

## 12. Aviser, vekepresse og fagpresse

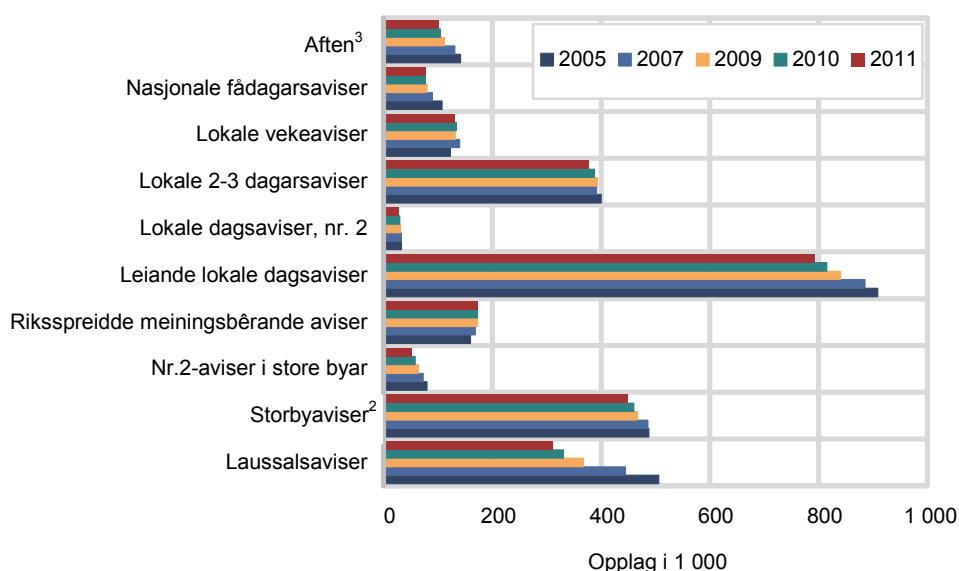
### 12.1. Nokre resultat

#### Minkande avisopplag

Trenden med nedgang i opplagstala for papiravisene held fram. Samla avisopplag i 2011 var på 2,5 millionar, ein nedgang på 71 000, eller 2,8 prosent frå året før. Frå 2009 til 2010 var fallet noko større, 3,3 prosent. 2011 er det tolvte året på rad med nedgang, og samla nedgang sidan 1998 er 21 prosent (Høst 2012).

Sjølv om avisopplaga fell, er det likevel verdt å merke seg at talet på aviser har vore nokolunde stabilt dei siste åra. Ved utgangen av 2011 var det 228 aviser i Noreg. Dette er to aviser fleire enn i 2010. Nesten alle kategoriar aviser har hatt fall i opplagstala, bortsett frå riksspreidde meiningsbêrande aviser og nasjonale fâdagarsaviser. Dei fleste åra sidan 2005 har laussalsavisene vore dei store taparane. Samla opplagstal for dei to laussalsavisene i Noreg, Verdens Gang og Dagbladet, var 311 000 i 2011. Samanlikna med 2010 er det ein nedgang på 20 000, eller 6 prosent. Sidan 2005 er opplagstalet for laussalsavisene redusert med nesten 39 prosent. Sjå tabell 12.4.

Figur 12.1. Aviser. Opplagstal, etter type.<sup>1</sup> 2005-2011

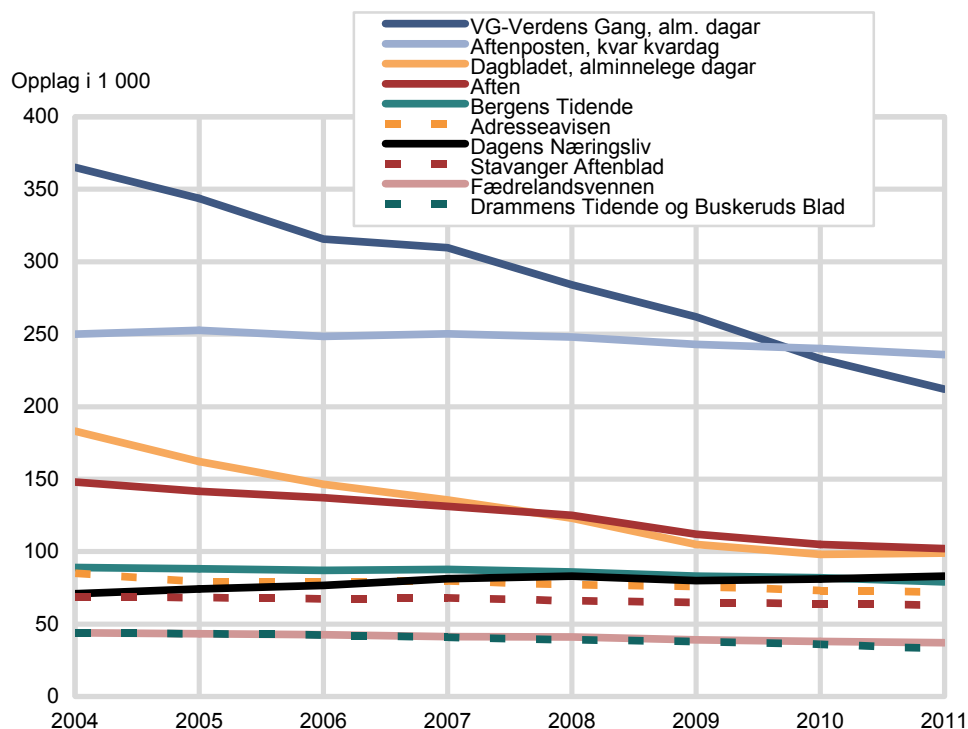


<sup>1</sup> Ei avis som før 2007 blei rekna som avis, er ikkje lenger med i statistikken. <sup>2</sup> Aftenposten, Bergens Tidende, Adresseavisen og Stavanger Aftenblad. <sup>3</sup> Aften (Aftenposten Aften) gjekk frå 5 til 3 utgåver per veke i 2009. Kjelde: Avisåret 2011, Høgskulen i Volda.

#### Nær alle avisene på Internett

Av alle dei 227 avisene (Aften er ikkje inkludert) var det 194 av desse som hadde eigne nyheiter på nettsidene sine. Fram til 2008 var trenden at det stadig blei fleire aviser som hadde nyheiter på nett, det var stadig fleire nyheiter på sidene, og dei blei oppdaterte oftare. Etter 2008 er delen med nyheiter om lag konstant, og mange aviser har skore ned på mengda. Sjå tabell 12.1.

Figur 12.2. Aviser. Opplagstal for dei største avisene. 2004-2011



Kjelde: Avisåret 2011, Høgskulen i Volda.

Tabell 12.1. Norske aviser på Internett<sup>1</sup>, ved utgangen av året. 1996-2011

	1996	1999	2001	2003	2005	2006	2008	2010 <sup>5</sup>	2011
<b>Alle aviser (ikkje Aften) .....</b>	<b>219</b>	<b>222</b>	<b>216</b>	<b>221</b>	<b>224</b>	<b>227</b>	<b>227</b>	<b>225</b>	<b>227</b>
<b>Eigne opplegg i alt .....</b>	<b>71</b>	<b>99</b>	<b>163</b>	<b>185</b>	<b>207</b>	<b>214</b>	<b>218</b>	<b>218</b>	<b>222</b>
Eigen heimeside .....	17	19	13	24	24	17	21	20	19
Anna .....	9	3	3	5	2	2	1	4	5
Eigne nyheiter i alt .....	45	77	147	156	181	195	195	194	194
Oppdaterte smakebitar(les meir) .....	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Oppdaterte nyheiter, dagsavis <sup>2</sup> .....	-	12	39	23	38	60	69	63	58
Oppdaterte nyheiter, fådagarsavis <sup>3</sup> .....	-	-	7	16	36	58	79	48	30
Fyldig nettavis <sup>4</sup> .....	16	47	63	66	44	28	22	39	56
Smal nettavis, notisavis ..	29	18	38	51	63	49	25	44	46

<sup>1</sup> Oversikta gjeld betalte (papir)aviser på Internett. Gratisaviser og reine nettaviser er ikkje med. Aften (tidlegare Aftenposten Aften) har ikkje eigne sider på nett og er ikkje rekna med. <sup>2</sup> For 1999 gjeld registreringa berre dagsaviser. Krav til oppdatering for dagsaviser er litt strengare frå 2003 og framover. <sup>3</sup> Kravet til oppdatering for fådagarsaviser er strengare frå 2008, og praktiseringa er innskjerpa i 2010. <sup>4</sup> Minst fire nyheitssaker er presenterte som meir enn ein kort notis. <sup>5</sup> Nokre tal er endra sidan førre utgåva.

Kjelde: Avisåret 2011, Høgskulen i Volda.

Nesten 50 prosent les avis på Internett

Stadig større del av befolkninga les nettavis ein gjennomsnittsdag, i 2011 var det 48 prosent som las nyheiter på internettssidene til papiravisene.

Til samanlikning var det 31 prosent som las nettavis ein gjennomsnittsdag i 2006. Delen som berre las nettavis, var 16 prosent i 2011, som er det same talet som i 2010. I 2006 var delen som berre las nettavis 8 prosent. Delen som les anten trykt avis eller nettavis held seg framleis stabil rundt 80 prosent, som dei siste ti åra. Det er monaleg større del menn enn kvinner som les nettaviser i løpet av ein dag. Til gjengjeld er det ein høgare del kvinner enn menn som berre les trykte aviser. Sjå tabell 12.8.

To fleire aviser fekk produksjonstilskot

Det var 140 aviser som fekk produksjonstilskot i 2011, som er to fleire enn i 2010. Desse nykommarane er nummer 1 og aleineaviser. Tilskotet var på litt over 280 millionar kroner. Produksjonstilskot til dagsaviser er ei tilskotsordning under

**Tabell 12.2. Dagsaviser som fekk produksjonstilskot. 2004-2011**

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Aviser i alt .....</b>	<b>135</b>	<b>138</b>	<b>138</b>	<b>139</b>	<b>138</b>	<b>138</b>	<b>138</b>	<b>140</b>
Nr. 2-aviser, ekskl. riksspreidde aviser <sup>1</sup> .....	23	25	24	26	26	25	24	24
Riksspreidde meiningsbêrande aviser .....	5	5	5	5	5	5	5	5
Nr. 1 og aleineaviser .....	57	56	58	56	56	56	58	60
Vekeaviser, ekskl. nr. 2-aviser .....	50	52	51	52	51	52	51	51
	-----1 000 kr-----							
Tilskotsbeløp i alt.....	246 961	244 186	252 521	251 765	264 310	264 452	272 915	281 355

<sup>1</sup> Inkluderer sju vekeaviser som er nr.2 -aviser på utgivarstaden.

Kjelde: Medietilsynet, årsrapport 2011.

pressestøtteordninga som Medietilsynet forvaltar. Pressestøtta omfattar også blant anna tilskot til samiske aviser.

#### Vekepressa

Mediebedriftenes Landsforening oppgir at det blei utgitt 92 ulike blad og magasin i 2011, tolv fleire enn i 2010. Samla gjennomsnittleg nettoopplag per nummer er 2,9 millionar. Familieblad utgjer framleis den største gruppa med sine 33 blad og eit gjennomsnittleg opplag per utgiving på drygt 1,6 millionar. Kategorien sport, hobby og fritid hadde størst auke frå 2010, frå 10 til 17 magasin, med ein vekst i opplaget på om lag 120 000.

**Tabell 12.3. Vekepresse<sup>1</sup>. Talet på blad og magasin og opplag per utgiving, etter gruppe. 2008-2011**

Gruppe	2008		2009		2010		2011	
	Talet på blad/magasin	Opplag	Talet på blad/magasin	Opplag	Talet på blad/magasin	Opplag	Talet på blad/magasin	Opplag
<b>I alt .....</b>	<b>75</b>	<b>3 132 222</b>	<b>70</b>	<b>2 910 293</b>	<b>80</b>	<b>2 986 848</b>	<b>92</b>	<b>2 944 401</b>
Familieblad og TV-guidar .....	33	1 984 329	30	1 831 253	32	1 801 227	33	1 653 365
Heim og hage ....	9	288 541	8	285 033	13	425 414	13	380 405
Data, audio og video .....	3	55 737	3	48 473	3	40 757	3	36 153
Bil og båt .....	8	167 166	7	146 275	7	144 931	8	139 228
Helse, mat og livsstil .....	6	126 662	5	104 782	7	112 808	9	167 640
Sport, hobby og fritid .....	9	205 420	10	210 066	10	152 729	17	272 951
Teikneseriar .....	2	184 161	2	176 871	2	164 474	2	146 665
Anna .....	5	120 206	5	107 540	6	144 508	7	147 994

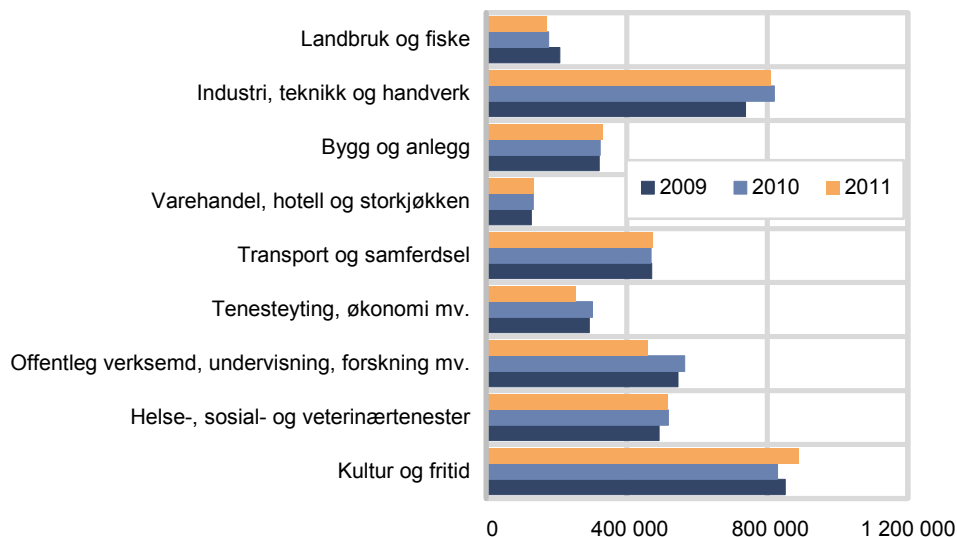
<sup>1</sup> Omfattar vekepresse som er medlemmer av gruppering innanfor Mediebedriftenes Landsforening.

Kjelde: Mediebedriftenes Landsforening.

#### Fagpressa

I 2011 var det 221 medlemmer i Den Norske Fagpresses Forening. 186 av desse medlemsblada har vore opplagskontrollert i 2011. Dei medlemsblada som ikkje har vore gjennom opplagskontrollen, er ikkje med i statistikken. Tabell 12.5 syner tala for dei kontrollerte medlemsblada og syner eit samla opplag på godt over 4 millionar eksemplar. Ifølgje Fagpressens Informasjonskontor vil samla opplag for alle medlemsblada vere om lag 5,4 millionar eksemplar i 2011.

Det er vanskeleg å samanlikne tala frå år til år da populasjonen av medlemsblad ikkje alltid er den same. På eit år skjer det ein del inn- og utmeldingar. I motsetning til tidlegare år er medlemsblada i tabell 12.5 berre førte opp i ein kategori. Medlemsblada vel sjølve den kategorien dei tilhører. Utifrå tala kan ein likevel slå fast at gruppa kultur og fritid har hatt høgast samla opplagstal i gjennomsnitt dei tre siste åra, tett følgd av gruppa industri, teknikk og handverk.

**Figur 12.3. Fagpresse. Opplag per utgiving<sup>1</sup>, etter gruppe<sup>2</sup>. 2009-2011**

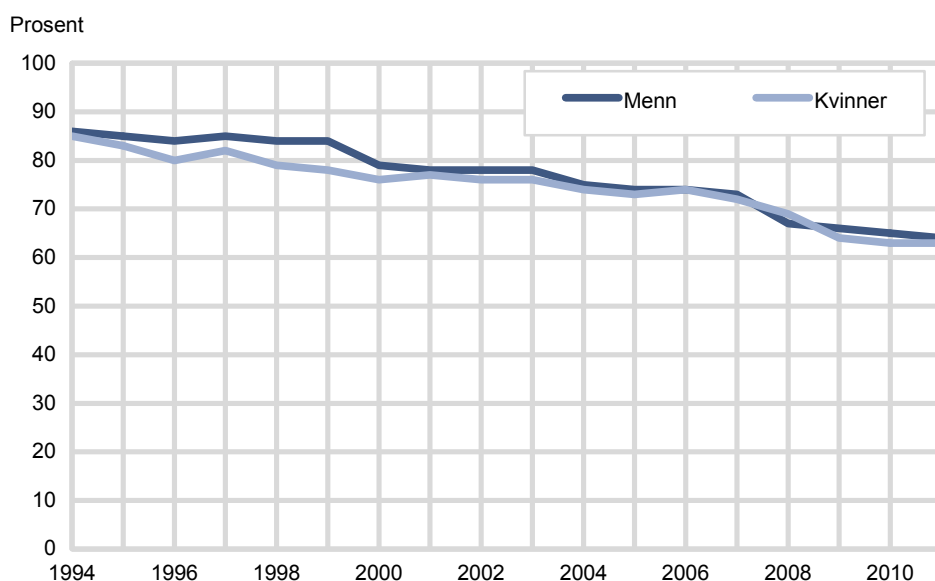
<sup>1</sup> Omfattar berre medlemmer av Den norske fagpresses forening. <sup>2</sup> Grupperinga er utarbeidd av Den norske fagpresses forening.

Kjelde: Den Norske Fagpresses Forening.

*Avis, vekeblad, teikneserieblad og tidsskrift*

Tal frå Norsk mediebarometer 2011 syner at det er stadig færre som les aviser, og minutt brukt til avislesing går også ned. Likevel var det avis som var det mest leste trykte mediet. I 2011 var det 63 prosent av befolkninga i alderen 9-79 år som las ei papiravis på ein gjennomsnittsdag, og i snitt brukte kvar person 24 minutt per dag til avislesing. I 2005 var tala på høvesvis 74 prosent og 29 minutt.

Kvinner og menn bruker om lag like mykje tid på å lese papiraviser. Lesing av papiraviser aukar med alderen. Mens 32 prosent av dei i alderen 9-15 år las ei papiravis ein gjennomsnittsdag i 2011, var delen 88 prosent blant dei i alderen 67-79 år. Delen som les avis, er også noko større blant dei med høg utdanning enn blant dei med låg utdanning. Delen som les papiravis, blir stadig mindre, men delen som les avis på Internett, aukar, høvesvis 63 og 48 prosent i 2011. Særleg gjeld dette dei unge. Sjå tabellane 12.6, 12.7 og 12.8.

**Figur 12.4. Avislesing blant personar 9-79 år ein gjennomsnittsdag, etter kjønn. 1991-2011**

Kjelde: Norsk mediebarometer 2011.

Det er også ein tendens til at litt færre les vekeblad og teikneserieblad. Tidsskrift har derimot hatt eit lite oppsving i lesardelen dei siste fem åra. På ein gjennomsnittsdag i 2011 var det 12 prosent som las vekeblad, 5 prosent las teikneserieblad, og 12 prosent las tidsskrift. Tala for 2005 var respektive 16, 7 og 11 prosent.

## 12.2. Om statistikken – aviser, vekepresse og fagpresse

*Avisene* Statistikken over avislandskapet er utarbeidd av Sigurd Høst og baserer seg på publikasjonen Avisåret 2011 (2012). Formålet med rapportserien Avisåret er at han skal dekkje alle norske aviser, sjølv om dei ikkje er medlemmer av Mediebedriftenes Landsforening (MBL) eller Landslaget for Lokalaviser (LLA). Det viktigaste grunnlaget for statistikken er opplysningar frå MBL, LLA og Medietilsynet. Statistikken over aviser på Internett er utarbeidd spesielt for rapportserien Avisåret.

*Pressestøtta* Pressestøtta er eit sentralt verkemiddel for å oppnå ulike mål på medieområdet, blant anna hjelp til å oppretthalde mangfaldet i avisutgivingar i heile landet og stimulere til lokal aviskonkurranse. Det er òg ei målsetjing at det blir gitt ut aviser og avissider på samisk og publikasjonar på minoritetsspråk. (Prop. 1 S, 2011-2012).

Pressestøtta omfattar produksjonstilskot til dagsaviser, tilskot til nytta medieforskning og etterutdanning, tilskot til samiske aviser, tilskot til minoritetsspråklege publikasjonar og distribusjonstilskot til avisene i Finnmark. Medietilsynet forvaltar desse tilskotsordningane.

*Vekepressa* Statistikken over norsk vekepresse baserer seg på opplysningar frå Mediebedriftenes Landsforening (MBL) og dekkjer dei magasinane som er medlemmer. Magasin- og Ukepresseforening (MUF) blei lagd ned i 2009. MBL tok over MUFs aktivitetar. Innanfor MBL er det skipa ei eiga gruppering som tek vare på spesifikke oppgåver i bransjen. MBLs gruppering for vekepresse og magasin har som formål å behandle spørsmål av felles interesse for grupperinga sine medlemmer, og som ikkje blir behandla av MBL sentralt. Grupperinga er oppteken av at medlemmene får rammevilkår som gir lønnsame bedrifter og sikre arbeidsplassar (Mediebedriftenes Landsforening). Kategoriseringa av vekepressa er utarbeidd etter forslag frå Norsk Medieindeks.

*Fagpressa* Statistikken for fagpressa er utarbeidd på grunnlag av materiale frå Fagpressens Informasjonskontor publisert i Fagpressekatalogen. Oppgåvene omfattar berre medlemmer av Den Norske Fagpresses Forening. Fagpressens Informasjonskontor/ Den Norske Fagpresseforening er Noregs eldste presseorganisasjon og blei stifta i 1898. Fagpresseforeninga er ein interesseorganisasjon for fag- og interessetidsskrift i Noreg. Kategoriane som tidsskrifta er delte inn i, er utarbeidd av Den Norske Fagpresses Forening, men medlemsblada vel sjølve primærnøkkel for kor dei høyrer heime. Fagpressa består av eit stort mangfald av fagblad, interesse-, hobby- og bransjeblad.

*Mediebruksundersøkingane* Tala som omhandlar bruk av aviser og blad, er henta frå Norsk mediebarometer 2011. Termen *kvartil* representerer om lag ein fjerdedel av utvalet i undersøkinga i kvar gruppe. Talet i kvar gruppe vil variere noko frå år til år. Det er nytta nokre kjennemerke knytte til yrkesstatus i tabellane 12.6 og 12.7. Sjå kapittel 11.2 for definisjonar av desse kjennemerka.

## 12.3. Omgrep

*Avis* Med «avis» i denne statistikken meiner vi alle publikasjonar som kjem ut minst ein gong per veke, og som fyller dei opphavlege reglane for listeføring som avis. Det inneber at dei skal «orientere allmenta om hendingar og aktuelle spørsmål», ta reell

betaling for abonnement og laussal, og ha mindre enn 50 prosent annonsar. (Høst, Sigurd 2004).

*Vekepresse* Vekepresse er eit samleomgrep for vekeblad og andre magasin. Nokre av magasinane kjem ut sjeldnare enn kvar veke. Tala som blir presenterte, er gjennomsnittleg nettoopplag per nummer.

### Referansar

Den Norske Fagpresses Forening: (<http://www.fagpressen.no>)

Høst, Sigurd (2004): *Hva er en avis? Avisbegrepet fra Hellerudkomiteen til Se og Hør*, Rapport 3/2004, Institutt for Journalistikk.

Høst, Sigurd (2012): *Avisåret 2011*, Rapport 29, Høgskulen i Volda.

(<http://www.hivolda.no/rapport>)

Mediebedriftenes Landsforening: (<http://www.mediebedriftene.no>)

Medietilsynet: *Årsrapport 2011*.

(<http://www.medietilsynet.no/no/Dokumenter/Rapporter/Arsmeldinger-og-arsrapporter>)

Prop. 1 S (2011-2012): Kulturdepartementet.

(<http://www.regjeringen.no/nb/dep/kud/dok/regpubl/prop/2011-2012/prop-1-s-20112012.html?id=658383>)

Vaage, Odd Frank (2012): *Norsk mediebarometer 2011*, Statistiske analysar 128, Statistisk sentralbyrå. (<http://www.ssb.no/medie>)

### Meir informasjon

Aviskatalogen: (<http://www.aviskatalogen.no>)

Landslaget for Lokalaviser: (<http://www.lla.no>)

Medienorge: (<http://www.medienorge.uib.no>)

Statistisk sentralbyrå (2012): *Kulturstatistikk 2010*, Statistiske analysar 127.

(<http://www.ssb.no/publikasjoner/>)

Vaage, Odd Frank (2009): *Kultur- og mediebruk blant personer med innvandrerbakgrunn*, Rapport 2009/29, Statistisk sentralbyrå.

([http://www.ssb.no/emner/07/02/rapp\\_200929](http://www.ssb.no/emner/07/02/rapp_200929))

Tabell 12.4. Aviser, etter type og opplag, 2005-2011

	2005		2006		2007		2008		2009		2010		2011	
	Aviser i alt	Opp- lag, 1 000	Aviser i alt	Opp- lag, 1 000	Aviser i alt	Opp- lag, 1 000	Aviser i alt	Opp- lag, 1 000	Aviser i alt	Opp- lag, 1 000	Aviser i alt	Opp- lag, 1 000	Aviser i alt	Opp- lag, 1 000
<b>I alt</b> .....	<b>226</b>	<b>2 948</b>	<b>229</b>	<b>2 876</b>	<b>228</b>	<b>2 844</b>	<b>228</b>	<b>1 276</b>	<b>225</b>	<b>2 659</b>	<b>226</b>	<b>1 257</b>	<b>228</b>	<b>2 501</b>
Laussalsaviser .....	2	506	2	462	2	445	2	408	2	368	2	331	2	311
Storbyaviser <sup>3</sup> .....	4	488	4	482	4	486	4	477	4	467	4	460	4	450
Nr.2-aviser i store byar .....	3	80	3	76	3	73	3	68	3	64	3	58	3	53
Riksspreidde meningsbærande aviser ....	6	160	6	163	6	169	8	177	8	173	<sup>4</sup> 8	173	8	174
Leiande lokale dagsaviser .	56	909	56	896	56	885	56	867	56	840	56	815	57	794
Lokale dagsaviser, nr. 2 ....	2	33	2	33	2	33	2	32	2	31	2	30	2	29
Lokale 2-3 dagarsaviser .....	80	400	79	390	79	392	81	398	81	393	81	388	81	378
Lokale vekeaviser .....	57	123	62	140	62	140	63	136	61	132	62	134	62	132
Nasjonale fådagarsaviser ..	15	108	14	96	13	90	8	76	7	80	7	77	8	78
Aften <sup>5</sup> .....	1	142	1	137	1	131	1	125	1	112	1	105	1	102

<sup>1</sup> På grunn av avrundingar stemmer ikkje summane heilt. <sup>2</sup> Ei avis som før 2007 blei rekna som avis, er ikkje lenger med i statistikken. <sup>3</sup> Aftenposten, Bergens Tidende, Adresseavisen og Stavanger Aftenblad. <sup>4</sup> Avvir og Sagat er rekna som dagsaviser i 2008 sjølv om dei var fådagarsaviser meir enn halve året. <sup>5</sup> Aften gjekk frå 5 til 3 utgåver per veke i 2009.

Kjelde: Avisåret 2011, Høgskulen i Volda.

Tabell 12.5. Fagpresse. Talet på periodika<sup>1</sup> og opplag per utgiving, etter gruppe<sup>2</sup>. 2009-2011

Gruppe	2009		2010		2011	
	Periodika	Opplag	Periodika	Opplag	Periodika	Opplag
<b>I alt<sup>3</sup></b> .....	<b>186</b>	<b>4 050 530</b>	<b>190</b>	<b>4 141 325</b>	<b>186</b>	<b>4 044 019</b>
Landbruk og fiske .....	11	209 164	11	177 831	11	172 668
Industri, teknikk og handverk ....	32	737 902	33	820 302	29	810 094
Bygg og anlegg .....	14	321 800	13	324 490	13	331 053
Varehandel, hotell og storkjøkken .....	11	128 413	12	133 945	12	135 520
Transport og samferdsel .....	8	471 019	8	469 329	7	474 356
Tenesteyting, økonomi mv. ....	16	292 984	16	302 473	15	253 539
Offentleg verksemd, undervisning, forskning mv. ....	27	546 026	32	564 952	28	461 393
Helse-, sosial- og veterinærtjenester .....	38	492 272	36	518 727	38	517 262
Kultur og fritid .....	29	850 950	29	829 276	33	888 134

<sup>1</sup> Omfattar berre medlemmer av Den norske fagpresses forening. <sup>2</sup> Grupperinga er utarbeidd av Den norske fagpresses forening. <sup>3</sup> Medlemsblad med kontrollerte opplag.

Kjelde: Den Norske Fagpresses Forening.

Tabell 12.6. Minutt brukt til lesing av avis, vekeblad, teikneserieblad og tidsskrift ein gjennomsnittsdag. 2005-2011

	Avis				Vekeblad				Teikneserieblad				Tidsskrift			
	2005	2009	2010	2011	2005	2009	2010	2011	2005	2009	2010	2011	2005	2009	2010	2011
<b>Alle personar</b> .....	<b>29</b>	<b>25</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Kjønn</b>																
Menn .....	30	25	24	24	2	2	1	1	3	1	2	2	3	4	4	4
Kvinner .....	27	25	23	23	7	7	5	7	1	0	1	1	3	3	3	3
<b>Alder</b>																
9-15 år .....	7	5	5	5	3	2	1	1	11	4	5	5	0	1	0	0
16-24 " .....	14	10	10	11	4	1	2	2	3	1	3	2	2	2	1	1
25-44 " .....	24	19	16	16	4	3	3	3	1	1	1	1	3	3	3	3
45-66 " .....	42	35	35	32	6	4	4	5	0	0	0	0	4	4	6	5
67-79 " .....	53	51	47	52	7	11	5	9	0	0	0	0	4	6	6	7
<b>Utdanning</b>																
Ungdomsskole .....	31	22	23	21	7	7	5	5	1	0	2	0	1	1	3	1
Vidaregåande skole .....	30	25	22	25	5	5	3	5	1	1	1	1	3	4	4	3
Universitet/høgskole, kort .....	33	29	29	28	5	3	3	4	1	1	1	0	3	4	5	5
Universitet/høgskole, lang .....	36	37	33	30	2	3	2	2	1	1	0	0	8	6	6	7
<b>Hushaldsinntekt</b>																
1. kvartil .....	31	24	26	26	6	6	4	5	1	1	1	1	3	5	4	4
2. kvartil .....	34	29	26	27	6	4	3	6	2	1	1	1	3	3	5	4
3. kvartil .....	27	23	22	21	4	3	3	3	2	1	2	1	3	4	3	3
4. kvartil .....	30	28	24	24	3	3	2	2	2	1	1	1	3	3	4	4
<b>Yrkesstatus (16-79 år)<sup>1</sup></b>																
Yrkesgruppe 1-2 .....	35	30	29	27	3	3	2	4	1	1	1	1	5	4	4	5
Yrkesgruppe 3 .....	33	29	25	21	5	2	4	3	0	0	1	0	3	5	4	5
Yrkesgruppe 4-5 .....	25	19	16	19	5	5	5	5	1	1	1	1	2	2	2	2
Yrkesgruppe 6-9 .....	27	22	20	21	4	2	1	3	2	1	1	1	3	3	5	2
Elevær/studentar .....	14	9	11	9	3	2	1	2	3	1	2	0	4	4	1	2
Trygd/pensjonistar .....	47	44	44	45	9	11	7	9	0	0	0	0	4	5	7	6
Heimearbeidande .....	28	:	21	13	5	:	1	1	1	:	3	1	1	:	5	2

<sup>1</sup> For ein definisjon på dei ulike yrkesgruppene, sjå kap. 11.2.

Kjelde: Norsk mediebarometer 2011, Statistisk sentralbyrå.



Tabell 12.7. Personar som les avis, vekeblad, teikneserieblad og tidsskrift ein gjennomsnittsdag. 2005-2011. Prosent

	Avis				Vekeblad				Teikneserieblad				Tidsskrift			
	2005	2009	2010	2011	2005	2009	2010	2011	2005	2009	2010	2011	2005	2009	2010	2011
<b>Alle personar</b> .....	<b>74</b>	<b>65</b>	<b>64</b>	<b>63</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>12</b>
<b>Kjønn</b>																
Menn .....	74	66	65	64	9	6	7	6	10	8	8	7	12	14	15	14
Kvinner .....	73	64	63	63	23	19	17	19	4	3	3	3	10	11	10	11
<b>Alder</b>																
9-15 år .....	43	38	41	32	15	7	6	6	34	21	21	18	3	4	2	2
16-24 " .....	56	46	48	50	14	6	9	8	12	6	9	9	7	8	6	7
25-44 " .....	73	63	57	55	16	12	10	11	5	5	6	4	12	13	14	13
45-66 " .....	90	81	80	78	16	15	15	14	1	2	1	1	13	16	17	16
67-79 " .....	89	82	84	88	19	22	16	20	1	0	0	1	14	16	16	17
<b>Utdanning</b>																
Ungdomsskole .....	76	62	62	61	22	19	15	14	6	3	6	4	5	6	11	8
Vidaregåande skole .....	77	65	65	66	16	13	14	14	3	3	5	4	11	12	12	10
Universitet/høgskole, kort .....	79	72	71	72	17	12	11	14	4	4	4	2	13	16	16	17
Universitet/høgskole, lang .....	82	84	72	70	8	11	8	8	5	3	1	3	21	23	21	23
<b>Hushaldsinntekt</b>																
1. kvartil .....	70	60	61	60	21	16	13	11	5	5	3	4	11	15	13	11
2. kvartil .....	76	68	64	65	18	13	13	15	6	4	5	4	12	11	16	15
3. kvartil .....	76	68	66	63	14	11	11	12	7	6	9	6	12	15	12	10
4. kvartil .....	78	71	72	67	12	10	10	10	8	6	6	5	11	13	14	16
<b>Yrkesstatus (16-79 år)<sup>1</sup></b>																
Yrkesgruppe 1-2 .....	82	78	74	75	12	10	8	11	4	5	5	5	17	16	17	21
Yrkesgruppe 3 .....	82	72	68	63	16	9	11	12	2	2	4	2	11	19	15	16
Yrkesgruppe 4-5 .....	74	64	64	65	20	19	18	18	3	4	4	5	10	9	9	9
Yrkesgruppe 6-9 .....	78	64	62	61	12	9	9	9	6	3	4	4	11	11	16	11
Elevar/studentar .....	53	43	46	44	16	6	7	5	11	6	7	3	6	11	6	9
Trygd/pensjonistar .....	86	77	79	83	23	25	19	18	1	0	0	1	14	15	17	14
Heimearbeidande .....	75	:	63	48	14	:	8	9	3	:	11	3	6	:	14	6

<sup>1</sup> For ein definisjon på dei ulike yrkesgruppene, sjå kap. 11.2.

Kjelde: Norsk mediebarometer 2011, Statistisk sentralbyrå.

Tabell 12.8. Lesing av trykt avis og nettavis ein gjennomsnittsdag, etter kjønn og alder. 2001-2011. Prosent

	Trykt avis	Nettavis	Anten trykt avis eller nettavis	Berre trykt avis	Berre nettavis	Både trykt avis og nettavis
2001 .....	78	10	79	69	2	9
2002 .....	77	12	79	67	2	10
2003 .....	77	17	80	63	4	14
2004 .....	75	19	79	60	4	15
2005 .....	74	27	81	54	7	20
2006 .....	74	31	82	51	8	23
2007 .....	72	34	81	47	8	25
2008 .....	68	35	77	42	9	26
2009 .....	65	40	78	38	13	27
2010 .....	64	43	80	37	16	27
2011 .....	63	48	79	32	16	32
<b>2011</b>						
<b>Kjønn</b>						
Menn .....	64	55	81	26	18	37
Kvinner .....	63	40	78	38	14	26
<b>Alder</b>						
9-15 år .....	32	18	43	25	11	8
16-24 " .....	50	65	77	13	27	37
25-44 " .....	55	65	82	17	27	38
45-66 " .....	78	44	85	42	7	37
67-79 " .....	88	19	90	71	2	17

Kjelde: Norsk mediebarometer 2011, Statistisk sentralbyrå.