

# Fritidsvaner i endring

*Sammenligner vi dagens tall om befolkningens fritid med tidligere undersøkelser, har både omfang og type aktiviteter forandret seg over tid. Flere mosjonerer, både unge og eldre, både menn og kvinner. Mens hver fjerde trente minst tre ganger i uka i 2001, gjorde halvparten det i 2013. Det har også skjedd forandringer i hvilke kulturtilbud vi foretrekker, og hvilke massemedier og programmer vi bruker mye tid på.*

Stadig flere trener eller mosjonerer, både inne og ute, viser levekårsundersøkelsene fra 2001 og framover (se tekstboks om datagrunnlaget). I 2001 var det 24 prosent av befolkningen i alderen 16-79 år som aldri (eller sjeldnere enn hver måned) trente eller mosjonerte. Denne andelen har sunket med årene, og i 2013 var den på 11 prosent (se figur 1).

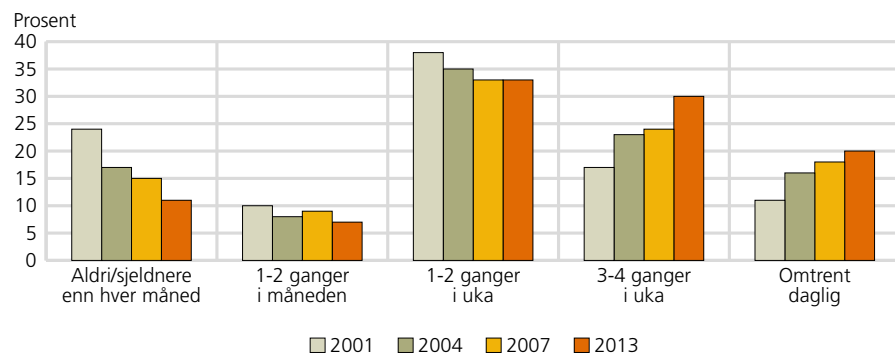
Tilsvarende har det vært en økning av dem som trener mye: I 2001 trente 17 prosent av de spurte tre-fire ganger i uka, og 11 prosent trente omtrent daglig. I 2013 var disse andelenene henholdsvis 30 og 20 prosent. Dermed har andelen som trener minst tre ganger i uka, økt fra 28 prosent i 2001 til 50 prosent i 2013.

Denne økningen i trening og mosjon gjelder både for menn og kvinner. Mens 29 prosent av mennene trente eller mosjonerte mer enn tre ganger per uke i 2001, var andelen 48 prosent i 2013. For kvinner var tilsvarende tall henholdsvis 28 prosent og 52 prosent. Utviklingen er altså temmelig lik for begge kjønn, og kvinner trener mer enn menn.

## Trener mer uansett alder

Det er også tydelig at treningsiveren har økt i alle aldersgrupper. For eksempel har andelen ungdom i alderen 16-19 år som trener mer enn tre ganger per uke, økt fra 37 prosent i 2001 til 68 prosent i 2013. Blant dem som i størst grad er i arbeid og samtidig tar seg av små barn (35-44-åringene), har andelen økt fra 24 prosent til 44 prosent. Blant 67-79-åringene, de mest arbeidsfrie i samfunnet, har det vært en økning i treningsandelen fra 31 prosent til 50 prosent i samme periode.

Figur 1. Hvor ofte man driver med fysisk aktivitet på fritiden for å trene eller mosjonere. 16-79 år



Kilde: Levekårsundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

---

Odd Frank Vaage

---

### Datagrunnlaget

Kultur- og mediebruksundersøkelsene er intervjuundersøkelser med et landsrepresentativt utvalg i alderen 9-79 år, om tilgang til og bruk av kultur- og massemedietilbud. Undersøkelsen om mediebruk gjennomføres hvert år. Nettoutvalg per undersøkelse er på om lag 2 000 personer.

Levekårsundersøkelsene er intervjuundersøkelser med et representativt utvalg i alderen 16 år og over. Dette er temaroterende undersøkelser, hvor fritid var et sentralt tema i 1997, 2001, 2004, 2007, 2011 og 2013. I 2013-undersøkelsen var nettoutvalget på nær 6 000 personer.



**Odd Frank Vaage** er sosiolog og seniorrådgiver i Statistisk sentralbyrå, Seksjon for levekårsstatistikk. (odd.vaage@ssb.no)

Figur 2. Andel som har trent i treningsstudio eller helsesenter de siste tolv månedene, etter kjønn. Alder 16-79 år



Kilde: Levekårsundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.



### Stadig flere velger treningsstudio ...

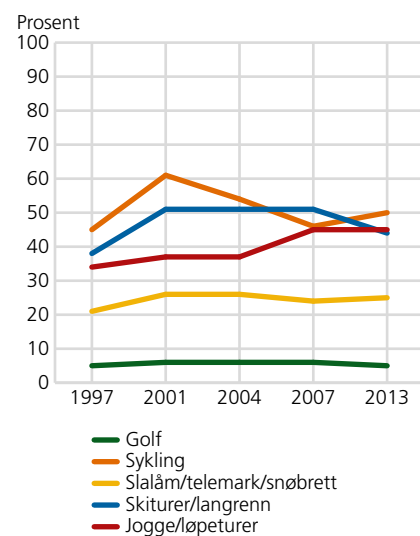
Den generelle økningen i fysisk aktivitet finner vi også igjen i bruken av treningsstudio eller helsesenter. I hele befolkningen i alderen 16-79 år brukte 21 prosent et slikt tilbud i 2001. Andelen var på 37 prosent i 2013 (se figur 2).

Selv om kvinnene er og har vært mer aktive brukere av treningsstudio/helsesenter enn menn, gjelder økningen de seinere åra både for menn og kvinner. For menn har økningen vært fra 18 til 33 prosent, og for kvinner har den vært fra 25 til 42 prosent.

### ... men mosjonerer også mye utendørs

Tyder økningen i bruk av treningsstudio/helsesenter på at nordmenn har fått et mere makelig forhold til sine treningsaktiviteter ved at de i stadig større grad oppholder seg innendørs når de skal trene? Andelen som er aktive i ulike utendørs mosjonsaktiviteter, viser at denne antakelsen ikke stemmer med virkeligheten. Andelen har nemlig variert noe de siste 16 åra (se figur 3).

Figur 3. Andel som har deltatt i ulike fysiske uteaktiviteter de siste tolv månedene blant dem som trener minst en gang i måneden. Alder 16-79 år



Kilde: Levekårsundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Tar vi utgangspunkt i endringen mellom 1997 og 2013, har andelen som har vært aktive med jogge- eller løpeturer de siste tolv månedene, økt fra 34 prosent i 1997 til 45 prosent i 2013. Andelen som har gått skiturer/langrenn, har økt fra 38 til 44 prosent, alpinidrett har økt fra 21 til 25 prosent og sykling fra 45 til 50 prosent. Andelen golfspillere holder seg uendret over tid.

I de mellomliggende åra har andelen for noen av disse aktivitetene vært større enn i 1997 og 2013. Det gjelder særlig sykling og langrenn. Dette rokker likevel ikke ved hovedtendensen som viser en langsiktig økning av uteaktiviteter snarere enn en nedgang.

En annen indikasjon på utviklingen når det gjelder nordmenns mosjonsvaner, er antall ganger vi har deltatt i ulike uteaktiviteter i løpet av de siste tolv månedene. Tall for 2004 og 2013 viser at vi i gjennomsnitt jogget eller tok en løpetur 15 ganger i 2004, og 26 ganger i 2013. Antall skiturer/langrenn har økt fra 6,5 til 7,5.

Vi sykler også stadig oftere, men økningen for denne perioden er ikke dramatisk. Tallene for sykkelturner er henholdsvis 19,9 og 23,6. Og mens antall ganger i alpinbakken har holdt seg nokså konstant, med 2,5 ganger i 2004 og 2,3 i 2013, har golf sunket fra 1,1 ganger til 0,7. Både andelen av befolk-



ningen som deltar i ulike mosjonsaktiviteter og gjennomsnittlig antall ganger man gjør dem, gir oss altså holdepunkter for å si at omfanget av utendørsaktivitetene har økt.

### Flere trener styrke, færre svømmer

Hva har så skjedd med typiske innendørsaktiviteter, for eksempel svømming eller styrketrening? Har de økt eller blitt mindre populære med tiden? Ser vi igjen på andel av befolkningen som har utført slike aktiviteter i løpet av de siste tolv månedene i 1997 og i 2013, får vi følgende bilde: For styrketrening har det vært en økning fra 24 til 45 prosent. For svømming, aerobics/gym/trimparti og håndball har det vært en liten nedgang (se figur 4).

Styrketrening er også den aktiviteten der antallet ganger i løpet av et år har økt mest, fra 16 ganger i 2004 til 30 i 2013. Dette representerer omtrent en dobling på ni år. Antall ganger i svømmebassenget har økt fra 5,5 til 6,3. Aerobics/gym/trimparti har holdt seg rimelig jevnt. Mens antall ganger vi spiller håndball, har sunket noe.

### Kultur på stedet hvil?

Hva så med våre kulturaktiviteter? Holder de tritt med treningsinteressen? Endringen for kultur har vært minimal de siste tjue årene, viser tallene fra kultur- og mediebruksundersøkelsene (se tekstboks om datagrunnlaget). 89 prosent av befolkningen i alderen 9-79 år benyttet seg av minst ett kulturtilbud i løpet av en tolv månedersperiode i 1991. I 2000 var andelen på 92 prosent, mens den i 2012 var på 91 prosent.

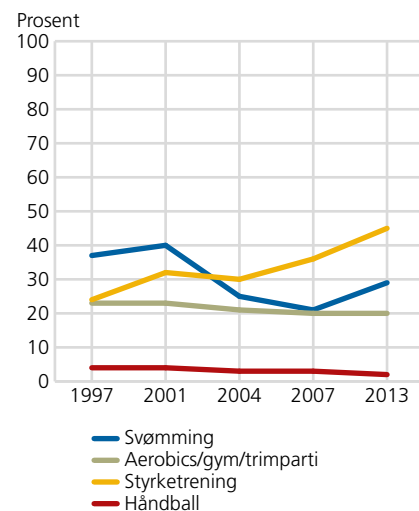
### Flere går på kino ...

Ser vi på andelen som har brukt de ulike kulturtilbudene de siste tolv månedene, har det vært endringer, men ikke så store. Stort sett har det vært en økning, særlig for forestillinger/konserter. Også kinobesøk har økt, fra 58 til 67 prosent av de spurte (se figur 5). Konsertene viser økende popularitet. 48 prosent gikk på konsert i løpet av ett års tid i år 2000, og i 2012 gjaldt det for 61 prosent. Ballett- og danseforestillinger har tiltrukket seg en økende andel av befolkningen. Det samme gjelder opera-/operetteforestillinger (se figur 5).

### ... men antall kinobesøk synker

Tallene for antall besøk på disse kulturtilbudene de siste tolv månedene gir ikke et like optimistisk bilde. Fra 1991 til 2012 sank antall kinobesøk. Antall

Figur 4. Andel som har deltatt i ulike fysiske inneaktiviteter de siste tolv månedene blant dem som trener minst en gang i måneden. Alder 16-79 år

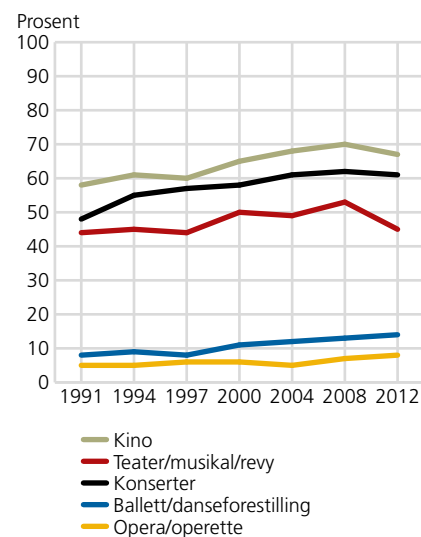


Kilde: Levekårsundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

### Ny rapport

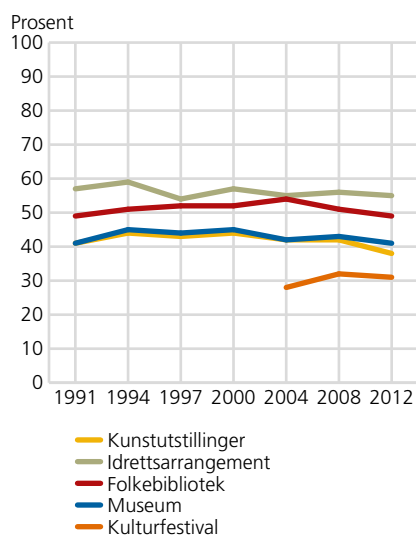
En større rapport om fritidsaktiviteter som blir publisert av SSB sommeren 2015, vil gi flere detaljer om utviklingen i befolkningens fritidsaktiviteter, blant annet med opplysninger om barns aktiviteter.

Figur 5. Andel som har vært på ulike kulturforestillinger de siste tolv månedene. Alder 9-79 år



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Figur 6. Andel som har vært på noen ulike kulturtilbud de siste tolv månedene. Alder 9-79 år



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

besøk på teater/musikal/revy, opera/operette og ballett-/danseforestillinger har holdt seg på samme nivå som tidligere. Også her ser vi en nedgang i besøket mellom 2008 og 2012 for teater/musikal/revy. Antall konsertbesøk var derimot noe høyere i 2012 enn i 1991 ([Vaage 2013](#)).

### Like mange på museer og bibliotek som før

Hva har skjedd med bruken av andre kulturtilbud? Også her har tallene variert noe fra undersøkelse til undersøkelse. Likevel har andelen brukere de siste tolv månedene fra 1991 til 2012 enten sunket noe eller stått på stedet hvil (se figur 6). Andelen som har vært på idrettsarrangement, har holdt seg omtrent på samme nivå. For kunstutstillinger er også forskjellen liten. Besøksandelen på folkebibliotek og museum har holdt seg jevnt. For begge tilbudene har andelen de mellomliggende åra vært noe høyere. Tallene for kulturfestival har de seinere åra holdt seg rundt 30 prosent.

Antall besøk på disse kulturtilbudene de siste tolv månedene har stort sett gått noe nedover fra 1991 til 2012. Det gjelder både folkebibliotek, kunstutstillinger og idrettsarrangement. For museene har endringen vært liten. Det samme gjelder kulturfestivaler ([Vaage 2013](#)).

### Minkende interesse

Når vi ser at nordmenn går færre ganger på kino, kunstutstillinger og idrettsarrangement nå enn før, har dette da noe med endring i interesse å gjøre? Andelen som svarer at de er meget eller ganske interessert i å gå på kino, har sunket fra 1994 til 2012. Interessen for teaterbesøk har også sunket i samme periode. Det samme gjelder for kunstutstillinger, museumsbesøk, bibliotekbesøk og idrettsarrangement. Det er derimot økende interesse for å gå på konserter. Dette stemmer med økt konsertbesøk ([Vaage 2013](#)).

### Elektroniske medier overtar?

I 1991 brukte vi i gjennomsnitt 1 time og 10 minutter på trykte medier per dag. I 2000 var tallet sunket til 57 minutter, og i 2013 videre til 41 minutter. På elektroniske medier, derimot, medregnet TV, radio, video, musikkavspillingssystemer og Internett, brukte vi i 1991 4 timer og 28 minutter per dag. I 2000 brukte vi 4 timer og 53 minutter, og i 2013 6 timer og 26 minutter.

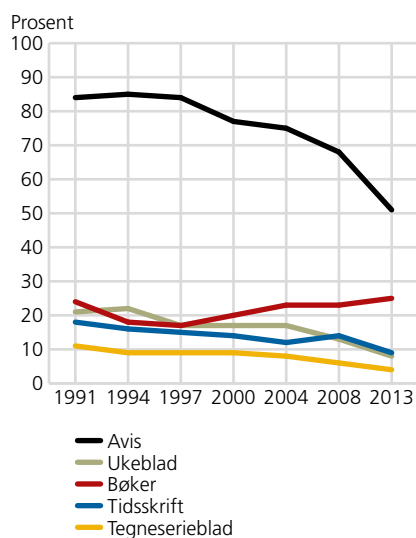
Totalt sett brukte vi altså 5 timer og 50 minutter på medier i 2000, mot 7 timer og 7 minutter i 2013, altså godt over 1 time mer enn 13 år tidligere. Er denne økningen jevnt fordelt på de ulike mediene, eller har noen økt på bekostning av andre?

### Trykte medier mister lesere

I motsetning til kulturtilbud har det vært store forandringer i bruken av massemedier fra 1991 og fram til i dag. Mellom 1991 og 2013 har andelen som leser trykte aviser en gjennomsnittsdag, sunket fra 84 prosent til 51 prosent. For ukebladene har det vært en nedgang i samme periode fra 21 prosent til 8 prosent. Trykte tidsskrift og tegneserieblad har også hatt nedgang (se figur 7).

Det trykte mediet som har klart seg best gjennom denne perioden, er bøkene. Etter en nedgang i andelen lesere mot slutten av 1990-tallet har andelen boklesere igjen økt, til 25 prosent i 2013. Dette er omtrent like stor andel som i 1991.

Figur 7. Andel som har brukt ulike trykte massemedier en gjennomsnittsdag. Alder 9-79 år



Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

### Internett overgår andre medier

Andelen som har brukt elektroniske medier per dag i perioden fra 1991 til 2013, har variert. Radioen har hatt en liten, men jevn, nedgang fra 71 prosent i 1991 til 59 prosent i 2009. Seinere har det vært en liten økning; andelen brukere var på 59 prosent i 2013. Fjernsynet har også holdt på seerne i nesten hele perioden. Andelen brukere var på 81 prosent i 1991, det samme som i 2011. De to siste åra har det vært en nedgang, til 74 prosent i 2013 ([Vaage 2014](#)).

Lydmedier, slik som vinylplater, kassetter, CD-er og MP3-spillere, har hatt en stabil lytterskare i hele perioden. Det samme gjelder visuelle medier som VHS, DVD og harddiskopptakere. 10 prosent av befolkningen i alderen 9-79 år brukte slike medier i 1991, den gang bare VHS. I 2013 var andelen nøyaktig den samme (se figur 8).

Det tilbudet som i særlig grad har fått økt tilslutning, er Internett. Da det for første gang var med i SSBs mediebruksundersøkelser i 1997, var andelen brukere per dag 7 prosent. I 2013 var andelen 85 prosent.

### Vil TV-seerne ha mer underholdning?

Mens Internett skyter i været og har passert fjernsynet som den kanalen som flest bruker, synker andelen fjernsynsseere, men ikke likt for alle typer program. Til tross for at de sentrale TV-kanalene i stadig større grad fylles med nyheter, og det opprettes kanaler som bare formidler nyheter, er det særlig denne typen program som mister oppslutning (se figur 9). Mens 72 prosent av fjernsynsseere så på nyhetsprogram en gjennomsnittsdag i 1991, gjorde 51 prosent det i 2013.

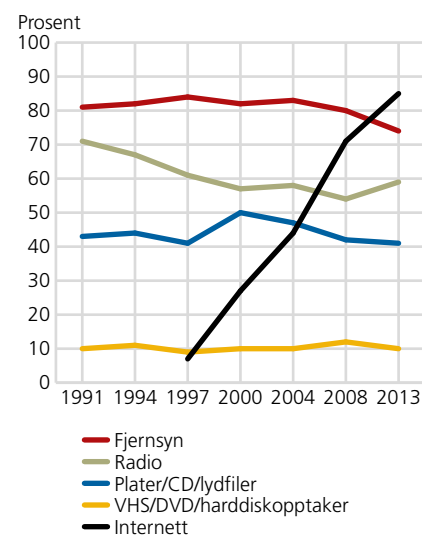
Stadig færre som slår på fjernsynet, ser på informasjonsprogram og spille-/TV-filmer. Derimot har interessen for TV-serier og underholdningsprogram økt (se figur 9). Sportsprogram hadde samme andel seere i 1991 og 2013. Fjernsynet har til oppgave både å underholde og informere. Men TV-publikummet synes nå i større grad enn tidligere å foretrekke underholdning framfor opplysning.

### Nyheter går over til Internett ...

Det er ikke bare fjernsynet som mister publikum til sine nyhetsinnslag. Det samme gjelder både papiravisene og radioen. Avisene har hatt en nedgang i lesergruppen per dag fra 84 prosent av befolkningen i 1991 til 51 prosent i 2013 (se figur 10). Andelen som hører på radioens nyhetssendinger, har sunket fra 41 til 28 prosent i samme periode. Dette betyr at de store nyhetsformidlerne fra forrige århundre sakter ut. Internett er den store vinneren. Fra 2001 til 2013 har andelen av befolkningen som henter nyheter fra Internett en gjennomsnittsdag, økt fra 14 til 63 prosent. Dermed er dette den kilden som flest henter nyheter fra.

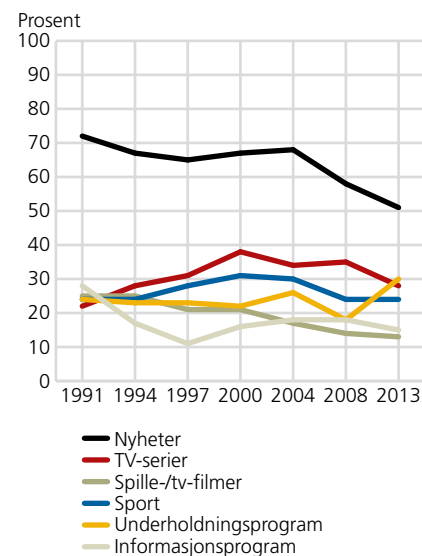


Figur 8. Andel som har brukt ulike elektroniske massemedier en gjennomsnittsdag. Alder 9-79 år



Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

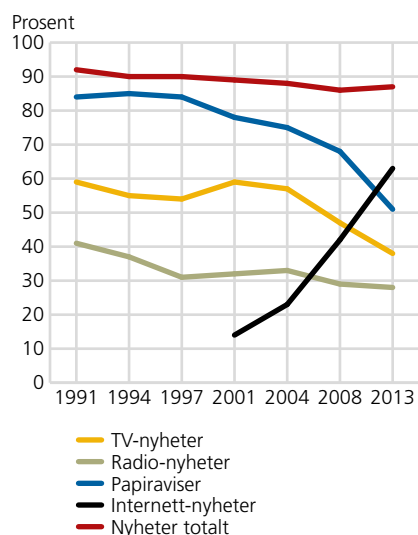
Figur 9. Andel fjernsynsseere som har sett ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag. Alder 9-79 år



Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

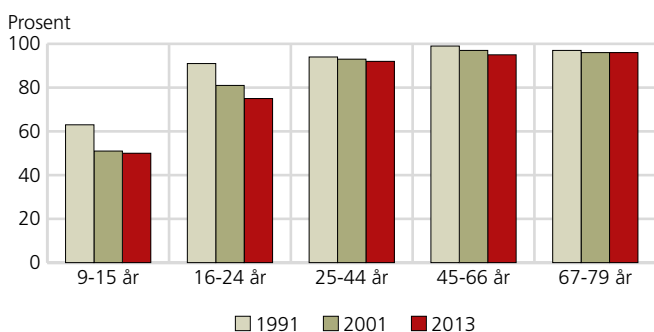


Figur 10. Andelen som har mottatt nyheter totalt en gjennomsnittsdag, og hvilke kilder som er brukt. Alder 9-79 år



Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Figur 11. Andelen som har mottatt nyheter en gjennomsnittsdag, totalt. Alder. 9-79 år



Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

### Flere tall og årganger

For [flere tall se indikatortabellen](#), nå publisert kun i nettutgaven av Samfunnsspeilet: <http://www.ssb.no/sosiale-forhold-og-kriminalitet/artikler-og-publikasjoner/sosiale-indikatorer>

### Referanser

Vaage, Odd Frank (2013): *Norsk kulturbarometer 2012*, [Statistiske analyser 135](#), Statistisk sentralbyrå.

Vaage, Odd Frank (2014): *Norsk mediebarometer 2013*, [Statistiske analyser 140](#), Statistisk sentralbyrå.

### ... men kommer fra gamle kilder

Svært mye av det som folk henter av nyheter fra Internett, er likevel produsert av de tradisjonelle nyhetskanalene. Det de taper av brukere gjennom de tradisjonelle kanalene, henter de kanskje inn igjen gjennom nyhetsformidling via Internett. I hvert fall er det slik at andelen som får med seg nyheter i løpet av dagen, er nokså lik i 2013 som den var i 1991.

Legger vi sammen de fire nyhetskildene vi her har omtalt, finner vi at 92 prosent av befolkningen hentet nyheter fra minst en av disse kanalene i 1991. I 2013 var andelen på 87 prosent. Men tar vi i betraktning det enormt mye større nyhetstilbudet vi har i dag gjennom disse kanalene, er det litt forbausende at andelen nyhetssøkende personer er 5 prosentpoeng lavere nå enn for 22 år siden.

### Barn og unge mindre opptatt av nyheter?

For de fleste aldersgruppene har andelen som ser, hører eller leser nyheter, endret seg lite i disse åra, selv om tilbudet har økt og kanalene har endret seg. For dem som er i alderen 45 år eller eldre, har andelen uansett vært betydelig over 90 prosent (se figur 11). Blant dem i alderen 25-44 år har også mer enn 90 prosent hele tiden vært opptatt av mediernes nyhetstilbud.

I de yngre aldersgruppene er det annerledes. Mens andelen blant 16-24 åringer som følger med på nyheter en gjennomsnittsdag, var over 90 prosent i 1991, sank den til 81 prosent i 2001 og videre til 75 prosent i 2013. Det ser derfor ut til at jo bedre tilbudet på nyhetsstoff er blitt gjennom mediene, jo mindre andel av denne aldersgruppen har fått med seg noen nyheter i løpet av dagen.

Det kan ha sammenheng med at det ikke er bare nyhetstilbudet som har økt, men også alle andre typer medieinnhold, slik som spill, filmer og underholdning ellers. Det ser ut til at det er slike typer medieinnhold de unge er mer tiltrukket av nå enn tidligere. Noe av samme tendensen gjelder barna i alderen 9-15 år. Også for dem har andelen som bruker tid på medieformidlet nyhetsstoff, sunket i løpet av de siste 22 åra.

### Mer opptatt av kropp og underholdning?

Totalt sett kan vi si at nordmenn bruker mer av sin fritid nå enn før på å holde seg i form. Mer av dette skjer innendørs, men det går ikke nødvendigvis utover utendørsaktiviteter. Kulturaktivitetene endrer seg derimot sakte. Til tross for at vi har fått et økt tilbud av film og underholdning gjennom TV og Internett, er det flere som går på kino og på konserter. Det har også vært en liten økning i andelen som går på opera/operette og på ballett- og danseforestillinger. Andelen som bruker andre kulturtilbud, har holdt seg på et nokså jevnt nivå de siste 20 åra. Interessen for flere av kulturtilbudene er derimot synkende.

I samme periode har mediene utvidet sitt tilbud i mange retninger. Internett har hatt en kraftig økning i oppslutning, uten at TV og radio har mistet fotfeste. Derimot går oppslutningen om de trykte mediene nedover. Mediene som underholdningsspredere er i framgang, muligens på bekostning av nyheter og informasjon.