

Vi er minst interessert i ukeblader

Nordmenns interesse for å bruke ulike massemedier varierer. Den er størst for Internett. Dernest følger aviser og bøker, så fjernsynet. Minst interessert er vi i å lese ukeblader, viser Kultur- og mediebruksundersøkelsen 2008. Menn og kvinner er interessert i forskjellige typer medier, og svarene påvirkes også av alder og utdanning. Generell interesse for og faktisk bruk av mediene henger nøye sammen, men ikke så mye for fjernsynet som for andre medier.

Odd Frank Vaage



I Kultur- og mediebruksundersøkelsen 2008 ble det stilt noen spørsmål om nordmenns interesse for å bruke ulike massemedietilbud. De mediene spørsmålene gjaldt, var Internett, aviser, bøker, fjernsyn, radio og ukeblader.

Mest interesse for Internett

Det er kanskje urettferdig å sammenligne såpass ulike tilbud. Internett er egentlig en formidling av flere ulike medietilbud i ett, både skriftmedier, lydmedier og bilde-medier. Det er derfor ikke overraskende, slik tabell 1 viser, at Internett er det tilbudet som flest er meget interessert i å bruke. 37 prosent svarte at de er meget interessert i å bruke Internett.

De trykte mediene aviser og bøker, kommer på annen og tredje plass med henholdsvis 29 og 27 prosent. Fjernsyn kommer først som nummer fire på denne listen, med 23 prosent, fulgt av radio (20 prosent). Nederst på listen kommer ukeblader. Bare 7 prosent var meget interessert i å bruke dette tilbudet.

Minst interesse for ukeblader

Det er flest som sier at de ikke er interessert i å lese ukeblader. Dernest følger bøker, Internett, radio og aviser. Bare 2 prosent sier seg ikke interessert i å bruke fjernsyn. Det er altså temmelig få som har et svært dårlig forhold til fjernsynet. Dette bekreftes ved at det er dette mediet som flest er ganske interessert i å bruke.



Odd Frank Vaage er sosiolog og statistikkrådgiver i Statistisk sentralbyrå, Seksjon for leveårsstatistikk. (ova@ssb.no)

Tabell 1. Interesse for å bruke ulike massemedier. Alder 9-79 år. 2008. Prosent

| | Meget interessert | Ganske interessert | Litt interessert | Ikke interessert |
|-----------|-------------------|--------------------|------------------|------------------|
| Internett | 37 | 33 | 17 | 12 |
| Aviser | 29 | 38 | 26 | 6 |
| Bøker | 27 | 26 | 31 | 15 |
| Fjernsyn | 23 | 46 | 28 | 2 |
| Radio | 20 | 37 | 36 | 7 |
| Ukeblader | 7 | 16 | 44 | 33 |

Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsen 2008, Statistisk sentralbyrå.

Slår vi sammen meget/ganske interessert og litt/ikke interessert, får vi tallene slik de vises i figur 1. Det er temmelig likt mellom Internett, fjernsyn og aviser i forholdet mellom meget/ganske interessert og litt/ikke interessert. For alle disse mediene er det omtrent sju av ti som er meget eller ganske interessert i å bruke dem. Ukeblader kommer på motsatt side av diagrammet, med nesten åtte av ti som er litt eller ikke interessert i å lese ukeblader.

Stor forskjell mellom kvinner og menn

Det er forskjeller mellom menn og kvinner i vurderingen av mediene. Mens 39 prosent av kvinnene er meget interessert i å lese bøker, er det godt under halvparten så mange blant menn. Det er også langt flere kvinner enn menn som er meget interessert i å lese ukeblader.

På den annen side er 42 prosent av mennene meget interessert i å bruke Internett, mens andelen er 33 prosent blant kvinner. Fordelingen er derimot nokså jevn i andelen som er meget interessert i å lese aviser, se på fjernsyn og høre radio. Det er også verd å merke seg at 20 prosent av mennene ikke er interessert i å lese bøker, og 45 prosent ikke er interessert i å lese ukeblader.

En av to eldre ikke opptatt av Internett

Det er store forskjeller mellom aldersgruppene i interessen for de ulike mediene. Hele 66 prosent i gruppen 16-24 år er meget interessert i å bruke Internett, mens andelen er 11 prosent i aldersgruppen 67-79 år. Blant de eldste i undersøkelsen er litt over halvparten ikke interessert i Internett.

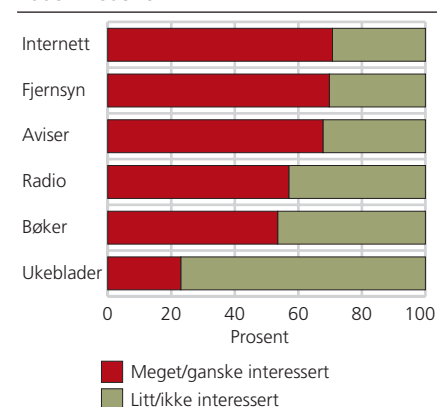
Interessen for aviser øker derimot sterkt med alderen. Bare 5 prosent av barn i alderen 9-15 år er meget interessert i aviser. Blant de eldste, aldersgruppen 67-79 år, er andelen 55 prosent. Også radiolytting tiltrekker få barn. Hele 27 prosent er ikke interessert. Blant de eldste er forholdet omvendt; 27 prosent er meget interessert.

Interessen for fjernsyn, ukeblader og bøker er derimot nokså jevnt fordelt mellom aldersgruppene. Men en av fire unge er ikke interessert i å lese bøker. Blant voksne er det omtrent en av åtte.

Utdanning og medieinteresse

Jo høyere utdanning man har, desto større andel er det som er meget interessert i å bruke Internett. Andelen som ikke er interessert, synker tilsvarende. Kun 1 prosent av personer med

Figur 1. Andelen som er meget/ganske interessert og litt/ikke interessert i å bruke ulike massemedier. Alder 9-79 år. 2008. Prosent



Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsen 2008, Statistisk sentralbyrå.



Tabell 2. Andelen som er meget interessert og ikke interessert i bruk av ulike massemedier, etter kjønn og alder. 9-79 år. 2008. Prosent

| | Meget interessert | | | | | | Ikke interessert | | | | | |
|----------|-------------------|--------|-------|----------|-------|-----------|------------------|--------|-------|----------|-------|-----------|
| | Internett | Aviser | Bøker | Fjernsyn | Radio | Ukeblader | Internett | Aviser | Bøker | Fjernsyn | Radio | Ukeblader |
| Menn | 42 | 30 | 16 | 22 | 19 | 2 | 10 | 6 | 20 | 3 | 7 | 45 |
| Kvinner | 33 | 28 | 39 | 24 | 22 | 12 | 14 | 6 | 10 | 1 | 6 | 21 |
| 9-15 år | 43 | 5 | 18 | 32 | 4 | 11 | 2 | 29 | 18 | 0 | 27 | 33 |
| 16-24 år | 66 | 16 | 17 | 33 | 13 | 7 | 0 | 6 | 24 | 1 | 9 | 26 |
| 25-44 år | 47 | 25 | 28 | 19 | 21 | 6 | 3 | 2 | 12 | 4 | 4 | 30 |
| 45-66 år | 22 | 38 | 31 | 17 | 28 | 5 | 15 | 3 | 14 | 3 | 2 | 37 |
| 67-79 år | 11 | 55 | 37 | 31 | 27 | 8 | 53 | 2 | 12 | 2 | 4 | 39 |

Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsen 2008, Statistisk sentralbyrå.

Tabell 3. Andelen som er meget interessert og ikke interessert i bruk av ulike massemedier, etter utdanning. 16-79 år. 2008. Prosent

| | Meget interessert | | | | | | Ikke interessert | | | | | |
|----------------------------|-------------------|--------|-------|----------|-------|-----------|------------------|--------|-------|----------|-------|-----------|
| | Internett | Aviser | Bøker | Fjernsyn | Radio | Ukeblader | Internett | Aviser | Bøker | Fjernsyn | Radio | Ukeblader |
| Grunnskole | 30 | 27 | 20 | 30 | 19 | 12 | 30 | 7 | 30 | 2 | 8 | 26 |
| Videregående skole | 34 | 32 | 23 | 25 | 24 | 7 | 16 | 3 | 18 | 3 | 4 | 31 |
| Universitet/høgskole, kort | 41 | 33 | 40 | 18 | 20 | 3 | 4 | 0 | 5 | 3 | 2 | 32 |
| Universitet/høgskole, lang | 44 | 38 | 38 | 9 | 26 | 2 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 50 |

Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsen 2008, Statistisk sentralbyrå.



universitets- eller høgskoleutdanning er ikke interessert i å bruke Internett. En lignende sammenheng er det for avislesing og boklesing.

For fjernsyn og lesing av ukeblader er det motsatt. Her er det dem med lav utdanning som i størst grad er meget interessert. Det er likevel få som ikke er interessert i å se på fjernsyn, uansett utdanningsnivå. Også interessen for radiolytting er nokså jevnt fordelt på personer med lav og høy utdanning (se tabell 3).

Interesse og bruk henger nøye sammen

Det er en klar sammenheng mellom interesse for mediene og bruk av dem. I befolkningen som helhet i alderen 9-79 år er det 71 prosent som bruker Internett en gjennomsnittsdag, og Internett brukes i 65 minutter per dag (Vaage 2009). Blant dem som er meget interessert i å bruke Internett, er 89 prosent på nettet en gjennomsnittsdag, 112 minutter daglig i gjennomsnitt. Blant dem som ikke er interessert, er det bare 7 prosent som bruker nettet en gjennomsnittsdag, og de bruker det i 3 minutter (se tabell 4).

Tabell 4. Prosentandelen som bruker mediet en gjennomsnittsdag, og minutter brukt på mediet en gjennomsnittsdag, etter graden av interesse og medietyper. Alder 9-79 år. 2008

| | Meget interessert | | Ikke interessert | |
|-----------|-----------------------|------------------------|-----------------------|------------------------|
| | Andel brukere per dag | Minutter brukt per dag | Andel brukere per dag | Minutter brukt per dag |
| Internett | 89 | 112 | 7 | 3 |
| Aviser | 86 | 45 | 11 | 1 |
| Bøker | 49 | 33 | 1 | 1 |
| Fjernsyn | 89 | 208 | 35 | 21 |
| Radio | 78 | 167 | 6 | 3 |
| Ukeblader | 37 | 15 | 2 | 0 |

Kilde: Kultur- og mediebruksundersøkelsen 2008, Statistisk sentralbyrå.

En slik klar sammenheng er det også for andre medier. Unntaket er fjernsynet; 35 prosent av dem som ikke er interessert i å se på fjernsyn, ser på det en gjennomsnittsdag. For å sammenligne med avislesing; 11 prosent av dem som ikke er interessert i lese aviser, gjør det i løpet av dagen.

De mest standhaftige er de som ikke er interessert i å lese bøker. Bare 1 prosent av dem leser bøker i løpet av en dag.

Referanser

Vaage, Odd Frank (2009): *Norsk mediebarometer 2008*, Statistiske analyser 106, Statistisk sentralbyrå.