygde enn i spredtbygde strøk som har slik spiller. Tilgangen øker dessuten noe med utdanning: Blant folk med universitets- eller høgskoleutdanning på høyere nivå er den 83 prosent, mens den bare er 52 prosent blant dem med utdanning på ungdomsskolenivå. En CD-spiller gjengir plateinnspillingene med god lydkvalitet.

**Figur 32. Andel med ulike radio- og fjernsynstilbud 1980-1995. Prosent**



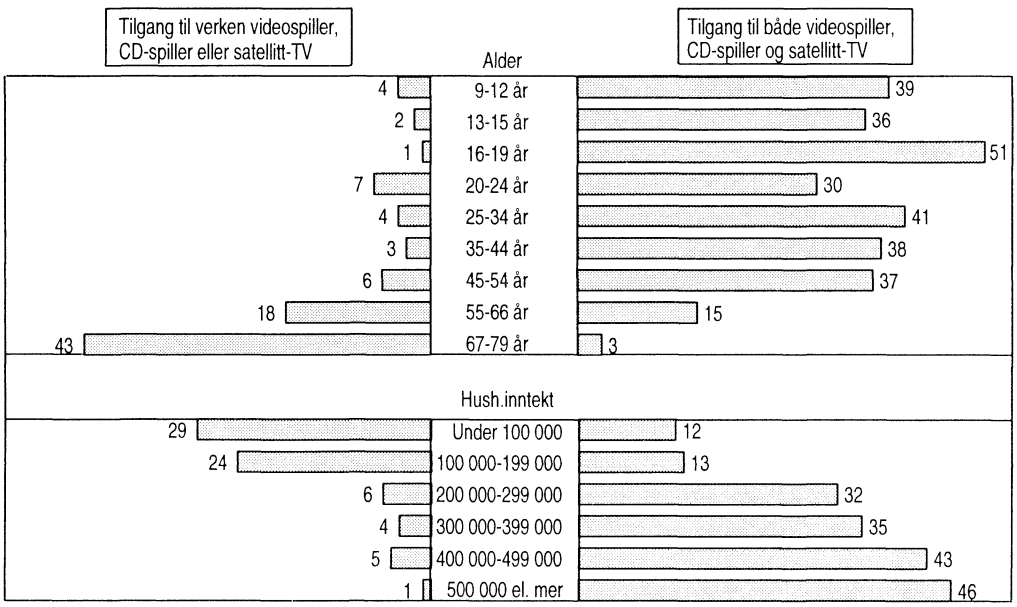

Kilde: Statistisk sentralbyrås NRK- og mediebruksundersøkelser

Muligens er velutdannede mer kvalitetsbevisste enn andre på dette området.

Det er også tydelig at det økende antallet nye radio- og TV-kanaler har hatt godt vekstgrunnlag i befolkningen de siste åra. Nærradio og TV2 har en dekningsgrad på omkring 90 prosent og satellitt-TV når 55 prosent av befolkningen. Svensk TV, som tidligere var det eneste alternativet til NRK for mange, har stagnert i utbredelse og ligger fremdeles godt under 50 prosent. Lokal-TV har heller ikke hatt så sterk vind i seilene de siste åra, og når ca. hver tredje husholdning.

Tilgang til satellitt-TV, dvs. kanaler formidlet via satellitt som f.eks. TVNorge og TV3, er på mange måter nokså jevnt fordelt i befolkningen, både aldersmessig, utdanningsmessig og etter sosioøkonomisk status. Husholdningsinntekten har derimot en viss betydning. Blant dem i den høyeste inntektsgruppen kan 60 prosent se satellitt-TV, blant dem med lavest inntekt er det 40 prosent. Den største forskjellen finner vi likevel når det gjelder bostedsstrøk. Blant dem som bor i byene er det ca. 70 prosent som kan motta satellitt-TV-sendinger. I spredtbygde strøk er andelen bare 37 prosent. Dette har i første rekke sammenheng med utbyggingen av kabelanlegg og prisene på parabolantenner. Kabelutbygging er bare økonomisk forsvarlig i tette boområder. I spredtbygde strøk er derfor parabolantenne den eneste løsningen. Disse er foreløpig i en prisklasse som gjør at mange vegrer seg mot å satse på noe slikt. Dette bekreftes i dataene ved at det ikke er noen forskjell i tilgangen på satellitt-TV mellom dem som har høy og lav husholdningsinntekt i storbyene. I mindre tettbygde og i spredtbygde strøk kan derimot de med høy inntekt i større grad enn andre ta imot satellitt-TV-sendinger på sine skjermer.

**Figur 33. Andel som har tilgang til både videospiller, CD-spiller og satellitt-TV og andel som ikke har noen av delene, etter alder og husholdningsinntekt. 1995. Prosent**



Ved å slå sammen tilgangen til satellitt-TV, videospiller og CD-spiller får vi et mål på hvem som har rik tilgang på ny medieteknologi. Den motsatte ytterlighet er den gruppen som ikke har tilgang til noen av disse nye tilbudene. Alt i alt er det 27 prosent som i 1994 hadde tilgang til alle tre mulighetene, mens 13 prosent ikke hadde noen av dem. En liten overvekt av menn hadde alle tre tilbudene, mens kvinner var noe overrepresentert blant dem som ikke har noen av tilbudene.

Figur 33 viser helt klart at alder og husholdningsinntekt har vesentlig betydning for hvem som skaffer seg denne type teknologi og hvem som ikke gjør det. Det er de unge og de pengesterke som ligger først i løypa når ny teknologi innføres. I tillegg er det en klar forskjell etter sentrum-periferidimensjonen: Den nye teknologien er mye sterkere utbredt i Oslo-området enn på Vestlandet, i Trøndelag og Nord-Norge. Og i storbyene er det 35 prosent som har alle disse tre teknologiske tilbudene i husholdningen, mens det gjelder for bare 20 prosent av dem som bor i spredtbygde strøk.

**Flest unge har PC hjemme**

Hjemme-PC-ens utbredelse følger stort sett det samme mønsteret som de andre typer ny teknologi. Det er de unge, helst guttene, som i størst grad har tilgang til slikt utstyr. Blant gutter i alderen 9-15 år er det 65 prosent som har PC hjemme. Blant kvinner over 66 år er det bare 2 prosent som har PC. Tilgangen øker med økt utdanning og inntekt. Blant personer med utdanning på ungdomsskolenivå er det 23 prosent som har PC, mens andelen er 60 prosent blant dem med høyere universitets- eller høgskoleutdanning. Tallene viser også at personer som bor i Oslo-området i større grad har hjemme-PC enn landsgjennomsnittet. Blant høyere funksjonærer er det 49 prosent som har PC, mens andelen er 30 prosent blant arbeidere og 7 prosent blant pensjonister.

**Foreldres utdanning betyr mye**

Det er forskjell på tilgangen til hjemme-PC blant 9-19-åringer, avhengig av foreldrenes yrke og utdanning. Blant dem som har foreldre med utdanning tilsvarende ungdomsskolenivå, er det ca. 40 prosent som har PC hjemme. Blant dem med foreldre med videregående skole er andelen i overkant av 50 prosent, mens andelen er over 75 prosent blant dem med foreldre som har universitets- eller høgskoleutdanning. Det er m.a.o. en stor forskjell i andelen som har hjemme-PC når foreldrenes utdanning tas med i betraktningen.

Foreldrenes inntekt har også stor betydning for barns og unges PC-tilgang i hjemmet. Blant barn i en husholdning hvor inntekten er 500 000 kr eller mer har over 80 prosent tilgang til PC. Andelen som har PC-tilgang synker temmelig jevnt med synkende inntekt. Bare 23 prosent har tilgang i husholdninger hvor inntekten er mellom 100 000 og 200 000 kr. Blant dem med lav husholdningsinntekt, dvs. under 200 000 kr, er tilgangen blant barna under 50 prosent.

**Hver fjerde har TV-spill hjemme**

Elektroniske spill som kan kobles til fjernsyn, dvs. såkalte TV-spill, har fått en stor utbredelse i de siste 10-15 åra. Muligens vil hjemme-PC-ene, eller det som for tiden kalles multimedia-maskiner, ta over store deler av dette markedet. Både i 1994 og 1995 hadde 24 prosent av alle nordmenn i alderen 9-79 år TV-spill hjemme. Det er m.a.o. en slik maskin i omtrent hvert fjerde norske hjem.

Menn har slike maskiner i noe større grad enn kvinner. Det er gutter i alderen 9-15 år som i størst grad har TV-spill,

med en andel på 65 prosent. Blant jentene i samme aldersgruppe er andelen 49 prosent. I familier med barn i alderen 7-17 år er det 51 prosent som har TV-spill hjemme. Blant enslige i aldersgruppen 45-79 år er det kun 6 prosent som har TV-spill i hjemmet.

## 3.2. Portrett av mediebrukerne

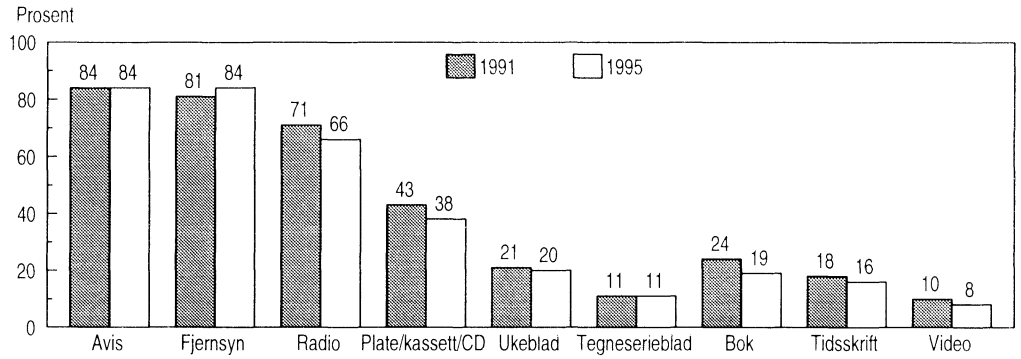
### Mest tid brukes på fjernsyn og radio

Det er aviser, fjernsyn og radio som er de mediene den største andelen nordmenn bruker en gjennomsnittsdag. Deretter følger plater/kassetter/CD-er, ukeblad, bøker, tidsskrift og video. Det vi bruker desidert mest tid på er fjernsyn, fulgt av radio. Den tid vi brukte på TV-seing var i 1995 i overkant av to timer pr. dag. Om dette er mye eller lite kan diskuteres. I forhold til vårt naboland Sverige, er vi omtrent på samme nivå (Nordicom Sverige 1995). I USA, hvor fjernsynet har en lengre historie enn i Skandinavia, har gjennomsnittstiden foran skjermen de siste åra ligget på i overkant av tre timer (Mayer 1993).

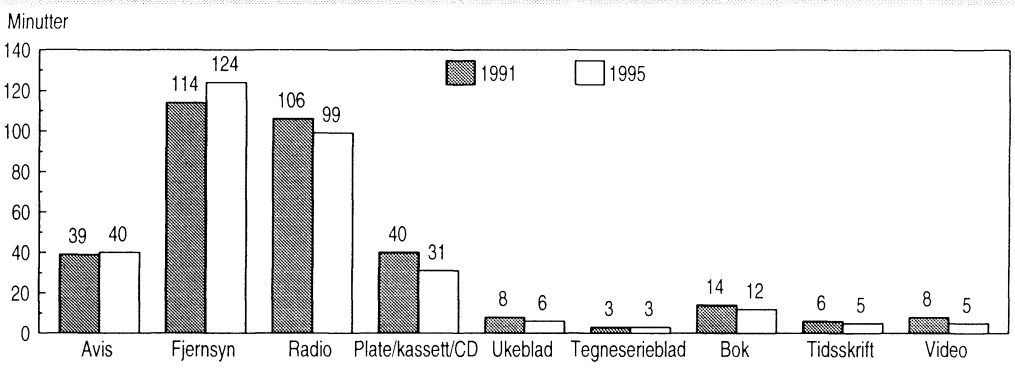
Det er et nokså langt sprang i daglig mediebruk fra radio og fjernsyn ned til aviser og plater/kassetter/CD-er. Bøker kommer deretter. Vi bruker omtrent like mye tid på ukeblad som på tidsskrift og video. Minst tid bruker vi gjennomsnittlig på tegneserieblad. Endringen i mediebruken har vært nokså liten fra 1991 til 1995. Radiolytting har gått noe ned. Det samme har boklesing, og bruk av plater/kassetter/CD-er.

Når vi slår sammen tid brukt til alle medietilbud viser det seg at vi i 1991 brukte 338 minutter, i 1992 305 minutter,

**Figur 34. Andel som har benyttet ulike medier en gjennomsnittsdag i 1991 og 1995. Prosent**




**Figur 35. Gjennomsnittlig tid brukt på ulike medier en gjennomsnittsdag i 1991 og 1995. Minutter**




i 1994 320 minutter og i 1995 325 minutter, dvs. i underkant av 5 1/2 timer. Disse totalminuttene er en hypotetisk konstruksjon, fordi flere av mediene kan brukes samtidig. Dette er derfor ikke noe korrekt mål på hvor mye tid nordmenn i realiteten bruker på medier i løpet av døgnet. Likevel gir de et bilde av endring i mediebruk over tid. Tallene viser at mediebruken har gått nedover siden 1991. Dette har skjedd til tross for en vesentlig økning i tilbudet på fjernsyns- og radiokanaler i disse åra. Det har vært en nedgang i både elektroniske og trykte medier. Elektroniske medier hadde et gjennomsnitt på 268 minutter i 1991. Dette sank til 238 minutter i 1992, steg til 255 minutter i 1994 og videre til 259 minutter i 1995. Legger vi til bruk av hjemme-PC kan vi føye til 10 minutter i 1994 og 9 minutter i 1995. Slike tall ble ikke samlet inn i 1991 og 1992.

Tid brukt til de trykte mediene var 70 minutter i 1991. Denne tiden gikk ned til 67 minutter i 1992, videre ned til 65 minutter i 1994 og var på 66 minutter i 1995. I alt har tid brukt til elektroniske medier sunket med 3 prosent fra 1991 til 1995, mens tiden til trykte medier i samme periode har sunket med 6 prosent.

### Tid brukt til trykte og elektroniske medier henger sammen

Man skulle kanskje tro at de som bruker mye tid til elektroniske medier bruker relativt sett mindre tid til trykte medier. Slik er det ikke. Jo mer tid som brukes til den ene typen medium, jo mer brukes også på den andre typen. Den nedgangen vi finner i tid brukt til trykte medier gjelder helst dem som også bruker liten tid til elektroniske medier. Blant dem som bruker særlig mye tid til elektroniske medier, dvs. 6 1/2 timer eller mer, har det derimot vært en liten økning i den tiden de bruker til trykte medier i de siste åra.

**Tabell 27. Gjennomsnittstid brukt på trykte medier etter tid brukt på elektroniske medier. 1991-1995. Minutter**

| | 1991 | 1992 | 1994 | 1995 |
|---|---|---|---|---|
| Tid brukt på elektroniske medier | | | | |
| 0-99 minutter | 57 | 58 | 49 | 50 |
| 100-199 minutter | 65 | 64 | 59 | 58 |
| 200-299 minutter | 75 | 68 | 67 | 69 |
| 300-399 minutter | 74 | 72 | 74 | 69 |
| 400 minutter eller mer | 81 | 75 | 83 | 84 |

For å få et generelt overblikk over hvem som er de aktive mediebrukerne uansett tilbud kan vi se på den gjennomsnittlige tiden som brukes i ulike grupper. Tabell V5 (i vedlegget) viser tall for alle medietilbud under ett, og for elektroniske og trykte medier hver for seg.

Tabell 27 viser at det er liten forskjell mellom menn og kvinner når det gjelder tid brukt til medier alt i alt. I den grad det er noen forskjell, er det menn som bruker noe mer tid på elektroniske medier. Begge kjønn bruker like lang tid til trykte medier.

### De yngste bruker minst tid

Barna bruker minst tid til medier, både elektroniske og trykte. Unge fra 20-24 år bruker mest tid til medier generelt, i første rekke de elektroniske. Når det gjelder de trykte mediene er det en tendens til stigende bruk med alderen. Bruk av elektroniske medier har ingen klar aldersprofil. Gutter og yngre menn bruker mer tid til elektroniske medier enn jenter/kvinner på samme alderstrinn. Blant de eldre er det kvinnene som bruker mest tid til slike medier.

Fordelingen etter sosioøkonomisk status viser at det er arbeidere, pensjonister og hjemmearbeidende som bruker mest tid til medier. Arbeidere og hjemmearbeidende bruker spesielt mye tid på elektroniske medier, mens pensjonistene bruker mye tid både på elektroniske og trykte medier. Ved siden av pensjonistene er det høyere funksjonærer som i særlig grad bruker tid på de trykte mediene.

Folk med lav utdanning og lav husholdningsinntekt bruker noe mer tid til elektroniske medier enn de med høy utdanning og inntekt. De med høy utdanning bruker derimot mest tid til trykte medier.

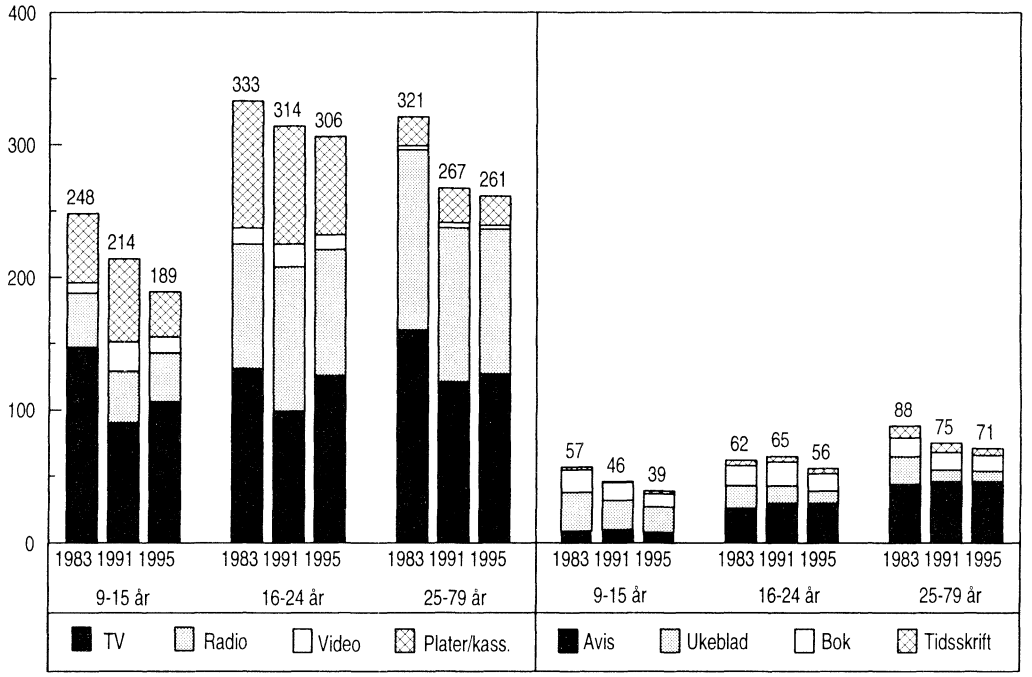
### Mest tid i Nord-Norge

Det er liten forskjell i tiden som brukes til medier landsdelene imellom. Likevel peker folk som bor i Nord-Norge seg ut med å bruke noe mer tid enn de som bor i andre landsdeler. Dette gjelder særlig de elektroniske mediene. I de mest tettbygde områdene av landet brukes det noe mer tid til medier enn i spredtbygde strøk. Dette gjelder både elektroniske og trykte medier.

### Enslige bruker mer tid enn andre

Enslige og eldre gifte eller samboende uten hjemmeværende barn er de som bruker mest tid til massemedier. Minst tid

**Figur 36. Tid brukt til ulike bilde-, lyd- og tekstmedier fordelt på alder i 1983, 1991 og 1995. Minutter**




bruker unge som bor hos sine foreldre og gifte/samboende med barn under skolealder. Disse bruker minst tid både på elektroniske og trykte medier. De som bor alene bruker mest tid, og bruken synker i takt med hvor mange personer som bor i husholdningen. Denne tendensen gjør seg gjeldende både for elektroniske og trykte medier.

Figur 36 gir et overblikk over endringer i ulike aldersgruppers tid brukt på medier fra 1983 og fram til 1995.

Den kraftige nedgangen i TV-seing fra 1983 til 1991 kan skyldes at måletidspunktet i 1983 var i februar, mens det for 1991 og 1995 er et gjennomsnitt for månedene mars, juni, september og desember. Erfaringsmessig er TV-seingen noe høyere om vinteren enn i resten av året. Når det gjelder de andre typer mediebruk er slike sesongforskjeller minimale, slik at måletidspunktet neppe har noen betydning.

Figuren tar utgangspunkt i tre tidspunkt som representerer epoker i medieutviklingen i Norge. I 1983 var TV-sendinger via satellitt et nokså ukjent fenomen. Dette endret seg mye i løpet av 1980-åra og var godt utbygd i 1991. Fra dette året og til 1995 har vi fått det første reelle alternativet til NRKs TV-sendinger i og med at TV2 ble innført høsten 1992.

### Liten endring tross mer omfattende tilbud

Figuren viser at fjernsynsseingen har sunket fra 1983 og til 1991 for alle grupper.

Blant de andre elektroniske mediene har radiolyttingen sunket blant barna. En liten nedgang har det også vært blant de unge og voksne. Videoseingen økte noe blant alle fra 1983 til 1991, men har seinere sunket igjen. Tiden brukt til plater, lydkassetter og CD-plater har holdt seg nokså stabil fra 1983 til 1991, men har gått noe ned i 1995.

Vi ser altså at den elektroniske mediebruken har endret seg forholdsvis lite til tross for de store endringene i tilbudet de siste 10-12 åra.

## Stabil avislesing

Når det gjelder de trykte mediene, har tid brukt til avislesing vært temmelig stabil i alle disse åra i alle aldersgrupper. Også lesing av tidsskrift har holdt seg stabil i perioden. Ukebladlesingen har derimot gått noe ned både fra 1983 til 1991, og videre ned fra 1991 til 1995. Boklesingen har hatt en viss nedgang både blant barn, unge og voksne. Alt i alt har tiden brukt til både elektroniske og trykte medier hatt en synkende tendens fra 1983 og fram til 1995 på alle aldersnivåer.

Foreløpig er ikke hjemme-PC-bruken noen sterk trussel for de andre mediene i befolkningen totalt sett. Den beslaglegger bare 9 minutter gjennomsnittlig pr. dag. Men spesielt blant unge gutter er PC-bruken på klar frammarsj. Mer enn en halv time bruker de på denne typen elektronisk utstyr, like mye som på aviser og atskillig mer enn på video og på bøker.

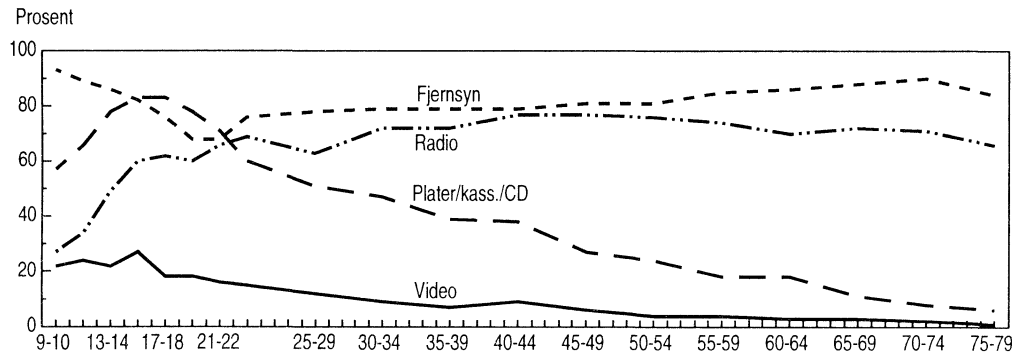
Figurene 37 og 38 viser aldersprofilene for ulike elektroniske og trykte medier. Disse profilene er til dels ganske forskjellige fra medium til medium.

## Plater og kassetter for de unge, radio for de voksne

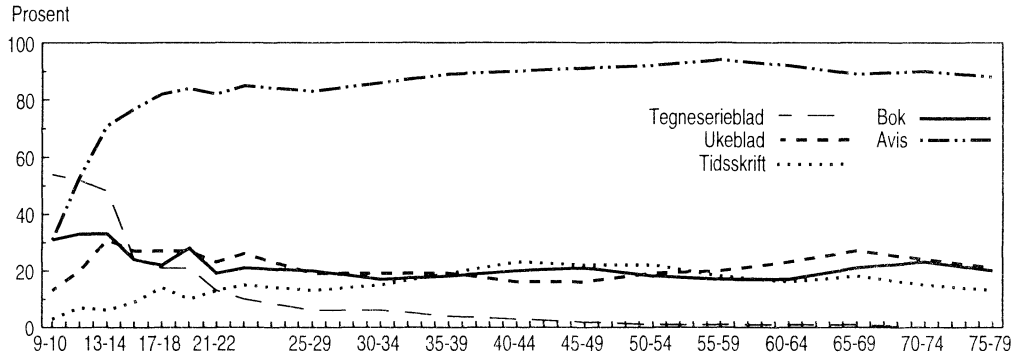
Video og lydavspillingsutstyr appellerer mest til barn og unge. Bruken av disse mediene synker jevnt fra ca. 20-årsalderen. Radiolyttingen øker derimot fram til ca. 24-årsaldereren. Deretter holder den seg stabil i alle aldersgrupper. Fjernsynet har sin mest trofaste seerskare blant de yngste, men har en klar svikt blant de eldste ungdommene. Deretter er andelen stabil og øker faktisk noe helt fram til pensjonsalderen.

Avisleserne har en aldersfordeling som ikke er ulik radiolytternes. Andelen avislesere er lav blant barna og øker kraftig opp til ca. 20-årsalderen. Deretter holder den seg på et stabilt høyt nivå. Bladene er mest populære blant barn og yngre ung-

**Figur 37. Andel som har brukt ulike elektroniske medier en gjennomsnittsdag, etter alder. 1991, 1992 og 1994. Prosent**



**Figur 38. Andel som har brukt ulike trykte medier en gjennomsnittsdag, etter alder. 1991, 1992 og 1994. Prosent**




dom. Deretter er det en jevn nedgang fram til ca. 30-årsalderen. Fra da av er andelen bladlesere ganske stabil i resten av aldersgruppene. Tidsskriftene har høyest andel lesere i aldersgruppene fra ca. 35-60 år, med et lavere nivå både blant eldre og yngre. Boklesingens aldersskurve ligner bladenes, med høyest nivå blant barn og unge. Fra ca. 21-årsalderen holder den seg på samme nivå oppover i aldersgruppene.

## Avislesing og radiolytting hører sammen

Det er sammenheng mellom andel brukere av de ulike medietilbudene. Tabell 28 viser at den sterkeste korrelasjonen finner vi mellom radiolytting og avislesing, en korrelasjon på 0,51, og mellom avislesing og lesing av tidsskrifter; 0,48. Det betyr at avislesere med nokså stor sannsynlighet også leser tidsskrifter og hører radio samme dag.

Derimot er det langt mindre sannsynlig at en gjennomsnitts avisleser også ser på video. Det er den klareste negative korrelasjonen mellom to medier. Dette har sannsynligvis sammenheng med at det er de yngre aldersgrupper som i størst grad ser på video. Disse leser i mindre grad aviser enn de voksne. På den annen side er det nokså sterk korrelasjon mellom videobruk og bruk av plater/kassetter/CD-er. Det samme gjelder bruk av plater/kassetter/CD-er og hjemme-PC. Her er

**Tabell 28. Gammakorrelasjon mellom bruk av ulike medietilbud. Alle i utvalget 1994**

| | Plate/kassett/CD | Fjernsyn | Avis | Video | Tidsskrift | Ukeblad | Bok | Hjemme-PC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Radio | -0,12 | 0,20 | 0,51 | -0,12 | 0,32 | 0,02 | -0,05 | 0,06 |
| Plate/kassett/CD | | -0,05 | -0,19 | 0,35 | -0,01 | 0,24 | 0,08 | 0,34 |
| Fjernsyn | | | 0,06 | 0,02 | 0,15 | 0,25 | 0,12 | 0,08 |
| Avis | | | | -0,29 | 0,48 | -0,06 | 0,03 | -0,01 |
| Video | | | | | -0,03 | 0,27 | -0,02 | 0,29 |
| Tidsskrift | | | | | | -0,08 | 0,24 | 0,31 |
| Ukeblad | | | | | | | 0,06 | 0,01 |
| Bok | | | | | | | | 0,20 |

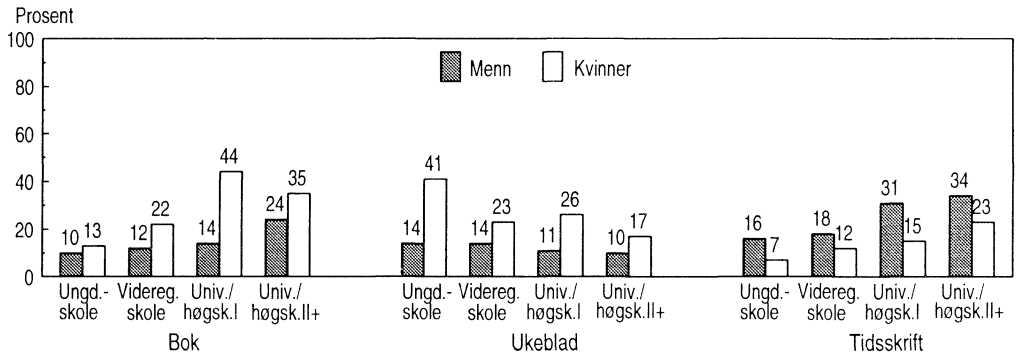
det igjen de unge som er aktive på flere fronter.

Generelt sett finner vi to grupper av mediebrukere. Den ene gruppen retter seg inn mot underholdningsmediene plater, video og ukeblad, mens den andre gruppen retter seg inn mot informasjonsmediene tidsskrift, radio, aviser og bøker. At PC-bruken står sterkt i begge grupper har naturlig nok sammenheng med PC-ens allsidighet, både som underholdningsmaskin og informasjonsgenerator. Det ser derfor ikke ut til at bruken av ny medie- og informasjonsteknologi står i motsetning til lesing av trykte medier, det ene utelukker ikke det andre. Men tradisjonell lesing som tidsfordriv vil likevel ha en utfordrer i TV-spill og CD-ROM (Adoni 1995).

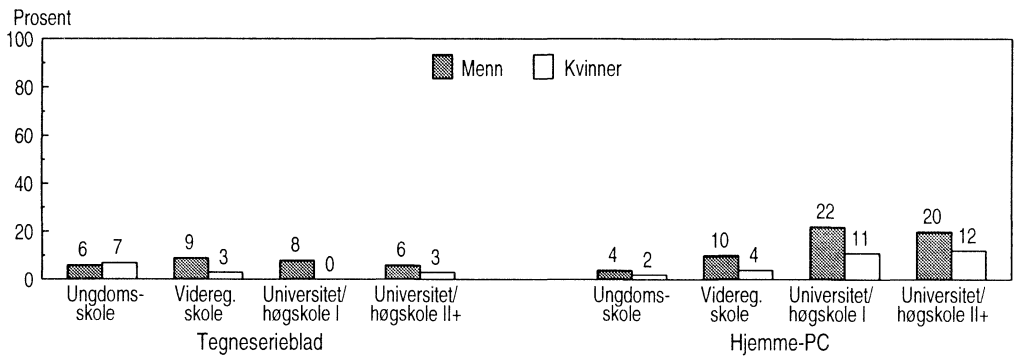
## Kvinner leser ukeblad og bøker, menn leser tidsskrift

Resultatene for 1995-undersøkelsen viser at det er en større andel bok- og ukebladlesere blant kvinner, mens menn i større grad er tidsskriftlesere. Har dette sammenheng med at kvinner generelt sett har noe lavere utdanning, eller er forskjellene like store i alle utdanningsgrupper?

**Figur 39. Andel som leser bøker, ukeblad og tidsskrift en gjennomsnittsdag, etter kjønn og utdanning (16-79 år). 1995. Prosent**




**Figur 40. Andel som bruker tegneserieblad og hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn og utdanning (16-79 år). 1995. Prosent**



**Tabell 29. Andel som har benyttet ulike massemedier en gjennomsnittsdag blant dem som har og dem som ikke har tilgang til satellitt-TV i ulike grupper. 1991, 1992 og 1994. Prosent**

| | Radio | Plate/kassett/CD | Fjernsyn | Avis | Video | Tidsskrift | Ukeblad | Bok |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Har satellitt-TV | 66 | 45 | 83 | 85 | 9 | 17 | 28 | 22 |
| Har ikke satelitt-TV | 69 | 39 | 80 | 84 | 10 | 15 | 28 | 20 |

Som hovedregel holder disse tendensene seg også når vi kontrollerer for utdanningsnivå. Verd å merke seg er at boklesing blant menn er spesielt lav i forhold til kvinner i den nest høyeste utdanningsgruppen. Når det gjelder tidsskrift er forskjellen noe mindre blant dem med høyest utdanning enn på lavere utdanningsnivåer, men den er fremdeles til stede. Forskjellen i ukebladlesing er tydelig på alle utdanningsnivåer.

Ser vi på tegneserieblad og hjemme-PC, der menn generelt sett er større brukere enn kvinner, holder også denne forskjellen seg stort sett på alle utdanningsnivåer.

### Liten forskjell i mediebruken med og uten satellitt-TV

Med referanse til USA har mange påpekt at det økende antall kanaler som nordmenn etter hvert kan ta inn på TV-skjermene sine vil føre til at en stadig større del av fritiden tilbringes foran skjermen og at en synkende del av tiden brukes til andre fritidsaktiviteter.

I tabell 29 skiller vi mellom dem som kan ta inn satellitt-TV, dvs. har mulighet til å se et stort antall kanaler som til dels sender døgnkontinuerlig, og dem som ikke kan det.

Det har generelt liten betydning for andelen som bruker de ulike mediene om man har tilgang til satellitt-TV eller ikke. De som har satellitt-TV hører i noe større grad på plater/kassetter/CD-er og i noe mindre grad på radio. Det er dessuten en litt større andel TV-seere blant dem enn blant dem uten satellitt-TV. I tillegg er det slik at de som har satellitt-TV i minst like stor grad leser bøker og tidsskrift som de som ikke har denne muligheten.

## 3.3. Mediebruk over året, uka og døgnet

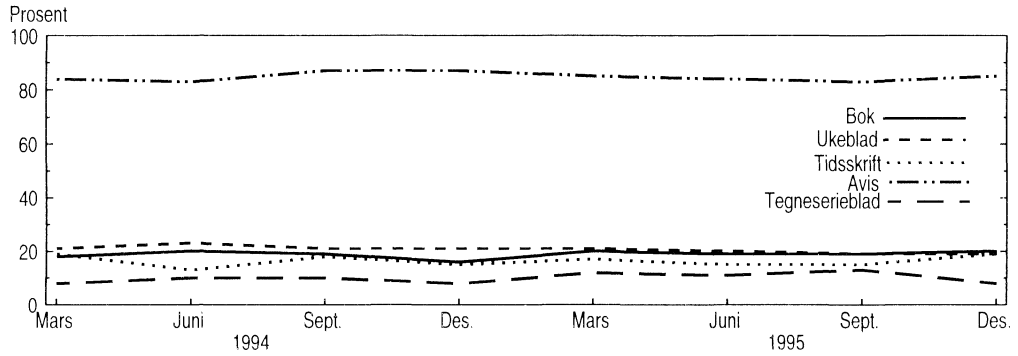
### Årstidsvariasjoner betyr lite for mediebruken

Man skulle kanskje vente at variasjonene i årstid ville bety en del for folks mediebruk. Vinteren og høsten burde være toppsesong for innendørs aktiviteter som lesing, radiolytting og fjernsynsseing, mens utendørsaktivitetene om sommeren skulle gå ut over mediebruken. Dette er ikke tilfelle.

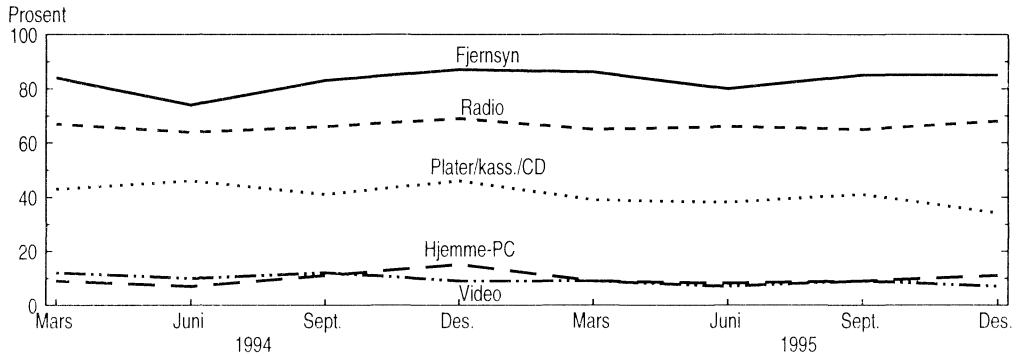
Andelen som bruker trykte medier varierer temmelig lite fra sesong til sesong. I perioden fra mars 1994 til desember 1995 har det vært en viss variasjon i bruken mellom de åtte målingene, men det er ikke mulig å knytte dette til sesong eller årstidsvariasjoner. Det er heller ikke for noen av mediene noen klar nedgang eller stigning i andelen brukere i denne perioden. Bruken av disse trykte mediene kan derfor sies å være temmelig stabil.

Heller ikke når det gjelder elektroniske medier er endringene store årstidene imellom. Det eneste mediet hvor det er en nokså tydelig sesongvariasjon er fjernsynet. I juni måned er andelen fjernsynsseere noe lavere enn ellers i året.

**Figur 41. Andel som har brukt trykte medier i ulike perioder av åra 1994 og 1995. Prosent**




**Figur 42. Andel som har brukt elektroniske medier i ulike perioder av åra 1994 og 1995. Prosent**




Forskjellen er likevel ikke dramatisk. Mer enn tre av fire nordmenn ser også på fjernsyn i den lyse årstid, hvis vi ser bort fra selve feriemåneden juli. Ifølge en undersøkelse gjennomført første uka i fellesferien (Vaage 1988), var det 53 prosent som så på fjernsyn en gjennomsnittsdag i denne perioden. Blant de som var hjemme i denne perioden var det 66 prosent som så på fjernsyn.

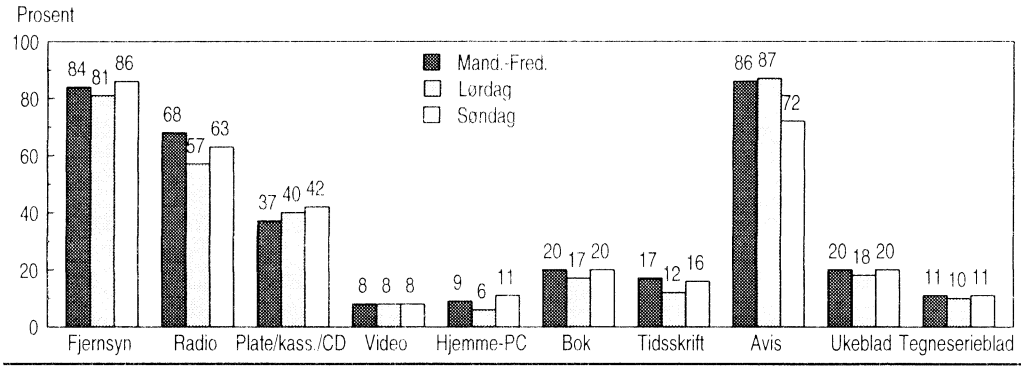
## Mediebruken noe annerledes på lørdager

Strukturen i mediebruken over uka har endret seg lite de seinere åra (Vaage 1996). Lørdagene er noe annerledes enn de andre dagene. Det er den dagen andelen mediebrukere er lavest for de fleste medier. Aviser er et klart unntak her, på grunn av det lave antallet aviser med søndagsutgaver i Norge. Andelen avislesere på søndag har likevel økt betydelig de seinere åra fra 59 prosent i 1991 til 72 prosent i 1995. Dette er den eneste helt klare endringen som kan påvises i medievanene over uka i denne perioden blant befolkningen generelt.

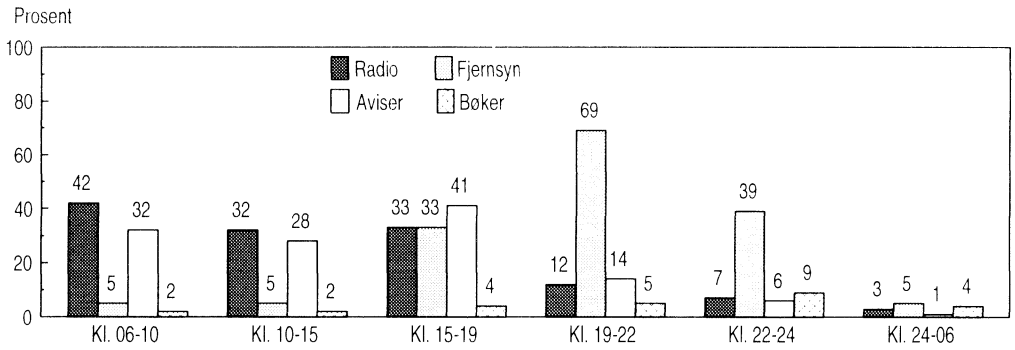
## Mindre radiolytting om morgenen

Lite har endret seg de siste åra når det gjelder nordmenns mediebruk i ulike perioder av døgnet. Den eneste tydelige

**Figur 43. Andel brukere av forskjellige massemedier på ulike dager i uka. 1995. Prosent**




**Figur 44. Andel som bruker forskjellige massemedier i ulike perioder av døgnet. 1995. Prosent**




endringen er at radiolyttingen har gått noe nedover i perioden fra kl. 06 til 10 om morgenen, fra en andel på 49 prosent i 1991 til 42 prosent i 1995.

Kvelden er i figur 44 delt i to perioder, før og etter kl. 22. Blant barn under 13 år er det mer enn 60 prosent som ser på fjernsyn mellom kl. 19 og 22, mens under 10 prosent ser mellom kl. 22 og 24. Blant de i alderen 13-15 år er det derimot hele 41 prosent som ser fjernsyn mellom kl. 22 og 24.

Mediebruken fordeler seg noe forskjellig over døgnet på de forskjellige ukedager.

Det som særlig peker seg ut er at andelen avislesere og radiolyttere om morgenen er lavere i helgene enn på de andre ukedagene. Andelen fjernsynsseere er derimot høyere midt på dagen og om natten i helgene enn ellers i uka. Det er likevel kun 10 prosent som ser fjernsyn mellom kl. 10 og 15 på lørdager og 9 prosent ser på fjernsyn mellom kl. 24 og 06 natt til søndag. Mens 10 prosent leser bøker mellom kl. 22 og 24 de andre dagene i uka, er det bare halvparten så stor andel som bruker tiden til slikt på lørdagskvelden.

Alt i alt viser resultatene fra undersøkelsene at mediebruk som mye annen tids-

nytting er en atferd som er knyttet til levevaner generelt, til ukentlige gjøremål og oppgaver og til døgnrytme. Vaner har en tendens til å vedvare over tid og endre seg sakte, særlig når vi ser på grupper av mennesker. Det kreves store forandringer i de materielle forholdene før godt innarbeidede vaner skal endre seg betydelig.

## 3.4. Egenaktivitet i mediene

Ved siden av å være mediekonsumenter, har folk også i en viss grad selv mulighet til å forme innholdet i mediene. Dette varierer selvsagt fra medium til medium. Noe av argumentasjonen for innføringen av lokal-TV og lokalradio på slutten av

**Tabell 30. Deltakere i ulike medieaktiviteter de siste to åra, i alt og i ulike befolkningsgrupper. 1994. Prosent**

| | Vært med på å lage | | Blitt intervjuet eller deltatt aktivt i | | | | | Blitt intervjuet i | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Nær-radio-prog. | Nær-TV-prog. | Nær-radio-prog. | NRK-radio-prog. | Lokal-TV-prog. | NRK-TV-prog. | Annen TV-kanal | Lokal-avis | Annen avis |
| Alle | 3 | 1 | 10 | 5 | 2 | 2 | 1 | 16 | 6 |
| Menn | 4 | 2 | 13 | 6 | 3 | 3 | 2 | 19 | 9 |
| Kvinner | 2 | 1 | 7 | 4 | 2 | 2 | 1 | 14 | 4 |
| 9-15 år | 4 | 1 | 11 | 3 | 3 | 3 | 2 | 19 | 4 |
| 16-24 år | 5 | 2 | 13 | 5 | 3 | 4 | 2 | 15 | 7 |
| 25-44 år | 4 | 1 | 10 | 5 | 3 | 2 | 1 | 19 | 8 |
| 45-66 år | 1 | 1 | 9 | 6 | 2 | 2 | 1 | 16 | 5 |
| 67-79 år | 2 | 1 | 4 | 4 | 2 | 1 | 1 | 8 | 2 |
| Ungdomsskole | - | 1 | 7 | 2 | 3 | 2 | 2 | 10 | 4 |
| Gymnasnivå | 2 | 1 | 10 | 5 | 2 | 2 | 1 | 15 | 5 |
| Universitet/høgskole I | 3 | 2 | 9 | 6 | 5 | 3 | 1 | 21 | 8 |
| Universitet/høgskole II+ | 4 | 0 | 14 | 13 | 1 | 5 | 2 | 23 | 13 |

| | Skrevet leserbrev til | | | Skrevet artikler/større bidrag til | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Avis | Ukeblad | Tidsskrift/ foreningsblad | Avis | Ukeblad | Tidsskrift/ foreningsblad | Bøker |
| Alle | 5 | 1 | 3 | 2 | 0 | 4 | 1 |
| Menn | 6 | 0 | 4 | 3 | 0 | 5 | 1 |
| Kvinner | 4 | 1 | 2 | 1 | 0 | 3 | 1 |
| 9-15 år | 5 | 1 | 2 | 2 | 0 | 1 | 0 |
| 16-24 år | 5 | 1 | 2 | 2 | 0 | 3 | 0 |
| 25-44 år | 4 | 0 | 3 | 2 | 0 | 5 | 1 |
| 45-66 år | 6 | 0 | 4 | 2 | 0 | 5 | 1 |
| 67-79 år | 9 | 0 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| Ungdomsskole | 3 | 0 | 1 | 2 | 0 | 2 | 0 |
| Gymnasnivå | 5 | 1 | 3 | 2 | 0 | 3 | 0 |
| Universitet/høgskole I | 7 | 1 | 3 | 2 | 1 | 6 | 3 |
| Universitet/høgskole II+ | 8 | 0 | 6 | 4 | 0 | 12 | 3 |

1980-tallet, var nettopp at den vanlige mann og kvinne i større grad skulle kunne være med å forme medieinnholdet.

Svarene i 1994-undersøkelsen viser at et mindretall av befolkningen på en eller annen måte har kommet til orde i massemediene i løpet av en toårsperiode. Det er også en nokså liten gruppe som har vært aktivt med på å lage nærradio- eller nær-TV-program. Derimot er det en av ti som har blitt intervjuet eller deltatt aktivt i et nærradioprogram. I tillegg har 16 prosent blitt intervjuet i lokalavisen og 6 prosent i en annen avis. Hver 20. person har skrevet leserbrev til en avis. Selv om disse andelene stort sett er ganske lave, gir de likevel uttrykk for at en relativt stor gruppe mennesker i samfunnet vårt har vært medspillere i medieinnholdet.

**De mest aktive er menn og de med høy utdanning**

Tallene viser likevel at dette engasjementet ikke er jevnt fordelt i befolkningen. Hvis vi ser bort fra de eldste, er fordelingen aldersmessig ganske jevn. Kjønns- og utdanningsmessig er derimot fordelingen nokså ulik. Menn er mer aktive på de fleste felter og de med høy utdanning kommer oftere til orde i mediene enn andre.

Slår vi sammen alle de forskjellige aktivitetene som det ble spurt om i undersøkelsene, viser det seg at omtrent en tredjedel av befolkningen på en eller annen måte har deltatt i mediene i løpet av de to siste åra. Også når vi ser på disse totaltallene er det menn som peker seg ut som de mest aktive. Blant dem har 36 prosent deltatt i mediene, mens andelen blant kvinner er på 26 prosent.

Aldersmessig er de unge oftest aktive. I aldersgruppen 13-15 år er det hele 45 prosent som sier at de på en aller annen måte har vært med på å forme medieinnholdet. I gruppen 67-79 år er andelen 18 prosent. Utdannings- og inntektsmessig er det også klare skiller. Over dobbelt så mange både blant dem med høy inntekt og høy utdanning har vært aktive i forhold til dem som har lav utdanning og lav inntekt. Blant arbeidere er andelen 24 prosent, mens den er på 39 prosent blant høyere funksjonærer og blant selvstendig næringsdrivende. Det er derimot liten forskjell å finne mellom befolkningen i ulike landsdeler og mellom de som bor i de store byene og de som bor i spredtbygde strøk.

Trekker vi derimot ut den aktiviteten som kanskje er mest krevende i denne sammenhengen, det å skrive brev eller artikler med ønske om å få det på trykk, er forskjellene mer markante. 11 prosent har gjort dette i løpet av de to siste åra. Blant dem med utdanning på ungdomsskolenivå er det 5 prosent som har skrevet noe til mediene, andelen er 24 prosent blant dem med høyere universitets- eller høgskoleutdanning. På dette punktet finner vi også en forskjell når det gjelder bosted. 16 prosent i storbyene og 9 prosent i spredtbygde strøk har skrevet leserinnlegg eller artikler til mediene i løpet av de to siste åra.

# 4. Fokus på de enkelte medier

## 4.1. Fjernsynsseing

### Norskspråklige kanaler helt dominerende

NRK har i mange år nærmest vært eneråde formidler av fjernsynssendinger til det norske folk. Dette har endret seg drastisk de seinere åra. NRKs andel av potensielle seere pr. dag har sunket fra 74 prosent i 1991 til 62 prosent i 1995. Andre kanaler har derimot hatt en økning i andelen seere fra 24 til 65 prosent i det samme tidsrommet. Tallene for nordmenns TV-kanalvalg 1995 viser altså at NRK nå har lavere andel seere enn de andre kanalene samlet. TV2, som ble introdusert høsten 1992, klarer alene å fange opp 55 prosent av befolkningen en gjennomsnittsdag.

**Tabell 31. Valg av TV-kanal en gjennomsnittsdag, etter kjønn og alder. 1995. Prosent**

| | NRK | Annet enn NRK | TV2 | Satellitt-TV | TVN | TV3 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle ..... | 62 | 65 | 55 | 20 | 14 | 9 |
| Menn | | | | | | |
| 9-15 år .. | 49 | 74 | 61 | 28 | 11 | 24 |
| 16-24 år .. | 40 | 73 | 62 | 20 | 12 | 12 |
| 25-44 år .. | 61 | 64 | 56 | 17 | 12 | 10 |
| 45-66 år .. | 73 | 69 | 56 | 20 | 15 | 7 |
| 67-79 år .. | 82 | 71 | 61 | 18 | 15 | 4 |
| Kvinner | | | | | | |
| 9-15 år .. | 46 | 79 | 62 | 30 | 13 | 21 |
| 16-24 år .. | 43 | 68 | 60 | 30 | 26 | 9 |
| 25-44 år .. | 59 | 60 | 50 | 16 | 13 | 7 |
| 45-66 år .. | 71 | 58 | 49 | 18 | 12 | 8 |
| 67-79 år .. | 78 | 63 | 54 | 21 | 18 | 6 |

Av enkeltkanaler som bare kan formidle signalene via satellitt, er det TVNorge som ligger best an med 14 prosent oppslutning. Blant dem som kan ta inn satellittsendinger på sine fjernsyn er det 60 prosent som ser NRK, mens 72 prosent ser andre kanaler. I denne gruppen har TVNorge en seerandel på 24 prosent. Det er de norskspråklige kanalene som totalt dominerer markedet, til tross for at svært mange TV-seere har en rekke utenlandske kanaler å velge mellom.

### Barn og unge velger helst andre kanaler enn NRK

De forskjellige aldersgruppene velger nå i større grad å se på de samme fjernsynskanalene enn de gjorde tidligere. Det er likevel fremdeles klare forskjeller. Blant barn er det bare ca. halvparten som velger NRK når de ser fjernsyn, blant ungdom bare omtrent 40 prosent. Dette gjelder både gutter og jenter. De eldre er

mer trofaste overfor Marienlyst. I aldersgruppen 67-79 år velger omtrent 8 av 10 å se på NRK. TV2 har en jevnere aldersmessig fordeling i sin seermasse.

Når barn og unge i mindre grad enn andre ser NRK, er noe av forklaringen at de ser mindre på fjernsyn enn sine foreldre. Dessuten er det slik at de i større grad velger satellittfjernsyn og TV2. Blant både gutter og jenter i alderen 9-15 år ser ca. 30 prosent satellitt-TV en gjennomsnittsdag. Særlig er det TV3 som blir foretrukket i denne aldersgruppen. Generelt sett har TV3s publikum et sterkere innslag av barn og unge enn av voksne, mens TVNorge har en jevnere dekning i alle aldersgrupper, både blant menn og kvinner.

Det er ikke så store forskjeller i kanalvalg mellom personer med ulikt utdanningsnivå. Både NRK og TV2 har en nokså jevn sammensetning av seere etter utdanning. Satellittkanalene har derimot en større andel seere med lav utdanning. Særlig gir dette seg utslag blant TV3s seere. Blant personer med bare ungdomsskoleutdanning var seerandelen på 11 prosent i 1995. Blant personer med høyere universitets- eller høgskoleutdanning var andelen på 4 prosent.

### Nyheter, serier og sport

To av tre ser TV-nyheter på en gjennomsnittsdag, menn i noe større grad enn kvinner i de fleste aldersgrupper. Det er voksne og i særlig grad de eldre som får med seg nyhetene. Barn og unge ser til gjengjeld mer på TV-serier enn voksne, jenter noe mer enn gutter. Spille- og TV-filmer er populært i de fleste aldersgrupper og blant begge kjønn, men i noe mindre grad blant de eldre.

**Tabell 32. Valg av type TV-program en gjennomsnittsdag blant TV-seere, etter kjønn og alder. 1994. Prosent**

| | | 9-15 år | | 16-24 år | | 25-44 år | | 45-66 år | | 67-79 år | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Alle | Menn | Kvinner | Menn | Kvinner | Menn | Kvinner | Menn | Kvinner | Menn | Kvinner |
| Nyheter | 67 | 24 | 20 | 45 | 48 | 76 | 65 | 87 | 87 | 97 | 88 |
| TV-serier | 28 | 38 | 47 | 34 | 40 | 20 | 27 | 25 | 25 | 16 | 24 |
| Spille-/TV-filmer | 25 | 29 | 26 | 28 | 28 | 27 | 26 | 23 | 17 | 13 | 23 |
| Sport | 24 | 30 | 15 | 28 | 14 | 33 | 17 | 32 | 20 | 32 | 17 |
| Barne-/ungdomsprogram | 13 | 32 | 41 | 7 | 13 | 12 | 14 | 3 | 8 | 5 | 8 |
| TV-debatter | 10 | 2 | 0 | 5 | 6 | 9 | 11 | 12 | 13 | 16 | 18 |
| Spørrekonkurranser | 7 | 13 | 8 | 3 | 8 | 5 | 4 | 10 | 8 | 14 | 11 |
| Annen underholdning | 27 | 23 | 24 | 24 | 23 | 31 | 24 | 22 | 30 | 22 | 43 |
| Samfunnsinformasjon | 8 | 9 | 2 | 6 | 7 | 8 | 8 | 7 | 13 | 19 | 11 |
| Naturinformasjon | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 7 | 6 | 11 | 12 |
| Kulturinformasjon | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 3 | 7 | 4 | 5 | 4 |
| Teknikk/vitenskap | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 0 | 1 | 1 | 4 | 5 |
| Annet info.program | 6 | 4 | 2 | 4 | 6 | 6 | 6 | 5 | 11 | 13 | 3 |
| Musikkvideo/popprogram | 3 | 4 | 6 | 11 | 7 | 2 | 1 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| Fjernsynsteater | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 2 | 0 | 1 |
| Klassisk musikk | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 2 |
| Religiøse program | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 1 |
| Ballett/opera/musikal | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |
| Annet program | 6 | 7 | 6 | 4 | 8 | 8 | 3 | 5 | 4 | 1 | 12 |

En av fire ser TV-sport en gjennomsnittsdag. Dette er omtrent like populært på alle alderstrinn, men andelen seere er nesten dobbelt så stor blant menn som blant kvinner. Barne- og ungdomsprogram har naturlig nok sitt største publikum blant de yngste, helst blant jentene. Det er også tydelig at en del av småbarnsforeldrene får med seg disse programmene. TV-debattene har størst publikum blant de voksne og særlig de eldre. Det samme gjelder til dels spørrekonkurransene, mens underholdning ellers samler alle grupper i omtrent like stor grad.

De eldre er de ivrigste seerne av ulike typer informasjonsprogram. Når det gjelder musikkvideoer og popprogram er det barn og unge som følger mest med. Når det gjelder fjernsynsteater, klassisk musikk, ballett/opera/musikal og religiøse program, er seerskaren svært liten. Dette kan dels skyldes interessen, men det er også slik at svært liten sendetid ofres på denne type program.

Generelt sett er det ikke så store forskjeller i programvalg mellom de ulike utdanningsgruppene. De med høy utdanning ser noe mer enn andre på nyhetsprogram og mindre på konkurranser og annen underholdning. Ellers er programprioriteringen i hovesak den sammen uansett utdanning.

## Ser mest nyheter i de fleste kanaler

Tabell 33 viser hva seerne til de forskjellige kanaler velger å se på. Dette har selvsagt sammenheng med hva de ulike kanalene faktisk sender. Totalt sett uttrykker tabellen at spådommen om at de kommersielle kanalene kun ville formidle de brede program, med hovedvekt på underholdning og populære serier, neppe har slått helt til. Både TV2 og TVNorge for-

**Tabell 33. Andeler som har sett ulike typer TV-program, etter TV-kanal. 1994. Prosent**

| | Alle | NRK | Andre enn NRK | TV2 | TV-Norge | TV3 | Svensk TV | TV4 | Andre TV-kanaler |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Sport | 24 | 27 | 26 | 28 | 19 | 13 | 41 | 29 | 42 |
| Nyheter | 67 | 78 | 66 | 73 | 63 | 46 | 80 | 39 | 59 |
| Debatt | 10 | 11 | 11 | 12 | 13 | 9 | 9 | 7 | 5 |
| Samfunnsinformasjon | 9 | 10 | 8 | 9 | 9 | 7 | 17 | 0 | 10 |
| Kulturinformasjon | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 |
| Teknikk | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 3 | 0 | 1 |
| Natur | 5 | 7 | 5 | 6 | 3 | 2 | 12 | 4 | 6 |
| Annen informasjon | 6 | 7 | 6 | 7 | 8 | 9 | 12 | 3 | 5 |
| TV-teater | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 |
| Ballett | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 3 | 4 | 2 |
| Spille-/TV-film | 25 | 22 | 29 | 27 | 32 | 43 | 32 | 44 | 38 |
| Serier | 28 | 25 | 35 | 36 | 39 | 42 | 23 | 32 | 20 |
| Popmusikk | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 7 | 17 |
| Seriøs musikk | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 3 | 0 | 1 |
| Konkurranser | 7 | 8 | 8 | 7 | 19 | 6 | 9 | 17 | 7 |
| Annen underholdning | 27 | 30 | 29 | 29 | 42 | 29 | 32 | 29 | 29 |
| Barne-/ungdomsprogram | 13 | 15 | 12 | 13 | 8 | 12 | 4 | 17 | 15 |
| Religiøse program | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Andre program | 6 | 5 | 6 | 5 | 6 | 9 | 8 | 0 | 13 |

midler nyheter til minst to tredjedeler av seerne sine en gjennomsnittsdag. De formidler også debatter, samfunnsinformasjon og annen type informasjon, dvs. det man kaller smale program, i nesten samme grad som NRK gjør. I tillegg får en betydelig del av seerne på alle kanalene med seg sportsprogram. TV2 er her på høyde med NRK.

Det er heller ikke så store forskjellen i det seerne får med seg når det gjelder barne- og ungdomsprogram rent tallmessig sett. Men det er likevel grunn til å anta at det NRK formidler av slike program i større grad er hjemmeproduserte og spesielt tilrettelagt for egne seere, mens de kommersielle kanalene kjører mer på innkjøpte serier.

Det er likevel tydelig at de kommersielle kanalene har en høyere andel seere når det gjelder spille- og TV-filmer og serier, f.eks. såkalte såpeoperaer, som vel er det mest markante kjennemerket ved kommersielle TV-kanaler, i tillegg til selve reklamen. Verd å merke seg er de store seerandelene TVNorge har når det gjelder konkurranser og annen form for underholdning. Dette har vært kanalens store satsingsfelt.

## 4.2. Radiolytting

Som vi har sett har radiolyttingen gått noe ned de siste åra, til tross for at vi har fått stadig flere nærradiokanaler og P4 som en ny riksdekkende kanal. NRK har i tillegg fått P3 som for tiden retter seg mest inn mot ungdommen og de sportsinteresserte.

### De unge svikter, de eldre er trofaste til NRK P1

NRK har fortsatt en sterk og dominerende posisjon blant radiolyttende nordmenn. Hovedkanalen P1 har likevel hatt en klar nedgang i andelen lyttere de siste åra, fra godt over 40 prosent av befolkningen i 1991 til 30 prosent i 1995. NRK har økt sitt tilbud til tre kanaler i denne perioden. Totalt sett har likevel lytterandelen gått ned fra 57 til 45 prosent. I tillegg har NRKs P1 en aldersmessig profil hvor de unge svikter mens de eldre er trofaste. Den samme profilen har NRKs

**Tabell 34. Andeler som har lyttet til ulike radiokanaler, etter kjønn og alder. 1995. Prosent**

| | NRK/P1 | NRK/P2 | NRK/P3 | NRK totalt | P4 | Nærradio | Andre kanaler |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle | 30 | 8 | 13 | 45 | 21 | 15 | 1 |
| Menn | | | | | | | |
| 9-15 år | 9 | 4 | 13 | 25 | 10 | 6 | 0 |
| 16-24 år | 9 | 2 | 31 | 38 | 20 | 18 | 2 |
| 25-44 år | 25 | 8 | 23 | 46 | 31 | 16 | 2 |
| 45-66 år | 47 | 12 | 9 | 59 | 21 | 23 | 1 |
| 67-79 år | 48 | 11 | 2 | 52 | 3 | 6 | 2 |
| Kvinner | | | | | | | |
| 9-15 år | 4 | 1 | 18 | 26 | 16 | 3 | 0 |
| 16-24 år | 7 | 3 | 30 | 40 | 35 | 21 | 1 |
| 25-44 år | 26 | 8 | 9 | 37 | 28 | 15 | 1 |
| 45-66 år | 49 | 9 | 1 | 56 | 13 | 16 | 2 |
| 67-79 år | 48 | 8 | 3 | 54 | 4 | 6 | 1 |

P2. At P3 når sine definerte målgrupper, dvs. de unge, er ikke nok til å hindre at NRK totalt sett har en lytterandel som øker med alderen. Den kommersielle kanalen P4 har hatt som målsetting å nå både yngre voksne og middelaldrende. De ser ut til å ha lykkes med det, men det er fremdeles et godt stykke igjen til at de klarer å ta opp konkurransen med NRK, selv i disse gruppene. Til gjengjeld har P4 blitt en hard konkurrent for nærradiokanalene. Disse hadde en lytterandel på 23 prosent i 1991, men er i 1995 nede på 15 prosent. Nedgangen skyldes høyst sannsynlig i hovedsak P4s inntreden på markedet.

NRK har en større andel av dem med høy utdanning enn de andre kanalene. Spesielt P2, NRKs kulturkanal, har en sterk overrepresentasjon av personer med høyere universitets- eller høgskoleutdanning. I denne gruppen er lytterandelen på denne kanalen 20 prosent. Blant dem med utdanning på nivå med ungdomsskole eller videregående skole er lytterandelen på rundt 5 prosent. Det er også en viss overvekt av P2-lyttere i storbyene. Ellers er det ikke noen klare forskjeller i valg av radiokanaler mellom folk i byer og på småsteder.

På samme måte som når det gjelder fjernsynsseing er nyheter den typen program som flest velger også når det gjelder radio. Disse programmene står uten tvil sterkest hos de middelaldrende og eldre. I tillegg har distriktsprogram og værmelding mange lyttere. Underholdningsprogrammene står også sterkt i alle aldersgrupper, mest hos kvinnene. Populærmusikken er mest populær hos unge og unge voksne, mens de religiøse programmene i særlig grad fanger opp de eldre lytterne.

Det er naturlig nok de yngste som foretrekker barne- og ungdomsprogrammene, i større grad gutter enn jenter. Men lytterandelene er lave også i denne aldersgruppen. Tidene og tilbudene har endret seg kraftig siden radioens glansdager i 1940-

**Tabell 35. Valg av typer radioprogram blant dem som lytter til radio, etter kjønn og alder. 1994. Prosent**

| | | 9-15 år | | 16-24 år | | 25-44 år | | 45-66 år | | 67-79 år | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Alle | Menn | Kvinner | Menn | Kvinner | Menn | Kvinner | Menn | Kvinner | Menn | Kvinner |
| Nyheter | 55 | 36 | 12 | 35 | 33 | 58 | 61 | 64 | 63 | 71 | 71 |
| Underholdning | 46 | 31 | 38 | 43 | 48 | 44 | 52 | 41 | 49 | 44 | 49 |
| Distriktsprogram | 39 | 12 | 6 | 21 | 20 | 39 | 38 | 48 | 56 | 62 | 51 |
| Populærmusikk | 32 | 41 | 52 | 69 | 53 | 38 | 27 | 22 | 20 | 9 | 6 |
| Værmelding | 30 | 12 | 4 | 9 | 11 | 30 | 27 | 35 | 45 | 64 | 57 |
| Kulturinformasjon | 5 | 0 | 0 | 1 | 2 | 6 | 5 | 6 | 6 | 7 | 7 |
| Annen informasjon | 10 | 0 | 2 | 5 | 4 | 10 | 11 | 11 | 13 | 12 | 19 |
| Sport | 9 | 15 | 2 | 9 | 12 | 15 | 6 | 8 | 4 | 13 | 2 |
| Religiøse program | 5 | 0 | 0 | 0 | 3 | 2 | 2 | 6 | 10 | 17 | 20 |
| Klassisk musikk o.l. | 4 | 0 | 2 | 0 | 3 | 2 | 3 | 6 | 8 | 7 | 10 |
| Barne-/ungdoms-program | 3 | 16 | 8 | 2 | 8 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 0 |
| Folkemusikk | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 4 | 2 |
| Radioteater | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Korpsmusikk | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| Annet | 13 | 12 | 0 | 14 | 10 | 14 | 15 | 14 | 13 | 8 | 16 |

og 1950-åra. I 1953 var det 92 prosent av barna i alderen 7-12 år som hørte på lørdagsbarnetimen kl. 18. 44 prosent av alle i alderen 16 år og eldre hørte på radioteatret. (NRK 1955).

### P4 og nærradioene mest til de brede lag av lytterne

På samme måte som når det gjelder kommersielt fjernsyn, har man fryktet at kommersiell radio i sterk grad ville fri til de store lyttergruppene og neglisjere de smale programtypene. Skal man dømme etter hva publikum lytter til i de forskjellige kanalene, er ikke en slik kritikk helt ubegrunnet.

Lyttere på P4 og nærradiokanalene får i størst grad med seg underholdning og populærmusikk, i tillegg til nyheter. Dette er programinnhold som NRK-lytterne også får servert i stort monn. NRKs P3 når i særlig grad fram til de popmusikkinteresserte. NRK når likevel i større grad fram til lyttere med interesser for smale programtyper, som religiøse program, klassisk musikk og barne- og ungdomsprogram, enn de kommersielle kanalene gjør.

## 4.3. Bruk av plater, kassetter og CD-er

### Lyttingen går noe ned

Fra 1991 til 1995 har det vært en viss variasjon i bruk av grammofonplater, kassettbånd og CD-plater. I 1991 var det 43 prosent som hadde brukt slikt lydavspillingsutstyr en gjennomsnittsdag. I 1995 var det 38 prosent, altså noe lavere. I 1991 brukte nordmenn i gjennomsnitt 40 minutter til å lytte på lydavspillingsutstyr. Dette sank til 31 minutter i 1995.

Kvinner og menn avviker ikke mye fra hverandre når det gjelder andelen som bruker slikt utstyr. Derimot er det en klar tendens til at barn, og spesielt unge er aktive brukere. I 1995 var det hele 81 prosent av unge i aldersgruppen 13-15 år som hørte på plater, kassetter eller CD-er på en gjennomsnittsdag. I gruppen 67-79 år var andelen som lyttet til slikt utstyr nede i 10 prosent. Både blant barn og

**Tabell 36. Andeler lyttere som har hørt ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag, etter radiokanaler. 1994. Prosent**

| | Alle | NRK/P1 | NRK/P2 | NRK/P3 | NRK totalt | P4 | Nær-radio | Andre kanaler |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Nyheter | 55 | 72 | 72 | 43 | 63 | 51 | 43 | 57 |
| Underholdning | 46 | 45 | 40 | 46 | 43 | 58 | 56 | 28 |
| Distriktsprogram | 39 | 61 | 49 | 20 | 47 | 24 | 45 | 43 |
| Populærmusikk | 32 | 19 | 22 | 58 | 28 | 47 | 45 | 50 |
| Værmelding | 30 | 45 | 40 | 17 | 37 | 22 | 23 | 25 |
| Kulturinformasjon | 5 | 6 | 12 | 2 | 5 | 5 | 5 | 0 |
| Annen informasjon | 10 | 15 | 14 | 5 | 12 | 11 | 7 | 11 |
| Sport | 9 | 7 | 11 | 21 | 10 | 12 | 7 | 15 |
| Religiøse program | 5 | 9 | 4 | 0 | 7 | 1 | 3 | 7 |
| Klassisk musikk o.l. | 4 | 5 | 9 | 1 | 5 | 3 | 3 | 11 |
| Barne-/ungdomsprogram | 3 | 2 | 4 | 10 | 4 | 1 | 2 | 0 |
| Folkemusikk | 2 | 3 | 7 | 1 | 2 | 2 | 3 | 0 |
| Radioteater | 1 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 2 | 0 |
| Korpsmusikk | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Annet | 13 | 12 | 16 | 11 | 12 | 18 | 14 | 18 |

**Tabell 37. Andel av lytterne som lyttet til ulike typer musikk på plate/kassett/CD, etter kjønn og alder. 1994. Prosent**

| | Pop/rock | Under-holdning | Klassisk/ opera | Folkemusikk/ viser | Danse-band | Jazz | Annet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle | 62 | 12 | 11 | 7 | 6 | 4 | 11 |
| Menn | 65 | 10 | 9 | 7 | 6 | 3 | 8 |
| Kvinner | 58 | 14 | 13 | 7 | 5 | 4 | 14 |
| 9-15 år | 77 | 7 | 3 | 3 | 2 | 1 | 9 |
| 16-24 år | 79 | 6 | 8 | 5 | 4 | 4 | 9 |
| 25-44 år | 58 | 12 | 11 | 8 | 5 | 5 | 13 |
| 45-66 år | 27 | 27 | 26 | 9 | 12 | 3 | 13 |
| 67-79 år | 6 | 63 | 13 | 13 | 12 | 0 | 6 |

unge har tiden som brukes sunket noe de siste åra.

Det er en viss forskjell i andelen som bruker slikt utstyr når utdanningen tas i betraktning. Blant folk med høyere utdanning er andelen noe høyere enn blant dem uten høyere utdanning.

**Helst pop- og rockemusikk**

Tabell 37 viser at det uten sammenligning er pop- og rockemusikk de fleste hører på når de setter i gang sitt stereoanlegg, walkman eller lignende. At dette først og fremst er ungdommens musikk forbauser vel ingen. Men denne musikksjangeren står også sterkt blant de godt voksne. Underholdningsmusikk, klassisk/opera og folkemusikk/viser har derimot sine største lytterskarer blant de middelaldrende og eldre. Det samme gjelder dansebandmusikken. Jazzen har en nokså liten gruppe lyttere, i hvert fall i forhold til andre musikktyper. Det er særlig unge og unge voksne som lytter til denne type musikk.

Musikkvalg har også sammenheng med utdanning. De med lav utdanning velger i noe større grad dansebandmusikk og underholdningsmusikk, mens de med høy utdanning i større grad foretrekker klassisk musikk og jazz.

## 4.4. Videobruk

Endringen i videobruk fra 1991 til 1995 har vært liten. Andelen som så video en gjennomsnittsdag var 10 prosent i 1991 og 8 prosent i 1995. Tid brukt til video sank fra 8 til 5 minutter i samme periode. Menn har vanligvis vært noe mer aktive videobrukere enn kvinner. I 1995 var derimot forskjellen ubetydelig; blant menn var det en andel brukere på 8 prosent, blant kvinner 7 prosent.

**Mest videobruk blant de unge**

Alderen betyr mye for videobruken. Selv om andelen brukere også har gått nedover blant barn og unge de siste åra, er det fremdeles disse gruppene som er de mest ivrige. Andelen videoseere blant barn 9-15 år har likevel gått ned fra 27 prosent i 1991 til 18 prosent i 1995. Nedgangen gjelder både for gutter og jenter. Gutter har stort sett vært mye mer opptatt av video enn jenter. Denne forskjellen er ikke lenger så stor. Andelen videobrukere synker temmelig jevnt med alderen, og kun 3 prosent av de i aldersgruppen 67-79 år brukte video en

**Tabell 38. Andel av videoseerne som så på ulike videofilmer, etter kjønn. 1994. Prosent**

| | Krimi-nal/ action | Kome-die | Barne-/ familie-film | Sci-ence fict. | Sosial-drama | Wes-tern | Krigs-film | Roman-tisk | Kata-strofe/ skrekk | Histo-risk | Annet |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle | 29 | 28 | 19 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 1 | 7 |
| Menn | 33 | 25 | 17 | 5 | 3 | 5 | 5 | 0 | 3 | 2 | 7 |
| Kvinner | 25 | 30 | 22 | 4 | 4 | 2 | 0 | 7 | 0 | 0 | 7 |

gjennomsnittsdag i 1995. Det er ingen klar sammenheng mellom videobruk og utdanning eller inntekt.

### Omtrent like mye opptak fra TV som leiefilmer

Når vi ser på video, er omtrent halvparten opptak fra TV-program og halvparten kjøpt eller leid videofilm. I tillegg er det noe over 10 prosent som ser på videofilmer tatt opp med eget kamera. Blant barn og unge er det kjøpe-/leievideo som er mest populært. Blant 16-24-åringene er det 62 prosent som ser leievideo og 35 prosent ser opptak fra TV. De voksne ser mest på TV-opptak når de ser på video.

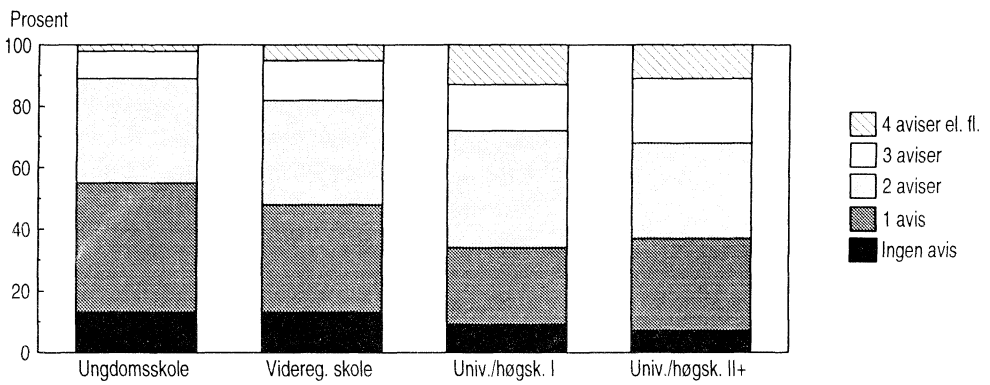
Det er kriminal-/actionfilmer og komedier som folk helst tar med seg hjem fra videoutleieforretningene. Menn foretrekker i noe større grad kriminal, mens kvinner heller foretrekker komedier. Kvinner foretrekker de romantiske filmene, mens menn heller ser på katastrofe- og skrekkfilmer, western og krigsfilmer på video.

## 4.5. Avislesing

### Stabil avislesing

Til tross for nye elektroniske medier og stadig flere radio- og fjernsynskanaler, har nordmenns avisvaner holdt seg temmelig stabile over lengre tid. Hvis vi ser på de siste åra var andelen avislesere på 84 prosent i aldersgruppen 9-79 år både i 1991 og i 1995. I 1991 brukte gjennomsnittsnordmannen 39 minutter på avislesing i løpet av en dag, i 1995 var tiden 40 minutter.

**Figur 45. Antall aviser som leses daglig, etter utdanning. 1995. Prosent**



Avislesing er så vanlig at det er vanskelig å skille ulike grupper fra hverandre. Ikke overraskende er det likevel slik at barn og unge i mindre grad leser aviser enn de voksne. Aldersgruppen hvor flest leser aviser er 45-66 år. Blant dem leser 92 prosent aviser pr. dag. Det er også slik at de med høy utdanning i noe større grad leser aviser enn andre.

**En av to leser flere aviser pr. dag**

36 prosent leste i gjennomsnitt bare en avis pr. dag i 1995. I overkant av 30 prosent leste to aviser. 12 prosent leste tre aviser og 6 prosent leste fire aviser eller mer. Som figur 45 viser er det en større andel personer med høy utdanning som leser flere aviser daglig enn blant dem med lav utdanning.

Både et avisabonnement og aviser kjøpt i løssalg blir en anselig sum penger i løpet av et år. Det gjenspeiles tydelig ved at husholdningsinntekt betyr en god del for antall aviser man leser pr. dag. Blant dem som tjener under 200 000 kr i året er det under 45 prosent som leser flere enn en avis daglig. Blant de som tjener 400 000 kr eller mer er denne andelen over 60 prosent.

Ut fra det faktum at det utgis flere aviser i de store byene enn i bygdene, skulle det kanskje være naturlig at det også var en

større andel som leser flere enn en avis i storbyene. Dette ser ikke ut til å være riktig. 50 prosent oppgir å lese flere enn en avis i de store byene, mens andelen er bare 4 prosent lavere i spredtbygde strøk, altså 46 prosent. Dette kan ha sammenheng med at løssalgsavisene i stadig større grad har satset på å nå ut til distriktene. I spredtbygde strøk er det nesten 30 prosent som leser løssalgsavisene VG eller Dagbladet. I storbyene er andelen 37 prosent og i Oslo/Akershus er den på 39 prosent. Både distriktsaviser og lokalaviser leses dessuten mest i spredtbygde strøk. Her er andelen henholdsvis 67 og 16 prosent. I storbyene er andelen som leser distriktsaviser 35 prosent og lokalavisene har en leserandel på 4 prosent. Ser vi befolkningen under ett var det i 1995 35 prosent som hadde lest en løssalgsavis i løpet av dagen. 22 prosent hadde lest en annen Oslo-avis, 64 prosent en distriktsavis og 10 prosent hadde lest en lokalavis.

## 4.6. Ukebladlesing

Andelen av befolkningen som en gjennomsnittsdag leser ukeblad har holdt seg omtrent på samme nivå fra 1991 til 1995; fra 21 til 20 prosent. Også antall minutter vi bruker til denne type aktivitet har holdt seg nokså stabilt; 8 minutter i 1991 og 6 minutter i 1995. Blant de som leser ukeblad er gjennomsnittstiden på slik lesing 33 minutter pr. dag. I løpet av en uke er det 47 prosent som bruker tid til ukeblader.

Andelen kvinner og menn som leser ukeblad i løpet av en dag har også holdt seg noenlunde stabil. I 1991 var andelen 14 prosent for menn og 27 prosent for kvinner. I 1995 var forholdet omtrent det samme, 13 prosent blant menn og 26 prosent blant kvinner.

**Tabell 39. Andel bladlesere fordelt på ulike typer blad lest en gjennomsnittsdag, etter kjønn og alder. 1995. Prosent**

| | Familieblad | Aktualitetsblad | Kvinneblad | Mannfolkblad | Andre blad |
|---|---|---|---|---|---|
| Alle | 58 | 32 | 10 | 9 | 8 |
| Menn | 38 | 44 | 4 | 27 | 12 |
| Kvinner | 68 | 27 | 13 | 1 | 6 |
| Menn | | | | | |
| 9-15 år | 55 | 49 | 0 | 12 | 11 |
| 16-24 år | 24 | 39 | 8 | 49 | 7 |
| 25-44 år | 15 | 45 | 6 | 28 | 20 |
| 45-66 år | 42 | 54 | 0 | 25 | 4 |
| 67-79 år | : | : | : | : | |
| Kvinner | | | | | |
| 9-15 år | 55 | 48 | 0 | 0 | 27 |
| 16-24 år | 44 | 24 | 29 | 5 | 10 |
| 25-44 år | 61 | 29 | 20 | 0 | 3 |
| 45-66 år | 79 | 21 | 9 | 0 | 6 |
| 67-79 år | 85 | 29 | 2 | 0 | 0 |

### Ukeblad mest populært blant unge og de eldste

Aldersprofilen er også temmelig lik fra 1991 til 1995. Det er unge og eldre kvinner som er de mest aktive lesere av slike blader. I 1995 var det 30 prosent blant kvinner i alderen 16-24 år som hadde lest ukeblader en gjennomsnittsdag og i aldersgruppen 67-79 år var det hele 46 prosent. Lavest andel finner vi blant menn i alderen 25-44 år. Blant dem er det 10 prosent som leser ukeblad i løpet av en dag.

Hva slags typer blad som leses varierer også med kjønn og alder.

### Kvinner og menn leser ulike ukeblad

Nesten 60 prosent av dem som leser ukeblad velger familieblad. Tabellen viser at kvinner foretrekker familieblad, slike som Hjemmet og Norsk Ukeblad, og såkalte kvinneblad, som f.eks. Kvinner og Klær. Menn foretrekker i større grad aktualitetsblad som Se og Hør og Nå, og mannfolkblad, som f.eks. Vi Menn. Aldersfordelingen viser at andelen av kvinnene som leser familieblad øker nokså jevnt med alderen, mens det helst er de unge og yngre voksne kvinnene som leser aktualitetsblader og kvinneblader.

Andelen som leser familieblader synker med lesernes utdanning. Kvinnebladene har derimot en høyere andel av lesere med høy utdanning enn med lav utdanning.

## 4.7. Lesing av tegneserieblad

### En av ti leser tegneserieblad pr. dag

Selv om lesing av tegneserieblad ikke så ofte er med i statistikk over mediebruk, er det en vesentlig aktivitet for mange personer. Kvantitativt er denne type fritidsbruk på høyde med videoseing. Både i 1991 og i 1995 var det ifølge undersøkelsene 11 prosent av befolkningen som leste tegneserieblad på en gjennomsnittsdag. De som leser slike blad bruker i gjennomsnitt 25 minutter på dette.

Tegneseriebladene er det trykte medium som i sterkest grad appellerer til barn og unge, i særlig grad til gutter.

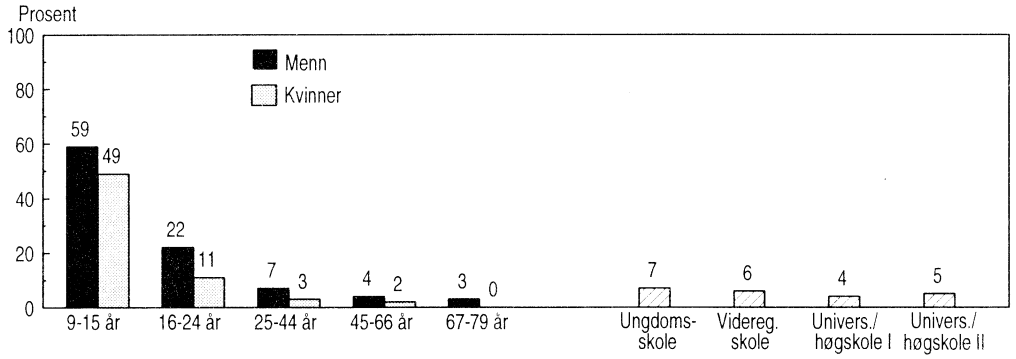
Blant gutter i alderen 9-15 år er det nesten 60 prosent som bruker tid til tegneserielesing en gjennomsnittsdag. Blant jenter i samme aldersgruppe er andelen i underkant av 50 prosent. Andelen synker kraftig oppover i aldersgruppene blant begge kjønn, og nokså få av dem som er over 45 år bruker tid til tegneserieblader.

Som figur 46 viser, er det ingen klar sammenheng mellom utdanning og tegneserielesing. Det er heller ingen klare skiller når det gjelder husholdningsinntekt. Når det gjelder foreldres utdanning har heller ikke den noen direkte betydning for om barna leser tegneserie eller ikke.

En del tegneserieblad kommer ut ukentlig, andre hver 14. dag eller en gang pr. måned. Dersom vi istedenfor å se på daglig tegneseriebladlesing ser på ukentlig lesing, gir dette kanskje et mer rettferdig bilde på hvor mange som bruker tid til slike blad. I 1995 var det 21 prosent som hadde lest et slikt blad siste uke. Blant barn i alderen 9-12 år var andelen hele 83 prosent. Etter et slikt noe romsligere mål er 14 prosent av nordmenn i alderen 15-44 år tegneseriebladlesere, og 6 prosent i alderen 45-66 år.

Det dominerende tegneseriebladet er Donald Duck. I 1995 var det nesten to av tre som hadde lest dette bladet da de sist leste tegneserieblad. Tommy og Tigern

**Figur 46. Andel som leser tegneserieblad en gjennomsnittsdag, etter kjønn i ulike aldersgrupper og etter utdanning. 1995. Prosent**




kommer som nummer to, men er bare lest av hver tiende tegneserieleser pr. dag.

## 4.8. Lesing av tidsskrift

### 16 prosent leser tidsskrift pr. dag, 47 prosent pr. uke

Andelen av befolkningen som leser tidsskrift, foreningsblad o.l. har endret seg lite de sist åra. I 1991 var det 18 prosent som leste slike blad. Dette har sunket til 16 prosent i 1995. I gjennomsnitt bruker hver nordmann 5 minutter til slik lesing, mens de som leser disse bladene bruker 28 minutter. På samme måte som for tegneserieblad kommer det ikke ut nye utgaver av tidsskrift hver dag, vanligvis bare hver måned eller sjeldnere. Ukentlig lesing av tidsskrift gir derfor kanskje et bedre mål på interessen. 47 prosent, eller nesten halvparten av befolkningen leser tidsskrift i løpet av en uke.

### Barn av høyt utdannede leser oftere tidsskrift enn andre

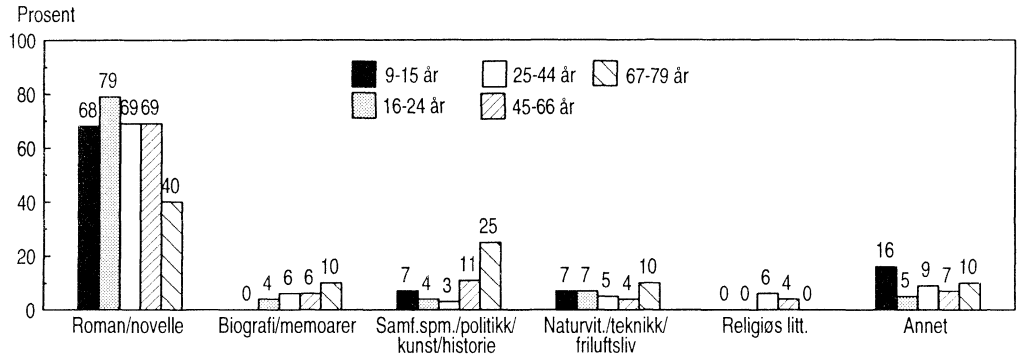
Personer med høy utdanning leser i større grad tidsskrift enn andre. Blant dem med høyere universitets- eller høgskoleutdanning er det 29 prosent som leser tidsskrift en gjennomsnittsdag. Andelen blant dem med utdanning på ungdomsskolenivå er 12 prosent. Denne ulike fordelingen finner vi igjen blant barna deres. Mens bare 2 prosent av barn i alderen 9-19 år med foreldre med utdanning på ungdomsskolenivå leser tidsskrift, gjelder det hele 19 prosent av dem med foreldre som har høyere universitets- eller høgskoleutdanning.

Det er vanskelig å påvise at det har vært noen dreining i lesingen av forskjellige typer tidsskrift de seinere åra. På samme måte som i 1991 var det i 1994 fagblad og foreningsblad som ble mest lest. Over 50 prosent leste slike blad en gjennomsnittlig dag, mens 25 prosent leste blad om hobby, hjem eller fritid. Noe over 10 prosent leste tidsskrift om vitenskap, politikk eller kultur. 24 prosent leste andre tidsskrift. Mennene leser i større grad enn kvinnene fag- eller foreningstidsskrift, mens kvinnene på sin side i større grad velger temaer som vitenskap, politikk og kultur når de leser tidsskrift.

## 4.9. Boklesing

Andel nordmenn som leser bøker har sunket noe de siste åra. 24 prosent av befolkningen leste ei bok på fritiden en gjennomsnittsdag i 1991. Andelen sank

**Figur 47. Andel boklesere som har lest ulike sjangere en gjennomsnittsdag, etter alder. 1995. Prosent**




til 19 prosent i 1995. 14 minutter ble gjennomsnittlig brukt til boklesing pr. dag i 1991. Dette sank til 12 minutter i 1995. Andelen som leser bøker ukentlig var i 1995 på 37 prosent. Det er altså flere som leser tidsskrift og ukeblad i løpet av en uke enn bøker.

## Unge jenter leser mest

Det var særlig blant de unge og spesielt blant guttene at boklesingen har sunket. Fra 1991 til 1995 sank andelen boklesere pr. dag blant gutter i alderen 9-15 år fra 26 prosent til 15 prosent. Blant jenter var det imidlertid hele 31 prosent som leste bok en gjennomsnittsdag i 1995.

Også generelt sett er kvinner mye flittigere boklesere enn menn. Det er dessuten slik at folk med høy utdanning i større grad leser bøker på fritiden enn de med lavere utdanning.

## Kvinnene leser mest romaner, mennene mest om politikk

Blant dem som leser bøker velger kvinnene i noe større grad romaner og noveller enn mennene. De på sin side foretrekker i mye større grad bøker om samfunnsspørsmål/politikk/kunst/historie enn kvinnene gjør. Denne forskjellen finner vi stort sett på alle alderstrinn, men tydeligst hos eldre menn. De yngste har en høy andel med annen boklesing, men det mest naturlige vil være å regne dette som romaner/noveller. Barnebøker er i stor grad fortellinger/historier som det kan være naturlig å plassere i denne gruppen.

Barn i alderen 9-15 år leser nesten utelukkende bokmål når de leser bøker på fritiden. Blant dem som er i alderen 45-66 år er det derimot 5 prosent som leser bøker på nynorsk og 17 prosent leser et annet språk. Det er ikke overraskende at det er på Vestlandet at nynorskprosenten er høyest: 8 prosent av vestlendingene valgte nynorsk som språk på den siste boka de leste. Vi finner derimot ikke noe klart skille mellom by og land når det gjelder valg av nynorsk som målform på den boka de leser. Derimot er det slik at lesing av bøker på annet språk enn bokmål/nynorsk er mer utbredt i de store byene enn på landsbygda. Det å lese bok på annet språk enn bokmål og nynorsk øker med høyere utdanning. Dette er også mer utbredt i Oslo/Akershus enn i andre landsdeler.

### Mye Sandemo og Elstad

Av 87 norske romaner/novellesamlinger som er lest er følgende forfattere nevnt minst to ganger:

| | Antall ganger nevnt: |
|---|---|
| Margit Sandemo | 9 |
| Anne Karin Elstad | 7 |
| May Grethe Lerum | 6 |
| Kjell Hallbing/Louis Masterson | 5 |
| Bente Pedersen | 4 |
| Ingvar Ambjørnsen | 4 |
| Roy Jacobsen | 3 |
| Jostein Gaarder | 3 |
| Trygve Gulbrandsen | 2 |
| Willy Ustad | 2 |
| Stig Holmås | 2 |
| Sigrid Undset | 2 |
| Gunnar Stålesen | 2 |
| Lars Saabye Christensen | 2 |
| Anne Holt | 2 |
| R. E. Thoresen | 2 |

Denne lista bærer i en viss grad preg av forfattere som skriver lettere underholdningslitteratur. Ellers finner vi noen av 1980- og 1990-åras seriøse forfattere. I tillegg har et par av det vi kan kalle klassikere kommet med.

### Helst Agatha Christie blant utenlandsk litteratur

Av 94 engelske/amerikanske romanforfattere er følgende nevnt to ganger eller mer:

| | Antall ganger nevnt: |
|---|---|
| Agatha Christie | 7 |
| John Grisham | 5 |
| Allistair McLean | 4 |
| Ken Follet | 4 |
| Robert Ludlum | 4 |
| Arthur Conan Doyle | 3 |
| Marius Gabriel | 2 |
| Wilbur Smith | 2 |
| Ernest Hemingway | 2 |

Av listen over forfattere nevnt to ganger eller mer, ser vi at det i første rekke er kriminal- og spenningslitteratur som dominerer lesingen.

Blant de 30 biografier/memoarer som ble nevnt er det ingen spesiell bok eller forfatter som peker seg ut. Utvalget omfatter bøker som Tordis Ørjaseters Undset-biografi, Kjetil Bjørnstads Munch-biografi (den eneste som nevnes to ganger), Liv Kølzows "Den unge Amalie Skram", Tor Obrestads Arne Garborg-biografi, Tom Lotheringtons Wildenvey-biografi og memoarbøker som Arne Falk-Rønnes "Paradis om styrbord", Francis Chichesters "Jorden rundt med Gipsy Moth" og Vigdis Robbens "Ei hand å holde i".

Blant de 15 bøkene i utvalget om naturvitenskap, teknikk og friluftsliv, finner vi jakt-/fiskebøker som "Med fiskestang og svart kjele", "Sjøfiske" og "Rådyrjakt". Vi finner også naturbøker som "Dyrenes verden", "Havet og våre fisker", "Islandshesten" og "Grønsakdyrking på friland". Vi finner også bøker om sykepleieteori, fargeenergi, databøker, "Søte drømmer" og "Morsdagspresangen".

Blant de 27 bøkene om samfunnsspørsmål, politikk, kunst og historie er det heller ingen enkelttitler som peker seg spesielt ut. Det er fem bøker knyttet til 2. verdenskrig: "Marka og krigen", "Aksjon Telavåg", "Norge i krig", "Krigens dagbok" og "Englandsfarere". En annen gruppe er kulturrelatert: "Jentekultur som kyskhetsbelte", "Silke og stål", "Min jødiske reise", "Islams hus" og "Kulturterrorismen". En tredje gruppe omhandler historie på forskjellig vis: "Menneskenes liv og historie", "Fotballens historie" og "Mennesker og makter i vikingenes verden".

### 42 prosent av bøkene med norsk som originalspråk

Selv om de aller fleste bøkene vi leser har norsk språkdrakt, er et flertall av dem oversatt fra et annet språk. 42 prosent av dem som hadde lest bok hadde lest en som opprinnelig var skrevet på norsk.

Kvinner leser i større grad opprinnelig norske bøker enn menn gjør, 46 prosent blant kvinnene og 33 prosent blant mennene. Særlig gutter og unge menn leser bøker som er oversatt. Det er da spesielt engelsk/amerikansk som er originalspråket på bøkene de leser. Det er personer i alderen fra 45 år og oppover som i størst grad velger bøker som har et annet europeisk originalspråk enn engelsk.

**Biblioteket viktigste kilde til bøker**

Biblioteket er den viktigste kilde nordmenn har når de skal skaffe seg ei bok de vil lese. 23 prosent av dem som hadde lest bok en gjennomsnittsdag, hadde lånt den på et bibliotek. Spesielt gjelder dette de unge. Hele 40 prosent av de som er i alderen 9-12 år lånte den boka de leste sist på bibliotek. Blant 13-15-åringene er ikke prosenten mye lavere, 33 prosent. Ellers er det pensjonister, hjemmearbeidende og høyere funksjonærer som helst har lånt den boka de leste sist på et bibliotek. Inntekt ser ikke ut til å ha noen betydning for biblioteklån. Det er en tendens til at de som bor nærmest et bibliotek også benytter dette i større grad til å få tak i de bøkene de leser enn andre.

Barn og unge og unge voksne er de som i størst grad får de bøkene de leser gjennom en bokklubb. Spesielt gjelder dette jentene. Dessuten er det særlig funksjonærer som bruker bokklubbene.

De som helst bruker bokhandelen for å få tak i bøkene de leser er de eldre, i særlig grad eldre kvinner. Folk med høyere utdanning bruker også i større grad bokhandlene til bokkjøp enn det andre gjør. Men inntekt har ingen betydning for om man får den boka man skal lese i bokhandel eller ikke. Om man bor i tettbygd eller spredtbygd strøk har heller ingen betydning i så måte. De som bor i nærheten av en bokhandel har i større grad fått den boka de leser i en bokhandel enn det andre har.

Hva slags typer bøker skaffer vi oss fra de forskjellige kanalene som formidler bøker? Hele 80 prosent av de bøkene vi leser etter å ha kjøpt dem i kiosker/bensinstasjoner o.l., er romaner eller noveller, men svært lite er andre typer bøker. Bøker om naturvitenskap, teknikk og friluftsliv får vi i større grad gjennom bokklubber enn vi får dem gjennom andre kanaler. Biografier og memoarer får vi helst gjennom bibliotek og i bokhandelen. Bøker om samfunnsspørsmål, politikk, kunst og historie låner vi først og fremst på bibliotekene, eller vi får dem i gave. Religiøs litteratur, skuespill og dikt skaffer vi oss i første rekke i bokhandlene.

**12 prosent leser høyt for barn**

Lesing er ikke bare noe en gjør for sin egen skyld. De minste som selv ikke kan lese har også glede av det som står i bøker og blader, dersom det blir formidlet til dem. Derfor ble det i undersøkelsen stilt spørsmål om høytlesing for barn.

Ifølge undersøkelsen leser 12 prosent av befolkningen høyt for barn en gjennomsnittsdag. 10 prosent leser fra bok og 2 prosent leser fra blad. Kvinner leser i mye større grad for barna enn menn gjør. Blant menn er det 8 prosent og blant kvinner 15 prosent som leser for barn. Det er personer i alderen 25-34 år som er de mest aktive på dette feltet. I denne gruppen er det hele 25 prosent som leser for barn, mens andelen er bare 2 prosent blant dem som er i alderen 67-79 år.

Høyere funksjonærer og hjemmearbeidende leser i større grad enn andre yrkesgrupper for barna sine. Andelen som leser øker med utdanning. Det er naturlig at enslige forsørgere og gifte/samboere

med barn i alderen 0-6 år er de flittigste høytlesere. 39 prosent i den siste gruppen leser for barn en gjennomsnittsdag. Går vi nærmere inn på denne gruppen, altså personer som faktisk har barn hjemme som det kan være aktuelt å lese for, vil vi få et mer korrekt bilde av denne aktivitetens omfang.

Også i denne gruppen er det kvinner som er de mest aktive. 47 prosent av kvinner i denne gruppen leser høyt for barn en gjennomsnittsdag, mens andelen for menn i samme situasjon er 31 prosent. Funksjonærer og hjemmearbeidende er mer aktive enn selvstendige og arbeidere. Hele 58 prosent av dem med høyere akademisk utdanning i denne gruppen leser for barna i løpet av dagen, mens det gjelder for bare 21 prosent av dem med kun ungdomsskole. Dessuten er det slik at nesten 50 prosent av dem med bare ungdomsskole velger å lese blader for barna sine. Hele 90 prosent av dem med høyere akademisk utdanning velger bøker.

### Astrid Lindgren mest lest

Når det gjelder bøker som benyttes som høytlesing for barn, er det også et ganske snevert utvalg som dominerer. Av de 189 bøkene som blir nevnt i undersøkelsen, er det noen få forfattere/utgivere som peker seg ut:

| | Antall ganger nevnt: |
|---|---|
| Astrid Lindgren | 15 |
| Torbjørn Egner | 12 |
| Anne Cath. Vestly | 12 |
| Walt Disney-bøker | 12 |
| Tove Janson (Mumi-trollet) | 8 |
| Asbjørnsen og Moe | 5 |
| H. C. Andersen | 4 |
| Gunilla Wolde (Emma-bøkene) | 4 |
| Postmann Pat | 4 |
| Laura Lee Hope (Bobsey-barna) | 3 |
| A. A. Milne (Ole Brumm) | 3 |

Det er tydelig at klassikerne innenfor norsk og nordisk barneboklitteratur dominerer, i tillegg til bokutgaver av stoff som blir introdusert gjennom film og fjernsyn.

En del av bøkene som blir nevnt er sjangerbøker:

| | Antall ganger nevnt: |
|---|---|
| Eventyrbøker | 18 |
| Pekebøker | 10 |
| Bokverk (Barnas Beste o.l.) | 7 |
| Regle-/sangbøker | 6 |
| Dyrebøker | 5 |
| Lesebøker/ABC | 5 |

### En av fem er medlem av bokklubb

22 prosent er medlem i bokklubb. Også på dette kulturfeltet er kvinnene mer aktive enn mennene: 30 prosent av kvinnene er bokklubbmedlemmer, 14 prosent av mennene. Det er spesielt de unge jentene (9-15 år) og de som er i alderen 25-44 år som er de ivrigste medlemmene av bokklubber. Yrkesmessig er det høyere funksjonærer som i størst grad er bokklubbmedlemmer. Medlemskap øker med økende utdanning, men ikke med økende inntekt. Folk som bor i spredtbygde strøk er i noe mindre grad medlemmer enn de som bor i tettbygde strøk.

De som er medlemmer av bokklubb leser i større grad bøker enn andre. Blant medlemmer er det 28 prosent som leser bøker en gjennomsnittsdag, men blant dem som ikke er medlemmer er det bare 15 prosent som er boklesere. Det er også en klar forskjell når vi ser på hvor mange som har lest bøker de siste sju dager. Blant bokklubbmedlemmer er det 56 prosent som har lest bøker i løpet av de siste sju dager, blant ikke-medlemmer er det 31 prosent. Dette viser at det ikke er tilfeldig at folk er medlem av bokklubb. Bokklubbmedlemmer er definitivt mer aktive boklesere enn andre.

## 4.10. Hjemme-PC-bruk

### Menn bruker mest PC

Som vi allerede har sett er hjemme-PC ganske utbredt i norske hjem. Nesten fire av ti har tilgang til PC eller annen hjemmedatamaskin. Alt i alt var det i 1995 9 prosent som brukte hjemme-PC en gjennomsnittsdag. Dette var faktisk noe mindre enn året før, da 11 prosent var hjemme-PC-brukere. I gjennomsnitt brukte hver nordmann 9 minutter daglig på hjemme-PC i 1995. Generelt kan man si at det i størst grad er unge gutter, personer med høy utdanning og høy inntekt som bruker hjemme-PC.

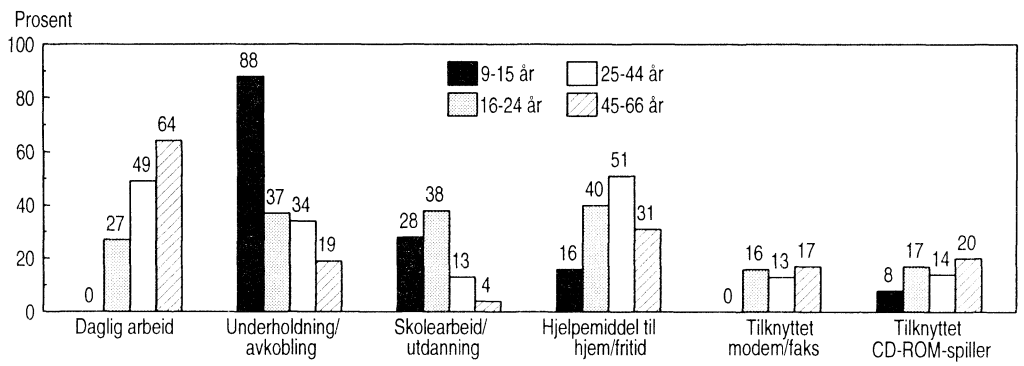
Selv om tilgangen til hjemme-PC er god, er det ikke dermed sagt at alle som har slik tilgang bruker den jevnlig. Blant dem som har slik maskin er det 22 prosent som bruker den en gjennomsnittsdag. Selv om de har like god tilgang til PC hjemme, er det stor forskjell mellom menn og kvinner når det gjelder bruken av den. 29 prosent av mennene og 15 prosent av kvinnene bruker den PC-en de har hjemme en gjennomsnittsdag. Denne forskjellen gjelder alle aldersgrupper. Blant gutter i alderen 9-16 år er det 30 prosent som bruker hjemme-PC-en en gjennomsnittsdag. Blant jentene i samme aldersgruppe er det bare 9 prosent som bruker PC-en de har stående hjemme.

Som nevnt øker PC-bruken i hjemmet med økende utdanning. Men dette gjelder i større grad for menn enn for kvinner. Blant menn med hjemme-PC er det 34 prosent av de med universitets- eller høgskoleutdanning som bruker PC hjemme en gjennomsnittsdag. Blant kvinner i samme utdanningsgruppe er andelen bare 22 prosent. Denne kjønnsforskjellen i PC-bruk kan ha sin forklaring i at det først og fremst er mennene som skaffer datamaskinene til veie, mest for egne behovs skyld, og med programvare tilpasset sine, og eventuelle sønners, interesser. For mange kvinner kan husholdningens PC derfor komme til å bli noe som har liten interesse.

### PC-en mest til daglig arbeid

En PC som er skaffet til hjemmet kan være kjøpt ut fra forskjellige behov og mål. Dessuten kan det være forskjell på hva man i utgangspunktet kjøpte den for og hva den i realiteten blir brukt til. Det undersøkelsene forteller om realiteten, er

**Figur 48. Ulike typer PC-bruk i hjemmet en gjennomsnittsdag, fordelt etter alder[1]. 1995. Prosent**




[1]Utvalget av personer i alderen 67-79 år som bruker hjemme-PC er så lite at det ikke er statistisk holdbart å fordele dem på disse variablene.

at hjemme-PC-en dekker ulike behov. De aller fleste, 41 prosent, brukte den til underholdning eller avkobling. 40 prosent brukte den som praktisk hjelpemiddel til hjem eller fritid, 38 prosent i forbindelse med sitt daglige arbeid og 21 prosent i forbindelse med skolearbeid eller annen utdanning. Tallene overstiger til sammen 100 prosent fordi en PC tydeligvis kan ha flere funksjoner for en og samme bruker samme dag. 15 prosent brukte CD-ROM-spiller i tilknytning til PC-en og 13 prosent brukte den tilknyttet modem eller faks.

Menn og kvinner bruker i noen grad PC-en forskjellig. Blant kvinner er det en større andel som bruker den i forbindelse med skolearbeid eller annen utdanning. Menn bruker den derimot i større grad til underholdning og i forbindelse med modem og CD-ROM-spiller.

Aldersmessig er det klare forskjeller. De som bruker hjemme-PC-en i forbindelse med sitt daglige arbeid øker kraftig med alderen. Nesten tre fjerdedeler av dem som er i alderen 45-66 år bruker PC-en i en slik sammenheng når de bruker den hjemme. Derimot er det uten sammenligning de yngste som oftest bruker hjemme-PC-en til underholdning og avkobling, i første rekke til ulike spill. Mer enn 9 av 10 barn bruker PC-en til slikt når de benytter den.

Det er de unge i alderen 16-24 år som helst bruker hjemmedatamaskinen som hjelpemiddel i forbindelse med skolearbeid eller annen utdanning. Dette er ikke overraskende, i og med at det er denne gruppen som helst er under utdanning. Å bruke PC som praktisk hjelpemiddel til hjem og fritid er temmelig jevnt fordelt aldersmessig. Bruk av modem/faks og CD-ROM-spiller tilknyttet hjemme-PC er også nokså jevnt fordelt blant unge og voksne.

Å bruke hjemme-PC-en i forbindelse med det daglige arbeidet øker med økende utdanning. Dette er omvendt når det gjelder underholdning: De med lav utdanning er mer tilbøyelig til å bruke PC-en som en underholdningsmaskin enn de med høy utdanning.

3 prosent bruker TV-spill en gjennomsnittsdag, naturlig nok barn, og blant dem helst gutter. Blant dem som har TV-spill i hjemmet er det 9 prosent som bruker det en gjennomsnittsdag. 5 prosent av jentene i aldersgruppen 9-15 år bruker TV-spill pr. dag. Andelen av guttene i samme aldersgruppe er 26 prosent.

# 5. Kultur- og mediebruk samlet

## 5.1. Kulturbrukernes mediebruk - og omvendt

### Kulturbrukere også aktive mediebrukere

Generelt kan man si at de som benytter de ulike kulturtilbudene også er aktive mediebrukere. Stort sett bruker de ulike mediene på høyde med eller over gjennomsnittet. Det er visse klare trekk i sammenhengen mellom bruk av ulike kultur- og medietilbud. Kinopublikummet er yngre enn befolkningen som helhet. Tabell 40 viser derfor ingen sammenheng mellom kinobesøk og avislesing, ukebladlesing, radiolytting eller fjernsynsseing. Disse medieaktivitetene er mest særpreget for den voksne befolkningen. Kinopublikummet er derimot aktive tegneserielesere, hjemme-PC-brukere og hører ivrig på musikkavspillingsutstyr. Det er også en viss sammenheng mellom kinobesøk og boklesing. Det som derimot er noe overraskende, er at videobruk og kinobesøk ikke henger sammen. Det kan være slik at det er to aktiviteter som i en viss grad erstatter hverandre.

Publikum på populærkonserter ligner på kinopublikummet på flere måter, også når det gjelder medievaner. De er også naturlig nok opptatt av plater og kassetter, tegneserier og hjemme-PC.

**Tabell 40. Gammakorrelasjon mellom bruk av ulike medier en gjennomsnittsdag og besøk på ulike kulturtilbud siste 12 måneder. 1994**

| | Avis | Ukeblad | Tegneserie | Tidsskrift | Bok | Plate, kassett, CD | Video | Radio | Fjernsyn | Hjemme-PC |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Kino | -0,09 | -0,03 | 0,55 | 0,10 | 0,27 | 0,53 | 0,01 | 0,01 | -0,04 | 0,46 |
| Teater | 0,20 | 0,09 | 0,08 | 0,25 | 0,22 | 0,24 | 0,16 | 0,16 | -0,03 | 0,15 |
| Opera/operette | 0,39 | -0,11 | 0,00 | 0,30 | 0,27 | 0,25 | 0,02 | -0,11 | -0,11 | 0,27 |
| Ballett/dans | 0,19 | -0,01 | 0,25 | 0,26 | 0,34 | 0,40 | -0,03 | 0,06 | -0,20 | 0,22 |
| Klassisk konsert | 0,10 | -0,05 | 0,13 | 0,23 | 0,13 | 0,20 | 0,00 | 0,10 | -0,13 | 0,11 |
| Populærkonsert | 0,04 | -0,05 | 0,35 | 0,07 | 0,18 | 0,45 | 0,18 | 0,12 | -0,13 | 0,27 |
| Kunstutstilling | 0,21 | 0,00 | 0,03 | 0,36 | 0,29 | 0,15 | -0,06 | 0,14 | -0,03 | 0,23 |
| Museum | 0,08 | -0,04 | 0,21 | 0,18 | 0,14 | 0,13 | -0,07 | 0,02 | -0,03 | 0,22 |
| Bibliotek | -0,05 | 0,06 | 0,34 | 0,17 | 0,46 | 0,31 | 0,15 | -0,06 | 0,05 | 0,22 |
| Idrettsarrangement | 0,04 | 0,04 | 0,44 | 0,12 | 0,03 | 0,35 | 0,34 | 0,06 | 0,04 | 0,22 |

Publikum på teater, opera, ballett og klassiske konserter har noe annerledes medievaner enn de som går på populærkonserter og kino. Dette er et mer voksent og avis- og tidsskriftlesende publikum. De hører også mye på plater og kassetter, men er ikke utpregede ukebladlesere eller fjernsynsseere.

Besøk på kunstutstilling har klarest positiv sammenheng med tidsskriftlesing, mens bibliotekbesøk naturlig nok er den kulturaktiviteten som i størst grad henger sammen med boklesing. Besøk på idrettsarrangement er den aktiviteten som mest henger sammen med videobruk, men har også en klar sammenheng med lesing av tegneserieblad.

De museumsbesøkende skiller seg lite ut i forhold til befolkningen som helhet, også når det gjelder mediebruk. På mediesiden har den gjennomsnittlige ukebladleser og fjernsynsseer ingen klare positive korrelasjoner med noen form for kulturbruk.

**Mindre TV-seing og mer boklesing blant storbrukerne av kultur**

Det kan være naturlig å tro at de som er svært aktive kulturbrukere har mindre tid til overs til massemedier. Men generelt sett er det liten forskjell mellom storkulturbrukere og de som nesten ikke benytter kulturtilbudene når det gjelder tid brukt til massemedier. Det er derimot en liten tendens til at de som har benyttet de samlede kulturtilbudene mange ganger, bruker noe mer tid på massemedier enn andre. Deler vi opp kulturbesøket i to, antall besøk på mer "seriøse" kulturtilbud, dvs. teater, opera, ballett, klassisk konsert og kunstutstilling, og de andre tilbudene, dvs. kino, bibliotek, populærkonsert og museum, er heller ikke forskjellen stor. I den grad det er noen tendens, viser den at de som ofte går på de mer populære kulturtilbudene, bruker noe mer tid til massemedier enn de andre.

**Kulturbruk med og uten kabel-TV**

Vi har tidligere sett at de som kan ta imot TV-kanaler som formidles via satellitt, dvs. de som er tilknyttet et kabelanlegg eller har egen parabolantenne, ikke avviker særlig fra dem som ikke har denne muligheten når det gjelder mediebruk. Påvirker likevel denne muligheten folks kulturvaner? Man kan tenke seg at de med mange kanalmuligheter på sin TV hjemme i stua får nok kultur formidlet på den måten, slik at de ikke føler behov for å betale dyre billetter til teater- og konsertsaler.

Generelt sett er det ingen dramatiske forskjeller i kulturbruken mellom personer med satellitt-TV og de uten slik mulighet. Den klareste forskjellen mellom disse gruppene finner vi når det gjelder kinobesøk. De med satellitt-TV går i større grad på kino enn de som ikke har satellitt-TV. Dette gjelder for alle aldersgrupper. Det er også en tendens til at de i noe større grad går på museer, kunstutstillinger og på idrettsarrangement. Derimot går de i noe mindre grad på bibliotek enn de som ikke har satellitt-TV.

Disse tendensene kan delvis ha sin forklaring i at det er i de større byene, hvor kabelanleggene er best utbygd, at det også er best kulturtilbud. I 1994 var det 69 prosent som hadde satellitt-TV-tilgang i storbyene, mens tilgangen bare var 27 prosent i spredtbygde strøk. Den gjennomsnittlige satellitt-TV-eier har dermed et bedre kulturtilbud og burde derfor i teorien være mer aktiv kulturbruker enn andre. Ved å se på bare dem som bor i de store byene kan vi eliminere noe av denne feilkilden. Vi ser da også at i denne gruppen er tallene noe annerledes. Storbyboere uten satellitt-TV har en noe

større besøksandel på de fleste kulturtilbudene enn de som har satellitt-TV, men store forskjeller er det ikke snakk om. Dette gjelder likevel ikke kino- og teaterbesøk, som man skulle tro de nye TV-kanalene gav best kompensasjon for.

### Vi ser og lytter til samme program uansett kulturbruk

Det er få klare forskjeller i hva slags program folk ser på fjernsynet og lytter til i radioen, i forhold til hvor aktive kulturbrukere de er. De velger stort sett samme type program uansett. De som til sammen har vært flere ganger på teater, ballett, opera, kunstutstilling eller klassisk konsert, ser likevel i noe mindre grad enn andre på sportssendinger i fjernsynet. De ser også i noe mindre grad på fjernsynsfilmer. Derimot hører de noe mer på seriøs musikk i radioen.

Når det gjelder mer spesifikke interesser, finner vi noen, men små sammenhenger. 22 prosent av dem som har vært på idrettsarrangement siste 12 måneder har sett på sportssendinger i fjernsynet en gjennomsnittsdag. Blant resten av befolkningen er andelen 18 prosent. Blant dem som har vært på populærkonsert siste 12 måneder har 23 prosent hørt på popprogram i radioen i løpet av dagen. Andelen er 20 prosent blant dem som ikke har vært på popkonsert. Også de som har vært på klassisk konsert skiller seg litt ut. Blant dem er det 9 prosent som har hørt program med seriøs musikk i radioen en gjennomsnittsdag. Blant resten av befolkningen er andelen som lytter til slike program 4 prosent pr. dag.

## 5.2. Barn og unges kultur- og mediebruk

Med utgangspunkt i undersøkelsene i 1991 og 1994 kan vi si litt om endringer i barns og unges kulturbruk i denne perioden. I disse undersøkelsene er det mulig å dele opp de aktuelle aldersgruppene i 9-12 år, 13-15 år, 16-19 år og 20-24 år.

Den gruppen som har endret kulturatferden mest, er 13-15-åringene. De har hatt en relativt betydelig økning i besøket, både når det gjelder teater, ballett, kunstutstillinger, konserter og museer. Blant de andre aldersgruppene har endringene vært mindre. Alle gruppene har økt andel på klassisk konsert, og alle fra 13 til 24 år har økt besøksandel på populærkonserter. Det er også verd å merke seg at det blant 9-12-åringene har vært en nedgang i andelen som har vært på folkebibliotek og teater.

Ved å slå sammen kulturbrukstallene for 1991 og 1994 får vi et materiale som kan gi tall for to og to årsklasser, slik at vi kan sammenligne de minste barna med de som er litt eldre enn dem osv. Dette er gjort med årsklassene fra 9 år til og med 20 år. Utvalget i hver gruppe er lite, men stort nok til å gi holdepunkter for likheter eller klare forskjeller. Som sammenligning bruker vi alle fra 21-79 år i en gruppe, som vi kan kalle voksengruppen. La oss først se på de rene kulturbrukstallene.

### Barn og unge mest aktive nesten uansett kulturtilbud

Det første som slår en i disse tabellene er at det for de aller fleste tilbudene er høyere tall i barne- og ungdomsgruppene enn blant de voksne. Særlig gjelder dette kinobesøk, folkebibliotekbesøk, ballettbesøk og idrettsarrangement. Det er bare når det gjelder opera-/operettebesøk at tallene er under eller på linje med voksengruppen på alle alderstrinn.

9-10-åringene er nok den gruppen som helst går sammen med foreldre når de besøker kulturtilbud. Dette gjenspeiles kanskje i at de er blant dem som i størst

**Tabell 41. Andel som har benyttet ulike kulturtilbud og antall ganger de er benyttet, etter aldersgrupper. 1991 og 1994. Prosent**

| | Kino | Bib-lio-tek | Tea-ter | Ope-ra | Bal-lett | Klas-sisk kons. | Popu-lær-kons. | Kunst-utstil-ling | Mu-seum | Id-retts-arrang. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Andel for alle | 60 | 50 | 45 | 5 | 8 | 31 | 35 | 43 | 43 | 58 |
| 9-10 år | 84 | 70 | 52 | 5 | 11 | 38 | 26 | 30 | 60 | 72 |
| 11-12 år | 82 | 74 | 52 | 1 | 15 | 38 | 36 | 41 | 55 | 75 |
| 13-14 år | 91 | 78 | 47 | 5 | 13 | 37 | 45 | 51 | 66 | 85 |
| 15-16 år | 93 | 79 | 54 | 3 | 14 | 27 | 53 | 43 | 57 | 77 |
| 17-18 år | 95 | 73 | 60 | 3 | 17 | 37 | 57 | 47 | 49 | 81 |
| 19-20 år | 93 | 57 | 47 | 3 | 16 | 29 | 61 | 32 | 35 | 72 |
| 21-79 år | 53 | 45 | 43 | 6 | 7 | 30 | 33 | 43 | 41 | 54 |
| Antall for alle | 4,3 | 5,3 | 1,1 | 0,1 | 0,2 | 1,0 | 1,3 | 1,5 | 1,1 | 6,4 |
| 9-10 år | 3,4 | 7,1 | 1,0 | 0,1 | 0,2 | 1,2 | 0,4 | 0,5 | 1,4 | 5,4 |
| 11-12 år | 4,5 | 10,8 | 1,0 | 0,0 | 0,7 | 1,1 | 0,8 | 0,8 | 1,6 | 7,3 |
| 13-14 år | 5,3 | 11,9 | 1,0 | 0,1 | 0,2 | 0,9 | 1,2 | 1,0 | 1,7 | 11,3 |
| 15-16 år | 7,9 | 11,3 | 1,2 | 0,1 | 0,3 | 0,7 | 1,7 | 0,8 | 1,1 | 12,2 |
| 17-18 år | 13,5 | 11,7 | 1,6 | 0,0 | 0,3 | 1,2 | 1,8 | 1,2 | 1,1 | 12,1 |
| 19-20 år | 11,5 | 7,7 | 0,9 | 0,1 | 0,4 | 2,2 | 2,7 | 1,5 | 1,0 | 9,0 |
| 21-79 år | 3,5 | 4,2 | 1,1 | 0,1 | 0,1 | 1,0 | 1,3 | 1,6 | 1,1 | 5,7 |

grad har vært på opera og klassisk konsert, og er den gruppen som har nest høyest andel når det gjelder museumsbesøk. Derimot ligger de lavest i ballettbesøk, kunstutstilling og på idrettsarrangement.

11-12-åringene peker seg ikke særlig ut på noe spesielt tilbud, men har jevnt høy andel besøk på alle tilbudene, unntatt opera-/operettebesøk, der de har den desidert laveste andelen. Denne gruppen er blant dem som i størst grad har vært på klassisk konsert.

13-14-åringene er de som har høyest andel besøk på museer, idrettsarrangement og kunstutstilling. De ligger også svært høyt når det gjelder folkebibliotekbesøk. Ellers har de også en jevnt høy andel av besøk på alle kulturtilbudene.

15-16-åringene er de som i størst grad har vært på folkebibliotek og har nest størst andel når det gjelder besøk på teater og kunstutstilling.

17-18-åringene har de høyeste tallene når det gjelder kinobesøk. Kun 5 prosent har ikke vært på kino i løpet av en 12-månedersperiode i denne aldersgruppen. De har i størst grad vært på teater- og ballettforestilling. De har dessuten nest høyeste andel som har vært på klassisk konsert, populærkonsert og på kunstutstilling.

19-20-åringene er den mest selvstendige av gruppene og har i størst grad av alle vært på populærkonserter, neppe i særlig stor grad sammen med foreldre. Disse har også meget høy andel som har vært på kino og ballettforestillinger. Derimot

har de relativt lave andeler besøk på folkebibliotek og teater. De er dessuten den eneste gruppen blant barn og unge som har lavere andel besøk på museer enn de voksne.

For både kino, teaterbesøk og idrettsarrangement er det en økning i antall besøk fra de yngste til 17-18-åringene for så å synke noe igjen. Antall besøk på populærkonserter øker helt opp til 19-20-åringene. Et annet trekk ved tabellen er at selv om de yngste i stor grad har vært på ulike kulturtilbud i løpet av 12 måneder, har de ikke nødvendigvis vært der så mange ganger.

**Tabell 42. Andelen med egne aktiviteter innen kulturområdet, etter aldersgrupper og kjønn. 1991 og 1994. Prosent**

| | Alle | Menn | Kvinner |
|---|---|---|---|
| 9-10 år | 68 | 61 | 74 |
| 11-12 år | 70 | 64 | 77 |
| 13-14 år | 62 | 54 | 69 |
| 15-16 år | 47 | 36 | 61 |
| 17-18 år | 51 | 41 | 58 |
| 19-20 år | 34 | 23 | 45 |
| 21-79 år | 30 | 25 | 34 |

## Jentene dominerer

Vi har hittil sett på aldersgruppene som helhet. Splitter vi opp gruppene etter kjønn, finner vi helt klare forskjeller, selv om det for hver enkelt gruppe i seg selv ikke er så sterkt tallgrunnlag. Også når det gjelder barn og unge er det jentene som dominerer i kulturbruken. Spesielt gjelder dette ballett, konserter, teater- og bibliotekbesøk. Her er det uten unntak jentene som er i klar overvekt innenfor alle aldersgruppene, altså typiske jenteaktiviteter. Tendensen i samme retning er også temmelig klar når det gjelder klassiske konserter og kunstutstillinger. Når det gjelder de andre kulturtilbudene er ikke tendensene i en retning så klare. Når det gjelder kino og idrettsarrangementer er det slik at jentene er i overvekt blant de yngste aldersgruppene, mens guttene tar over i 17-18-årsalderen. I denne gruppen svarer 100 prosent av guttene at de har vært på kino siste 12 måneder.

## Barn også mest aktive selv

Det vi har sett på hittil er barn og unges kulturkonsum. Når det gjelder egendeltakelse er de følgende tallene basert på en sammenslåing av aktiviteter når det gjelder musikk, sang, teater og kunsthåndverk. Både egenaktivitet og medlemskap i foreninger er tatt med i beregningene.

Også her ser vi at det er barn og unge, i størst grad jentene, som er de mest aktive kulturbrukere. De yngste blant begge kjønn har høyest andel, deretter synker aktiviteten ganske jevnt. Blant guttene er aktiviteten lavere i 19-20-årsalderen enn den er for gjennomsnittet for de voksne mennene.

For å gå mer i detalj kan vi se på noen av de enkelte kulturaktivitetene.

Tabell 42 gir klart uttrykk for at barn og unge er mer aktive enn voksne på et flertall kulturområder. Det er de aller yngste som i størst grad spiller instrument regelmessig. 11-12-åringene er de som helst er med i kor, orkester, sang- eller musikkgruppe. 17-18-åringene er oftest med i teater- eller revygruppe. Det er også de som i størst grad driver med kunst eller kunsthåndverk på fritiden.

Også her finner vi forskjeller mellom gutter og jenter. Jevnt over er jentene mer aktive enn guttene, men forskjellen er størst når det gjelder kunst/kunsthåndverk. Her er jentene stort sett dobbelt så aktive som guttene på alle alderstrinn. Når det gjelder de laveste alderstrinn

**Tabell 43. Andelen med egne aktiviteter innen kulturområdet, etter aldersgrupper og kjønn. 1991 og 1994. Prosent**

| | Med i teater-/ revygruppe | Spiller instrument regelmessig | Med i kor/orkester/sang-/musikkgruppe | Driver med kunst/ kunsthåndverk på fritiden |
|---|---|---|---|---|
| Alle | 1 | 9 | 6 | 10 |
| 9-10 år | 1 | 36 | 15 | 7 |
| 11-12 år | 3 | 33 | 20 | 11 |
| 13-14 år | 4 | 25 | 14 | 12 |
| 15-16 år | 5 | 13 | 10 | 8 |
| 17-18 år | 6 | 15 | 16 | 13 |
| 19-20 år | 1 | 11 | 9 | 9 |
| 21-79 år | 1 | 6 | 4 | 9 |

spiller jentene også i større grad musikk regelmessig og de er i større grad med i kor, musikkgrupper osv. Men når guttene har kommet over puberteten, kommer de på linje med jentene og går til dels forbi dem. Det vil altså si fra 15-16 år og oppover.

## De unge som mediebrukens seismografer

"Unge er mediekulturens seismografer. At det forholder seg således, er der sådan set ikke noget nyt i. For ungdommen hører jo til den mest søgende fase i livet. Det er her, vi både skal finde væk fra mor og far, få kærester, uddanne os og finde arbejde og bolig - ofte flere ting på en gang" (Drotner 1995). Statistikken viser tydelig at det er barn og unge som først tar i bruk de nye mediene. Når de tre siste undersøkelsene om mediebruk slås sammen, får vi en fordeling over andelen brukere en gjennomsnittsdag, slik tabell 44 viser.

Den yngste gruppen er de som har høyest andel fjernsynsseere en gjennomsnittsdag. Deretter synker andelen jevnt oppover i aldersgruppene, slik at 19-20-åringene ligger langt under det som er

**Tabell 44. Andel som har brukt ulike medietilbud en gjennomsnittsdag, etter aldersgrupper. 1991, 1992 og 1994. Prosent**

| | Fjernsyn | Radio | Plate/kassett/CD | Video | Blad | Bok | Tidsskrift | Avis | Antall svar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle | 81 | 68 | 42 | 10 | 28 | 21 | 16 | 84 | 6 129 |
| 9-10 år | 93 | 27 | 57 | 22 | 57 | 31 | 3 | 31 | 182 |
| 11-12 år | 89 | 34 | 66 | 24 | 63 | 33 | 7 | 53 | 191 |
| 13-14 år | 86 | 49 | 78 | 22 | 68 | 33 | 6 | 71 | 193 |
| 15-16 år | 82 | 60 | 83 | 27 | 44 | 24 | 9 | 77 | 172 |
| 17-18 år | 76 | 62 | 83 | 18 | 40 | 22 | 14 | 82 | 187 |
| 19-20 år | 68 | 60 | 78 | 18 | 40 | 28 | 10 | 84 | 198 |
| 21-79 år | 81 | 72 | 34 | 7 | 23 | 19 | 18 | 88 | 5 006 |

gjennomsnittet for hele befolkningen. Eldre ungdom ser m.a.o. lite på fjernsyn i forhold til de som er yngre enn dem og i forhold til voksne.

**Lite radio - mye plater og kassetter**

Både barn og ungdom hører i mindre grad på radio enn voksne. Spesielt er lytterandelen lav i den yngste aldersgruppen. Deretter øker lytterandelen ganske jevnt, men selv 19-20-åringene har en betydelig lavere lytterandel enn de voksne. Barn og unge tar imidlertid sitt monn igjen når det gjelder lytting på plater, kassetter og CD-er. Alle aldersgruppene ligger betydelig over voksengruppen. Spesielt gjelder dette gruppene fra 15 til 18 år. Det er disse som tydeligvis er storbrukerne av stereoanlegg og walkman.

Barn og unge er også de toneangivende gruppene når det gjelder videoseing. Andelen videoseere ligger godt over tallene for voksne. Likevel har ikke videoen på noen måte overtatt for fjernsynsseing. Når vi vet at omtrent 75 prosent av disse har videospiller hjemme, er en seerandel pr. dag på ca. 25 prosent likevel ikke spesielt høy.

Blant de trykte mediene står ukebladene spesielt sterkt blant barn og unge. Særlig de fra 9 til 14 år har høye andeler som leser slike blad en gjennomsnittsdag. Fra 15 år synker andelen en del, men frem-

**Tabell 45. Antall minutter brukt på ulike medietilbud en gjennomsnittsdag, etter aldersgrupper. 1991, 1992 og 1994. Prosent**

| | Fjern-syn | Radio | Plate/kas-sett/CD | Video | Blad | Bok | Tids-skrift | Avis | Antall svar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Alle | 112 | 98 | 37 | 8 | 10 | 13 | 5 | 39 | 6 129 |
| 9-10 år | 93 | 11 | 24 | 12 | 18 | 11 | 0 | 4 | 182 |
| 11-12 år | 99 | 26 | 39 | 18 | 22 | 15 | 1 | 8 | 191 |
| 13-14 år | 105 | 44 | 68 | 18 | 24 | 17 | 1 | 12 | 193 |
| 15-16 år | 101 | 47 | 93 | 24 | 14 | 12 | 2 | 17 | 172 |
| 17-18 år | 99 | 63 | 99 | 17 | 16 | 16 | 4 | 24 | 187 |
| 19-20 år | 83 | 97 | 94 | 17 | 14 | 16 | 3 | 32 | 198 |
| 21-79 år | 115 | 109 | 29 | 6 | 8 | 12 | 6 | 44 | 5 006 |

deles ligger den betydelig over de voksnes bladlesing. Slike blad er de trykte medier som i størst grad når fram til 9-12-åringene.

Barn og unge er også ivrige boklesere. Alle gruppene ligger betydelig over voksengruppen. Spesielt gjelder det 9-14-åringene, der omtrent hver tredje person leser bok en gjennomsnittsdag.

Andelen avislesere er atskillig større enn tidsskriftlesere, i alle aldersgrupper. Det er de yngste som har lavest avisleserandel. Deretter stiger den jevnt i takt med at de unge nærmer seg de voksnes rekker. De eldste blant ungdommen leser avis nesten på linje med de voksne.

Antall minutter de ulike gruppene bruker på medier pr. dag viser i hovedsak de samme tendenser (tabell 45). Det som spesielt kan bemerkes er at de yngste ligger ganske lavt i antall minutter, til tross for at de har høye brukerandeler. De bruker derfor mindre tid enn de som er eldre enn dem på hvert av de mediene de bruker. Det er de voksne som bruker mest tid både på fjernsyn, radio og aviser, dvs. de store informasjons- og nyhetsmediene. Barn og unge bruker derimot mest av sin medierelaterte tid på underholdningsmedier.

## Økende TV-seing blant barna

Har mediebruken blant barn og unge endret seg de siste åra? I andre land har de funnet en tendens til nedgang i boklesing blant unge (Broddason 1995). Denne tendensen begynner å bli synlig også i Norge. Særlig gjelder dette blant gutter. I 1991 var det 26 prosent av guttene i alderen 9-15 år som leste bøker en gjennomsnittsdag. Andelen har sunket til 15 prosent i 1995. Derimot er det tydelig at TV-seingen har økt blant barn fra 9-15 år. Dette gjelder både gutter og jenter. Gjennomsnittlig TV-seing var i 1991 88 minutter blant 9-12-åringer. Dette har økt til 106 minutter i 1995. Tilsvarende økning har det vært blant 13-15-åringene. Derimot har tid brukt til video, plater/kassetter/CD-er, ukeblader og radio gått noe ned.

Også når det gjelder mediebruk har gutter og jenter ulike vaner, men forskjellene varierer fra medium til medium. Det mest ekstreme guttemediet er videospilleren. I alle aldersgrupper bruker guttene mer tid på dette enn jentene. Spesielt fra 15-18 år er forskjellen stor. I denne perio-

**Tabell 46. Andel som har benyttet ulike massemedier en gjennomsnittsdag blant dem som har og dem som ikke har tilgang satellitt-TV, etter alder. 1991, 1992 og 1994. Prosent**

| | Radio | Plate/kas-sett/CD | Fjernsyn | Video | Avis | Tidsskrift | Ukeblad | Bok |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 9-10 år | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 22 | 61 | 96 | 15 | 26 | 4 | 55 | 31 |
| Har ikke satellitt-TV | 31 | 54 | 91 | 26 | 34 | 2 | 59 | 31 |
| 11-12 år | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 24 | 70 | 86 | 26 | 51 | 2 | 62 | 37 |
| Har ikke satellitt-TV | 40 | 63 | 91 | 23 | 55 | 10 | 64 | 31 |
| 13-14 år | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 42 | 75 | 88 | 16 | 70 | 3 | 66 | 29 |
| Har ikke satellitt-TV | 55 | 81 | 84 | 26 | 71 | 7 | 69 | 37 |
| 15-16 år | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 63 | 84 | 88 | 19 | 77 | 9 | 45 | 22 |
| Har ikke satellitt-TV | 57 | 81 | 76 | 35 | 77 | 10 | 43 | 26 |
| 17-18 år | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 62 | 85 | 79 | 16 | 86 | 11 | 43 | 21 |
| Har ikke satellitt-TV | 63 | 80 | 72 | 20 | 79 | 16 | 36 | 24 |
| 19-20 år | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 59 | 80 | 63 | 21 | 85 | 9 | 35 | 29 |
| Har ikke satellitt-TV | 61 | 76 | 73 | 16 | 83 | 11 | 44 | 27 |
| 21-79 år | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 70 | 37 | 83 | 7 | 89 | 19 | 23 | 21 |
| Har ikke satellitt-TV | 73 | 32 | 79 | 7 | 88 | 17 | 23 | 18 |

den bruker guttene dobbelt så mye tid som jentene på å se på video. Jentene på sin side tyr til bøkene. Blant de yngste bruker jentene tre ganger så mye tid på bøker som guttene. Dette jevner seg noe ut fra 13-18-årsalderen. Men også blant 19-20-åringene er jentene atskillig større boklesere enn sine jevnaldrende gutter.

Ellers er det slik at de yngre guttene i større grad bruker tid til fjernsynsseing, bladlesing og avislesing enn det jentene gjør. Jenter fra 13 år og oppover bruker mer tid enn gutter på radiolytting.

## Færre radiolyttere blant dem med mange TV-kanaler

Det har vært en viss engstelse for at de nye satellittformidlede fjernsynskanalene ville føre til økt fjernsynsseing og at andre aktiviteter ville lide under det. Ser vi på andelen som benytter ulike massemedier pr. dag i forhold til om de har tilgang til disse kanalene, finner vi ingen dramatiske forskjeller i befolkningen generelt. De som har satellittkanaler ser i litt større grad på fjernsyn. Dette gjelder også de aller fleste aldersgruppene. De mediene som blir mindre brukt blant dem som har satellittkanaler er i første rekke radio og video. Blant alle gruppene opp

til og med 14 år lytter de som har satellittkanaler mindre på radio. Når det gjelder video er andelen brukere lavere i aldersgruppene fra 13 opp til 17 år. Det er mye som tyder på at de nye kommersielle kanalene tilbyr ungdommen filmer med spenning og komikk som i en viss grad overflødiggjør leie av videofilmer.

Blant de trykte mediene er andelen brukere generelt nokså lik blant de som har satellittkanaler i forhold til de som ikke har det. Den yngste aldersgruppen leser likevel i noe mindre grad aviser når de har satellitt-TV. Andelen tidsskriftlesere er dessuten generelt noe høyere blant dem som ikke har satellitt-TV, særlig blant 11-12-åringer.

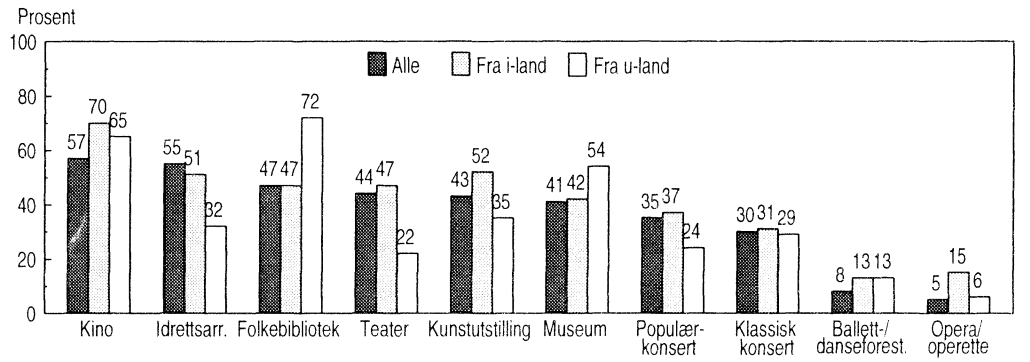
## 5.3. Innvandreres kultur- og mediebruk

I kultur- og mediebruksundersøkelsene kan det skilles mellom personer som er født i Norge og i utlandet og hvilket land de er født i. Antallet utenlandsfødte er lite i hver av undersøkelsene. Skal vi si noe statistisk holdbart om deres kultur- og mediebruk må vi slå sammen tall fra flere av undersøkelsene. Når det gjelder kulturbruk har vi tall fra undersøkelsene i 1991 og 1994. Gruppen utenlandsfødte som helhet er svært sammensatt, med noen personer fra land med sterke kulturelle likhetspunkter med nordmenn, mens andre kommer fra geografisk og kulturelt sett fjerntliggende områder. For å omgå dette problemet er gruppen delt i to. En gruppe inneholder personer fra Europa og Nord-Amerika, kalt i-land . Den andre gruppen er sammensatt av personer fra Asia, Afrika og Sør-Amerika, kalt u-land.

En direkte sammenligning mellom disse gruppene og befolkningen som helhet når det gjelder kultur- og mediebruk kan lett bli mistolket, fordi de er ulikt demografisk sammensatt. Spesielt gjelder dette alder. I utvalget som representerer befolkningen som helhet er 11 prosent i aldersgruppen 9-15 år. I i-landsgruppen er det kun 4 prosent som representerer denne gruppen, mens det i u-landsgruppen er hele 21 prosent. Siden barn har andre medie- og kulturvaner enn de voksne, vil dette påvirke bildet av gruppens vaner som helhet. For å eliminere noe av denne muligheten for feiltolkning, holder vi derfor denne aldersgruppen utenfor i sammenligningen.

I figur 49 er antallet i utlendingsgruppene små, 107 personer fra i-land og 72 fra

**Figur 49. Andel som har brukt ulike kulturtilbud siste 12 måneder blant hele befolkningen, blant innvandrere fra i-land og fra u-land i alderen 16-79 år. 1991 og 1994. Prosent**



u-land, og resultatene må tolkes med forsiktighet. Utlendingsgruppen som helhet og da i første rekke i-landsgruppen skiller seg ikke så mye fra befolkningen som helhet når det gjelder andel som har benyttet ulike kulturtilbud siste 12 måneder. En noe større andel har imidlertid vært på kino, på ballett-/danseforestilling og på opera/operette.

**Mindre på teater, mer på bibliotek**

Det er u-landsgruppen som skiller seg mest ut. De har i mindre grad vært på teater, kunstutstilling, populærkonsert og idrettsarrangement. Derimot har de i langt større grad enn befolkningen som helhet vært på bibliotek, og i større grad vært på museum, kino og ballett-/danseforestilling. De har i like stor grad som hele befolkningen vært på klassisk konsert.

Utlendingene i utvalget fordelt på kjønn viser at kvinner fra i-land på samme måte som for befolkningen som helhet er mer aktive kulturbrukere enn menn innenfor de fleste kulturtilbudene. Innenfor u-landsgruppen derimot, har mennene en større andel besøk på de fleste tilbudene. Både når det gjelder besøk på ballett-/danseforestillinger, konserter, kunstutstillinger, kino og bibliotek har mennene en større andel besøk enn kvinnene. Andelen u-landskvinner som har vært på folkebibliotek siste 12 måneder ligger likevel atskillig høyere enn for nordmenn generelt.

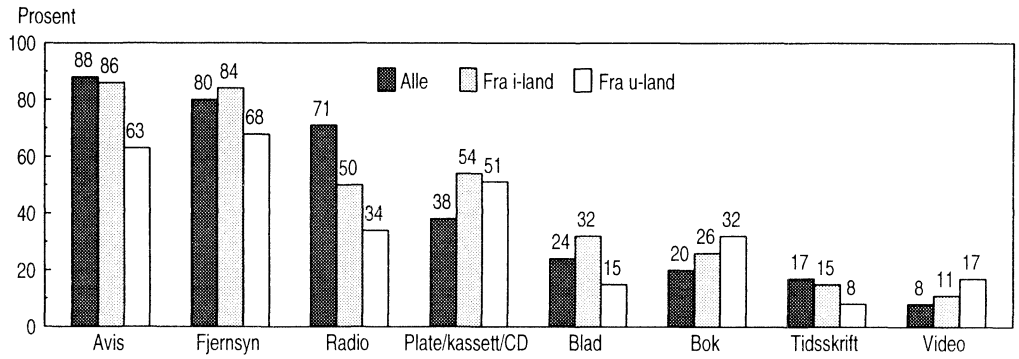
Når det gjelder mediebruken er det også utlendinger fra u-land som i særlig grad skiller seg ut. Også her er det et lite utvalg i de to utlendingsgruppene, 147 personer fra i-land og 82 fra u-land.

Utlendinger fra i-land skiller seg også på dette området mindre fra hele befolkningen enn det u-landsgruppen gjør. De ser omtrent i like stor grad fjernsyn og leser i omtrent like stor grad tidsskrift og aviser som befolkningen generelt. De hører derimot i betydelig mindre grad radio. Til gjengjeld hører de i større grad på plate/kassett/CD, leser i større grad blad og bøker og ser i større grad på video.

**Mindre avislesing, mer boklesing**

Det er personer fra u-land som skiller seg ut her også. De leser i mindre grad aviser, blad og tidsskrift, og lytter mindre på radio. Derimot leser de mer bøker og ser mer på video enn gjennomsnittsbefolkningen. I tillegg er det en mindre andel fjernsynsseere i denne gruppen.

**Figur 50. Andel som har brukt ulike medietilbud en gjennomsnittsdag blant hele befolkningen, blant innvandrere fra i-land og fra u-land. 16-79 år. 1991, 1992 og 1994. Prosent**



Tar vi for oss aldersgruppen 9-19 år og sammenligner u-landsgruppen med befolkningen generelt i samme aldersgruppe, finner vi stort sett samme tendenser. Barn og unge fra u-land lytter i langt mindre grad på radio, leser i mindre grad aviser, blad og tidsskrift enn gjennomsnittsbefolkningen i samme aldersgruppe. De ser også i noe mindre grad på fjernsyn. Derimot ser de i større grad på video. Her har de en andel på 31 prosent mot 22 prosent i befolkningen generelt i denne aldersgruppen. De leser dessuten i noe større grad bøker.

Tendensen er altså i stor grad den samme blant barn og unge som blant de voksne fra u-land når det gjelder mediebruk. Aviser, fjernsyn og radio, de viktigste kanaler for informasjon om norsk samfunn og kultur, blir i mindre grad benyttet av u-landsfødte enn av befolkningen generelt. Isteden foretrekker de kanaler der de kan være mer selektive ut fra egne behov og vaner og hvor det samfunnsmessige informasjonsinnholdet stort sett er ganske lite.

Det ser ut til at kvinnene fra u-land i større grad leser aviser enn mennene gjør. De ser også i større grad på video enn mennene, noe som er stikk i strid med det som er gjelder for befolkningen som helhet. Andelen fjernsynsseere er derimot atskillig større blant menn enn blant kvinner sett i forhold til hele befolkningen.

## 5.4. Avsluttende kommentarer

Mange og til dels forskjelligartede sider ved nordmenns kultur- og mediebruk er blitt belyst på de foregående sidene. Et spørsmål som står igjen er om det er mulig å trekke fram noen generelle trekk ved denne delen av nordmenns fritidsvaner. Som utgangspunkt for å svare på dette kan vi hente fram et par sitater fra de siste års kultur- og mediemeldinger fra Kulturdepartementet. Her skisseres det noen målsettinger med den politikken som føres på disse områdene.

Først skal vi se på kultursiden. I kulturmeldinga finner vi følgende:
*"Et hovedmål for den nasjonale kulturpolitikken må være å gi mennesker mulighet til å delta i og oppleve kunst og kultur i eller nær sitt hjemsted, uavhengig av egen økonomi eller sosiale status."* (Kulturdepartementet, 1991/92 s. 40).

Statistikken viser at for en gjennomsnittlig nordmann er tilgangen til de ulike kulturtilbudene nokså varierende. Muligheten til å gå på kino, på bibliotek eller på et idrettsarrangement er langt større enn til å gå på teater, på en konsert eller på et museum. Det er også temmelig stor variasjon i tilgangen til forskjellige kulturtilbud i ulike deler av landet. De som bor i de store bysentra har atskillig større tilgang til det meste, også på dette området. Det er helt tydelig at de tilbudene som flest har god tilgang til også blir brukt mest. Det er også slik at det uten unntak er de som bor nærmest de ulike kulturtilbudene som bruker dem oftest.

Det er likevel ikke slik at det er et like sterkt ønske om å få bedre tilgang til alle kulturtilbud. Teater og populærkonserter, som er blant de tilbud som færrest har i nærheten, er blant de tilbud flest ville ha brukt mer om de hadde dem nærmere hjemstedet. Likevel er det kino flest vil ha bedre tilgang til, selv om det er dette tilbudet flest allerede har god tilgang til. Og motsatt er det tilbud som er dårligst tilgjengelig, som færrest vil ha mer av. Dette gjelder kunstutstillinger, opera og klassiske konserter.

Slike tilsynelatende motstridende sammenhenger, kan bl.a. ha noe med interesse å gjøre. Det er blant de tilbudene som er best besøkt og som er best tilgjengelige, som det også er størst interesse for, f.eks. idrettsarrangement, bibliotek og kino. Og blant tilbud som er minst tilgjengelige og minst besøkt, finner vi også minst interesse. Dette gjelder bl.a. klassisk konsert og opera.

Kulturinteressen er ikke en konstant faktor, uavhengig av ytre påvirkning. Sosiale indikatorer som yrkesstatus og utdanning henger sammen med interesse for ulike kulturtilbud. De henger også uten tvil sammen med bruken av kulturen. Særlig betyr utdanningen mye for den "seriøse" kulturbruken, opera, ballett, kunstutstillinger, teater og klassiske konserter. Statistikken viser at det blant dem med lavest utdanning er mer enn 50 prosent som ikke har vært på slike kulturtilbud i løpet av et år. Blant dem med høy utdanning er det under 10 prosent. Lignende tall finner vi i forholdet mellom arbeidere og høyere funksjonærer. Tar vi med alle kulturtilbud, også kino og idrettsarrangement, er skjevheten fremdeles til stede, om ikke i like stor grad. Undersøkelsene slår helt tydelig fast at det er klare sosiale skiller i Norge når det gjelder kulturbruken.

I tillegg til at det er en tydelig sammenheng mellom antall kulturbesøk og sosial status, viser statistikken at det er en lignende forskjell når det gjelder bruk av profesjonelle kulturtilbud, dvs. tilbud som koster mye og som i stor grad blir subsidiert av det offentlige. Det er uten tvil personer med høy utdanning og godt betalte jobber som har mest glede av de profesjonelle kulturtilbudene. En av tre arbeidere, men bare en av ti høyere funksjonærer har aldri vært på verken opera, ballett eller klassisk konsert.

I tillegg til de rene sosiale forskjellene i kulturbruken viser statistikken at det også er andre markante demografiske forskjeller. Det er klare ulikheter i kulturbruken mellom menn og kvinner. Kvinner er i større grad kulturbrukere enn menn. Kvinnene er de som har holdt "tempelet oppe" ved sin kulturbruk (Lund 1989), mens mennene i større grad har vært kulturprodusentene.

Vi finner også forskjeller i kulturbruken avhengig av aldersgruppe og bosted. Her kan forskjellene skyldes interesse, men sosiale faktorer kan også ligge bak.

Når det gjelder kulturbruk og folks økonomiske situasjon, kan vi slå fast at folks husholdningsinntekt har sammenheng med omfanget av deres kulturbruk. Men har billettprisene i seg selv noen betydning? Det er kun et lite mindretall som mener dette, men andelen er større blant de med lav husholdningsinntekt enn blant de med høy inntekt. Så dette er et moment i tillegg.

Til tross for disse skjevhetene i kulturbruken mellom ulike grupper, kan vi på grunnlag av undersøkelsene si at det kulturtilbud vi har i Norge når ut til befolkningen som helhet? Ser vi på alt som er definert som kulturtilbud i undersøkelsen, iberegnet amatørtilbud, idrettsarrangement og kinoforestillinger, har hver nordmann i gjennomsnitt vært på over 22 kulturtilbud pr. år. 15 prosent har vært på under tre tilbud. Ser vi derimot bare på teater, opera, ballett, klassisk konsert og kunstutstilling, er gjennomsnittsbesøket 3,8 ganger i løpet av året. En av tre har ikke vært på et slikt tilbud i det hele tatt siste år.

Så over til mediebruken. I Kulturdepartementets mediemelding som kom i 1993, er disse målsettingene definert:

"Utgangspunktet for regjeringas mediepolitikk er:
- *å sikre ytringsfridomen som den grunnleggjande føresetnaden for eit levande demokrati*
- *å sikre sakleg og allsidig informasjon til alle som bur i landet*
- *å styrkje norsk språk og kulturell identitet.*

*For å oppnå desse måla trengst*
- *eit differensiert mediebilete - ideologisk og geografisk*
- *eit variert mediebilete - med eit mangfald av kanalar og utgivingar*
- *eit medietilbod med høgt kvalitetsnivå - språkleg og med omsyn til innhald*
- *eit medietilbod med god etisk standard*
- *eit medietilbod som ivaretek informasjonsbehovet til alle grupper - aldersmessig, sosialt og ut frå interesser.* (Kulturdepartementet, 1992/93 s. 13).

Kultur- og mediebruksundersøkelsene kan ikke gi noe svar på om alle disse målsettingene faktisk tilfredsstilles i dag, særlig ikke det som går på den innholdsmessige siden ved mediene. Tilgangen til medietilbud her i landet, særlig de viktigste informasjonsmediene radio, fjernsyn og aviser, er bedre enn tilgangen til kulturtilbud. Så godt som alle har tilgang til radio, de aller fleste også fjernsyn. I tillegg til NRK har oppimot 90 prosent også tilgang til TV2 og godt over 50 prosent har også flere kanaler å velge mellom. En av tre har tilgang til lokalfjernsyn. Ni av ti kan i tillegg høre nærradio.

Rundt 90 prosent av den voksne befolkningen leser dagsaviser pr. dag. Ser vi bort fra Oslo og Akershus er det nærmere 70 prosent som leser distriktsaviser pr. dag og rundt 15 prosent leser lokalaviser. Selv om det i de mindre befolkede distriktene er færre som kan se mange fjernsynskanaler, er det ellers lite som tilsier at man kan snakke om sosiale eller geografiske forskjeller i tilgangen til de viktigste informasjonsmediene.

Når det gjelder egenaktivitet i forhold til mediene, bl.a. egne ytringer, er det derimot et klart trekk at de som stiller sterkest i samfunnet på andre måter også når best fram med sine synspunkter gjennom mediene.

Sett i lys av de siste 10-15 års debatt om kultur- og mediepolitikk ser det ikke ut til at økningen i medietilbudet skjer på bekostning av kulturtilbudet. Kultur- og mediebruksundersøkelsene viser i hvert fall inntil videre at det er kulturbruken som vokser og at mediebruken har stagnert.

# Referanser

Adoni, Hanna (1995): Literacy and Reading in Multimedia Environment, *Journal of Communication* 45(2), s. 152-174.

Andreasen, Alan R. (1992): *Expanding the Audience for the Performing Arts.* National Endowment for the Arts, Research Division Report nr. 24. Washington D. C.

Bourdieu, Pierre (1973): "Cultural Reproduction and Social Reproduction". I: R. Brown (red.): *Knowledge, Education and Cultural Change,* London.

Broddason, Thorbjörn (1995): Declining Book Reading Among Icelandic Youth, paper presented at the 12th Nordic Conference on Mass Communication Research, Helsingør, Denmark, August 12-15.

Drotner, Kirsten (1995): Ungdomsmedier og kulturel identitet. *Nordicom information* nr. 2.

Kulturdepartementet (1991/92): *Kultur i tiden.* St.meld. nr. 61.

Kulturdepartementet (1992/93): *Media i tida.* St.meld. nr 32.

Lund, Sissel (1989): Kvinnene - kulturens karyatider. *Samfunnsspeilet* nr. 1. Statistisk sentralbyrå.

Mayer, William G. (1993): Trends in media usage. *Public Opinion Quarterly,* volume 57.

Nordicom Sverige (1995): *Mediebarometer 1994.* Medienotiser nr. 1.

Norsk rikskringkasting (1955): *Lyttervaner.* Norsk rikskringkastings undersøkelser 1954, Oslo.

Pax forlag (1979): Pax Leksikon.

Statistisk sentralbyrå (1970): *Radio- og fjernsynsundersøkelsen juni/august 1970* Rapport fra kontoret for intervjuundersøkelsen nr. 13.

Statistisk sentralbyrå (1994): *Kulturstatistikk 1992.* Norges offisielle statistikk.

Vaage, Odd Frank (1988): Fjernsynsseing sommeren 1988. Statistisk sentralbyrå.

Vaage, Odd Frank (1992): *Kultur- og mediebruk 1991.* Rapporter 92/12. Statistisk sentralbyrå.

Vaage, Odd Frank (1993): *Mediebruk 1992.* Rapporter 93/13. Statistisk sentralbyrå.

Vaage, Odd Frank (1995): *Kultur- og mediebruk 1994.* Rapporter 95/15. Statistisk sentralbyrå.

Vaage, Odd Frank (red.) (1996): *Norsk mediebarometer 1995.* Statistiske analyser nr. 12. Statistisk sentralbyrå.

## Vedleggstabeller

**Tabell V1. Andel som aldri har vært på ulike kulturtilbud, i ulike befolkningsgrupper. 1994. Prosent**

| | Kino | Tea-ter | Ope-ra | Bal-lett | Klas-sisk kons. | Popu-lær-kons. | Kunst-utstil-ling | Bib-lio-tek | Mu-seum | Idretts-arrang. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Alle** | 1 | 6 | 63 | 63 | 28 | 22 | 20 | 4 | 4 | 5 |
| **Kjønn** | | | | | | | | | | |
| Menn | 0 | 8 | 69 | 71 | 33 | 22 | 23 | 4 | 4 | 4 |
| Kvinner | 1 | 5 | 58 | 55 | 23 | 22 | 17 | 4 | 4 | 6 |
| **Alder** | | | | | | | | | | |
| 9-12 år | 1 | 13 | 86 | 70 | 37 | 53 | 36 | 3 | 4 | 7 |
| 13-15 år | 0 | 10 | 84 | 65 | 40 | 26 | 18 | 2 | 2 | 4 |
| 16-19 år | 1 | 7 | 85 | 67 | 36 | 12 | 19 | 1 | 1 | 5 |
| 20-24 år | 0 | 3 | 79 | 68 | 34 | 9 | 24 | 1 | 7 | 3 |
| 25-34 år | 0 | 5 | 71 | 65 | 30 | 9 | 17 | 1 | 2 | 4 |
| 35-44 år | 0 | 5 | 63 | 60 | 25 | 14 | 18 | 4 | 4 | 4 |
| 45-54 år | 0 | 4 | 42 | 55 | 23 | 19 | 13 | 4 | 4 | 3 |
| 55-66 år | 1 | 7 | 39 | 62 | 18 | 37 | 19 | 6 | 4 | 7 |
| 67-79 år | 2 | 12 | 50 | 62 | 20 | 52 | 26 | 11 | 6 | 9 |
| **Kjønn/alder** | | | | | | | | | | |
| Menn | | | | | | | | | | |
| 9-15 år | 1 | 12 | 86 | 77 | 43 | 43 | 28 | 3 | 2 | 5 |
| 16-24 år | 0 | 7 | 84 | 75 | 40 | 12 | 28 | 1 | 5 | 5 |
| 25-44 år | 0 | 7 | 75 | 71 | 33 | 12 | 20 | 2 | 3 | 3 |
| 45-66 år | 1 | 7 | 46 | 67 | 28 | 28 | 19 | 5 | 4 | 2 |
| 67-79 år | 0 | 14 | 54 | 68 | 20 | 47 | 31 | 11 | 6 | 5 |
| Kvinner | | | | | | | | | | |
| 9-15 år | 0 | 11 | 83 | 59 | 34 | 40 | 29 | 3 | 4 | 6 |
| 16-24 år | 1 | 2 | 80 | 61 | 30 | 9 | 16 | 1 | 4 | 2 |
| 25-44 år | 0 | 3 | 60 | 54 | 22 | 11 | 15 | 3 | 3 | 5 |
| 45-66 år | 0 | 3 | 36 | 49 | 15 | 25 | 12 | 4 | 4 | 7 |
| 67-79 år | 4 | 11 | 47 | 58 | 21 | 56 | 23 | 11 | 6 | 12 |
| **Yrkesstatus (16-79 år)** | | | | | | | | | | |
| Arbeidere | 1 | 9 | 79 | 79 | 40 | 24 | 31 | 6 | 8 | 5 |
| Lavere funksjonærer | 0 | 4 | 63 | 62 | 29 | 12 | 20 | 1 | 4 | 4 |
| Høyere funksjonærer | 0 | 1 | 47 | 51 | 19 | 10 | 8 | 2 | 1 | 3 |
| Selvstendige | 0 | 7 | 61 | 66 | 24 | 15 | 20 | 0 | 5 | 5 |
| Elever/studenter | 1 | 5 | 83 | 65 | 37 | 10 | 18 | 1 | 1 | 5 |
| Pensjonister | 2 | 13 | 52 | 67 | 23 | 49 | 27 | 9 | 8 | 8 |
| Hjemmearbeidende | 0 | 4 | 64 | 58 | 23 | 21 | 18 | 5 | 2 | 5 |
| Andre ikke yrkesaktive | 0 | 10 | 67 | 51 | 24 | 7 | 17 | 3 | 5 | 5 |
| **Utdanning (16-79 år)** | | | | | | | | | | |
| Ungdomsskolenivå | 1 | 12 | 75 | 74 | 38 | 35 | 31 | 9 | 7 | 9 |
| Gymnasnivå | 0 | 5 | 65 | 67 | 29 | 18 | 20 | 3 | 4 | 4 |
| Universitet/høgskole I | 0 | 2 | 48 | 54 | 15 | 11 | 10 | 1 | 0 | 3 |
| Universitet/høgskole II+ | 0 | 0 | 34 | 35 | 8 | 9 | 1 | 2 | 2 | 3 |

**Tabell V1 (forts.). Andel som aldri har vært på ulike kulturtilbud, i ulike befolkningsgrupper. 1994. Prosent**

| | Kino | Tea-ter | Ope-ra | Bal-lett | Klas-sisk kons. | Popu-lær-kons. | Kunst-utstil-ling | Bib-lio-tek | Mu-seum | Idretts-arrang. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Husholdningsinntekt** | | | | | | | | | | |
| Under 100 000 | 2 | 12 | 68 | 66 | 29 | 32 | 25 | 7 | 8 | 8 |
| 100 000-199 000 | 2 | 11 | 65 | 71 | 26 | 32 | 30 | 6 | 5 | 9 |
| 200 000-299 000 | 1 | 9 | 71 | 67 | 32 | 23 | 22 | 5 | 4 | 4 |
| 300 000-399 000 | 0 | 2 | 64 | 63 | 28 | 15 | 15 | 1 | 2 | 2 |
| 400 000-499 000 | 0 | 6 | 60 | 60 | 26 | 14 | 16 | 1 | 2 | 5 |
| 500 000 eller mer | 0 | 1 | 46 | 47 | 18 | 11 | 11 | 2 | 1 | 2 |
| **Landsdel** | | | | | | | | | | |
| Oslo/Akershus | 0 | 2 | 43 | 46 | 24 | 17 | 15 | 4 | 2 | 5 |
| Østlandet ellers | 0 | 5 | 67 | 61 | 31 | 24 | 20 | 3 | 3 | 5 |
| Agder/Rogaland | 1 | 11 | 70 | 73 | 30 | 25 | 18 | 3 | 4 | 4 |
| Vestlandet | 1 | 6 | 69 | 70 | 27 | 23 | 22 | 5 | 6 | 5 |
| Trøndelag | 0 | 6 | 75 | 70 | 25 | 21 | 26 | 1 | 5 | 4 |
| Nord-Norge | 1 | 12 | 66 | 68 | 27 | 22 | 22 | 5 | 4 | 5 |
| **Bostedsstrøk** | | | | | | | | | | |
| Tettbygd 100 000 eller flere | 0 | 3 | 49 | 50 | 25 | 19 | 16 | 3 | 2 | 6 |
| Tettbygd 20 000-99 000 | 0 | 4 | 54 | 54 | 26 | 19 | 16 | 2 | 2 | 3 |
| Tettbygd under 20 000 | 0 | 6 | 70 | 66 | 30 | 23 | 20 | 4 | 5 | 4 |
| Spredtbygd | 1 | 12 | 73 | 76 | 29 | 26 | 26 | 6 | 5 | 6 |
| **Familiefase** | | | | | | | | | | |
| 9-24 år hos foreldre | 1 | 8 | 85 | 67 | 37 | 26 | 25 | 2 | 3 | 5 |
| Enslige ellers 9-44 år | 1 | 8 | 68 | 62 | 30 | 15 | 20 | 3 | 4 | 6 |
| Enslige 45-79 år | 2 | 11 | 45 | 59 | 24 | 43 | 22 | 9 | 7 | 9 |
| Enslige forsørgere | 0 | 4 | 70 | 52 | 32 | 17 | 30 | 2 | 4 | 2 |
| Gifte/samboende med barn 0-6 år | 0 | 5 | 73 | 64 | 31 | 11 | 14 | 2 | 4 | 4 |
| Gifte/samboende med barn 7-17 år | 0 | 5 | 58 | 64 | 23 | 14 | 16 | 3 | 2 | 2 |
| Gifte/samboende 16-44 år uten barn | 0 | 4 | 67 | 63 | 28 | 10 | 20 | 3 | 4 | 4 |
| Gifte/samboende 45-79 år uten barn | 1 | 6 | 41 | 60 | 20 | 33 | 19 | 6 | 4 | 6 |
| **Husholdningsstørrelse** | | | | | | | | | | |
| Bor alene | 1 | 8 | 54 | 60 | 25 | 31 | 21 | 5 | 6 | 8 |
| 2 husholdningsmedlemmer | 1 | 6 | 54 | 59 | 24 | 24 | 18 | 5 | 4 | 5 |
| 3 husholdningsmedlemmer | 0 | 6 | 67 | 66 | 30 | 19 | 21 | 3 | 4 | 4 |
| 4 husholdningsmedlemmer | 0 | 5 | 69 | 65 | 30 | 19 | 19 | 2 | 2 | 3 |
| 5 husholdningsmedlemmer eller flere | 0 | 8 | 74 | 64 | 31 | 20 | 22 | 2 | 4 | 5 |

**Tabell V2. Andel som sist besøkte ulike kulturtilbud i egen kommune, eget fylke eller annet fylke, etter fylkespar.[1] 1991 og 1994. Prosent**

| | | Kino | Teater | Klassisk kons. | Populær-kons. | Kunst-utstil-ling | Mu-seum | Idretts-arrang. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Østfold/Vestfold** | Egen kommune | 64 | 40 | 72 | 57 | 54 | 42 | 65 |
| | Annen kommune i eget fylke | 22 | 22 | 17 | 20 | 19 | 16 | 15 |
| | Annet fylke | 14 | 38 | 11 | 23 | 28 | 41 | 20 |
| **Oslo** | Egen kommune | 97 | 94 | 89 | 90 | 71 | 79 | 74 |
| | Annet fylke | 3 | 6 | 11 | 10 | 29 | 21 | 26 |
| **Akershus** | Egen kommune | 32 | 17 | 38 | 37 | 44 | 15 | 45 |
| | Annen kommune i eget fylke | 23 | 24 | 20 | 21 | 16 | 18 | 22 |
| | Annet fylke | 45 | 59 | 42 | 43 | 40 | 68 | 33 |
| **Hedmark/ Oppland** | Egen kommune | 59 | 43 | 65 | 65 | 55 | 44 | 68 |
| | Annen kommune i eget fylke | 26 | 14 | 20 | 18 | 22 | 26 | 21 |
| | Annet fylke | 15 | 43 | 15 | 17 | 24 | 30 | 11 |
| **Buskerud/ Telemark** | Egen kommune | 60 | 40 | 80 | 64 | 51 | 44 | 68 |
| | Annen kommune i eget fylke | 32 | 19 | 12 | 16 | 29 | 17 | 20 |
| | Annet fylke | 8 | 42 | 8 | 21 | 20 | 40 | 12 |
| **Agder/ Rogaland** | Egen kommune | 59 | 51 | 74 | 61 | 57 | 50 | 74 |
| | Annen kommune i eget fylke | 37 | 41 | 17 | 29 | 33 | 22 | 18 |
| | Annet fylke | 4 | 8 | 8 | 10 | 11 | 28 | 7 |
| **Hordaland/ Sogn og Fjordane** | Egen kommune | 78 | 79 | 84 | 78 | 76 | 52 | 83 |
| | Annen kommune i eget fylke | 15 | 12 | 12 | 9 | 9 | 23 | 8 |
| | Annet fylke | 7 | 9 | 4 | 14 | 14 | 25 | 9 |
| **Møre og Romsdal** | Egen kommune | 66 | 65 | 73 | 68 | 64 | 57 | 76 |
| | Annen kommune i eget fylke | 18 | 15 | 18 | 15 | 16 | 9 | 15 |
| | Annet fylke | 16 | 21 | 10 | 17 | 20 | 35 | 9 |
| **Trøndelag** | Egen kommune | 81 | 76 | 91 | 76 | 76 | 70 | 84 |
| | Annen kommune i eget fylke | 12 | 12 | 5 | 14 | 9 | 7 | 8 |
| | Annet fylke | 7 | 11 | 4 | 10 | 15 | 22 | 8 |
| **Nordland** | Egen kommune | 89 | 92 | 92 | 89 | 76 | 70 | 87 |
| | Annen kommune i eget fylke | 8 | 1 | 6 | 7 | 12 | 13 | 10 |
| | Annet fylke | 3 | 6 | 3 | 4 | 12 | 17 | 3 |
| **Troms/ Finnmark** | Egen kommune | 93 | 86 | 90 | 88 | 84 | 83 | 88 |
| | Annen kommune i eget fylke | 2 | 3 | 6 | 11 | 6 | 7 | 5 |
| | Annet fylke | 5 | 11 | 4 | 2 | 10 | 10 | 7 |

[1] Opera/operette og ballettforestillinger er ikke tatt med fordi tallgrunnlaget er for lite til å bryte ned på landsdelsnivå.

**Tabell V3. Antall ganger benyttet ett eller flere kulturtilbud siste 12 måneder, etter ulike bakgrunnsvariable. 1991 og 1994. Prosent**

| | 0-2 ganger | 3-10 ganger | 11-20 ganger | 21-30 ganger | 31-50 ganger | 51 ganger eller flere | Gjennomsnitt | Antall svar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Alle** | 15 | 26 | 22 | 13 | 14 | 11 | 22,3 | 4 000 |
| **Kjønn** | | | | | | | | |
| Menn | 14 | 26 | 22 | 13 | 13 | 12 | 22,5 | 1 969 |
| Kvinner | 17 | 25 | 21 | 12 | 15 | 10 | 22,1 | 2 031 |
| **Alder** | | | | | | | | |
| 9-12 år | 2 | 26 | 29 | 15 | 16 | 11 | 24,4 | 246 |
| 13-15 år | 1 | 15 | 20 | 15 | 25 | 23 | 35,8 | 197 |
| 16-19 år | 3 | 14 | 16 | 15 | 21 | 32 | 41,9 | 260 |
| 20-24 år | 4 | 21 | 22 | 14 | 18 | 21 | 32,6 | 370 |
| 25-34 år | 9 | 28 | 26 | 13 | 16 | 9 | 22,1 | 736 |
| 35-44 år | 11 | 23 | 23 | 17 | 17 | 9 | 22,9 | 773 |
| 45-54 år | 19 | 29 | 24 | 11 | 10 | 7 | 17,3 | 581 |
| 55-66 år | 31 | 32 | 17 | 9 | 6 | 4 | 12,7 | 463 |
| 67-79 år | 47 | 29 | 12 | 5 | 5 | 3 | 8,9 | 374 |
| **Kjønn/alder** | | | | | | | | |
| Menn | | | | | | | | |
| 9-15 år | 2 | 25 | 26 | 17 | 17 | 14 | 26,8 | 224 |
| 16-24 år | 2 | 15 | 20 | 15 | 17 | 31 | 39,9 | 303 |
| 25-44 år | 11 | 27 | 23 | 15 | 17 | 9 | 22,0 | 759 |
| 45-66 år | 22 | 32 | 22 | 12 | 6 | 6 | 15,2 | 507 |
| 67-79 år | 42 | 31 | 13 | 5 | 6 | 3 | 9,8 | 176 |
| Kvinner | | | | | | | | |
| 9-15 år | 2 | 18 | 24 | 13 | 23 | 19 | 32,3 | 219 |
| 16-24 år | 5 | 21 | 19 | 14 | 20 | 20 | 33,2 | 327 |
| 25-44 år | 9 | 25 | 26 | 15 | 16 | 9 | 23,0 | 750 |
| 45-66 år | 27 | 29 | 20 | 8 | 10 | 6 | 15,3 | 537 |
| 67-79 år | 52 | 26 | 11 | 4 | 5 | 3 | 8,1 | 198 |
| **Yrkesstatus (16-79 år)** | | | | | | | | |
| Arbeidere | 19 | 31 | 22 | 11 | 12 | 6 | 17,2 | 580 |
| Lavere funksjonærer | 13 | 32 | 23 | 13 | 11 | 9 | 20,7 | 384 |
| Høyere funksjonærer | 6 | 23 | 24 | 17 | 18 | 12 | 25,8 | 1 058 |
| Selvstendige | 22 | 30 | 22 | 11 | 9 | 6 | 16,2 | 264 |
| Elever/studenter | 3 | 15 | 19 | 13 | 21 | 30 | 40,9 | 310 |
| Pensjonister | 44 | 30 | 12 | 5 | 5 | 3 | 9,1 | 553 |
| Hjemmearbeidende | 19 | 25 | 24 | 11 | 15 | 7 | 20,0 | 313 |
| Andre ikke yrkesaktive | 5 | 18 | 24 | 16 | 16 | 20 | 30,6 | 295 |
| **Utdanning (16-79 år)** | | | | | | | | |
| Ungdomsskolenivå | 35 | 25 | 16 | 7 | 8 | 8 | 15,5 | 767 |
| Gymnasnivå | 15 | 30 | 22 | 12 | 12 | 9 | 20,3 | 1 933 |
| Universitet/høgskole I | 6 | 21 | 23 | 15 | 19 | 16 | 29,4 | 365 |
| Universitet/høgskole II+ | 4 | 17 | 25 | 19 | 20 | 16 | 29,9 | 485 |

**Tabell V3 (forts.). Antall ganger benyttet ett eller flere kulturtilbud siste 12 måneder, etter ulike bakgrunnsvariable. 1991 og 1994. Prosent**

| | 0-2 ganger | 3-10 ganger | 11-20 ganger | 21-30 ganger | 31-50 ganger | 51 ganger eller flere | Gjennomsnitt | Antall svar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Husholdningsinntekt** | | | | | | | | |
| Under 100 000 | 21 | 24 | 18 | 9 | 15 | 13 | 23,1 | 319 |
| 100 000-199 000 | 29 | 27 | 20 | 8 | 10 | 6 | 17,6 | 621 |
| 200 000-299 000 | 15 | 27 | 25 | 13 | 14 | 7 | 19,7 | 829 |
| 300 000-399 000 | 9 | 28 | 23 | 12 | 18 | 11 | 24,1 | 804 |
| 400 000-499 000 | 9 | 25 | 24 | 17 | 16 | 9 | 24,1 | 464 |
| 500 000 eller mer | 14 | 25 | 22 | 14 | 13 | 12 | 28,3 | 339 |
| **Landsdel** | | | | | | | | |
| Oslo/Akershus | 12 | 24 | 24 | 14 | 14 | 12 | 23,3 | 802 |
| Østlandet ellers | 17 | 26 | 21 | 12 | 15 | 9 | 20,5 | 1 096 |
| Agder/Rogaland | 15 | 23 | 22 | 14 | 14 | 13 | 24,9 | 613 |
| Vestlandet | 15 | 26 | 23 | 12 | 13 | 12 | 22,8 | 742 |
| Trøndelag | 17 | 26 | 18 | 14 | 15 | 11 | 23,0 | 367 |
| Nord-Norge | 17 | 29 | 20 | 12 | 12 | 9 | 19,9 | 380 |
| **Bostedsstrøk** | | | | | | | | |
| Tettbygd 100 000 eller flere | 11 | 23 | 23 | 15 | 14 | 14 | 25,8 | 807 |
| Tettbygd 20 000-99 000 | 12 | 25 | 22 | 13 | 17 | 11 | 23,1 | 693 |
| Tettbygd under 20 000 | 14 | 26 | 22 | 12 | 15 | 11 | 22,9 | 1 657 |
| Spredtbygd | 25 | 27 | 19 | 11 | 10 | 7 | 16,8 | 801 |
| **Familiefase** | | | | | | | | |
| 9-24 år hos foreldre | 2 | 18 | 21 | 15 | 21 | 23 | 34,6 | 786 |
| Enslige ellers 9-44 år | 10 | 18 | 24 | 12 | 17 | 21 | 31,9 | 363 |
| Enslige 45-79 år | 40 | 26 | 16 | 6 | 7 | 4 | 11,7 | 359 |
| Enslige forsørgere | 10 | 24 | 24 | 12 | 18 | 11 | 25,5 | 131 |
| Gifte/samboende med barn 0-6 år | 10 | 30 | 24 | 17 | 13 | 6 | 19,8 | 921 |
| Gifte/samboende med barn 7-17 år | 10 | 26 | 24 | 13 | 16 | 11 | 23,3 | 423 |
| Gifte/samboende 16-44 år uten barn | 26 | 30 | 19 | 10 | 10 | 5 | 15,3 | 621 |
| Gifte/samboende 45-79 år uten barn | 30 | 31 | 19 | 8 | 7 | 5 | 13,5 | 396 |
| **Husholdningsstørrelse** | | | | | | | | |
| Bor alene | 26 | 21 | 20 | 9 | 13 | 11 | 20,6 | 484 |
| 2 husholdningsmedlemmer | 24 | 28 | 20 | 10 | 9 | 8 | 17,6 | 1 090 |
| 3 husholdningsmedlemmer | 13 | 27 | 22 | 12 | 17 | 9 | 21,8 | 783 |
| 4 husholdningsmedlemmer | 6 | 25 | 24 | 16 | 15 | 14 | 26,3 | 1 020 |
| 5 husholdningsmedlemmer eller flere | 8 | 23 | 21 | 17 | 18 | 14 | 26,3 | 605 |

**Tabell V4. Antall ganger vært på teater, opera, ballett, klassisk konsert eller kunstutstilling siste 12 måneder, etter ulike bakgrunnsvariable. 1991 og 1994. Prosent**

| | 0 ganger | 1 gang | 2-3 ganger | 4-6 ganger | 7-10 ganger | 11 ganger eller flere | Gjennomsnitt | Antall svar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Alle** | 32 | 17 | 20 | 14 | 8 | 9 | 3,8 | 4 000 |
| **Kjønn** | | | | | | | | |
| Menn | 38 | 18 | 20 | 12 | 7 | 5 | 2,9 | 1 969 |
| Kvinner | 26 | 17 | 20 | 15 | 9 | 12 | 4,7 | 2 031 |
| **Alder** | | | | | | | | |
| 9-12 år | 23 | 22 | 22 | 21 | 7 | 4 | 3,2 | 246 |
| 13-15 år | 23 | 16 | 31 | 16 | 10 | 4 | 3,1 | 197 |
| 16-19 år | 21 | 24 | 25 | 13 | 7 | 9 | 4,6 | 260 |
| 20-24 år | 37 | 18 | 19 | 13 | 6 | 6 | 3,3 | 370 |
| 25-34 år | 31 | 20 | 22 | 12 | 7 | 8 | 3,5 | 736 |
| 35-44 år | 29 | 17 | 20 | 14 | 9 | 11 | 4,4 | 773 |
| 45-54 år | 28 | 14 | 20 | 15 | 11 | 12 | 4,7 | 581 |
| 55-66 år | 37 | 14 | 17 | 12 | 9 | 10 | 4,2 | 463 |
| 67-79 år | 52 | 13 | 13 | 9 | 5 | 7 | 2,5 | 374 |
| **Kjønn/alder** | | | | | | | | |
| Menn | | | | | | | | |
| 9-15 år | 26 | 22 | 25 | 18 | 5 | 3 | 2,6 | 224 |
| 16-24 år | 39 | 19 | 20 | 11 | 4 | 6 | 2,9 | 303 |
| 25-44 år | 37 | 19 | 20 | 11 | 7 | 5 | 2,8 | 759 |
| 45-66 år | 37 | 14 | 19 | 11 | 11 | 7 | 3,6 | 507 |
| 67-79 år | 57 | 14 | 13 | 9 | 3 | 4 | 1,9 | 176 |
| Kvinner | | | | | | | | |
| 9-15 år | 20 | 17 | 27 | 20 | 11 | 5 | 3,7 | 219 |
| 16-24 år | 23 | 22 | 22 | 16 | 9 | 9 | 4,7 | 327 |
| 25-44 år | 23 | 18 | 21 | 15 | 9 | 14 | 5,1 | 750 |
| 45-66 år | 28 | 13 | 18 | 16 | 10 | 15 | 5,3 | 537 |
| 67-79 år | 48 | 13 | 14 | 10 | 6 | 10 | 3,0 | 198 |
| **Yrkesstatus (16-79 år)** | | | | | | | | |
| Arbeidere | 47 | 19 | 18 | 8 | 4 | 4 | 2,2 | 580 |
| Lavere funksjonærer | 24 | 24 | 22 | 15 | 8 | 8 | 3,4 | 384 |
| Høyere funksjonærer | 17 | 14 | 22 | 17 | 13 | 16 | 5,8 | 1 058 |
| Selvstendige | 38 | 14 | 19 | 12 | 9 | 8 | 3,9 | 264 |
| Elever/studenter | 22 | 22 | 25 | 12 | 7 | 12 | 5,4 | 310 |
| Pensjonister | 55 | 13 | 12 | 9 | 5 | 6 | 2,2 | 553 |
| Hjemmearbeidende | 38 | 17 | 18 | 16 | 4 | 8 | 3,4 | 313 |
| Andre ikke yrkesaktive | 28 | 18 | 24 | 18 | 7 | 5 | 3,2 | 295 |
| **Utdanning (16-79 år)** | | | | | | | | |
| Ungdomsskolenivå | 52 | 19 | 15 | 8 | 4 | 3 | 1,8 | 767 |
| Gymnasnivå | 34 | 19 | 21 | 12 | 7 | 8 | 3,4 | 1 933 |
| Universitet/høgskole I | 22 | 14 | 21 | 18 | 12 | 14 | 5,8 | 365 |
| Universitet/høgskole II+ | 9 | 10 | 19 | 20 | 17 | 24 | 8,0 | 485 |

Tabell V4 (forts.). Antall ganger vært på teater, opera, ballett, klassisk konsert eller kunstutstilling siste 12 måneder, etter ulike bakgrunnsvariable. 1991 og 1994. Prosent

| | 0 ganger | 1 gang | 2-3 ganger | 4-6 ganger | 7-10 ganger | 11 ganger eller flere | Gjennomsnitt | Antall svar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Husholdningsinntekt** | | | | | | | | |
| Under 100 000 | 38 | 16 | 19 | 13 | 6 | 9 | 3,7 | 319 |
| 100 000-199 000 | 46 | 16 | 14 | 12 | 6 | 7 | 2,5 | 621 |
| 200 000-299 000 | 35 | 16 | 21 | 13 | 6 | 8 | 3,3 | 829 |
| 300 000-399 000 | 22 | 22 | 25 | 14 | 10 | 7 | 3,8 | 804 |
| 400 000-499 000 | 22 | 16 | 24 | 21 | 9 | 9 | 4,7 | 464 |
| 500 000 eller mer | 31 | 17 | 20 | 13 | 9 | 10 | 6,7 | 339 |
| **Landsdel** | | | | | | | | |
| Oslo/Akershus | 25 | 14 | 21 | 15 | 10 | 14 | 5,6 | 802 |
| Østlandet ellers | 35 | 19 | 19 | 13 | 8 | 6 | 3,0 | 1 096 |
| Agder/Rogaland | 32 | 18 | 20 | 13 | 8 | 9 | 3,9 | 613 |
| Vestlandet | 32 | 17 | 21 | 14 | 7 | 9 | 3,8 | 742 |
| Trøndelag | 34 | 19 | 19 | 12 | 6 | 10 | 3,4 | 367 |
| Nord-Norge | 36 | 14 | 22 | 14 | 8 | 5 | 3,1 | 380 |
| **Bostedsstrøk** | | | | | | | | |
| Tettbygd 100 000 eller flere | 26 | 14 | 20 | 15 | 10 | 14 | 5,5 | 807 |
| Tettbygd 20 000-99 000 | 27 | 16 | 22 | 14 | 10 | 11 | 4,3 | 693 |
| Tettbygd under 20 000 | 33 | 20 | 18 | 14 | 8 | 7 | 3,5 | 1 657 |
| Spredtbygd | 40 | 17 | 23 | 11 | 5 | 5 | 2,5 | 801 |
| **Familiefase** | | | | | | | | |
| 9-24 år hos foreldre | 24 | 21 | 26 | 16 | 7 | 6 | 3,4 | 786 |
| Enslige ellers 9-44 år | 32 | 17 | 18 | 12 | 8 | 14 | 5,0 | 363 |
| Enslige 45-79 år | 47 | 13 | 15 | 9 | 6 | 10 | 3,2 | 359 |
| Enslige forsørgere | 30 | 17 | 17 | 15 | 8 | 15 | 5,6 | 131 |
| Gifte/samboende med barn 0-6 år | 31 | 19 | 21 | 14 | 8 | 7 | 3,4 | 921 |
| Gifte/samboende med barn 7-17 år | 28 | 18 | 19 | 14 | 12 | 9 | 4,3 | 423 |
| Gifte/samboende 16-44 år uten barn | 35 | 14 | 18 | 15 | 8 | 9 | 4,0 | 621 |
| Gifte/samboende 45-79 år uten barn | 37 | 14 | 19 | 11 | 8 | 11 | 4,1 | 396 |
| **Husholdningsstørrelse** | | | | | | | | |
| Bor alene | 39 | 14 | 15 | 11 | 8 | 14 | 4,3 | 484 |
| 2 husholdningsmedlemmer | 37 | 15 | 19 | 13 | 7 | 10 | 3,9 | 1 090 |
| 3 husholdningsmedlemmer | 33 | 18 | 20 | 13 | 8 | 8 | 3,7 | 783 |
| 4 husholdningsmedlemmer | 26 | 19 | 24 | 15 | 10 | 7 | 3,7 | 1 020 |
| 5 husholdningsmedlemmer eller flere | 27 | 20 | 20 | 17 | 8 | 7 | 3,8 | 605 |

**Tabell V5. Antall minutter brukt på alle medier samlet, elektroniske medier og trykte medier en gjennomsnittsdag, etter ulike bakgrunnsvariable. 1991, 1992 og 1994**

| | Alle medier | Elektroniske medier | Trykte medier | Antall svar |
|---|---|---|---|---|
| **Alle** | 321 | 254 | 67 | 6 129 |
| **Kjønn** | | | | |
| Menn | 326 | 259 | 67 | 3 055 |
| Kvinner | 317 | 250 | 67 | 3 074 |
| **Alder** | | | | |
| 9-12 år | 201 | 161 | 40 | 373 |
| 13-15 år | 295 | 245 | 51 | 277 |
| 16-19 år | 342 | 282 | 59 | 379 |
| 20-24 år | 367 | 306 | 61 | 556 |
| 25-34 år | 322 | 264 | 59 | 1 146 |
| 35-44 år | 315 | 248 | 67 | 1 141 |
| 45-54 år | 328 | 253 | 75 | 916 |
| 55-66 år | 332 | 251 | 81 | 705 |
| 67-79 år | 340 | 248 | 92 | 636 |
| **Kjønn/alder** | | | | |
| Menn | | | | |
| 9-15 år | 243 | 201 | 42 | 337 |
| 16-24 år | 355 | 296 | 59 | 453 |
| 25-44 år | 335 | 271 | 64 | 1 154 |
| 45-66 år | 327 | 251 | 76 | 802 |
| 67-79 år | 335 | 239 | 95 | 309 |
| Kvinner | | | | |
| 9-15 år | 240 | 192 | 47 | 313 |
| 16-24 år | 358 | 297 | 61 | 482 |
| 25-44 år | 302 | 241 | 61 | 1 133 |
| 45-66 år | 332 | 253 | 79 | 819 |
| 67-79 år | 345 | 257 | 89 | 327 |
| **Yrkesstatus (16-79 år)** | | | | |
| Arbeidere | 350 | 292 | 58 | 893 |
| Lavere funksjonærer | 307 | 248 | 59 | 610 |
| Høyere funksjonærer | 307 | 232 | 75 | 1 570 |
| Selvstendige | 323 | 254 | 69 | 389 |
| Elever/studenter | 328 | 267 | 61 | 487 |
| Pensjonister | 361 | 273 | 89 | 898 |
| Hjemmearbeidende | 353 | 290 | 63 | 464 |
| Andre ikke yrkesaktive | 272 | 218 | 53 | 545 |
| **Utdanning (16-79 år)** | | | | |
| Ungdomsskolenivå | 330 | 267 | 64 | 1 252 |
| Gymnasnivå | 344 | 275 | 69 | 2 962 |
| Universitet/høgskole I | 317 | 242 | 75 | 564 |
| Universitet/høgskole II+ | 293 | 209 | 84 | 683 |

**Tabell V5 (forts.). Antall minutter brukt på alle medier samlet, elektroniske medier og trykte medier en gjennomsnittsdag, etter ulike bakgrunnsvariable. 1991, 1992 og 1994**

| | Alle medier | Elektroniske medier | Trykte medier | Antall svar |
|---|---|---|---|---|
| **Husholdningsinntekt** | | | | |
| Under 100 000 | 341 | 267 | 74 | 480 |
| 100 000-199 000 | 344 | 272 | 72 | 981 |
| 200 000-299 000 | 327 | 262 | 65 | 1 250 |
| 300 000-399 000 | 322 | 256 | 66 | 1 193 |
| 400 000-499 000 | 307 | 239 | 69 | 681 |
| 500 000 eller mer | 310 | 235 | 75 | 491 |
| **Landsdel** | | | | |
| Oslo/Akershus | 318 | 245 | 73 | 1 218 |
| Østlandet ellers | 322 | 256 | 66 | 1 700 |
| Agder/Rogaland | 314 | 252 | 62 | 941 |
| Vestlandet | 316 | 251 | 65 | 1 105 |
| Trøndelag | 326 | 257 | 69 | 570 |
| Nord-Norge | 344 | 273 | 71 | 595 |
| **Bostedsstrøk** | | | | |
| Tettbygd 100 000 eller flere | 335 | 260 | 75 | 1 265 |
| Tettbygd 20 000-99 000 | 328 | 258 | 70 | 1 024 |
| Tettbygd under 20 000 | 319 | 255 | 65 | 2 595 |
| Spredtbygd | 306 | 243 | 63 | 1 187 |
| **Familiefase** | | | | |
| 9-24 år hos foreldre | 290 | 239 | 52 | 1 167 |
| Enslige ellers 9-44 år | 351 | 282 | 69 | 562 |
| Enslige 45-79 år | 340 | 256 | 84 | 563 |
| Enslige forsørgere | 350 | 283 | 67 | 205 |
| Gifte/samboende med barn 0-6 år | 308 | 247 | 61 | 1 577 |
| Gifte/samboende med barn 7-17 år | 330 | 261 | 69 | 564 |
| Gifte/samboende 16-44 år uten barn | 331 | 254 | 77 | 1 095 |
| Gifte/samboende 45-79 år uten barn | 343 | 256 | 87 | 396 |
| **Husholdningsstørrelse** | | | | |
| Bor alene | 357 | 277 | 80 | 765 |
| 2 husholdningsmedlemmer | 338 | 261 | 77 | 1 697 |
| 3 husholdningsmedlemmer | 322 | 257 | 65 | 1 175 |
| 4 husholdningsmedlemmer | 307 | 246 | 61 | 1 534 |
| 5 husholdningsmedlemmer eller flere | 287 | 234 | 53 | 932 |

**Tabell V6. Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag blant de som har og de som ikke har satellitt-TV, etter kjønn, alder, utdanning, bosted og år. 1991, 1992 og 1994. Prosent**

| | Avis | Uke-blad | Tids-skrift | Bok | Plate/ kass./ CD | Video | Radio | Fjern-syn | Antall svar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Alle** | 84 | 28 | 16 | 21 | 42 | 10 | 68 | 81 | 6 129 |
| Har satellitt-TV | 85 | 28 | 17 | 22 | 45 | 9 | 66 | 83 | 2 750 |
| Har ikke satellitt-TV | 84 | 28 | 15 | 20 | 39 | 10 | 69 | 80 | 3 379 |
| **Menn** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 87 | 23 | 20 | 18 | 44 | 11 | 70 | 84 | 1 351 |
| Har ikke satellitt-TV | 85 | 26 | 19 | 16 | 39 | 12 | 70 | 81 | 1 704 |
| **Kvinner** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 83 | 32 | 14 | 26 | 45 | 7 | 63 | 81 | 1 399 |
| Har ikke satellitt-TV | 82 | 31 | 12 | 24 | 40 | 9 | 68 | 78 | 1 675 |
| **9-12 år** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 38 | 58 | 3 | 34 | 65 | 20 | 23 | 91 | 144 |
| Har ikke satellitt-TV | 45 | 62 | 6 | 31 | 59 | 24 | 36 | 91 | 229 |
| **13-15 år** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 71 | 59 | 4 | 25 | 78 | 17 | 49 | 89 | 123 |
| Har ikke satellitt-TV | 72 | 62 | 8 | 31 | 80 | 28 | 57 | 82 | 154 |
| **16-19 år** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 84 | 43 | 13 | 24 | 83 | 19 | 62 | 76 | 194 |
| Har ikke satellitt-TV | 80 | 43 | 10 | 27 | 80 | 23 | 61 | 75 | 185 |
| **20-24 år** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 84 | 33 | 18 | 21 | 67 | 17 | 63 | 75 | 248 |
| Har ikke satellitt-TV | 84 | 30 | 11 | 22 | 68 | 14 | 69 | 68 | 308 |
| **25-34 år** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 87 | 22 | 15 | 19 | 50 | 9 | 67 | 81 | 532 |
| Har ikke satellitt-TV | 83 | 24 | 13 | 18 | 48 | 11 | 68 | 76 | 614 |
| **35-44 år** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 89 | 20 | 20 | 20 | 41 | 6 | 74 | 80 | 539 |
| Har ikke satellitt-TV | 90 | 21 | 22 | 18 | 37 | 9 | 76 | 78 | 602 |
| **45-54 år** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 91 | 20 | 22 | 21 | 31 | 6 | 77 | 84 | 444 |
| Har ikke satellitt-TV | 92 | 16 | 22 | 18 | 21 | 4 | 76 | 78 | 472 |
| **55-66 år** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 94 | 20 | 18 | 20 | 19 | 4 | 68 | 86 | 301 |
| Har ikke satellitt-TV | 91 | 25 | 17 | 17 | 15 | 3 | 77 | 87 | 404 |
| **67-79 år** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 90 | 27 | 17 | 28 | 11 | 2 | 65 | 90 | 225 |
| Har ikke satellitt-TV | 88 | 23 | 14 | 17 | 7 | 2 | 71 | 86 | 411 |

Tabell V6 (forts.). Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag blant de som har og de som ikke har satellitt-TV, etter kjønn, alder, utdanning, bosted og år. 1991, 1992 og 1994. Prosent

| | Avis | Uke-blad | Tids-skrift | Bok | Plate/ kass./ CD | Video | Radio | Fjern-syn | Antall svar |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Ungdomsskolenivå** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 82 | 29 | 9 | 16 | 40 | 9 | 62 | 83 | 517 |
| Har ikke satellitt-TV | 86 | 26 | 9 | 12 | 29 | 8 | 68 | 81 | 735 |
| **Gymnasnivå** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 89 | 26 | 16 | 20 | 41 | 8 | 71 | 83 | 1 357 |
| Har ikke satellitt-TV | 87 | 26 | 15 | 19 | 37 | 10 | 72 | 78 | 1 605 |
| **Universitets-/høgskolenivå I** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 93 | 19 | 26 | 28 | 47 | 6 | 71 | 85 | 270 |
| Har ikke satellitt-TV | 92 | 20 | 20 | 26 | 36 | 6 | 75 | 77 | 294 |
| **Universitets-/høgskolenivå II** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 93 | 16 | 36 | 30 | 44 | 10 | 74 | 76 | 333 |
| Har ikke satellitt-TV | 92 | 14 | 34 | 26 | 41 | 7 | 78 | 77 | 350 |
| **Tettbygd 100 000 eller flere** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 86 | 24 | 18 | 26 | 45 | 9 | 66 | 82 | 854 |
| Har ikke satellitt-TV | 87 | 25 | 16 | 28 | 43 | 9 | 69 | 74 | 411 |
| **Tettbygd 20 000-99 000** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 86 | 25 | 19 | 23 | 43 | 10 | 67 | 82 | 643 |
| Har ikke satellitt-TV | 87 | 28 | 18 | 23 | 42 | 9 | 72 | 72 | 381 |
| **Tettbygd under 20 000** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 85 | 30 | 14 | 19 | 46 | 9 | 65 | 84 | 1 000 |
| Har ikke satellitt-TV | 83 | 29 | 15 | 20 | 40 | 11 | 68 | 82 | 1 595 |
| **Spredtbygd** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 82 | 33 | 12 | 16 | 43 | 10 | 68 | 82 | 228 |
| Har ikke satellitt-TV | 83 | 29 | 14 | 17 | 35 | 10 | 70 | 81 | 959 |
| **1991** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 85 | 26 | 19 | 26 | 46 | 9 | 69 | 83 | 791 |
| Har ikke satellitt-TV | 84 | 30 | 16 | 23 | 41 | 10 | 72 | 80 | 1 210 |
| **1992** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 83 | 27 | 14 | 23 | 41 | 8 | 63 | 82 | 952 |
| Har ikke satellitt-TV | 84 | 27 | 14 | 20 | 36 | 10 | 68 | 78 | 1 175 |
| **1994** | | | | | | | | | |
| Har satellitt-TV | 86 | 30 | 17 | 18 | 47 | 10 | 67 | 83 | 1 007 |
| Har ikke satellitt-TV | 84 | 28 | 16 | 18 | 41 | 11 | 67 | 81 | 994 |

# Tidligere utgitt på emne-området

**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)**

| | |
|---|---|
| 1 | Sosialt utsyn 1993, kap. 11: Holte, Hilde og Vaage, Odd Frank: Fritid og kulturell deltaking |
| 12 | Norsk mediebarometer 1995, Vaage, Odd Frank |

**Samfunnsspeilet**

| | |
|---|---|
| Nr. 1/92 | Barstad, Anders: En mer aktiv fritid |
| Nr. 2/92 | Vaage, Odd Frank: Noen hovedresultater fra Kultur- og mediebruks-undersøkelsen 1991: Ungdom og høyt utdannede de mest aktive kulturbrukerne |
| Nr. 3/92 | Vaage, Odd Frank: Barn og unge er aktive kultur- og mediebrukere, men klare sosiale forskjeller |
| Nr. 2/94 | Vaage, Odd Frank: Film- og TV-vanene: Når tilbudene øker og kontrollen minker |

**Ukens statistikk (US)**

| | |
|---|---|
| Nr. 13/93: | Mediebruk 1992: Flere positive til TV2 |
| Nr. 13/93: | Distriktsavis og Donald Duck |
| Nr. 14-15/94: | Store huller i EF-kunnskapene |
| Nr. 45/94: | 15 prosent ønsker flere TV-kanaler |
| Nr. 26/95: | Færre leser bøker og hører på radio |

**Andre publikasjoner og artikler**

Stortingsmelding nr. 32 (1992-93): Media i tida. Vedlegg 2: Massemedia i kvardagen vår.

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

## Utgitt i serien Statistiske analyser

*Issued in the series Statistical Analyses*

1 Sosialt utsyn 1993. 1993. 455s. 165 kr. ISBN 82-537-3874-9

2 Naturressurser og miljø 1993. 1994. 153s. 115 kr. ISBN 82-537-3967-2

3 Natural Resources and the Environment 1993. 1994. 160s. 115 kr. ISBN 82-537-3968-0

4 Social Survey 1993. Summary with Tables and Graphs. 1994. 155s. 90 kr. ISBN 82-537-3987-7

5 S. Øveråas: Helseboka 1995. Hovedtrekk ved helsetilstand og helsetjeneste i Norge. 1995. 151s. 170 kr. ISBN 82-537-4081-6

6 Naturressurser og miljø 1995. 1995. 175s. 140 kr. ISBN 82-537-4111-1

7 Natural Resources and the Environment 1995. 1995. 178s. 140 kr. ISBN 82-537-4147-2

8 A.S. Andersen, J. Epland, R. Kjeldstad og J. Lyngstad: Husholdningenes økonomi: 1980-tallet: Fra vekst til innstramming. 1995. 187s. 175 kr. ISBN 82-537-4205-3

9 Naturressurser og miljø 1996. 1996. 208s. 140 kr. ISBN 82-537-4240-1

10 Natural Resources and the Environment 1996. 1996. 215s. 140 kr. ISBN 82-537-4242-8

11 B. Otnes: Sosial- og barneverntjenesten. Organisering, omfang og utvikling 1980-1994. 1996. 115s. 130 kr. ISBN 82-537-4243-6

12 Odd Frank Vaage (red.): Norsk medie-barometer 1995. 1996. 76s. 95 kr. ISBN 82-537-4271-1

**Kultur- og medievaner**
gir en oversikt over resultatene fra Statistisk sentralbyrås undersøkelser om nordmenns kultur- og mediebruk fra 1991 til 1995. Hovedvekt er lagt på å få fram et bilde av de ulike tilbudenes publikumssammensetning og se på sammenhenger i bruken av de ulike tilbudene. Blant temaene i publikasjonen er kulturbruk i ulike deler av landet, bruk av amatørtilbud i forhold til profesjonelle tilbud, interessen for kulturtilbud, barn og unges kultur- og mediebruk og folks egenaktivitet på kultur- og medieområdene.

Resultatene blir lagt fram ved at de enkelte temaer og tilbud blir presentert for seg, i stor grad ved hjelp av oversiktlige figurer og tabeller.

Publikasjonen er et aktuelt oppslagsverk for alle innenfor kultur- og mediesektoren, for forskning og utdanning.

Arbeidet med publikasjonen er finansiert av Norsk kulturråd og Kulturdepartementet.

Publikasjonen kan bestilles fra:
Statistisk sentralbyrå,
Salg- og abonnementservice,
Postboks 8131 Dep.
N-0033 Oslo

Telefon 22 00 44 80
Telefaks 22 86 49 76

*eller*
Akademika - avdeling for
offentlige publikasjoner
Møllergt. 17
Postboks 8134 Dep.
N-0033 Oslo

Telefon 22 11 67 70
Telefaks 22 42 05 51

ISBN 82-537-4304-1
ISSN 0804-3221

Pris kr 150,00

**Statistisk sentralbyrå**
**Statistics Norway**