

# Mer Internett-bruk og boklesing

*Hele 55 prosent av befolkningen brukte Internett en gjennomsnittsdag i 2005. Dette er 11 prosentpoeng mer enn i 2004. Stadig flere har blitt tilknyttet bredbånd. Boklesing er også på vei oppover, men nedgangen i avislesing og radiolytting ser ut til å fortsette. Og nesten 60 prosent av alle gutter mellom 9 og 15 år bruker tid på TV-spill eller PC-spill i løpet av en dag.*

---

*Odd Frank Vaage*

---

Statistisk sentralbyrå gjennomfører årlige undersøkelser om nordmenns bruk og tilgang til massemedier. Den første ble gjennomført i 1991. Dette betyr at vi kan se hvordan mediebruken har endret seg de siste 15 åra, og hvilke medieprodukter folk har skaffet seg. I denne artikkelen skal vi særlig se på hva som har skjedd på disse områdene i løpet av det siste året (se Vaage 2006).

## Internett-bruken øker

Etter en ganske jevn vekst i bruk av Internett de siste åra, kom det et kraftig hopp i fjor. 55 prosent av befolkningen i alderen 9-79 år brukte Internett en gjennomsnittsdag i 2005. Dette var en økning på 11 prosentpoeng siden 2004. Tiden vi bruker på Internett økte i samme periode fra 33 til 44 minutter per dag. Delvis som et resultat av dette har også andelen som bruker hjemme-PC økt, fra 36 prosent per dag i 2004 til 47 prosent i 2005. For andre medier har endringene siste år vært mindre.

## Færre hører på radio

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

## Nokså stabil lesing av trykte medier det siste året

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

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Aviser .....	84	82	84	81	81	77	78	77	77	75	74
Fjernsyn .....	84	82	84	83	84	82	85	85	84	83	85
Radio .....	66	59	61	59	60	57	56	58	58	58	55
Internett .....			7	10	18	27	35	35	42	44	55
Bøker .....	19	19	17	18	19	20	22	23	23	23	25

Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

## De unge svikter avisen

Avisen er det mest leste trykte mediet, med en andel lesere i befolkningen på 74 prosent per dag medregnet søndager i 2005. I 2004 var andelen 75 prosent. Denne nedgangen må ses på som ubetydelig, men den støtter opp om den langsiktige tendensen. I 1997 var andelen på 84 prosent, som viser at det har vært en betydelig nedgang de senere åra. På vanlige arbeidsdager var leserandelen i 2005 på 77 prosent. Vi brukte 29 minutter på avislesing per dag i 2005, 1 minutt mindre enn i 2004. Ser vi derimot tilbake til 1995, har det vært en nedgang på 11 minutter, eller nesten 30 prosent. Det er i første rekke de unge som svikter avisene. Mens 84 prosent blant 16-24-åringene leste avis en gjennomsnittsdag i 1991, var andelen sunket til 56 prosent i 2005.

## Flere leser bøker ...

Mens andelen som leste bok på fritida en gjennomsnittsdag var på 17 prosent i 1997, som var laveste andel i løpet av 1990-tallet, har den økt til 25 prosent i 2005. I 2004 var andelen på 23 prosent. Det ser altså ut til at nedgangen i boklesing som fant sted i første del av 1990-tallet, har stoppet opp og at den nå er økende. Det er særlig blant de godt voksne at boklesingen har økt. Mens 11 prosent i alderen 67-79 år hadde lest bok en gjennomsnittsdag i 1995, var andelen steget til 31 prosent i 2005. Derimot er det unge i alderen 16-24 år som i minst grad leser bøker.

Tallene for ukentlig boklesing bekrefter den generelle økningen. I 1997 var det 35 prosent som hadde lest bok i løpet av en uke. I 2005 var tallet 42 prosent.

## ... og flest leser romaner og noveller

Blant dem som leser bøker på fritida en gjennomsnittsdag, leser to tredeler romaner eller novellesamlinger. Både for menn og kvinner er det en stor majoritet som leser denne typen bøker. Resten fordeler seg på ulike typer sakprosa, religiøs litteratur og skuespill/dikt. Denne fordelingen har forandret seg lite de siste 15 åra. Eldre og mannlige lesere er mer opptatt av sakprosa enn det kvinner og yngre lesere er.

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

## Færre tar videoopptak fra TV

Mellom 2004 og 2005 har det vært små endringer i bruken av video. 9 prosent så på videobånd eller DVD per dag i 2005, mot 10 prosent i 2004. Det har likevel vært endringer i denne typen aktiviteter. Mens 44 prosent av dem som så på video i 1991 så på opptak av TV-program, var andelen bare 15 prosent i 2005. Derimot har det vært en kraftig økning i andelen videoseere som ser på kjøpe- eller leiefilmer, fra 44 prosent i 1991 til 79 prosent i 2005. Og mens 70 prosent så på DVD-filmer har andelen som ser på VHS, altså kassettbånd, sunket til 11 prosent. Denne økningen

**Tabell 2. Videoseere fordelt på opptakstyper en gjennomsnittsdag. 1991-2005. Prosent**

	1991	1994	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Egenprodusert video .....	13	9	16	16	14	14	13	15	11	13
Opptak fra TV-program ....	44	41	40	35	31	30	27	26	23	15
Kjøpe- eller leievideo i alt ..	44	52	59	59	61	62	67	68	73	79
Kjøpe- eller leie-VHS .....	..	..	..	..	..	..	42	30	18	11
Kjøpe- eller leie-DVD .....	.	.	.	..	..	..	26	39	57	70

Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

i bruken av DVD-filmer har sannsynligvis sin årsak i at nye filmer kommer stadig raskere ut i DVD-format og prisen er synkende. Dessuten er VHS-kassetten på vei ut av markedet.



### Flere bruker MP3-spillere

Bruken av musikkavspillingssystemer, slik som CD-er, kassetter, plater og MP3-spillere, har sunket litt. I 2004 var andelen brukere per dag på 47 prosent. Dette sank til 45 prosent i 2005. 26 prosent av dem som hørte på en lydavspiller en gjennomsnittsdag i 2005, brukte en MP3-spiller. Det er godt over en dobling fra 12 prosent i 2004.

### Tre av fem snakker daglig i mobiltelefonen

84 prosent av befolkningen hadde en privat telefonsamtale i løpet av en gjennomsnittsdag i 2005, mot 85 prosent året før. Det ser derfor ut til at andelen som snakker i telefon per dag har stabilisert seg, etter at mobiltelefonen sannsynligvis var med på å øke den fra 75 prosent i 1996 til 85 prosent i 2004. I samme periode har gjennomsnittlig antall telefonsamtaler per person per dag økt fra 2,3 til 4,0. Tallet økte ytterligere til 4,3 i 2005. I 2000 hadde 32 prosent en privat samtale i mobiltelefonen i løpet av en dag, i 2004 var andelen økt til 58 prosent og i 2005 ser vi en ytterligere økning til 63 prosent. 50 prosent sendte en privat tekstmelding (SMS) en gjennomsnittsdag i 2004. Dette økte til 57 prosent i 2005. Nordmenn sendte i gjennomsnitt 4,2 private tekstmeldinger per dag i 2005. Dette var en økning fra 3,1 meldinger i 2004. Ser vi på private mobiltelefonsamtaler og sendte tekstmeldinger under ett, var det 74 prosent av befolkningen som brukte mobiltelefon privat per dag i 2005. I 2004 var andelen 68 prosent.

### Internett brukes mest til e-post

Blant de 55 prosentene som brukte Internett i løpet av en dag i 2005, var det flest som brukte tida på Internett til å sende eller motta e-post. 65 prosent brukte nettet til e-post i 2005, mot 63 prosent i 2004. 54 prosent gikk inn og leste nyhetssider, mot 52 prosent året før. 31 prosent hentet ut fakta eller bakgrunnsstoff, som var omtrent på samme nivå som året før. 30 prosent brukte nettet til banktjenester, varekjøp, bestille billetter eller lignende.

### Kvinner leser mest bøker, Internett mest for menn

Fjernsyn er det massemediet der bruken er jevnest fordelt i alle samfunnsgrupper. Også radio og aviser har høy dekning blant de fleste, men blir i mindre grad brukt blant de yngste aldersgruppene. Unge gutter og yngre voksne menn er de ivrigste hjemme-PC-brukerne og Internett-brukerne. Kvinnene er de som er mest opptatt av bøker. Kvinner er også mer opptatt av ukeblad enn menn, særlig eldre kvinner. Tegneserieblad er mest populært blant de yngste, særlig guttene, mens de unge er de mest typiske brukere av lydavspillingssystemer slik som plate-, kassett-, CD- og MP3-spillere. Tidsskrift/fagblad leses helst av de voksne, mest menn. Bøker, tidsskrift, hjemme-PC og Internett brukes mer av dem med høy utdanning enn av personer med lavere utdanning.

### Omtrent 10 prosent bruker TV- eller PC-spill i døgnet

I Mediebruksundersøkelsen 2005 ble det i tillegg til spørsmål om bruk av TV-spill, for første gang også stilt eget spørsmål om bruk av PC-spill. TV-spill er elektroniske spill der et TV-apparat brukes som skjerm. PC-spill er elektroniske spill som enten legges inn via CD-ROM/DVD eller er lagret på harddisken

ved nedlasting fra Internett. Blant befolkningen i alderen 9-79 år var det 4 prosent som spilte TV-spill i løpet av dagen i 2005. 8 prosent spilte PC-spill og 11 prosent spilte en av delene, eller begge deler. (Se tabell 3.)

### Seks av ti gutter bruker PC- eller TV-spill en vanlig dag

For begge kjønn er 9-15-åringene de mest aktive brukerne av denne typen spill, og guttene spiller atskillig mer enn jentene. Blant guttene var det 57 prosent som brukte slike spill i løpet av en gjennomsnittsdag i 2005, mens bare 23 prosent av jentene spilte. PC-spill blir litt mer brukt enn TV-spill blant både gutter og jenter.

I helgene spiller enda flere av de yngste. 49 prosent av alle 9-15-åringer bruker TV- eller PC-spill på lørdager og søndager. På vanlige hverdager, altså skoledager, er andelen som bruker slike spill 36 prosent. Utvalget er ikke stort nok til å fordele helge- og hverdagsspillingen etter kjønn.

### Få eldre spiller TV- eller PC-spill

For både gutter og jenter i alderen 16-24 år er spillaktiviteten atskillig lavere, men forskjellen mellom kjønnene består. Blant guttene var andelen aktive på 27 prosent og blant jentene var andelen 9 prosent i 2005. Blant de som er 25 år eller eldre er aktiviteten på dette feltet atskillig lavere enn blant de unge. Vi finner likevel at 6 prosent av mennene i alderen 67-79 år spiller slike spill i løpet av dagen, men utelukkende PC-spill. Blant kvinner i samme aldersgruppe er det 1 prosent som spiller slike spill i løpet av en dag.

### Nesten alle unge bruker mobiltelefon en vanlig dag

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

### Fire av fem bruker PC i løpet av uka

Andelen som bruker PC en gjennomsnittsdag har økt sterk i løpet av de siste ti åra. I 1995 var det 45 prosent som brukte PC i løpet av en uke. Dette hadde økt til 80 prosent i 2005. Av disse bruker 69 prosent PC hjemme, 42 prosent på arbeid og 18 prosent på skole. Blant bedriftsledere og personer i akademiske yrker er det 89 prosent som bruker PC i arbeidet ukentlig. Blant elever/studenter er det 74 prosent som bruker PC i undervisningssammenheng i løpet av en uke.

### Helst nyheter for både seere og lyttere

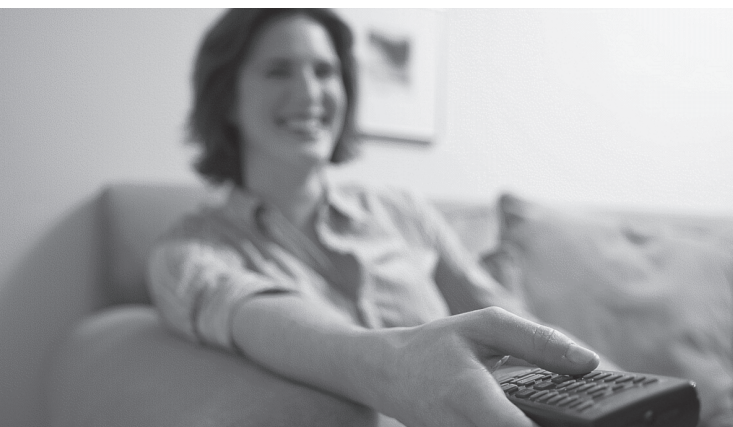
Nyhetsprogram er det vi i størst grad hører og ser på i radio og fjernsyn. Fjernsynsseingen domineres ellers av TV-serier, underholdning, spillefilmer og sportsprogram. Det er liten forskjell mellom kjønnene når det gjelder valg av TV-program, men menn ser mer på sportssendinger og kvinner mer på serier og barneprogram. Mens de eldre helst ser nyheter og debatter, foretrekker barn og unge heller serier. Ved siden av nyheter er det lette magasinposter og annen underholdning, distriktsprogram og populærmusikk det høres mest på i radio.

**Tabell 3. Andelen som brukte TV-spill, PC-spill og en av delene en gjennomsnittsdag, etter kjønn og alder. 2005. Prosent**

	TV-spill	PC-spill	TV- eller PC-spill
Alle 9-79 år ....	4	8	11
<b>Menn</b>			
9-15 år .....	33	38	57
16-24 år .....	12	17	27
25-44 år .....	2	8	9
45-66 år .....	0	3	3
67-79 år .....	0	6	6
<b>Kvinner</b>			
9-15 år .....	11	13	23
16-24 år .....	2	9	9
25-44 år .....	2	4	5
45-66 år .....	0	4	5
67-79 år .....	0	1	1

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2005, Statistisk sentralbyrå.





### Mest TV-seing på lørdag og søndag

Alle dager i uka bruker vi mer tid til fjernsyn enn til noe annet massemedium, men særlig gjelder det lørdag og søndag. Mens det i gjennomsnitt gikk med 2 timer og 18 minutter til fjernsynsseing per dag mandag til torsdag, gikk det med 2 timer og 48 minutter på søndagene. Mandag til torsdag brukte vi 1 time og 30 minutter på radiolytting, bare 59 minutter på søndager. Avislesing er nokså jevnt fordelt på ukedager, unntatt på søndager, som for mange er en avisfri dag. Mens 77 prosent leser aviser på mandag til torsdag, er andelen nede på 52 prosent på søndager. Dette skyldes nok i hovedsak at det bare er et mindretall aviser som har søndagsutgaver.

### Radio og avislesing om morgenen

Bruken av de ulike mediene i løpet av døgnet varierer sterkt, men disse vanene er nokså stabile fra år til år. Morgenen og formiddagen domineres av radio og avislesing, selv om andelen radiolyttere har sunket noe i denne perioden de senere åra. Om ettermiddagen holder radiolyttingen stand. Avislesingen var tidligere høyest i denne perioden, men har sunket en del og er dermed på høyde med de tidligere periodene på dagen. Fjernsynsseing er betydelig høyere enn radiolytting og avislesing om ettermiddagen. Kvelden er i størst grad avsatt til fjernsynsseing, men da er også boklesing på sitt høyeste. Om natta er naturlig nok mediebruken på et lavt nivå.

### Over halvparten har egen parabol i spredtbygde strøk

Mens det for ti år siden var 50 prosent som kunne se på fjernsynskanaler formidlet via satellitt, var andelen i 2005 på 72 prosent. Denne økningen skyldes i første rekke at andelen seere med privat parabolantenne har økt fra 10 til 31 prosent i samme periode. I spredtbygde strøk er det nå 57 prosent som har privat parabolantenne. For ti år siden var denne andelen på 25 prosent.

Når stadig flere personer kan se flere kanaler enn NRK, har dette innvirkning på hva de ser. I 2005 hadde andre TV-kanaler samlet en klar overvekt av seere per dag i forhold til NRK. Dette har vært situasjonen siden siste halvdel av 1990-tallet. Men NRK har ikke tapt terreng de siste åra, og forholdet mellom kanalene har endret seg lite siste år. Både NRK1 og TV 2 har en seeroppslutning på om lag 50 prosent per dag. For NRK2, TV Norge og TV 3 har det vært liten forandring i seeroppslutningen det siste året.

### Stor økning i MP3-spillere

Andelen med tilgang til betal-TV i husholdningen var på 19 prosent i 2005, som er litt større enn året før. Den jevne økningen vi har hatt i andelen med tilgang til videobåndspiller går nå i motsatt retning. DVD-spilleren øker derimot kraftig, og tilgangen økte fra 61 prosent i 2004 til 75 prosent i 2005.

I aldersgruppen 9-12 år har nå 85 prosent videospiller hjemme og 93 prosent har DVD-spiller. I alle aldersgrupper under 45 år har flere DVD-spiller enn VHS-spiller hjemme. 96 prosent hadde tilgang til CD-spiller i 2005. 36 prosent hadde MP3-spiller i 2005, en økning fra 22 prosent i 2004.

**Tabell 4. Andelen som hadde tilgang til ulike elektroniske tilbud i hjemmet. 1994-2005. Prosent**

	1994	1996	1998	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Hjemme-PC .....	33	43	57	71	75	76	77	79	83
Internett .....	..	..	22	52	60	63	64	66	74
Bredbånd .....	.	.	.	2	3	9	18	29	51
Egen mobiltelefon ..	..	..	..	68	76	82	86	90	92
DVD-spiller .....	.	.	.	..	..	26	43	61	75
MP3-spiller .....	.	.	.	.	.	..	..	22	36

Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

### Halve befolkningen har Internett via bredbånd

83 prosent hadde PC hjemme i 2005, andelen var 79 prosent i 2004. Elektronisk utstyr som kobles til PC-ene har også hatt økning. Særlig gjelder dette DVD-spiller knyttet til hjemme-PC-en, med en økning fra 47 prosent i 2004 til 58 prosent i 2005. Tilgang til Internett hjemme har også økt, og er på 74 prosent. Det har vært betydelig økning i tilknytning til Internett via bredbånd i husholdningen, fra 29 prosent i 2004 til 51 prosent i 2005. Blant 13-15-åringene har 74 prosent Internett-tilgang via bredbånd hjemme, mens blant 67-79-åringene er det bare 9 prosent som har slik tilgang.

Når så mange ha skaffet seg bredbånd i løpet av det siste året, kan dette gi mye av forklaringen på den kraftige økningen i Internett-bruken. Bredbåndabonnement fører til en fast månedlig betaling for Internett-bruken. Dermed kan man bruke nettet så mye og så ofte man vil uten at prisen øker.

### Færrest mobiltelefoner blant eldre

Andelen som eier eller disponerer mobiltelefon økte fra 90 til 92 prosent fra 2004 til 2005. Det er i løpet av temmelig få år blitt oppimot full dekning av mobiltelefon i de fleste grupper i befolkningen, det vil si at dekningen ligger mellom 97 og 100 prosent. Blant eldre er dekningen derimot fremdeles relativt lav. Blant personer i alderen 67-79 år er det 70 prosent som har egen mobiltelefon. Blant kvinner i samme aldersgruppe er dekningen helt nede i 59 prosent. Blant de yngste er det derimot slik at jentene i størst grad har mobiltelefon. Andelen blant jenter i alderen 9-15 år er 88 prosent, mens den er 80 prosent blant guttene.

### To av tre går på kino i løpet av året

To av tre har vært på kino i løpet de siste tolv måneder i 2005. I gjennomsnitt har hver nordmann vært på fire kinoforestillinger i løpet av året. Det er særlig unge av begge kjønn som går på kino. I aldersgruppen 13-15 år har hele 96 prosent vært på kino siste tolv måneder. I aldersgruppen 67-79 år har 16 prosent vært på kino i samme periode. Antall ganger gjennomsnittsnordmannen går på kino har variert noe de senere åra, men det har ikke vært noen stor endring i noen retning. Blant unge i alderen 16-24 år har det derimot vært en nedgang, fra ti ganger i 2001 til 6,6 ganger i 2005.

Ser vi utviklingen av mediebruken over de senere åra, er det tydelig at trykte medier som aviser og blader er på vikende front. Et unntak er bøkene, som i en viss grad ser ut til å ha fått en renessanse. Også radioen har hatt en nedgangsperiode i de senere åra, mens andre lydmedier holder stand, muligens takket være nye lydavspillingsmuligheter som MP3-spillerne.

Det er de visuelle mediene som har klart seg best. Særlig er Internett i vinden og har vist sterkt økning, særlig etter at bredbåndtilbudet har nådd ut til de fleste deler av landet. Internett har sin styrke i at det både fungerer som underholdningsmedium, informasjonsmedium og som kommunikasjonsmedium. Mobiltelefonen, som også har hatt sterk vekst, har i tillegg til det tradisjonelle kommunikasjonsaspektet også etter hvert utviklet seg til å bli et underholdningsmedium, med spille-, foto- og filmmuligheter. I tillegg har fjernsynet også klart seg bra, og ser ut til å stå sterkere nå enn noen gang tidligere.

#### Referanse

Vaage, Odd Frank (2006): *Norsk mediebarometer 2005*, Statistiske analyser 78, Statistisk sentralbyrå (tilgjengelig på Internett: [www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/](http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/)).