

DIGITALES ARCHIV

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
ZBW – Leibniz Information Centre for Economics

Periodical Part

Norsk mediebarometer / Statistisk Sentralbyrå ; 2014

Provided in Cooperation with:
Statistics Norway, Oslo

Reference: Norsk mediebarometer / Statistisk Sentralbyrå ; 2014 (2015).

This Version is available at:
<http://hdl.handle.net/11159/3023>

Kontakt/Contact

ZBW – Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft/Leibniz Information Centre for Economics
Düsternbrooker Weg 120
24105 Kiel (Germany)
E-Mail: [rights\[at\]zbw.eu](mailto:rights[at]zbw.eu)
<https://www.zbw.eu/econis-archiv/>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Dieses Dokument darf zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen. Sofern für das Dokument eine Open-Content-Lizenz verwendet wurde, so gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

<https://zbw.eu/econis-archiv/termsfuse>

Terms of use:

This document may be saved and copied for your personal and scholarly purposes. You are not to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public. If the document is made available under a Creative Commons Licence you may exercise further usage rights as specified in the licence.

Odd Frank Vaage

Norsk mediebarometer

2014



Odd Frank Vaage

Norsk mediebarometer 2014

(Rettet 19. januar 2017)

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.

© Statistisk sentralbyrå, april 2015
Ved bruk av materiale fra denne publikasjonen skal Statistisk sentralbyrå oppgis som kilde.

Rettet 30. april 2015, side 65
Rettet 19. januar 2017, side 33 og 83.

ISBN 978-82-537-9120-3 Trykt versjon
ISBN 978-82-537-9121-0 Elektronisk versjon
ISSN 0804-3321

Emnegruppe
Kultur og fritid

Design: Siri Boquist
Trykk: Statistisk sentralbyrå

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	

Forord

I *Norsk mediebarometer 2014* legger Statistisk sentralbyrå fram hovedresultatene fra en landsomfattende undersøkelse om folks massemediebruk i 2014. Publikasjonen er en oppfølger av fjorårets mediebarometer. Publikasjonen gjengir en del av hovedtallene fra mediebruksundersøkelsene fra og med 1991.

Formålet med publikasjonen er å gi en samlet framstilling av nordmenns bruk av ulike typer massemedier og tilgangen til slike medier. Det er lagt vekt på at stoffet skal være lett tilgjengelig ved oversiktlige tabeller og figurer. Det skriftlige stoffet er også lagt fram slik at det skal være lett forståelig.

Statistisk sentralbyrå har Internettsider hvor denne publikasjonen finnes. Noen årgangstall som ikke er tatt med i denne publikasjonen, finnes i statistikkbanken. Statistisk sentralbyrås internettside er <http://www.ssb.no>.

Undersøkelsen om massemediebruk er finansiert av Medietilsynet. Odd Frank Vaage har vært hovedansvarlig for undersøkelsen og utarbeidet publikasjonen. Sverre Amdam har vært ansvarlig for gjennomføringen av datainnsamlingen til undersøkelsen.

Statistisk sentralbyrå,
Oslo/Kongsvinger, 17. mars 2015

Torbjørn Hægeland

Sammendrag

Norsk mediebarometer er en publisasjon basert på Statistisk sentralbyrås årlige undersøkelser om massemediebruk. I disse undersøkelsene svarer et representativt utvalg av befolkningen på omtrent 1800 personer i alderen 9-79 år på spørsmål om sin bruk av ulike massemedier og om tilgang til medier i husholdningen. Undersøkelsen gir tall for mediebruk alle dager i uka og ulike årstider. Den første undersøkelsen ble gjennomført i 1991. Med unntak av 1993 har undersøkelsen blitt gjennomført hvert år siden.

I 2014-undersøkelsen deltok 1910 personer. Resultatene fra undersøkelsen viser at 49 prosent av befolkningen leste papiravis en gjennomsnittsdag i 2014, mot 51 prosent i 2013. Vi brukte i gjennomsnitt 19 minutter per døgn til avislesing. Det har vært en tendens til synkende avislesing de seinere åra. 54 prosent leste avissider på Internett en gjennomsnittsdag. Totalt var det 75 prosent som enten leste avis på papir eller på nett.

8 prosent leste ukeblad en gjennomsnittsdag i 2014, det samme som året før. Det var en liten nedgang i ukebladlesingen på 1990-tallet, men i de siste åra har den vært nokså stabil. Kvinner og eldre er de som i størst grad leser ukeblad. 9 prosent leser tidsskrift eller lignende i løpet av et døgn. Menn og kvinner leser like stor grad slike blad. 25 prosent leser bøker en gjennomsnittsdag. Jenter og kvinner leser i større grad bøker enn menn gjør. Personer med høyt utdanning er de ivrigste bokleserne. Skjønnlitteratur leses mest, både blant kvinner og menn.

39 prosent lyttet til lydmedier en gjennomsnittsdag i 2014. Dette omfatter vinylplater, kassetter, CD-er, MP3 eller lydfiler lastet ned fra Internett og strømmete Internettfiler. Blant de unge lytter seks av ti. Seks av ti lyttere lytter på filer strømmet fra Internett. 22 prosent ser videomedier i løpet av et døgn. Det omfatter videobånd, DVD/Bluray, harddiskopptaker og videofiler enten lastet ned eller strømmet via Internett og betalt for. Bruk av slike tilbud har totalt økt de siste åra, mest på grunn av økt strømming fra nettet. Unge bruker slike tilbud mest. Godt voksne ser mest på harddiskopptak, unge ser mest på nettfiler.

64 prosent lyttet til radio i løpet av et døgn i 2014. Dette var en økning fra 59 prosent året før. Økningen siste år gjelder særlig barn og unge, men de godt voksne lytter fremdeles mest til radio. 74 prosent så på TV i løpet et døgn i 2014, det samme som året før. Tiden til TV-seing var også lik i 2013 og 2014. Høyest seerandel har eldre. De bruker også mest tid på dette. Det er størst oppslutning om nyheter, underholdning, TV-serier og sport.

75 prosent brukte PC hjemme i løpet av et døgn i 2014. Eldre kvinner bruker PC minst. 88 prosent bruker Internett i løpet av et døgn. Både menn og kvinner har økt sin bruk av Internett noe siste år. Unge og yngre voksne er de ivrigste brukerne. Tre av fire nettbrukere leser nyheter på nettet i løpet av et døgn. 63 prosent av nettbrukerne bruker e-post og 64 prosent bruker Facebook per døgn.

69 prosent gikk på kino i løpet av et år i 2014, mot 73 prosent i 2013. De unge går mest på kino. Antall kinobesøk har sunket noe siste år. 69 prosent av gutter 9-15 år spiller TV- eller PC-spill per døgn. 81 prosent har en privat mobilsamtale i løpet av døgnet. 39 prosent bruker mobilen til e-post per døgn, mens 62 prosent bruker mobiltelefon til Internett-bruk. 49 prosent hadde harddiskopptaker i 2014. 44 prosent hadde tilgang DABradio hjemme. 96 prosent hadde Internett hjemme, 80 prosent hadde smarttelefon og 70 prosent hadde nettbrett. 54 prosent hadde avisabonnement i 2014, mens 9 prosent hadde abonnement på nettavis.

Abstract

Norwegian Media Barometer is a publication based on Statistics Norway's annual survey about the use of mass media. In the survey a representative sample of the total population aged 9-79 years, answer questions about their use of different mass media and access to mass media in their household. The survey has data on the use of mass media for all days of the week and different seasons of the year. The first survey was conducted in 1991. With the exception of 1993, the survey has been conducted annually.

In the 2014-survey 1 910 persons participated. The results from the survey show that on an average day, 49 per cent of the population read newspapers issued on paper, against 51 per cent in 2013. We use 19 minutes daily for newspaper reading. Newspaper reading has had declining tendency the later years. 4 per cent read newspaper sites on the Internet on an average day. In total 75 per cent read either newspaper on paper or on the Internet.

8 per cent read weeklies on an average day in 2014, the same as the year before. There was a small decline in reading of weeklies during the 1990's, but the last years it has been fairly stable. Women and elderly individuals are the most eager readers of weeklies. 9 per cent read magazines etc. on an average day. 25 per cent read books on an average day. Women are the most eager book readers. Individuals with higher education read books more than others.

In 2014 39 per cent listened to sound media during an average day. This includes vinyl records, cassettes, CD's, MP3 and sound files downloaded from Internet or streamed Internet files. Among young individuals six out of ten were listening. Six out of ten listeners listen to files streamed from the Internet. 22 per cent view video media during a day. This includes VHS, DVD, hard disk recorders and video files either downloaded or streamed via Internet and paid for. Young persons use these kinds of media more than others. Elderly mostly use hard disk recorders, while young individuals mostly use Internet files.

64 per cent listened to the radio on an average day in 2014. This is an increase from 59 per cent the year before. 74 per cent watched television on an average day in 2014, the same as in 2013. There was no change in the time spent on TV in 2014 compared to the year before. Older persons have the highest viewing rate and spend most time on it. 75 per cent used a PC at home during an average day in 2014. Older women use a PC the least. 88 per cent use the Internet during an average day. Both men and women have increased their Internet use slightly during the last year. Young individuals are the most eager users. Three out of four Internet users read news online during an average day. On an average day 63 per cent of the Internet users use e-mail and 64 per cent use Facebook.

In 2013 69 per cent went to the cinema during the year in 2014, against 73 per cent. The number of visits has decreased somewhat. The young go most often to the cinema. 69 per cent of boys aged 9-15 years play television or computer games during an average day. On an average day, 81 per cent have a private mobile phone conversation, 39 per cent use the mobile phone for e-mails, while 62 per cent use the mobile phone for Internet use. 49 per cent had a hard disk recorder in 2014. 44 per cent had access to a DAB-radio at home. 96 per cent had Internet at home, 80 per cent had a smart phone and 70 per cent had a tablet. 54 per cent had a newspaper subscription in 2014, while 9 per cent had a newspaper on Internet subscription.

Innhold

Daglig mediebruk: Hovedtall	9
Avis	14
Ukeblad	18
Tegneserieblad	22
Tidsskrift	26
Bøker	30
Lydmedier	34
Videomedier	38
Radio	42
Fjernsyn	48
Hjemme-PC	54
Internett	58
Kino	64
Spill, tekst-TV og telefon	68
Mediebruk til ulike tider	71
Ukentlig mediebruk	76
Tilgang til ulike medier	80
Vedlegg 1	85
Figurregister	90
Tabellregister	91

Kort om undersøkelsen

Mediebruksundersøkelsen 2014, som publikasjonen er basert på, er en intervjuundersøkelse gjennomført blant et landsomfattende utvalg på 1910 personer i alderen 9 til 79 år. 64,1 prosent av dem som ble trukket ut til undersøkelsen deltok.

Noen kjennemerker brukt i publikasjonen, basert på intervjuer**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.

Fra og med 2005 er følgende inndeling brukt:

Ungdomsskole: Utdanning med samlet varighet 7-9 år.

Videregående skole: Utdanning med samlet varighet 10-12 år.

Universitet/høgskole, kort: Utdanning med samlet varighet 13-16 år.

Universitet/høgskole, lang: Utdanning med samlet varighet mer enn 16 år.

I tidligere års utdanningsfordeling som er gjengitt i denne publikasjonen, omfatter «Universitet/høgskole, kort» samlet utdanning på 13-14 år. For «Universitet/høgskole, lang» er samlet utdanning minst 15 år.

Yrkesstatus (16-79 år)

Grupperingen av yrker bygger på Standard for yrkesklassifisering (NOS C 521).

Yrkesgruppe 1: Administrative ledere og politikere

Yrkesgruppe 2: Akademiske yrker

Yrkesgruppe 3: Yrker med kortere høgskole- og universitetsutdanning og teknikere

Yrkesgruppe 4: Kontor- og kundeserviceyrker

Yrkesgruppe 5: Salgs-, service- og omsorgsykker

Yrkesgruppe 6: Yrker innenfor jordbruk, skogbruk og fiske

Yrkesgruppe 7: Håndverkere o.l.

Yrkesgruppe 8: Prosess- og maskinoperatører og transportarbeidere o.l.

Yrkesgruppe 9: Yrker uten krav til utdanning

I yrkesgruppe 0: Militære yrker og uoppgitte. Menige plasseres i yrkesgruppe 9,

Befal 1 plasseres i yrkesgruppe 3, og befal 2 plasseres i yrkesgruppe 1-2 .

Yrkesstatus er beregnet for aldersgruppen 16-79 år.

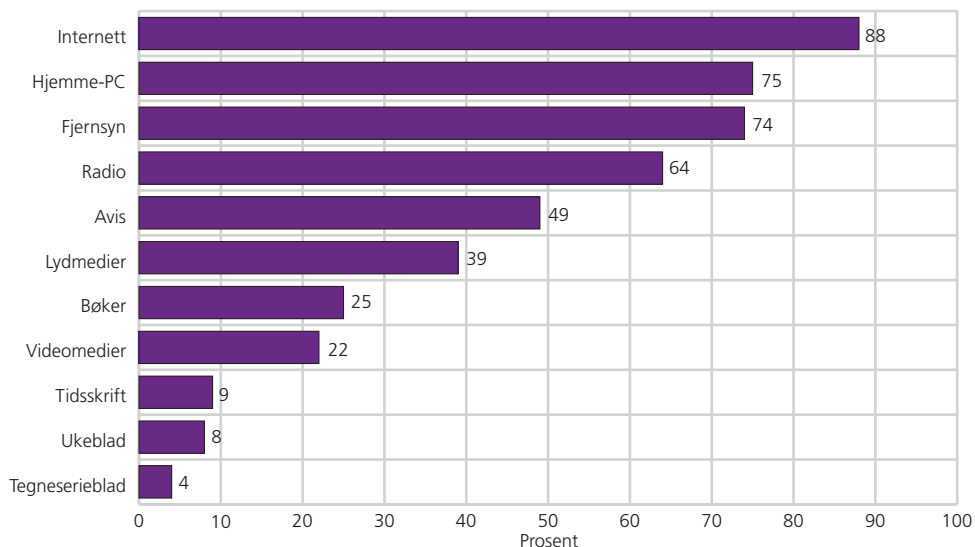
Tettbygd/spredtbygd

Som tettbygde strøk regnes hussamlinger med minst 200 hjemmehørende personer der husene normalt ikke ligger mer enn 50 meter fra hverandre.

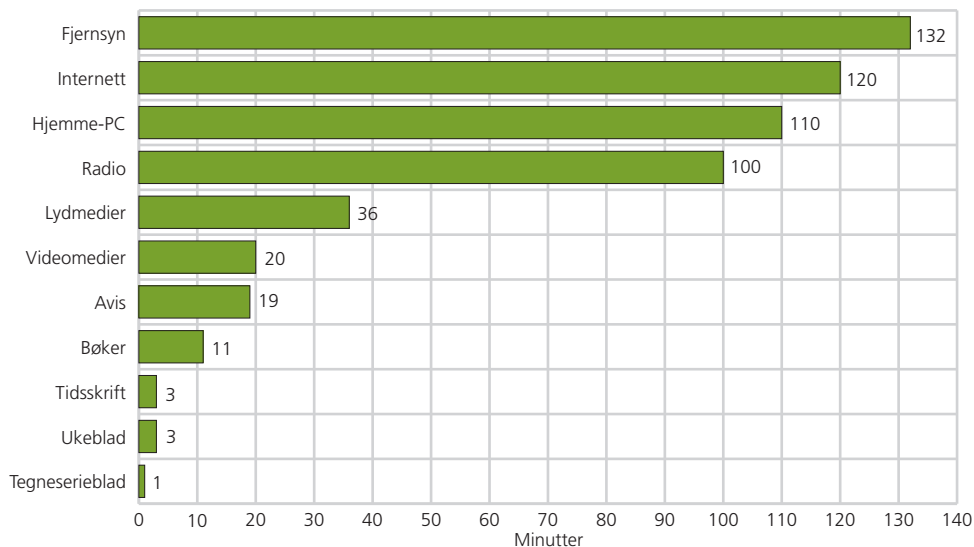
Pensjonister

omfatter personer med førtidspensjon, alderspensjon, etterlattepensjon, uføretrygd og overgangstønad til enslige forsørgere.

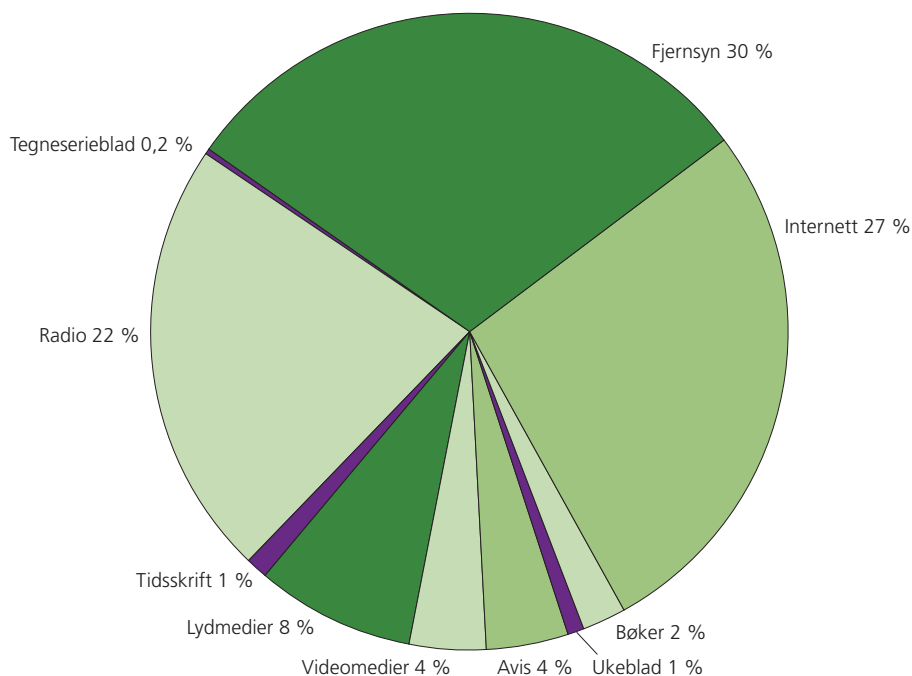
Figur 1. Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag, 2014



Figur 2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag, 2014



Figur 3. Andel av tid brukt til massemedier en gjennomsnittsdag som går med til ulike medier. 2014



Av den tiden vi bruker på massemedier en gjennomsnittsdag blir 30 prosent, eller 2 timer og 12 minutter, brukt til fjernsynsning. 22 prosent, eller 1 time og 40 minutter, brukes til radiolytting. Legges lytting på lydmedier til, bruker vi 2 timer og 16 minutt på medier som formidler lyd totalt. Dette utgjør 31 prosent av mediedagen.

37 minutter brukes til trykte medier per dag. Av dette er 19 minutter avislesing, som utgjør 4 prosent av tiden vi bruker til massemedier. Videomedier dekker 4 prosent, eller gjennomsnittlig 20 minutter, av mediedagen. Internett beslaglegger 120 minutter, eller 27 prosent, av mediedagen.

I figur 3 er tid brukt til medier vist som om hvert av mediene brukes til forskjellige tider. Egentlig er det slik at en del mediebruk overlapper hverandre. Man kan f.eks. både lese avis og lytte til musikk samtidig. Dessuten er noe av bruken av radio, TV, lydmedier og videomedier også dekket gjennom Internett-tallene. Tallene i figuren gir derfor ikke et helt korrekt bilde av mediedagen slik den er i virkeligheten.

Tabell 1. Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag. Prosent

	Avis	Fjernsyn	Radio	Lydmedier	Ukeblad	Bøker	Tidsskrift	Tegneserieblad	Hjemme-PC	Video-medier ¹	Internett
1991	84	81	71	43	21	24	18	11	..	10	..
1992	84	80	65	38	20	21	14	10	..	10	..
1994	85	82	67	44	22	18	16	9	11	11	..
1995	84	84	66	38	20	19	16	11	9	8	..
1996	82	82	59	37	18	19	16	10	12	9	..
1997	84	84	61	41	17	17	15	9	13	9	7
1998	81	83	59	42	16	18	14	9	17	8	10
1999	81	84	60	44	15	19	15	9	21	9	18
2000	77	82	57	50	17	20	14	9	25	10	27
2001	78	85	56	47	14	22	13	8	33	9	35
2002	77	85	58	49	16	23	14	7	31	10	35
2003	77	84	58	45	16	23	13	7	36	9	42
2004	75	83	58	47	17	23	12	8	36	10	44
2005	74	85	55	45	16	25	11	7	47	9	55
2006	74	83	54	43	16	24	11	7	51	10	60
2007	72	82	53	43	14	23	11	7	56	11	66
2008	68	80	54	42	13	23	14	6	59	12	71
2009	65	80	53	41	13	27	12	5	65	13	73
2010	64	82	56	42	12	24	13	6	68	13	77
2011	63	81	55	38	12	27	12	5	70	14	80
2012	55	77	60	40	10	25	9	4	70	12	80
2013	51	74	59	41	8	25	9	4	75	15	85
2014	49	74	64	39	8	25	9	4	75	22	88

¹ Fra og med 2012 er betalte strømmetjenester som Netflix omfattet av videomedier.

Tabell 2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag. Minutter

	Avis	Fjernsyn ¹	Radio	Lydmedier	Ukeblad	Bøker	Tidsskrift	Tegneserieblad	Hjemme-PC	Video-medier	Internett
1991	39	114	106	40	8	14	6	3	..	8	..
1992	39	108	91	32	7	13	5	3	..	7	..
1994	39	113	96	38	7	11	5	3	10	8	..
1995	40	124	99	31	6	12	5	3	9	5	..
1996	38	117	84	30	6	12	5	2	11	7	..
1997	36	119	87	36	5	10	4	2	12	6	..
1998	34	119	83	33	5	10	4	2	13	6	..
1999	33	141	93	34	5	11	5	2	18	7	..
2000	34	138	84	46	5	12	4	2	21	7	18
2001	31	156	95	43	4	12	3	2	27	7	21
2002	31	146	87	42	5	14	4	2	27	8	22
2003	32	141	91	42	5	12	3	2	35	8	30
2004	30	142	80	41	5	12	4	2	34	9	33
2005	29	147	84	39	5	15	3	2	46	8	44
2006	29	148	83	41	4	14	3	2	50	9	53
2007	29	155	80	40	4	13	3	2	58	11	62
2008	27	145	80	39	4	13	4	1	59	10	65
2009	25	148	82	39	4	15	3	1	69	12	73
2010	23	152	81	41	3	14	4	1	76	12	85
2011	24	157	86	35	4	17	4	1	79	12	86
2012	23	134	96	36	3	12	3	1	88	12	95
2013	21	132	90	38	3	13	3	1	111	14	112
2014	19	132	100	36	3	11	3	1	110	20	120

¹ Spørreteknikken for tid brukt til radio og fjernsyn er endret fra 1999. Se vedlegg 1.

Tabell 3. Tid brukt til ulike massemedier blant brukere en gjennomsnittsdag. Minutter

	Avis	Fjernsyn ¹	Radio	Lydmedier	Ukeblad	Bøker	Tidskrift	Tegneserieblad	Hjemme-PC	Video-medier	Internett
1991	47	141	151	93	42	60	34	36	..	85	..
1992	46	138	140	85	37	63	32	35	..	79	..
1994	46	140	144	88	34	62	34	32	101	74	..
1995	48	149	163	81	33	61	28	25	94	68	..
1996	46	143	143	82	34	61	32	25	91	76	..
1997	44	143	143	87	29	58	28	24	89	73	..
1998	42	144	141	78	30	56	28	25	77	75	..
1999	41	161	155	79	31	57	30	26	85	75	..
2000	44	168	148	92	30	58	30	27	84	75	56
2001	40	183	171	92	28	55	26	26	83	82	60
2002	40	172	151	87	30	60	26	27	88	78	63
2003	42	168	157	93	29	53	27	25	96	87	76
2004	41	172	140	88	29	52	29	21	93	92	74
2005	39	174	154	87	30	58	27	26	98	91	80
2006	39	180	155	96	28	57	28	23	98	86	89
2007	40	190	151	93	30	58	27	25	103	98	94
2008	40	182	150	94	29	59	29	24	101	84	93
2009	38	185	157	97	33	56	28	19	106	94	101
2010	37	185	147	99	28	58	30	24	113	90	110
2011	38	195	159	94	35	65	30	23	115	89	109
2012	42	177	159	89	32	58	30	23	129	104	125
2013	41	180	154	93	33	63	34	34	149	95	136
2014	39	181	162	95	32	54	34	25	150	92	144

¹ Spørreteknikken for tid brukt til radio og fjernsyn er endret fra 1999. Se vedlegg 1.

- **49 prosent leser papiraviser en gjennomsnittsdag.**
- **Det er liten forskjell i avislesing mellom kvinner og menn.**
- **Ingen nedgang i papiravislesing siste år blant 67-79-åringene.**
- **Mest avislesing blant dem med høy utdanning.**
- **Godt voksne og de med høy utdanning leser flest aviser.**

49 prosent av befolkningen i alderen 9-79 år leste papiravis en gjennomsnittsdag i 2014, mot 51 prosent i 2013. Mandag til torsdag var andelen avislesere 52 prosent. Vi brukte i gjennomsnitt 19 minutter per døgn til avislesing. De 51 prosent som leste avis, brukte i gjennomsnitt 39 minutter. Andelen avislesere er ikke betydelig lavere enn året før, men det har vært en tendens til synkende avislesing de seinere åra.

Barn og unge leser i mindre grad papiraviser enn de voksne gjør. 13 prosent av barna i aldersgruppen 9-12 år leser aviser en gjennomsnittsdag. I aldersgruppen 13-15 år er andelen 18 prosent. I aldersgruppen 55-66 år er det 74 prosent som leser papiravis en gjennomsnittsdag og blant 67-79-åringene er andelen 82 prosent. Det er også i disse aldersgruppene vi finner dem som bruker mest tid på avislesing. En avisleser i alderen 67-79 år bruker i gjennomsnitt rundt en time på avislesingen i løpet av en dag. Avislesere i alderen 9-12 år bruker omtrent et kvarter. Nedgangen i andelen avislesere de seinere åra gjelder alle aldersgrupper opp til 67 år, men spesielt for aldersgruppen 16-24 år. For de som er eldre, har andelen avislesere vært temmelig stabil, men også blant dem har andelen begynt å synke.

Tradisjonelt har menn i noe større grad enn kvinner lest papiraviser. Denne forskjellen er nå borte. I 2014 var det 50 prosent av kvinnene og 47 prosent av mennene som leste avis en gjennomsnittsdag. Det har vært og er fremdeles flere avis-

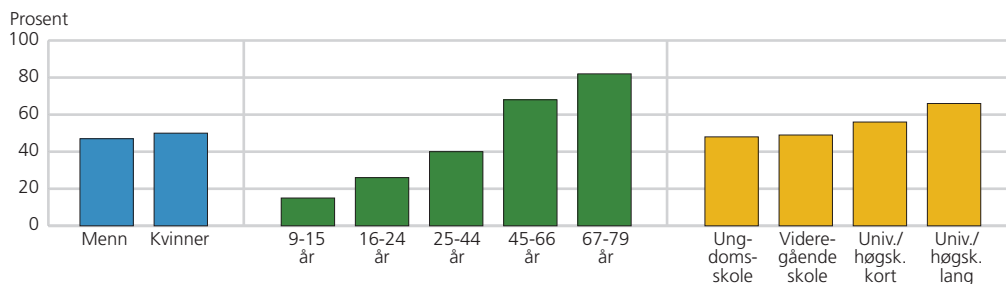
lesere blant personer med høy utdanning enn blant dem med lav utdanning. Høy husholdningsinntekt er derimot ikke noen klar indikasjon på mye avislesing. Nordmenn er ivrige avislesere uansett sosial og økonomisk status. Avislesing er også nokså jevnt fordelt i alle deler av landet.

31 prosent av befolkningen leser distriktsavis i løpet av en dag, mens 11 prosent leser løssalgsavisene Dagbladet eller VG. Andelen som leser andre Oslo-aviser i løpet av dagen er omtrent på samme nivå. 11 prosent leser de mindre lokalavisene. Både distriktsaviser og de store løssalgsavisene har tapt terreng når det gjelder andel lesere de seinere åra. Lokalaviser har derimot omtrent like stor leserandel som på midten av 90-tallet.

Antall aviser vi leser per døgn har endret seg lite fra 2013 til 2014. Andelen som leser flere aviser synker sakte. 1991 var andelen 50 prosent. I 2014 var andelen sunket til 20 prosent. Det er personer med høy utdanning og de som er i aldersgruppen 67-79 år som leser flest aviser i løpet av et døgn.

Tallene for avislesing gjelder bare papiraviser. Tall for avislesing på Internett finnes i tabellene 43 og 44.

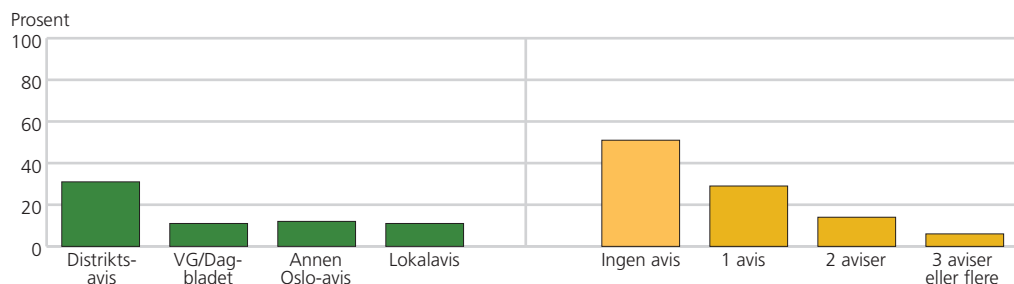
Figur 4. Andel avislesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014



Tabell 4. Andel avislesere og minutter brukt til avislesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prosentandel avislesere totalt	84	84	85	82	81	77	77	75	74	68	65	64	63	55	51	49
Menn	87	86	86	84	84	79	78	75	74	67	66	65	64	54	49	47
Kvinner	82	81	85	80	79	76	76	74	74	69	64	63	63	56	52	50
9-15 år	53	55	56	53	53	45	49	42	47	41	38	41	32	21	18	15
16-24 år	84	83	83	73	75	69	62	61	57	51	46	48	50	30	26	26
25-44 år	87	85	88	85	83	81	78	76	73	67	63	57	55	49	42	40
45-66 år	92	90	93	90	89	86	90	88	86	82	81	80	78	73	70	68
67-79 år	88	87	92	91	90	90	85	90	94	84	82	84	88	83	83	82
Ungdomsskole	83	84	85	80	80	80	77	74	75	62	62	62	61	53	48	48
Videregående skole	88	87	88	87	85	80	78	78	74	71	65	65	66	56	52	49
Universitet/høgskole, kort	95	88	93	88	91	85	81	81	81	78	72	71	72	62	55	56
Universitet/høgskole, lang	92	90	94	95	87	84	86	87	85	80	84	72	70	73	69	66
Minutter til avislesing totalt	39	39	39	38	34	34	31	30	29	27	25	23	24	23	21	19
Menn	43	43	40	41	38	38	34	30	30	28	25	24	24	22	20	20
Kvinner	36	34	38	35	30	29	28	30	27	26	25	23	23	23	21	18
9-15 år	10	9	9	10	9	8	9	6	9	7	5	5	5	3	3	3
16-24 år	30	27	26	23	21	23	16	15	14	12	10	10	11	6	6	6
25-44 år	39	37	38	36	33	30	28	27	24	21	19	16	16	17	12	11
45-66 år	50	49	54	47	43	45	42	42	40	37	35	35	32	31	31	27
67-79 år	58	58	65	64	54	62	52	56	52	55	51	47	52	53	49	49
Ungdomsskole	37	40	41	37	33	33	32	30	28	23	22	23	21	21	19	22
Videregående skole	43	41	43	43	36	36	34	32	29	29	25	22	25	25	22	18
Universitet/høgskole, kort	48	43	46	49	44	41	34	37	34	33	29	29	28	26	21	22
Universitet/høgskole, lang	51	50	46	47	41	40	34	38	40	36	37	33	30	30	32	26

Figur 5. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag, 2014



Tabell 5. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel, 2014. Prosent

	Avistyper				Antall aviser			
	Distrikts-avis	VG/Dagbladet	Annen Oslo-avis	Lokal-avis	Ingen avis	1 avis	2 aviser	3 aviser eller flere
1991	64	34	20	9	16	34	30	20
1992	61	36	17	9	16	35	30	19
1994	62	38	21	10	15	36	30	20
1996	57	33	23	11	18	37	30	16
1998	58	32	21	12	19	38	27	17
1999	56	33	21	12	19	37	27	16
2000	54	32	19	11	23	35	26	16
2001	54	33	19	10	22	35	29	14
2002	52	33	20	11	23	36	25	16
2004	51	30	16	11	25	37	24	14
2006	49	27	20	11	26	39	24	11
2007	48	25	17	10	28	40	22	10
2008	46	22	19	10	32	36	21	11
2009	44	20	19	10	35	34	20	9
2010	42	17	18	11	36	38	18	9
2011	40	15	18	13	37	37	19	8
2012	34	16	16	10	45	29	18	7
2013	32	13	16	10	49	29	15	7
2014	31	11	12	11	51	29	14	6
Menn	30	13	12	10	53	26	14	7
Kvinner	31	9	13	11	50	32	13	5
9-15 år	7	1	6	4	85	13	1	1
16-24 år	10	9	6	5	74	20	6	0
25-44 år	24	8	9	10	60	26	11	4
45-66 år	47	14	19	14	32	39	19	10
67-79 år	56	27	19	19	18	39	30	13
Ungdomsskole	31	15	7	13	52	29	13	6
Videregående skole	31	13	8	11	51	32	13	4
Universitet/høgskole, kort	35	13	19	13	44	30	18	7
Universitet/høgskole, lang	43	11	28	11	34	33	19	14
Oslo/Akershus	10	11	27	6	58	25	12	5
Østlandet ellers	38	14	12	10	47	32	14	7
Agder/Rogaland	34	8	5	9	55	28	14	3
Vestlandet	34	11	7	16	51	29	13	6
Trøndelag	43	12	7	13	46	29	17	9
Nord-Norge	36	11	5	18	50	31	14	6

Tabell 6. Andel som har lest avis en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2014

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Alle	49	19	39
Kjønn	47	20	42
Menn	50	18	36
Kvinner			
Alder			
9-12 år	13	2	16
13-15 år	18	4	23
16-19 år	27	4	16
20-24 år	26	7	30
25-34 år	32	9	27
35-44 år	47	13	27
45-54 år	63	20	33
55-66 år	74	35	47
67-79 år	82	49	62
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	12	2	17
16-24 år	26	7	28
25-44 år	38	11	30
45-66 år	67	27	41
67-79 år	86	57	67
Kvinner			
9-15 år	18	4	21
16-24 år	26	5	18
25-44 år	42	10	25
45-66 år	70	27	39
67-79 år	78	41	56
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	62	22	35
Yrkesgruppe 3	50	18	36
Yrkesgruppe 4-5	51	15	29
Yrkesgruppe 6-9	45	18	40
Elever/studententer	24	5	19
Pensjonister	75	40	55
Hjemmearbeidende	25	15	59
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	48	22	46
Videregående skole	49	18	37
Universitet/høgskole, kort	56	22	40
Universitet/høgskole, lang	66	26	39

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	36	15	43
350 000-499 000	53	23	43
500 000-649 000	52	24	47
650 000-849 000	48	17	35
850 000-1 049 000	52	19	37
1 050 000 eller mer	56	20	36
Landsdel			
Oslo/Akershus	42	18	42
Østlandet ellers	53	20	38
Agder/Rogaland	45	16	36
Vestlandet	49	19	38
Trøndelag	54	23	42
Nord-Norge	50	18	37
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	45	19	44
Tettbygd 20 000-99 000	51	18	36
Tettbygd under 20 000	51	18	36
Spredtbygd	49	20	41
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	22	4	19
Enslige ellers 9-44 år	29	8	27
Enslige 45-79 år	66	33	52
Enslige forsørgere	36	9	26
Par med barn 0-6 år	39	11	29
Par med barn 7-17 år	62	19	31
Par 16-44 år uten barn	27	6	24
Par 45-79 år uten barn	79	40	51
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	48	21	45
2 husholdningsmedlemmer	62	30	48
3 husholdningsmedlemmer	46	14	31
4 husholdningsmedlemmer	39	11	28
5 husholdningsmedlemmer eller flere	39	11	27

- **8 prosent leser ukeblad i løpet av et døgn.**
- **Liten forandring i ukebladlesingen de siste ti åra.**
- **Kvinner og eldre er de som i størst grad leser ukeblad.**
- **Eldre leser familieblad mest, yngre leser mest blad for kvinner.**

8 prosent leste ukeblad en gjennomsnittsdag i 2014, det samme som i 2013. Det har vært en sakte nedgang i ukebladlesingen fra begynnelsen på 1990-tallet og fram til nå. I gjennomsnitt brukte den norske befolkningen 3 minutter til ukebladlesing per døgn i 2014, eller 32 minutter blant dem som leste ukeblad en gjennomsnittsdag.

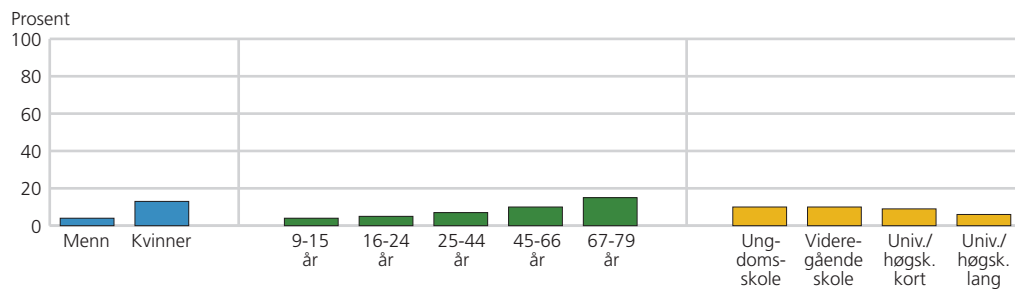
13 prosent kvinner leser ukeblad en gjennomsnittsdag. Blant mennene er andelen 4 prosent. Både blant menn og kvinner har ukebladlesingen gått ned fra begynnelsen av 1990-tallet, men det har vært små endringer de seinere åra. I begynnelsen på 1990-tallet leste unge og eldre i omtrent like stor grad ukeblader. Seinere har de eldre vært den dominerende gruppen. Denne tendensen holder seg fortsatt. I aldersgruppen 67-79 år er andelen kvinnelige lesere nå 24 prosent per dag. Blant gutter i alderen 16-24 år er andelen 2 prosent. Blant jenter i samme aldersgruppe er andelen ukebladlesere 9 prosent per døgn.

Det har vært et gjennomgående trekk at de med høyest utdanning i mindre grad leser ukeblad enn andre. Denne tendensen er fremdeles ganske tydelig. Størrelsen på folks husholdningsinntekt har ikke stor betydning for andelen ukebladlesere.

Det har tidligere vært en økning i andelen ukebladlesere som leser aktualitetsblad (for eksempel «Se og Hør»), mens lesing av familieblad har gått nedover. Denne utviklingen har vi også tendenser av mellom 2013 og 2014. 17 prosent blant ukebladlesere leser blad som er beregnet for kvinner i løpet av en dag. Blad for menn har en betydelig lavere leserandel. Mannlige lesere foretrekker aktualitetsblad og naturlig nok blad for menn, mens kvinnene i større grad foretrekker familieblad og kvinneblad enn menn gjør. Yngre voksne er de som i størst grad foretrekker blad for kvinner. De eldre er de dominerende leserne av familieblad.

Tallene for ukebladlesing gjelder papirutgaver. Høytlesing for barn er ikke med i statistikken over ukebladlesing.

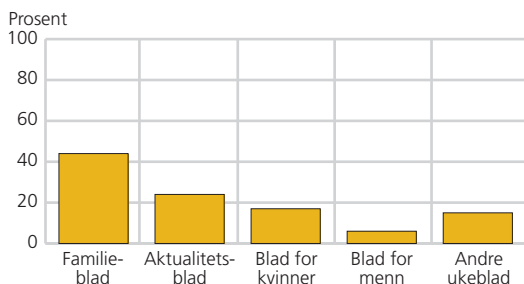
Figur 6. Andel ukebladlesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014



Tabell 7. Andel ukebladlesere og minutter brukt til ukebladlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prosentandel ukebladlesere totalt	21	20	22	18	16	17	16	17	16	14	13	13	12	12	10	8	8
Menn	14	15	16	12	9	11	9	10	10	8	7	6	7	6	4	2	4
Kvinner	27	26	27	24	23	23	23	24	21	20	19	19	17	19	17	14	13
9-15 år	23	24	21	17	17	15	15	14	13	10	9	7	6	6	5	5	4
16-24 år	27	24	26	21	24	19	17	16	15	12	7	6	9	8	7	4	5
25-44 år	17	19	19	15	12	16	16	17	16	12	14	12	10	11	9	7	7
45-66 år	20	18	20	16	15	16	13	16	13	15	14	15	15	14	12	9	10
67-79 år	24	19	31	27	23	22	20	26	22	18	17	22	16	20	19	17	15
Ungdomsskole	23	23	24	22	19	21	17	22	21	18	15	19	15	14	14	8	10
Videregående skole	23	22	22	19	16	20	18	18	16	15	15	13	14	14	10	10	10
Univeritet/høgskole, kort	17	14	22	11	21	16	18	18	13	13	13	12	11	14	12	8	9
Univeritet/høgskole, lang	11	7	17	13	11	11	10	6	14	9	7	11	8	8	10	5	6
Minutter til ukebladlesing totalt	8	7	7	6	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3
Menn	5	5	4	3	2	3	2	3	2	2	2	2	1	1	1	0	1
Kvinner	10	9	10	9	8	8	7	8	7	6	6	7	5	7	5	5	4
9-15 år	8	7	5	4	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	2
16-24 år	8	8	8	6	7	5	5	4	3	3	1	1	2	2	2	1	1
25-44 år	7	6	6	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	3	2	2	2
45-66 år	9	7	7	6	4	6	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	3
67-79 år	11	10	15	13	10	8	10	10	8	9	9	11	5	9	7	6	6
Ungdomsskole	10	9	11	8	7	7	6	8	7	8	7	7	5	5	4	3	4
Videregående skole	8	7	7	7	5	6	5	5	4	5	4	5	3	5	4	3	3
Univeritet/høgskole, kort	4	3	6	3	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2
Univeritet/høgskole, lang	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	1	3	2	2	3	1	2

Figur 7. Andel ukebladlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag, 2014



Tabell 8. Andel ukebladlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel, 2014. Prosent

	Familieblad	Aktualitetsblad	Blad for kvinner	Blad for menn	Andre ukeblad
1991	62	27	8	7	7
1992	60	29	7	12	3
1994	55	32	10	8	5
1996	52	36	8	11	6
1998	55	36	8	9	6
2000	50	37	7	6	3
2001	53	37	11	5	7
2002	48	39	8	7	9
2003	49	35	10	6	11
2004	43	42	9	9	13
2005	37	46	9	6	10
2006	37	47	13	5	12
2007	39	41	14	7	11
2008	44	31	10	7	14
2009	47	32	13	7	11
2010	45	29	11	7	19
2011	43	28	13	8	17
2012	51	21	14	4	17
2013	52	19	11	6	21
2014	44	24	17	6	15
Menn	10	35	3	30	22
Kvinner	54	20	21	0	14
9-15 år	:	:	:	:	:
16-24 år	:	:	:	:	:
25-44 år	35	21	31	2	24
45-66 år	50	26	13	13	11
67-79 år	75	12	0	3	5
Ungdomsskole	48	21	14	8	9
Videregående skole	57	21	11	7	8
Universitet/høgskole, kort	29	20	32	10	23
Universitet/høgskole, lang	:	:	:	:	:
Oslo/Akershus	24	38	31	2	19
Østlandet ellers	46	18	16	8	18
Agder/Rogaland	58	9	19	3	14
Vestlandet	53	18	17	3	15
Trøndelag	:	:	:	:	:
Nord-Norge	:	:	:	:	:

Tabell 9. Andel som har lest ukeblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2014

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Alle	8	3	32
Kjønn			
Menn	4	1	28
Kvinner	13	4	33
Alder			
9-12 år	4	2	:
13-15 år	4	0	:
16-19 år	4	1	:
20-24 år	7	2	:
25-34 år	4	1	:
35-44 år	10	3	29
45-54 år	10	3	28
55-66 år	11	3	29
67-79 år	15	6	43
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	3	2	:
16-24 år	2	1	:
25-44 år	3	0	:
45-66 år	5	1	:
67-79 år	5	2	45
Kvinner			
9-15 år	5	1	:
16-24 år	9	2	:
25-44 år	11	4	33
45-66 år	16	4	29
67-79 år	24	9	43
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	7	2	25
Yrkesgruppe 3	9	2	26
Yrkesgruppe 4-5	12	3	28
Yrkesgruppe 6-9	6	2	:
Elever/student	8	2	:
Pensjonister	13	5	43
Hjemmearbeidende	12	3	:
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	10	4	39
Videregående skole	10	3	30
Universitet/høgskole, kort	9	2	29
Universitet/høgskole, lang	6	2	32

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	10	3	:
350 000-499 000	10	4	:
500 000-649 000	7	2	:
650 000-849 000	7	2	33
850 000-1 049 000	11	3	33
1 050 000 eller mer	9	2	23
Landsdel			
Oslo/Akershus	8	2	30
Østlandet ellers	9	3	32
Agder/Rogaland	9	3	36
Vestlandet	8	3	32
Trøndelag	9	2	:
Nord-Norge	7	2	:
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	6	2	29
Tettbygd 20 000-99 000	9	3	31
Tettbygd under 20 000	11	3	30
Spredtbygd	8	3	39
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	4	1	:
Enslige ellers 9-44 år	4	1	:
Enslige 45-79 år	13	3	26
Enslige forsørgere	9	2	:
Par med barn 0-6 år	7	2	28
Par med barn 7-17 år	9	3	31
Par 16-44 år uten barn	5	1	:
Par 45-79 år uten barn	14	5	38
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	9	2	26
2 husholdningsmedlemmer	11	4	36
3 husholdningsmedlemmer	7	2	26
4 husholdningsmedlemmer	7	2	32
5 husholdningsmedlemmer eller flere	7	2	34

- **4 prosent leser tegneserieblad i løpet av et døgn.**
- **Lesing av slike blad har sunket de seinere åra.**
- **Barn er ivrigste lesere, men andelen har sunket kraftig fra 1990-åra.**
- **Gutter og jenter leser nå tegneserieblad omtrent like mye.**
- **Donald Duck er mest lest blant både jenter og gutter.**

4 prosent leste tegneserieblad en gjennomsnittsdag i 2014. Det var det samme som i 2013. Andelen har gått sakte nedover de seinere åra. Gjennomsnittsnordmannen leser tegneserieblad i 1 minutt per dag. De som leser slike blad i løpet av en dag bruker i gjennomsnitt 25 minutter på denne lesingen. Lesing av tegneserieblad har vært mer vanlig blant menn enn blant kvinner. Denne forskjellen gjelder fremdeles.

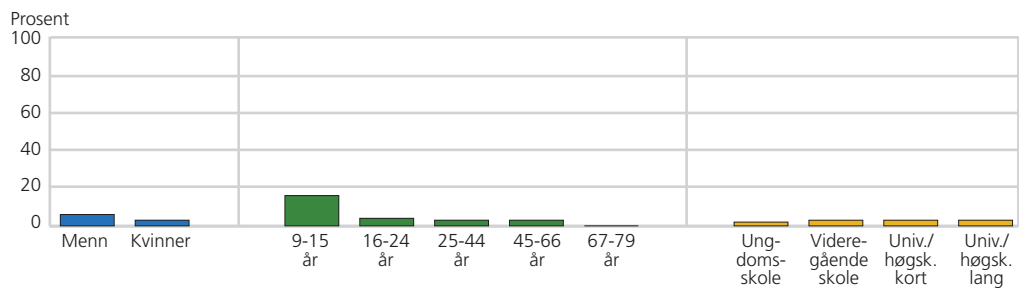
Lesing av tegneserieblad er særlig typisk for barn, men det har vært en klar nedgang. I aldersgruppen 9-15 år var det 16 prosent som leste tegneserieblad per døgn i 2014. I 1991 var andelen 52 prosent. Gutter har vært betydelig mer opptatt av slik lesing enn jenter. Denne forskjellen er ikke så klar lenger. Blant gutter i alderen 9-15 år er det 19 prosent som leser tegneserieblad en gjennomsnittsdag. Blant jenter i samme aldersgruppe er andelen på 14 prosent. Blant personer som er 55 år eller eldre er det temmelig få som er opptatt av å lese slike blader.

Det har i de fleste undersøkelsene fra 1991 og framover vært en viss sammenheng mellom lav utdanning og mye lesing av tegneserieblad. En slik tendens gjelder ikke for 2014. Det er i større grad tegneserielesere i husholdninger med mange medlemmer enn der hvor det er få. Dette skyldes i første rekke at barn i større grad er representert i husholdninger med flere medlemmer. Tegneserieblad leses i om lag like stor grad i byer som på landsbygda.

Donald Duck har vært og er fremdeles det dominerende tegneseriebladet. Nær 60 prosent leser dette bladet når de leser tegneserieblad. Blant både gutter og jenter er dette det mest populære tegneseriebladet. Av andre enkeltblad er det særlig Pongus som står sterkt, med en oppslutning på nærmere 20 prosent.

Tallene for tegneseriebladlesing gjelder papirutgaver. Høytlesing for barn er ikke med i statistikken over tegneseriebladlesing.

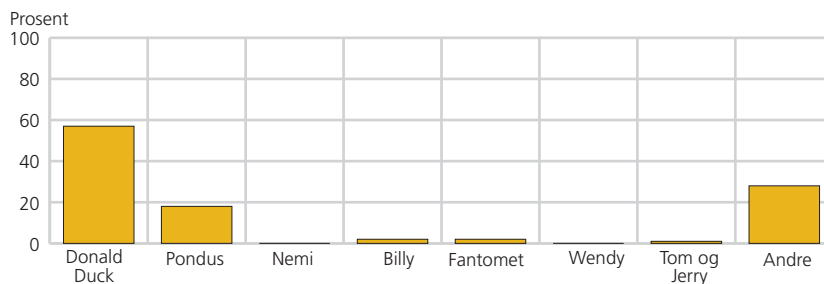
Figur 8. Andel lesere av tegneserieblad en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning, 2014



Tabell 10. Andel lesere av tegneserieblad og minutter brukt til slik lesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prosentandel tegneserielesere totalt	11	10	9	10	9	9	7	8	7	7	6	5	6	5	4	4	4
Menn	14	12	11	11	10	11	10	9	9	9	9	8	8	7	5	5	6
Kvinner	7	7	7	8	8	6	5	6	5	5	4	3	3	3	3	2	3
9-15 år	52	51	42	47	43	41	32	33	28	29	23	21	21	18	17	13	16
16-24 år	20	16	13	17	15	11	13	11	12	10	10	6	9	9	4	5	4
25-44 år	5	5	6	6	5	5	5	5	6	4	5	5	6	4	3	3	3
45-66 år	1	2	1	0	1	1	1	3	1	2	2	2	1	1	2	2	3
67-79 år	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
Ungdomsskole	6	7	4	7	4	3	5	4	7	4	7	3	6	4	3	4	2
Videregående skole	7	5	6	5	4	4	5	5	6	3	3	3	5	4	3	2	3
Universitet/høgskole, kort	4	3	3	2	4	4	6	4	2	6	2	4	4	2	2	2	3
Universitet/høgskole, lang	2	4	5	3	4	4	2	4	3	4	6	3	1	3	1	2	3
Minutter til tegneserielesing totalt	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
Menn	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1
Kvinner	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1
9-15 år	14	15	12	13	12	12	9	7	7	8	6	4	5	5	5	6	5
16-24 år	5	5	4	4	3	3	4	3	3	3	2	1	3	2	0	1	1
25-44 år	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
45-66 år	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
67-79 år	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Ungdomsskole	2	3	1	1	1	1	1	1	2	1	2	0	2	0	0	1	1
Videregående skole	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
Universitet/høgskole, kort	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0
Universitet/høgskole, lang	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1

Figur 9. Andel tegneserielesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag. 2014



Tabell 11. Andel tegneserielesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent

	Donald Duck	Pon-dus	Nemi	Billy	Fanto-met	Wendy	Tom og Jerry	Andre tegne-serieblad
1991	72	13	32
1992	74	7	29
1994	78	7	21
1996	73	3	19
1998	76	3	18
2000	66	3	25
2001	63	3	36
2002	57	4	37
2003	64	3	38
2004	58	2	43
2005	63	12	8	5	4	4	1	13
2006	51	21	2	6	4	2	4	17
2007	55	13	10	6	2	3	3	24
2008	56	21	7	4	3	1	1	24
2009	56	30	3	5	2	0	2	23
2010	50	30	8	5	1	0	3	19
2011	53	34	3	4	1	1	1	16
2012	57	25	5	6	1	0	1	17
2013	56	31	3	6	2	0	0	14
2014	57	18	0	2	2	0	1	28
Menn	53	23	0	4	4	0	2	27
Kvinner	67	8	0	0	0	0	0	29
9-15 år	72	0	0	3	0	0	3	25
16-24 år	:	:	:	:	:	:	:	:
25-44 år	:	:	:	:	:	:	:	:
45-66 år	:	:	:	:	:	:	:	:
67-79 år	:	:	:	:	:	:	:	:
Ungdomsskole	:	:	:	:	:	:	:	:
Videregående skole	:	:	:	:	:	:	:	:
Universitet/høgskole, kort	:	:	:	:	:	:	:	:
Universitet/høgskole, lang	:	:	:	:	:	:	:	:
Oslo/Akershus	:	:	:	:	:	:	:	:
Østlandet ellers	:	:	:	:	:	:	:	:
Agder/Rogaland	:	:	:	:	:	:	:	:
Vestlandet	:	:	:	:	:	:	:	:
Trøndelag	:	:	:	:	:	:	:	:
Nord-Norge	:	:	:	:	:	:	:	:

Tabell 12. Andel som har lest tegneserieblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2014

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Alle	4	1	25
Kjønn			
Menn	6	1	26
Kvinner	3	1	22
Alder			
9-12 år	19	5	30
13-15 år	13	4	:
16-19 år	5	1	:
20-24 år	4	1	:
25-34 år	3	1	:
35-44 år	3	0	:
45-54 år	4	1	:
55-66 år	1	0	:
67-79 år	0	0	:
Kjønn/alder			
Menn			
9-15 år	19	6	32
16-24 år	8	2	:
25-44 år	3	1	:
45-66 år	5	1	:
67-79 år	1	0	:
Kvinner			
9-15 år	14	4	:
16-24 år	1	0	:
25-44 år	2	0	:
45-66 år	1	0	:
67-79 år	0	0	:
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	3	1	:
Yrkesgruppe 3	3	1	:
Yrkesgruppe 4-5	2	0	:
Yrkesgruppe 6-9	4	1	:
Elever/studententer	4	1	:
Pensjonister	0	0	:
Hjemmearbeidende	2	0	:
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	2	1	:
Videregående skole	3	1	:
Universitet/høgskole, kort	3	0	:
Universitet/høgskole, lang	3	1	:
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	1	0	:
350 000-499 000	6	2	:
500 000-649 000	4	1	:
650 000-849 000	5	1	:
850 000-1 049 000	4	1	:
1 050 000 eller mer	5	1	:
Landsdel			
Oslo/Akershus	5	1	24
Østlandet ellers	3	1	:
Agder/Rogaland	5	1	:
Vestlandet	4	1	:
Trøndelag	3	1	:
Nord-Norge	7	1	:
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	4	1	:
Tettbygd 20 000-99 000	4	1	:
Tettbygd under 20 000	5	1	20
Spredtbygd	3	1	:
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	10	3	31
Enslige ellers 9-44 år	5	1	:
Enslige 45-79 år	0	0	:
Enslige forsørgere	6	1	:
Par med barn 0-6 år	2	0	:
Par med barn 7-17 år	4	1	:
Par 16-44 år uten barn	3	1	:
Par 45-79 år uten barn	1	0	:
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	2	1	:
2 husholdningsmedlemmer	2	1	:
3 husholdningsmedlemmer	3	1	:
4 husholdningsmedlemmer	5	1	:
5 husholdningsmedlemmer eller flere	9	2	26

- **9 prosent leser trykte tidsskrift eller lignende i løpet av et døgn.**
- **Menn og kvinner leser i like stor grad slike blad.**
- **Høy utdanning og tidsskriftlesing henger sammen.**
- **Fag- og foreningsblad leses mest.**

I 2014 var det 9 prosent som leste trykte tidsskrift, foreningsblad eller lignende en gjennomsnittsdag. Dette var det samme som i 2013. Det har vært en nedgang i lesingen av slike blad fra 1991 og framover. I 2014 brukte befolkningen i gjennomsnitt 3 minutter til slik lesning i løpet av en dag. Blant dem som faktisk leste slike blad i løpet av dagen var tiden 34 minutter, det samme som året før.

Tidligere har det helst vært voksne menn som har lest slike blad. I 2014 var andelen like stor bland kvinner og menn. Denne type blad er vesentlig rettet mot et voksent publikum. Det kommer klart til uttrykk ved at det er en liten andel av barn og unge som leser slike blad. Blant 9-15-åringene er andelen kun 1 prosent. Blant personer i alderen 45- 66 år er andelen 12 prosent.

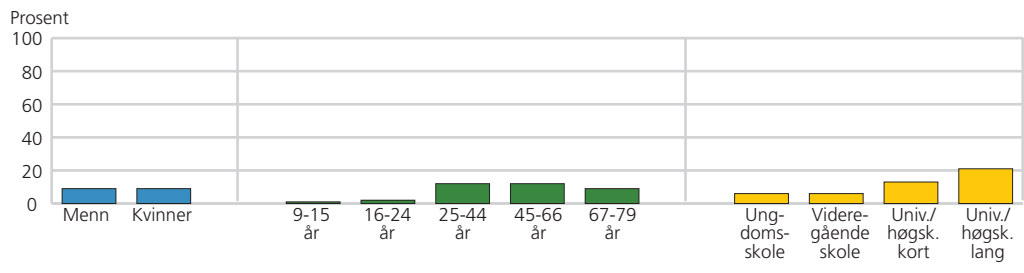
Mange slike blad er rettet inn mot spesielle fagmiljøer. Dette gjenspeiles ved at personer med høy utdanning har vært og er fremdeles de ivrigste leserne av slike blad. Mens 6 prosent av dem med utdanning på ungdomsskolenivå leser tidsskrift eller lignende en gjennomsnittsdag, er andelen 21 prosent blant dem med lang univer-

sitets- eller høgskoleutdanning. Dette gjenspeiles også i at personer med akademiske yrker og administrative ledere er blant de yrkesgruppene som i særlig grad er tidsskriftlesere. Husholdningsinntekt har derimot ingen klar sammenheng med tidsskriftlesing. Det er heller ingen store forskjeller i andelen lesere i byer i forhold til spredtbygde strøk.

Mer enn fire av ti tidsskriftlesere leser fag- eller foreningsblad en gjennomsnittsdag. En av fire leser blad om hobby, hjem eller fritid. Omtrent en av fem fordyper seg i blad om populærvitenskap, politikk eller kultur. Både kvinnelige og mannlige tidsskriftlesere velger i størst grad fag- og foreningsblad. Det er heller ingen store forskjeller mellom kjønnene i lesing av blad om vitenskap/politikk/kultur. Det er det heller ikke når det gjelder blad om hobby, hjem og fritid.

Begrepet tidsskrift omfatter her både tidsskrift, foreningsblad og lignende. Tallene for lesing av tidsskrift gjelder papirutgaver.

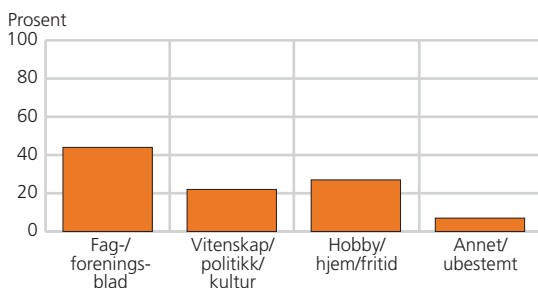
Figur 10. Andel lesere av tidsskrift, foreningsblad eller lignende en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning, 2014



Tabell 13. Andel tidsskriftlesere og minutter brukt til tidsskriftlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prosentandel tidsskriftlesere totalt	18	14	16	16	14	14	14	12	11	11	14	12	13	12	9	9	9
Menn	21	18	19	17	17	17	17	14	13	12	17	14	15	14	12	10	9
Kvinner	14	10	14	14	12	11	12	10	10	11	11	11	10	11	6	7	9
9-15 år	9	5	4	4	7	4	8	3	2	3	4	4	2	2	2	1	1
16-24 år	15	11	12	18	15	9	10	9	6	9	6	8	6	7	3	4	2
25-44 år	19	16	18	17	14	16	15	13	13	12	18	13	14	13	8	9	12
45-66 år	21	19	21	16	18	18	18	17	14	14	15	16	17	16	12	13	12
67-79 år	16	12	17	23	17	13	15	12	13	14	19	16	16	17	15	9	9
Ungdomsskole	11	7	9	10	7	8	7	6	6	9	9	6	11	8	4	4	6
Videregående skole	17	14	16	17	14	14	15	12	9	10	13	12	12	10	7	7	6
Universitet/høgskole, kort	24	25	20	20	22	17	17	18	17	13	19	16	16	17	14	12	13
Universitet/høgskole, lang	35	33	36	27	26	22	22	22	23	25	27	23	21	23	15	18	21
Minutter til tidsskriftlesing totalt	6	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3
Menn	7	6	7	5	5	5	4	5	3	3	5	4	4	4	3	4	3
Kvinner	5	3	4	5	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3
9-15 år	1	1	1	2	1	1	2	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0
16-24 år	4	4	5	5	4	2	2	3	1	2	1	2	1	1	1	1	2
25-44 år	7	5	6	5	4	5	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4
45-66 år	7	6	7	5	4	6	5	5	3	4	4	4	6	5	3	4	3
67-79 år	8	4	7	8	6	5	5	4	5	5	9	6	6	7	6	4	3
Ungdomsskole	4	2	3	4	2	2	2	1	2	3	2	1	3	1	2	1	2
Videregående skole	5	5	6	6	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	2	2
Universitet/høgskole, kort	8	7	6	6	5	4	4	5	5	4	6	4	5	5	4	4	4
Universitet/høgskole, lang	15	11	13	7	8	7	6	6	6	6	7	6	6	7	4	6	8

Figur 11. Andel tidsskriftlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag. 2014



Tabell 14. Andel tidsskriftlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent

	Fag-/foreningsblad	Vitenskap/politikk/kultur	Hobby/hjem/fritid	Annet/ubestemt
1991	56	15	20	20
1992	61	8	24	19
1994	52	12	25	24
1996	55	14	18	13
1998	44	20	18	18
2000	52	18	20	11
2001	47	22	21	10
2002	52	15	24	9
2003	55	15	21	9
2004	54	19	19	8
2005	49	17	24	9
2006	54	19	21	6
2007	41	19	25	15
2008	50	19	23	7
2009	48	18	23	11
2010	49	21	23	8
2011	50	17	19	14
2012	46	20	24	10
2013	48	17	27	8
2014	44	22	27	7
Menn	49	19	29	4
Kvinner	39	26	25	11
9-15 år	:	:	:	:
16-24 år	:	:	:	:
25-44 år	42	17	32	9
45-66 år	50	20	29	1
67-79 år	30	47	12	11
Ungdomsskole	:	:	:	:
Videregående skole	47	7	40	7
Universitet/høgskole, kort	47	33	15	5
Universitet/høgskole, lang	41	22	30	7
Oslo/Akershus	43	22	25	11
Østlandet ellers	35	31	29	5
Agder/Rogaland	48	9	33	9
Vestlandet	:	:	:	:
Trøndelag	:	:	:	:
Nord-Norge	:	:	:	:

Tabell 15. Andel som har lest tidsskrift en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2014

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Alle	9	3	34
Kjønn			
Menn	9	3	30
Kvinner	9	3	39
Alder			
9-12 år	1	0	:
13-15 år	1	0	:
16-19 år	1	1	:
20-24 år	3	2	:
25-34 år	11	3	28
35-44 år	12	5	40
45-54 år	11	3	29
55-66 år	12	3	27
67-79 år	9	3	39
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	0	0	:
16-24 år	2	1	:
25-44 år	13	3	27
45-66 år	12	4	33
67-79 år	8	3	:
Kvinner			
9-15 år	2	0	:
16-24 år	1	2	:
25-44 år	11	5	44
45-66 år	11	3	24
67-79 år	10	4	:
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	16	6	38
Yrkesgruppe 3	13	4	35
Yrkesgruppe 4-5	8	2	22
Yrkesgruppe 6-9	10	3	33
Elever/studententer	5	2	:
Pensjonister	7	3	38
Hjemmearbeidende	0	0	:
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	6	2	:
Videregående skole	6	2	32
Universitet/høgskole, kort	13	4	32
Universitet/høgskole, lang	21	8	39
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	8	4	:
350 000-499 000	13	4	31
500 000-649 000	7	2	:
650 000-849 000	11	3	28
850 000-1 049 000	10	3	29
1 050 000 eller mer	12	5	37
Landsdel			
Oslo/Akershus	11	4	33
Østlandet ellers	9	2	28
Agder/Rogaland	10	5	47
Vestlandet	5	2	30
Trøndelag	9	3	:
Nord-Norge	9	3	:
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	12	4	36
Tettbygd 20 000-99 000	10	4	45
Tettbygd under 20 000	7	2	25
Spredtbygd	9	3	31
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	1	0	:
Enslige ellers 9-44 år	9	4	40
Enslige 45-79 år	15	5	37
Enslige forsørgere	6	3	:
Par med barn 0-6 år	14	4	28
Par med barn 7-17 år	9	4	43
Par 16-44 år uten barn	9	2	29
Par 45-79 år uten barn	11	3	30
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	11	4	40
2 husholdningsmedlemmer	10	3	29
3 husholdningsmedlemmer	8	2	28
4 husholdningsmedlemmer	9	3	30
5 husholdningsmedlemmer eller flere	6	3	57

- **25 prosent leser trykte bøker en gjennomsnittsdag.**
- **Andelen som leser bøker har vært nokså lik de seinere åra.**
- **Jenter og kvinner er de ivrigste bokleserne.**
- **Mest boklesing blant dem med høy utdanning.**
- **Skjønnlitteratur leses mest, både blant kvinner og menn.**

25 prosent leste trykte bøker på fritiden en gjennomsnittsdag i 2014. I 2013 var andelen den samme. I gjennomsnitt brukte vi 11 minutter på boklesing per døgn, eller 54 minutter blant dem som leste bøker i løpet av et døgn. Andelen boklesere sank noe i første halvdel av 1990-tallet, men har siden økt og har de seinere åra ligget rundt 25 prosent.

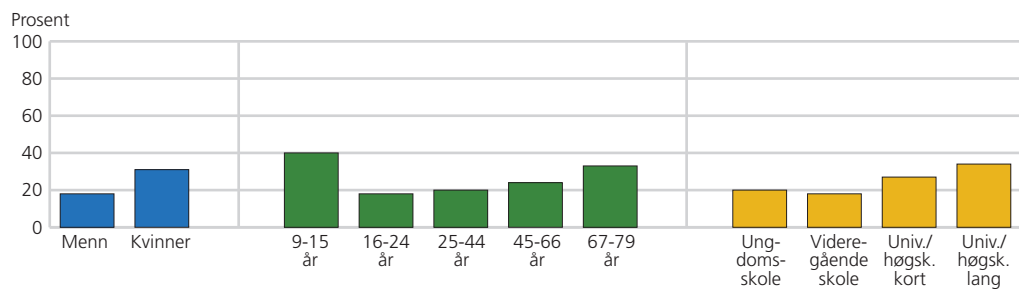
Kvinner leser fremdeles bøker i betydelig større grad enn menn. Mens 18 prosent av mennene leser bok i løpet av en dag, er andelen 31 prosent blant kvinner. Kjønnforskjellen gjelder alle aldersgrupper. I aldersgruppen 9-15 år er det for eksempel slik at 34 prosent av guttene har lest bok en gjennomsnittsdag, mens andelen er 46 prosent blant jentene. I gruppen 67-79 år er andelen 25 prosent blant menn og 41 prosent blant kvinner. Andelen som har lest bok per døgn har økt noe blant barn og unge siste år.

På samme måte som når det gjelder tidskrift, er personer med høy utdanning de mest ivrige bokleserne. Ledere, personer med akademiske yrker og pensjonister leser i noe større grad bøker enn personer med annen yrkesstatus. Folks husholdningsinntekt har nokså liten sammenheng med boklesing.

Skjønnlitteratur, det vil si romaner og noveller, har vært og er mest populært blant bokleserne. 63 prosent av dem som leser bøker en gjennomsnittsdag, leser slike bøker. Det er særlig kvinner som foretrekker å lese denne typen litteratur. Flertallet av mannlige lesere velger også romaner framfor annen litteratur. De velger likevel i større grad sakprosa enn kvinnelige boklesere gjør. Dette gjelder særlig bøker om samfunn, politikk, kunst og historie. Uansett utdanning velger de fleste boklesere romaner.

Tallene i denne statistikken gjelder boklesing på fritiden. Bøker som brukes i forbindelse med arbeid, skole eller annen utdanning, regnes ikke med, heller ikke høytlesing for barn. Tallene for boklesing gjelder bare trykte bøker. Tall for lesing av elektroniske bøker finnes i tabellene 43 og 44.

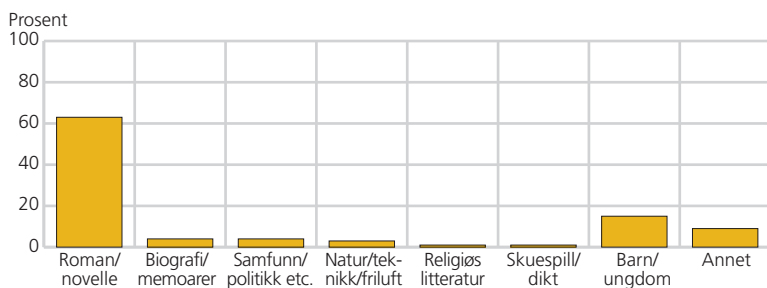
Figur 12. Andel boklesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014



Tabell 16. Andel boklesere og minutter brukt til boklesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prosentandel boklesere totalt	24	21	18	19	18	20	23	23	24	23	23	27	24	27	25	25	25
Menn	19	19	12	15	13	16	17	19	18	18	18	20	19	19	19	19	18
Kvinner	28	24	24	23	23	24	28	27	30	27	28	34	30	35	32	32	31
9-15 år	31	29	31	20	23	18	28	28	31	27	27	32	31	30	37	30	40
16-24 år	28	27	16	24	14	19	19	16	16	18	15	16	20	20	17	13	18
25-44 år	21	19	18	17	19	19	24	22	23	22	24	27	25	24	23	22	20
45-66 år	22	18	17	22	17	23	22	25	27	24	24	28	22	29	26	28	24
67-79 år	25	24	13	15	17	20	19	23	22	22	22	30	26	36	30	38	33
Ungdomsskole	13	16	12	13	12	10	14	14	20	13	12	18	21	19	17	19	20
Videregående skole	22	20	15	19	16	17	19	19	18	19	17	22	18	25	20	22	18
Universitet/høgskole, kort	34	23	25	20	15	29	31	32	29	29	34	30	29	30	29	27	27
Universitet/høgskole, lang	33	31	22	28	28	31	33	33	34	36	35	43	34	38	37	35	34
Minutter til boklesing totalt	14	13	11	12	10	12	14	12	14	13	13	15	14	17	12	13	11
Menn	11	12	8	9	7	9	9	9	9	9	10	10	10	12	8	9	9
Kvinner	17	14	14	15	13	14	18	14	18	17	17	20	18	23	16	18	14
9-15 år	13	14	15	7	8	7	11	9	15	10	11	11	11	11	11	9	9
16-24 år	18	17	12	14	7	13	16	10	11	12	10	12	14	15	12	11	15
25-44 år	11	13	11	10	11	11	14	12	13	13	13	15	15	13	12	12	9
45-66 år	13	12	11	15	11	14	14	13	14	13	16	15	12	19	10	13	11
67-79 år	22	13	7	10	12	13	12	14	18	17	13	21	17	29	20	23	18
Ungdomsskole	11	9	9	6	6	6	9	7	12	8	8	12	14	15	11	13	9
Videregående skole	13	12	9	13	10	10	12	10	11	11	11	12	11	17	12	12	10
Universitet/høgskole, kort	21	16	15	9	12	15	24	17	17	19	19	18	16	16	15	15	13
Universitet/høgskole, lang	18	23	14	19	15	20	18	19	16	22	21	24	21	27	15	17	18

Figur 13. Andel boklesere som har lest ulike typer bøker en gjennomsnittsdag. 2014



Tabell 17. Andel boklesere som har lest ulike typer bøker en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent

	Roman/novelle	Biografi/memoarer	Samfunn/politikk/kunst/historie	Natur/teknikk/friluft	Religiøs litteratur	Skuespill/dikt	Barne-/ungdomslitteratur	Annet
1991 ¹	66	6	5	2	5	1	..	8
1992	59	9	7	5	4	1	..	15
1994	65	8	7	4	2	0	..	13
1996	61	9	6	4	4	1	..	14
1998	62	6	8	4	4	0	..	16
2000	59	7	8	4	3	2	..	17
2001	64	7	8	2	4	1	8	5
2002	64	3	6	3	5	1	10	8
2003	63	7	6	4	3	1	8	9
2004	54	8	7	3	4	0	11	13
2005	67	3	6	3	4	0	8	8
2006	69	6	7	3	2	0	8	4
2007	67	6	5	3	3	0	8	8
2008	64	5	6	2	1	0	10	11
2009	64	6	7	4	3	0	9	7
2010	71	4	6	2	1	1	9	7
2011	72	4	6	1	2	0	7	8
2012	62	5	7	3	1	1	11	9
2013	62	5	6	4	3	0	10	9
2014	63	4	4	3	1	1	15	9
Menn	54	8	5	3	0	1	19	9
Kvinner	68	3	2	2	1	1	12	9
9-15 år	15	2	0	1	1	1	72	6
16-24 år	63	2	4	9	0	0	9	13
25-44 år	74	3	7	3	1	1	2	7
45-66 år	77	5	3	2	1	1	0	11
67-79 år	72	9	2	1	2	2	1	10
Ungdomsskole	67	4	3	3	0	3	9	12
Videregående skole	73	4	4	5	1	1	1	12
Universitet/høgskole, kort	78	8	3	1	1	0	2	8
Universitet/høgskole, lang	71	4	8	4	2	1	0	10
Oslo/Akershus	62	4	4	3	1	2	13	10
Østlandet ellers	67	3	2	1	2	1	14	11
Agder/Rogaland	55	8	3	4	2	0	19	9
Vestlandet	61	3	6	4	1	1	21	3
Trøndelag	70	5	4	0	0	0	3	18
Nord-Norge	64	10	0	6	0	2	13	5

¹ Boksjangertall ble i 1991 kodet i Statistisk sentralbyrå på grunnlag av opplysning om boktittel lest. I seinere undersøkelser er tallene basert på svar fra intervjupersonene om sjanger på leste bok.

Tabell 18. Andel som har lest bok en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2014¹

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Alle	25	15	64
Kjønn			
Menn	18	12	65
Kvinner	31	19	62
Alder			
9-12 år	53	20	39
13-15 år	23	12	51
16-19 år	21	12	59
20-24 år	15	22	:
25-34 år	18	12	67
35-44 år	22	13	60
45-54 år	21	11	55
55-66 år	28	18	64
67-79 år	33	22	70
Kjønn/alders			
Menn			
9-15 år	34	15	45
16-24 år	14	17	:
25-44 år	16	9	58
45-66 år	14	8	54
67-79 år	25	19	76
Kvinner			
9-15 år	46	18	40
16-24 år	22	18	83
25-44 år	24	16	66
45-66 år	33	21	63
67-79 år	41	26	66
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	29	19	65
Yrkesgruppe 3	26	16	63
Yrkesgruppe 4-5	23	18	77
Yrkesgruppe 6-9	9	5	63
Elever/studententer	22	17	76
Pensjonister	30	20	69
Hjemmearbeidende	17	11	:
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	20	12	65
Videregående skole	18	13	74
Universitet/høgskole, kort	27	17	63
Universitet/høgskole, lang	34	22	68

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	19	15	89
350 000-499 000	25	19	74
500 000-649 000	25	19	75
650 000-849 000	27	16	60
850 000-1 049 000	25	13	55
1 050 000 eller mer	25	12	47
Landsdel			
Oslo/Akershus	28	20	70
Østlandet ellers	23	14	60
Agder/Rogaland	19	11	59
Vestlandet	28	16	59
Trøndelag	25	17	71
Nord-Norge	23	14	64
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	30	21	71
Tettbygd 20 000-99 000	22	14	62
Tettbygd under 20 000	25	14	56
Spredtbygd	21	14	68
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	30	16	52
Enslige ellers 9-44 år	17	16	92
Enslige 45-79 år	31	20	67
Enslige forsørgere	23	14	:
Par med barn 0-6 år	19	12	62
Par med barn 7-17 år	23	14	62
Par 16-44 år uten barn	17	12	70
Par 45-79 år uten barn	28	17	64
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	25	20	80
2 husholdningsmedlemmer	25	16	67
3 husholdningsmedlemmer	20	13	63
4 husholdningsmedlemmer	24	14	56
5 husholdningsmedlemmer eller flere	28	15	54

¹ Tabellen er rettet 19. januar 2017.

- **39 prosent lytter lydmedier en gjennomsnittsdag.**
- **Blant de unge lytter seks av ti.**
- **Litt mer lytting blant menn enn blant kvinner.**
- **Flest lyttere blant elever og studenter, færrest blant pensjonister.**
- **Seks av ti som lytter en gjennomsnittsdag, lytter på filer strømmet via Internett.**

39 prosent lyttet til lydmedier, det vil si vinylplater, kassetter, CD-er, MP3-spillere, lydfiler lastet ned fra Internett eller strømmete Internettfiler, en gjennomsnittsdag i 2014. Lytterandelen på lydmedier samlet har variert noe de siste åra, men det har vært en økning siden midten på 1990-tallet. I gjennomsnitt brukte vi i 2014 36 minutter på slik lytting i løpet av en dag, eller 95 minutter blant dem som bruker tid til slikt.

I 2014 var lytterandelen litt høyere blant menn enn blant kvinner. Det samme gjelder tiden de bruker til slike lydavspillings-systemer. Tidligere undersøkelser har vist en jevnere fordeling mellom kjønnene. Det er særlig de unge som bruker tid på slikt. I aldersgruppen 16-19 år er 68 prosent lyttere i løpet av en dag. Til sammenligning bruker bare 10 prosent i aldersgruppen 67-79 år tid på dette en gjennomsnittsdag. Aldersgruppen 20-24 år bruker mest tid på å lytte til lydavspillings-systemene. Lytterne i denne gruppen bruker i gjennomsnitt 2 timer og 49 minutter i løpet av en dag.

Lytterandelen har tidligere stort sett vært noe større for personer med lang utdanning enn for andre personer. Denne forskjellen er ikke så klar lenger. De med lengst utdanning bruker derimot noe mindre tid enn andre når de lytter. Det er ikke noen klar sammenheng mellom lytterandel og husholdningsinntekt, men de som tjener minst bruker mest tid til slik lytting. Elever og studenter er svært ivrige brukere av slike lydmedier. Trygdede/

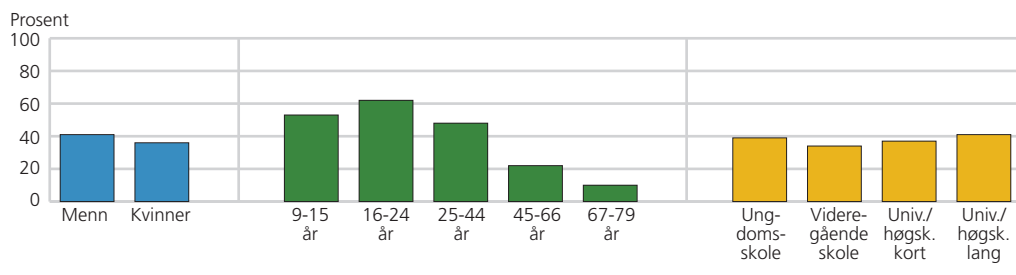
pensjonister er gruppen med lavest andel lyttere, bare 11 prosent.

CD-platene har i de seinere åra dominert markedet for lydavspilling i forhold til kassetter og vinylplater. Blant dem som lytter til lydavspillingssystemer har andelen som bruker CD-spillere likevel gått betydelig ned de siste åra, fra 93 prosent i 2003 til 28 prosent i 2014. MP3-spillerne er blitt en stadig sterkere konkurrent, men har sunket noe de siste par åra. Lytterandelen er nå på 36 prosent. Lydfiler lastet ned fra Internett ligger nå på 35 prosent, en nedgang fra 59 prosent i 2010. Det som har økt mest de siste åra er filer som er strømmet fra Internett, det vil si at de ikke er lastet ned, bare lyttet på der og da. Disse kan lyttes på via PC, nettbrett eller smarttelefon. PC og smarttelefon er de mest sentrale kildene her. 5 prosent av lytterne lytter på lydbok. Dette har forandret seg lite de siste åra.

Mens det tidligere særlig var de unge som brukte CD-spiller, har dette nå blitt musikkmediet først og fremst for de godt voksne. Barn og unge har i større grad gått over til MP3-spillere og lydfiler hentet fra Internett. Blant lytterne i 16-24-årsalderen er det 80 prosent som lytter til filer strømmet fra Internett i løpet av en dag.

Tallene i denne statistikken om lydmedier gjelder vinylplater, kassetter, CD-er, MP3-spillere, lydfiler lastet ned fra Internett og strømmete Internettfiler. Radiolytting regnes ikke med i denne gruppen, men er gruppert for seg.

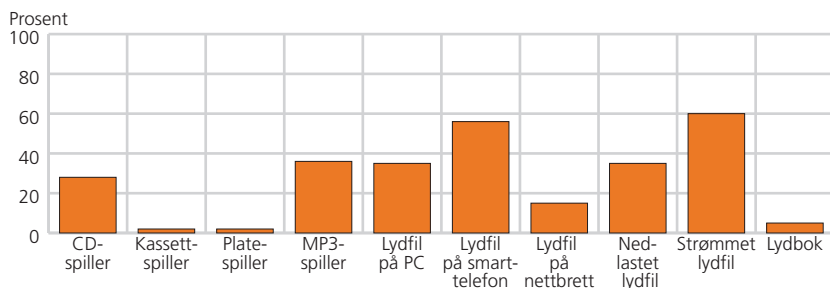
Figur 14. Andel lyttere til lydmedier en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014



Tabell 19. Andel lyttere til lydmedier og minutter brukt til slik lytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prosentandel lyttere totalt	43	38	44	37	42	50	49	47	43	43	42	41	42	38	40	41	39
Menn	43	38	43	36	41	49	47	46	45	46	43	43	44	40	43	44	41
Kvinner	43	38	44	38	42	52	50	47	40	40	41	39	39	35	37	38	36
9-15 år	69	71	67	64	71	72	63	56	52	58	51	49	55	46	56	55	53
16-24 år	73	72	75	70	74	79	77	73	70	79	72	78	78	68	72	64	62
25-44 år	47	40	44	39	49	56	58	52	48	48	49	47	46	46	44	49	48
45-66 år	22	18	26	20	19	30	32	35	30	27	29	26	28	22	26	28	22
67-79 år	9	7	9	9	8	13	14	14	14	12	11	10	11	12	12	12	10
Ungdomsskole	37	28	37	33	29	44	39	35	37	35	36	41	41	34	39	39	39
Videregående skole	40	37	39	33	39	46	45	45	42	40	40	38	39	36	39	38	34
Universitet/høgskole, kort	41	35	47	36	37	42	59	51	41	47	43	40	39	36	38	42	37
Universitet/høgskole, lang	41	36	46	35	42	53	54	56	50	43	45	43	41	42	39	42	41
Minutter til lytting totalt	40	32	38	30	33	46	42	41	41	40	39	39	41	35	36	38	36
Menn	40	31	38	29	30	46	42	40	45	43	43	43	44	42	38	41	41
Kvinner	40	33	39	31	35	46	42	42	37	36	35	36	38	27	34	34	32
9-15 år	63	45	46	35	41	45	35	36	38	41	40	32	48	29	36	39	32
16-24 år	89	86	84	81	81	97	100	79	92	98	89	103	105	91	80	78	82
25-44 år	39	33	37	30	38	50	49	46	45	44	49	47	42	42	40	46	46
45-66 år	15	11	18	14	13	27	21	29	24	19	20	18	21	14	20	20	16
67-79 år	5	3	7	4	4	9	7	9	9	10	6	6	6	9	8	11	6
Ungdomsskole	35	26	36	32	33	52	36	34	41	36	42	44	52	41	42	43	41
Videregående skole	41	35	35	30	32	47	44	42	46	40	41	40	41	37	38	39	37
Universitet/høgskole, kort	35	23	45	33	31	36	58	45	38	42	35	44	33	32	33	34	35
Universitet/høgskole, lang	24	33	38	24	29	44	41	43	36	35	40	32	36	34	30	32	31

Figur 15. Andel lyttere som har lyttet til ulike avspillingssystem en gjennomsnittsdag. 2014



Tabell 20. Andel lyttere som har lyttet til ulike avspillingssystem en gjennomsnittsdag 1994-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent

	CD-spiller	Kassettspiller	Plate-spiller	MP3-spiller	Lydfil på PC	Lydfil på smarttelefon	Lydfil på nettbrett	Nedlastet nettfil	Strømmet nettfil	Lydbok
1994	60	56	7
1996	80	36	5
1998	89	25	2
1999	90	18	3
2000	92	17	3
2001	91	15	3
2002	92	14	2
2003	93	10	3
2004	87	10	2	12
2005	85	4	2	26
2006	86	3	3	31
2007	64	3	4	35	40
2008	65	2	4	37	44	.	.	18	.	4
2009	56	2	3	42	43	.	.	43	.	5
2010	52	3	2	51	48	.	.	59	.	5
2011	47	2	2	53	50	.	.	51	35	4
2012	36	2	2	46	40	38	10	43	48	5
2013	34	2	1	43	38	50	14	42	55	5
2014	28	2	2	36	35	56	15	35	60	5
Menn	27	2	4	38	41	53	15	34	63	5
Kvinner	29	1	1	34	28	59	16	37	57	6
9-15 år	20	2	2	39	28	64	29	35	66	8
16-24 år	15	3	4	41	46	74	13	38	80	3
25-44 år	26	1	2	39	34	55	14	38	59	5
45-66 år	48	1	2	24	31	35	10	30	37	8
67-79 år	81	7	3	0	12	3	4	11	12	0
Ungdomsskole	20	2	3	38	44	66	16	37	67	3
Videregående skole	32	2	2	36	37	52	16	36	62	2
Universitet/høgskole, kort	30	1	4	35	33	54	5	33	52	6
Universitet/høgskole, lang	32	2	1	32	28	49	13	34	54	12
Oslo/Akershus	18	2	2	38	31	64	14	41	64	8
Østlandet ellers	38	2	3	32	33	54	18	33	49	8
Agder/Rogaland	32	2	2	38	37	48	13	33	60	3
Vestlandet	32	1	1	34	38	54	12	36	61	1
Trøndelag	11	1	6	38	44	55	10	34	64	2
Nord-Norge	30	2	3	40	34	56	24	29	71	9

Tabell 21. Andel lyttere til lydmedier en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2014

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lyttere
Alle	39	36	95
Kjønn			
Menn	41	41	99
Kvinner	36	32	90
Alder			
9-12 år	45	21	48
13-15 år	63	47	75
16-19 år	68	64	96
20-24 år	58	97	169
25-34 år	59	60	103
35-44 år	39	34	87
45-54 år	25	19	75
55-66 år	19	13	70
67-79 år	10	6	66
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	55	35	64
16-24 år	66	90	138
25-44 år	52	51	100
45-66 år	24	18	76
67-79 år	10	7	:
Kvinner			
9-15 år	51	30	61
16-24 år	58	74	128
25-44 år	44	40	91
45-66 år	21	14	69
67-79 år	10	6	59
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	40	31	77
Yrkesgruppe 3	39	37	96
Yrkesgruppe 4-5	44	37	85
Yrkesgruppe 6-9	34	35	104
Elever/student	68	74	111
Pensjonister	11	8	70
Hjemmearbeidende	42	70	:
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	39	41	105
Videregående skole	34	37	109
Universitet/høgskole, kort	37	35	95
Universitet/høgskole, lang	41	31	76
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	42	55	133
350 000-499 000	35	31	90
500 000-649 000	36	34	94
650 000-849 000	38	34	91
850 000-1 049 000	36	26	74
1 050 000 eller mer	41	29	72
Landsdel			
Oslo/Akershus	43	42	98
Østlandet ellers	37	34	93
Agder/Rogaland	36	36	102
Vestlandet	38	33	88
Trøndelag	36	29	81
Nord-Norge	40	41	106
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	47	44	93
Tettbygd 20 000-99 000	40	41	103
Tettbygd under 20 000	34	32	95
Spredtbygd	35	28	83
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	59	49	84
Enslige ellers 9-44 år	56	90	163
Enslige 45-79 år	21	16	77
Enslige forsørgere	46	48	103
Par med barn 0-6 år	47	37	79
Par med barn 7-17 år	28	19	68
Par 16-44 år uten barn	55	56	102
Par 45-79 år uten barn	15	11	73
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	40	58	148
2 husholdningsmedlemmer	28	25	90
3 husholdningsmedlemmer	39	35	93
4 husholdningsmedlemmer	46	38	85
5 husholdningsmedlemmer eller flere	47	32	70

- **22 prosent ser videomedier i løpet av et døgn.**
- **Bruk av slike tilbud har økt, mest på grunn av strømmetilbudene.**
- **Unge ser mest på slike tilbud.**
- **Strømmete nettfiler er det tilbudet flest ser på.**
- **Godt voksne ser mest på harddiskopptaker, unge ser mest på de strømmete nettfilene.**

I 2014 så 22 prosent som en gjennomsnittsdag så på videobånd, DVD/Blu-ray, harddiskopptaker eller videofiler enten lastet ned fra Internett eller strømmet via Internett og betalt for (for eksempel Netflix). Brukerandelen var 15 prosent i 2013. Gjennomsnittstiden folk bruker til slike tilbud var den på 20 minutter i 2014, mens den var på 14 minutter i 2013. Blant dem som brukte slike tilbud en gjennomsnittsdag var tiden 1 time og 32 minutter.

Stort sett har det vært slik at menn har sett noe mer på videomedier enn kvinner. Denne forskjellen finner vi fremdeles. Blant begge kjønn er det dessuten særlig barn og unge som bruker slike tilbud mest. I alle aldersgrupper har det vært en økning de siste par åra. Dette skyldes nok i første rekke en kraftig økning i bruk av strømmetjenester, som for eksempel Netflix.

Elever/studenter er ivrige brukere av slike tilbud, mens pensjonister i liten grad bruker dem. Det er en ingen klar sammenheng mellom slik seing og husholdningsinntekt. Det ser heller ikke ut til at andelen seere er noe høyere blant dem med høy utdanning enn blant dem med lav utdanning. Andelen brukere er større i de store byene enn i spredtbygde strøk.

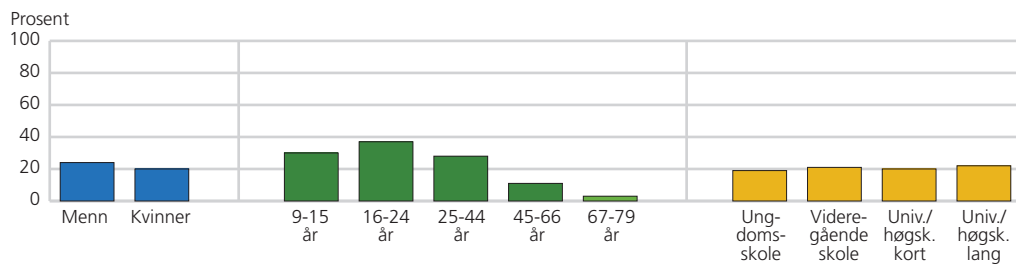
25 prosent ser på opptak av TV-program når de ser på slike videotilbud en gjennomsnittsdag. 15 prosent ser på kjøpe-

eller leiefilm. Totalt er det 19 prosent av seerne som ser på DVD eller Blu-ray. 21 prosent ser på harddiskopptaker. 11 prosent ser på nedlastede filer, mens hele 60 prosent ser på strømmete videofiler de betaler for. Dette har økt fra 11 prosent i 2012. Videobåndspilleren er fremdeles i bruk og benyttes av 2 prosent av seerne per dag.

Det er ingen stor forskjell mellom menn og kvinner når det gjelder bruken av de ulike tilbudene på dette feltet. Likevel er det slik at kvinner i noe større grad ser på dvd/bluray, mens menn i noe større grad ser på nedlastete og strømmete nettfiler. Harddiskopptakeren, altså opptak av TV-program, er mest populær blant de godt voksne seerne. Det er særlig barn og unge som benytter seg av strømmetilbudene. Blant 16-24-åringene var det hele 82 prosent av dem som så på videomedier som brukte de strømmete nettfilene. Andelen er også høy i aldersgruppen 25-44 år.

Tallene i denne statistikken om videomedier gjelder videobånd, DVD/Blu-ray, harddiskopptaker og videofiler, enten lastet ned fra Internett, eller strømmet via Internett og betalt for. TV-seing og kinobesøk regnes ikke med i denne gruppen, men er gruppert for seg.

Figur 16. Andel brukere av videomedier en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning, 2014

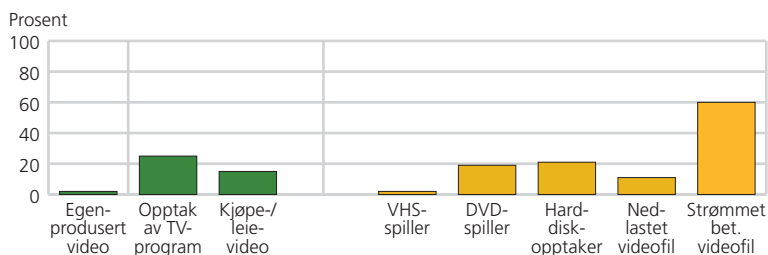


Tabell 22. Andel brukere av videomedier og minutter brukt til dette en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 ¹	2013	2014
Prosentandel totalt	10	10	11	9	8	10	10	10	10	11	12	13	13	14	12	15	22
Menn	12	12	12	10	9	10	11	10	11	12	14	16	15	18	14	17	24
Kvinner	8	8	9	8	6	9	9	9	9	9	10	9	11	10	10	13	20
9-15 år	27	21	22	20	17	19	17	22	20	21	16	16	18	17	12	22	30
16-24 år	18	18	18	17	16	19	19	17	21	22	27	29	22	28	24	25	37
25-44 år	8	10	10	9	8	9	11	9	11	12	12	15	16	18	16	19	28
45-66 år	4	5	5	4	2	4	4	4	4	4	7	5	8	7	6	7	11
67-79 år	2	3	1	1	1	3	3	4	1	2	3	3	3	3	0	5	3
Ungdomsskole	6	10	10	6	4	9	7	9	7	8	11	12	10	14	11	14	19
Videregående skole	9	9	9	8	7	9	8	8	10	10	10	11	12	13	11	15	21
Universitet/høgskole, kort	5	5	7	11	6	9	13	7	9	11	11	13	12	14	14	13	20
Universitet/høgskole, lang	10	7	9	7	6	7	11	7	8	10	13	13	18	14	12	15	22
Minutter totalt	8	7	8	7	6	7	8	9	9	11	10	12	12	12	12	14	20
Menn	11	10	9	8	7	8	9	10	9	13	12	15	14	16	15	16	22
Kvinner	6	5	6	6	4	6	6	8	8	9	8	9	9	9	10	11	18
9-15 år	22	15	13	12	13	14	12	18	17	20	14	13	15	12	12	17	21
16-24 år	17	19	16	17	14	17	21	21	21	26	30	29	25	26	28	28	43
25-44 år	6	6	7	6	5	6	7	8	8	11	8	15	15	16	15	18	26
45-66 år	2	3	3	3	1	2	2	3	3	3	4	4	5	6	6	6	8
67-79 år	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	3	0	3	2
Ungdomsskole	6	8	8	5	3	9	7	11	7	6	12	10	9	12	13	11	21
Videregående skole	8	8	7	7	6	6	6	8	9	10	9	12	10	13	12	16	22
Universitet/høgskole, kort	5	2	5	10	4	7	12	6	9	11	8	11	12	12	13	11	16
Universitet/høgskole, lang	5	3	6	6	4	5	8	4	4	9	10	11	16	11	10	13	19

¹ Fra og med 2012 er betalte strømmetjenester som Netflix omfattet av videomedier.

Figur 17. Andel brukere av videomedier som har sett på ulike typer opptak en gjennomsnittsdag, 2014



Tabell 23. Andel brukere av videofiler som har sett på ulike typer opptak en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel, 2014. Prosent

	Egenprodusert video	Opptak av TV-program	Kjøpe/leie-video/DVD	Video-bånd-spiller	DVD-spiller	Harddisk-opptaker	Nedlastet videofil	Strømmet bet. videofil	
1991		13	44	44	
1992		15	41	44	
1994		9	41	52	
1996		16	40	59	
1997		15	46	53	
1998		16	35	59	
1999		17	34	57	
2000		14	31	61	
2001		14	30	62	
2002		13	27	67	
2004		11	23	73	
2005		13	15	79	
2006		7	12	83	
2007		6	18	66	19	76	17	..	
2008		9	26	45	8	56	18	..	
2009		8	33	43	9	52	23	42	
2010		3	23	45	6	58	31	23	
2011		7	33	40	6	46	38	29	
2012		4	37	34	4	49	30	25	11
2013		4	40	16	2	23	34	19	42
2014		2	25	15	2	19	21	11	60
Menn	2	25	12	2	16	20	15	63	
Kvinner	1	25	17	1	23	23	7	57	
9-15 år	0	15	21	2	26	14	11	57	
16-24 år	0	11	14	1	16	6	12	82	
25-44 år	2	23	15	1	19	19	12	62	
45-66 år	3	57	12	3	22	52	7	28	
67-79 år	:	:	:	:	:	:	:	:	
Ungdomsskole	2	15	16	3	16	12	11	80	
Videregående skole	1	26	14	2	21	21	11	60	
Universitet/høgskole, kort	4	33	15	0	17	28	12	51	
Universitet/høgskole, lang	3	35	10	2	14	30	11	56	
Oslo/Akershus	1	29	9	1	14	25	13	63	
Østlandet ellers	1	25	27	1	26	23	8	53	
Agder/Rogaland	1	29	6	2	10	20	16	65	
Vestlandet	2	23	16	3	24	18	7	56	
Trøndelag	5	21	10	0	22	21	15	62	
Nord-Norge	3	18	15	3	20	16	13	65	

Tabell 24. Andel brukere av videomedier en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2014

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Seere
Alle	22	20	92
Kjønn			
Menn	24	22	94
Kvinner	20	18	91
Alder			
9-12 år	28	16	62
13-15 år	33	29	87
16-19 år	35	35	100
20-24 år	40	49	123
25-34 år	34	32	93
35-44 år	23	22	95
45-54 år	14	10	76
55-66 år	9	6	65
67-79 år	3	2	:
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	31	19	69
16-24 år	38	44	114
25-44 år	30	30	100
45-66 år	15	10	70
67-79 år	2	1	:
Kvinner			
9-15 år	30	24	79
16-24 år	36	41	114
25-44 år	26	23	87
45-66 år	8	6	77
67-79 år	4	3	:
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	23	20	88
Yrkesgruppe 3	22	17	78
Yrkesgruppe 4-5	25	23	90
Yrkesgruppe 6-9	20	21	104
Elever/studententer	38	41	111
Pensjonister	5	4	83
Hjemmearbeidende	26	32	:
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	19	21	108
Videregående skole	21	22	102
Universitet/høgskole, kort	20	16	79
Universitet/høgskole, lang	22	19	86
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	24	29	122
350 000-499 000	19	19	98
500 000-649 000	19	20	102
650 000-849 000	22	20	90
850 000-1 049 000	23	17	78
1 050 000 eller mer	21	15	74
Landsdel			
Oslo/Akershus	25	23	93
Østlandet ellers	19	18	94
Agder/Rogaland	23	19	89
Vestlandet	22	16	76
Trøndelag	20	23	116
Nord-Norge	23	24	101
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	28	28	99
Tettbygd 20 000-99 000	22	20	95
Tettbygd under 20 000	20	16	80
Spredtbygd	17	16	92
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	35	29	87
Enslige ellers 9-44 år	33	41	125
Enslige 45-79 år	7	7	98
Enslige forsørgere	34	34	:
Par med barn 0-6 år	29	23	78
Par med barn 7-17 år	16	11	74
Par 16-44 år uten barn	30	35	120
Par 45-79 år uten barn	7	4	62
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	21	25	124
2 husholdningsmedlemmer	16	16	100
3 husholdningsmedlemmer	22	18	82
4 husholdningsmedlemmer	26	21	81
5 husholdningsmedlemmer eller flere	29	23	82

- **Økende radiolytting: 64 prosent lytter i løpet av et døgn.**
- **Økende lytting blant de unge, men godt voksne lytter mest.**
- **NRK P1 har flest lyttere, P4 følger deretter.**
- **Vi hører helst på nyheter, underholdning og populærmusikk.**
- **19 prosent hører på DABradio i løpet av døgn.**

64 prosent av befolkningen lyttet til radio en gjennomsnittsdag i 2014. I 2013 var andelen på 59 prosent. Det var en nedgang i andelen radiolyttere i første del av 1990-tallet. Deretter har andelen holdt seg rundt eller noe under 60 prosent fram til 2004. Etter det har den sunket noe igjen, for så å stige siste tre år. Denne utviklingstendensen gjelder begge kjønn og særlig de voksne. Gjennomsnittlig lyttetid per dag for befolkningen som helhet var 1 time og 40 minutter i 2014, eller 2 timer og 42 minutter blant radiolytterne. Lytterandelen er nokså lik mellom menn og kvinner.

Særlig barn, men også unge, lytter i mindre grad på radio enn de voksne. I aldersgruppen 9-12 år er det bare 37 prosent som hører på radio en gjennomsnittsdag. Dette er likevel en større andel enn året før. Både blant barn og unge har det vært en økning i andelen radiolyttere siste år. Personer i alderen 55-66 år har størst lytterandel, med 74 prosent. Det er radiolyttere i alderen 55-66 år som også bruker mest tid til radiolytting.

Andelen som hører på radio per dag, er noe høyere blant personer med lang utdanning enn blant dem med kort utdanning, men de bruker likevel ikke mer tid på radiolyttingen enn andre. Pensjonister og personer med manuelt arbeid bruker mer tid til radiolytting enn personer med annen yrkesstatus. Elever/studenter bruker minst tid på radiolytting.

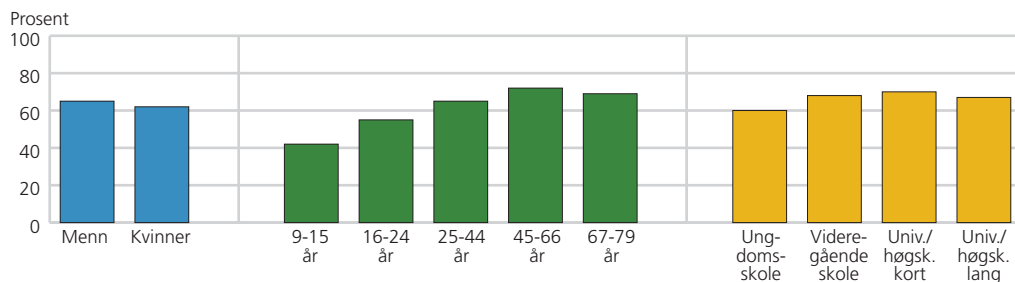
NRK hadde totalt en lytteroppslutning på 38 prosent per dag i 2014, det samme som året før. NRKs program 1 er fremdeles den viktigste riksdekkende radiokanalen, mens P4 fremdeles er den sterkeste konkurrenten, med en oppslutning på 19 prosent. Radio Norge har en oppslutning på 11 prosent.

I 2014 var det liten forskjell i kanalvalget mellom kjønnene. NRKs P1 og P2 har en overvekt lyttere blant de godt voksne. P3 har best oppslutning blant lyttere i alderen 16-44 år. P4 og RadioNorge fanger opp aldersgruppen 25-44 best. Radioen når fremdeles helst lytterne gjennom nyhetssendingene i løpet av en dag. Underholdning/lette magasinposter, distriktsprogram og program med populærmusikk når også mange lyttere. Unge hører mest på populærmusikk og minst på nyheter og informasjonsprogram. De godt voksne er de som helst hører på informasjonsprogram. P1s og P2s lyttere er de som i størst grad hører på nyheter. Værmeldingene, distriktsprogram og sport høres mest på P1. P2-lytterne er de som hører mest på kulturprogram, informasjonsprogram og klassisk musikk, ved siden av P1+.

19 prosent hørte på DABradio en gjennomsnittsdag i 2014, den økning fra 13 prosent året før. Denne lyttingen var nokså jevnt fordelt i ulike befolkningsgrupper, unntatt når det gjelder alder. Andelen lyttere var større blant de godt voksne enn blant barn og unge.

Tallene i denne statistikken gjelder lytting av radiosendinger både på vanlig radio og på Internett (fra 2007). Tall for lytting på Internett, finnes i tabellene 43 og 44.

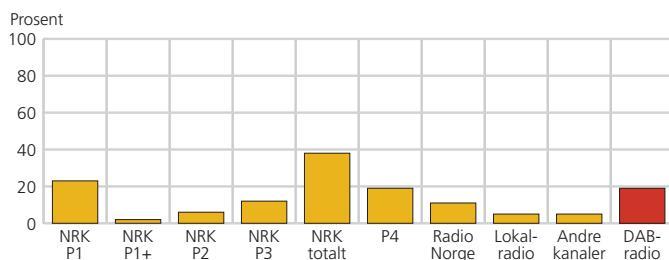
Figur 18. Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014

Tabell 25. Andel radiolyttere og minutter¹ brukt til radiolytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prosentandel radiolyttere totalt	71	65	67	59	59	57	58	58	54	53	54	53	56	55	60	59	64
Menn	73	68	69	60	59	58	62	57	55	55	56	52	56	57	60	60	65
Kvinner	69	63	65	57	58	56	55	58	53	52	52	54	55	52	60	58	62
9-15 år	47	34	39	32	31	33	31	31	26	27	27	22	33	31	36	31	42
16-24 år	67	63	63	53	56	57	53	47	45	41	38	45	46	48	43	40	55
25-44 år	73	68	73	62	62	59	59	60	60	58	56	58	59	57	64	61	65
45-66 år	79	73	73	67	65	63	68	68	61	64	66	63	65	59	72	71	72
67-79 år	75	68	64	60	63	61	63	64	54	53	60	52	55	64	66	72	69
Ungdomsskole	68	66	63	61	55	56	52	54	52	52	48	46	46	50	55	56	60
Videregående skole	75	69	71	60	64	61	63	60	56	58	58	57	59	56	62	61	68
Universitet/høgskole, kort	77	71	72	71	69	62	58	65	59	54	62	62	61	60	66	67	70
Universitet/høgskole, lang	79	72	76	66	64	61	68	68	64	66	63	62	64	65	72	66	67
Minutter til radiolytting totalt	106	91	96	84	83	84	87	80	83	80	80	82	81	86	96	90	100
Menn	103	88	95	76	83	84	93	81	85	84	91	79	85	90	101	93	107
Kvinner	110	94	96	91	82	84	82	80	80	76	69	86	78	82	90	86	94
9-15 år	39	24	25	21	21	24	16	20	17	13	12	10	16	15	18	20	19
16-24 år	109	86	92	79	74	90	80	70	64	53	50	49	55	65	60	55	67
25-44 år	112	96	110	85	90	88	85	82	84	81	72	85	83	82	100	87	93
45-66 år	123	109	106	100	98	101	114	100	107	109	112	113	110	109	119	116	141
67-79 år	109	97	98	102	94	90	102	99	104	101	125	106	97	121	143	132	138
Ungdomsskole	115	97	93	97	94	94	102	82	97	98	90	84	73	84	99	98	106
Videregående skole	121	105	119	98	100	100	102	102	102	99	104	106	102	114	122	114	129
Universitet/høgskole, kort	98	91	98	98	86	87	89	78	76	69	73	86	84	72	96	89	106
Universitet/høgskole, lang	103	73	77	64	67	79	77	54	73	71	73	69	77	80	81	70	77

¹ Spørreteknikken for tid brukt til radio og fjernsyn er endret fra 1999. Se vedlegg 1.

Figur 19. Andel som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag, 2014



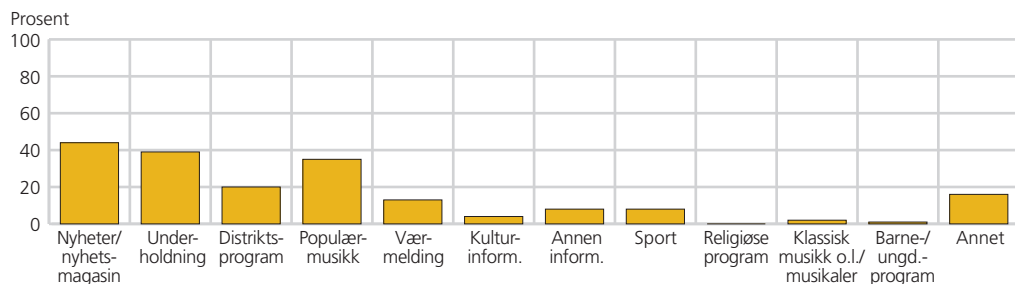
Tabell 26. Andel av befolkningen som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel, 2014. Prosent

	NRK P1	NRK P1+	NRK P2	NRK P3	NRK totalt	P4	Radio Norge	Lokal-radio	Andre kanaler	DAB-radio
1991	42		25	.	57	.	.	23	2	.
1992	38		24	.	50	.	.	23	1	.
1994	31		7	11	46	18	.	13	1	.
1996	27		5	10	38	21	.	13	1	.
1998	29		5	8	39	19	.	12	1	.
1999	29		5	8	39	21	.	13	2	.
2000	27		4	8	37	19	.	11	2	.
2001	28		5	7	37	18	.	12	2	.
2002	26		5	6	35	21	.	14	3	.
2004	29		4	5	37	16	6	11	2	.
2005	26		4	5	34	17	5	9	3	.
2006	24		4	6	33	17	5	10	3	.
2007	25		3	5	32	16	5	11	3	.
2008	26		5	7	36	13	3	8	6	.
2009	23		4	6	31	17	8	7	3	.
2010	23		4	7	32	18	8	8	4	.
2011	24		6	7	34	15	8	6	5	.
2012	26		5	9	39	16	8	6	4	13
2013	25		7	10	38	15	9	6	4	13
2014	23	2	6	12	38	19	11	5	5	19
Menn	24	1	7	13	39	21	11	5	6	19
Kvinner	22	3	5	11	37	17	11	5	5	20
9-15 år	6	1	4	7	17	11	8	4	4	15
16-24 år	9	0	2	21	31	17	9	5	9	13
25-44 år	13	0	5	19	35	23	15	5	7	17
45-66 år	37	2	9	6	45	23	13	5	4	23
67-79 år	48	11	9	0	59	9	2	5	3	31
Ungdomsskole	25	3	2	9	39	14	6	7	6	15
Videregående skole	23	2	4	13	37	23	13	5	6	20
Universitet/høgskole, kort	27	2	7	15	45	22	15	5	6	23
Universitet/høgskole, lang	29	2	16	12	50	17	7	4	6	19
Oslo/Akershus	20	2	8	10	36	17	8	3	7	15
Østlandet ellers	20	3	7	12	37	28	12	3	5	22
Agder/Rogaland	19	1	4	15	37	19	11	7	8	20
Vestlandet	26	2	6	12	40	14	14	6	4	20
Trøndelag	24	3	4	9	35	15	11	10	7	17
Nord-Norge	35	2	7	14	48	15	11	5	3	21

Tabell 27. Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2014

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lyttere
Alle	64	100	162
Kjønn			
Menn	65	107	169
Kvinner	62	94	154
Alder			
9-12 år	37	15	46
13-15 år	48	25	55
16-19 år	56	53	97
20-24 år	55	78	146
25-34 år	63	92	145
35-44 år	67	95	142
45-54 år	71	117	168
55-66 år	74	168	233
67-79 år	69	138	208
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	37	20	60
16-24 år	53	85	164
25-44 år	68	114	168
45-66 år	76	140	191
67-79 år	72	121	171
Kvinner			
9-15 år	46	19	44
16-24 år	57	47	82
25-44 år	62	73	117
45-66 år	69	142	210
67-79 år	65	155	250
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	68	81	120
Yrkesgruppe 3	68	92	136
Yrkesgruppe 4-5	66	88	136
Yrkesgruppe 6-9	79	192	249
Elever/studententer	49	41	85
Pensjonister	69	162	243
Hjemmearbeidende	62	95	152
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	60	106	181
Videregående skole	68	129	196
Universitet/høgskole, kort	70	106	151
Universitet/høgskole, lang	67	77	116
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	58	116	207
350 000-499 000	63	134	218
500 000-649 000	61	108	181
650 000-849 000	70	108	157
850 000-1 049 000	68	98	146
1 050 000 eller mer	65	76	120
Landsdel			
Oslo/Akershus	58	74	131
Østlandet ellers	69	110	164
Agder/Rogaland	64	105	168
Vestlandet	62	94	156
Trøndelag	66	121	185
Nord-Norge	64	125	196
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	57	73	129
Tettbygd 20 000-99 000	64	94	150
Tettbygd under 20 000	66	107	166
Spredtbygd	69	129	191
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	48	40	86
Enslige ellers 9-44 år	52	75	146
Enslige 45-79 år	67	161	243
Enslige forsørgere	72	120	175
Par med barn 0-6 år	71	93	131
Par med barn 7-17 år	69	100	147
Par 16-44 år uten barn	64	92	147
Par 45-79 år uten barn	72	146	209
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	61	115	192
2 husholdningsmedlemmer	69	136	203
3 husholdningsmedlemmer	63	88	141
4 husholdningsmedlemmer	67	78	118
5 husholdningsmedlemmer eller flere	54	66	126

Figur 20. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag. 2014



Tabell 28. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter radiokanaler 2014. Prosent

	Nyheter	Underholdning	Distriktsprogram	Populærmusikk	Værmelding	Kulturinformasjon	Annen informasjon	Sport	Religiøse program	Klassisk musikk o.l./musikaler	Barne-/ungdomsprogram	Annet
1991	58	42	41	26	27	4	13	7	5	7	7	12
1992	55	45	45	24	26	4	13	8	5	5	8	12
1994	55	46	39	32	30	5	10	9	5	4	3	16
1997	51	39	35	28	16	4	10	8	3	4	2	14
1998	52	44	37	26	16	3	7	7	3	4	2	14
2000	54	40	36	34	19	4	10	7	2	3	2	14
2001	56	42	41	35	18	5	10	6	2	3	2	13
2002	54	40	34	34	14	4	8	7	2	3	1	16
2003	59	38	38	34	23	5	10	6	3	5	2	12
2004	57	40	39	30	20	5	8	8	3	2	2	12
2005	53	45	37	32	16	4	9	8	2	4	1	10
2006	53	47	32	36	14	4	8	5	2	3	2	10
2007	55	41	33	30	16	6	11	8	2	3	1	12
2008	53	35	29	34	15	5	9	6	2	5	1	11
2009	59	40	27	40	17	5	9	6	1	3	1	16
2010	57	40	28	47	21	5	8	9	1	3	0	10
2011	59	37	28	40	17	6	7	6	1	3	1	18
2012	52	35	24	36	15	7	9	6	1	3	1	17
2013	47	35	26	34	16	6	9	9	1	3	2	21
2014	41	39	20	35	13	4	8	8	0	2	1	16
NRK P1	59	33	40	16	22	4	11	13	1	1	0	16
NRK P1+	36	34	9	41	20	5	9	2	0	13	0	21
NRK P2	64	9	16	9	19	20	42	2	0	6	0	16
NRK P3	15	46	3	39	2	2	4	1	0	2	1	17
P4	31	43	8	40	8	0	2	8	0	0	0	14
Radio Norge	27	46	6	46	6	0	1	7	0	0	0	14
Lokalradio	18	26	22	47	3	0	0	4	1	1	1	8

Tabell 29. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag, i ulike befolkningsgrupper. 2014. Prosent

	Ny- heter	Under- hold- ning	Dist- rikts- pro- gram	Popu- lær- mu- sikk	Vær- mel- ding	Kul- tur- infor- ma- sjon	Annen infor- ma- sjon	Sport	Reli- giøse pro- gram	Klas- sisk mu- sikk o.l./ musi- kaler	Barne-/ ung- doms- pro- gram	Annet
Menn	43	38	23	34	12	4	9	11	0	2	0	18
Kvinner	39	40	18	36	13	4	8	5	0	2	1	14
9-12 år	20	16	6	30	6	3	6	2	0	0	3	2
13-15 år	16	22	5	43	11	0	8	3	0	0	0	8
16-19 år	17	31	7	35	2	2	5	7	0	2	0	14
20-24 år	24	43	11	50	5	0	2	11	0	1	0	16
25-34 år	29	45	9	37	8	4	6	5	1	2	2	14
35-44 år	40	40	16	36	11	2	6	6	0	1	1	15
45-54 år	50	43	24	34	14	5	11	10	0	0	0	15
55-66 år	54	40	34	34	19	4	10	13	0	2	1	18
67-79 år	62	36	37	24	23	9	14	8	2	7	0	23
Menn												
9-15 år	18	27	9	38	9	0	9	6	0	0	0	9
16-24 år	25	43	12	35	5	1	5	13	0	3	0	24
25-44 år	41	43	16	38	10	4	5	7	1	1	1	16
45-66 år	50	37	30	30	18	4	13	15	0	1	0	17
67-79 år	59	25	39	26	14	7	12	10	1	4	0	21
Kvinner												
9-15 år	18	13	3	35	8	3	5	0	0	0	3	3
16-24 år	16	32	6	52	2	0	2	4	0	0	0	7
25-44 år	29	41	9	34	9	2	7	4	0	1	2	13
45-66 år	53	46	28	38	15	5	9	8	0	1	1	16
67-79 år	65	48	35	23	32	11	16	7	3	10	0	25
Yrkesgruppe 1-2	45	38	21	29	12	4	10	8	0	0	0	15
Yrkesgruppe 3	42	44	18	33	10	3	9	6	0	1	0	12
Yrkesgruppe 4-5	33	37	12	46	10	2	4	8	0	2	1	14
Yrkesgruppe 6-9	47	52	29	41	19	6	10	15	0	1	2	19
Elever/studenter	8	43	6	33	0	2	5	7	0	0	2	12
Pensjonister	59	35	34	29	20	7	13	8	2	6	0	21
Hjemmearbeidende	31	38	8	34	9	0	7	8	0	0	0	20
Ungdomsskole	40	38	23	31	15	5	8	8	1	2	0	19
Videregående skole	39	40	20	38	15	4	6	10	1	2	1	17
Universitet/høgskole, kort	44	43	23	35	10	3	10	7	1	2	1	14
Universitet/høgskole, lang	54	38	20	23	8	7	13	6	0	2	0	17
Tettbygd 100 000 eller flere	42	34	15	34	8	4	7	6	0	3	1	12
Tettbygd 20 000-99 000	42	41	19	36	12	5	10	9	0	3	0	11
Tettbygd under 20 000	39	39	22	38	11	2	6	7	1	2	1	18
Spredtbygd	45	41	25	32	19	6	12	10	1	1	0	20
Oslo/Akershus	43	39	16	30	11	5	8	6	1	3	1	15
Østlandet ellers	41	40	16	34	13	4	7	8	0	2	1	17
Agder/Rogaland	35	35	25	38	11	2	7	10	0	1	1	15
Vestlandet	41	36	20	36	9	5	9	5	0	3	0	19
Trøndelag	36	41	20	34	11	1	8	13	1	0	0	10
Nord-Norge	53	43	33	39	24	8	14	10	1	2	2	17

- **74 prosent ser på TV i løpet et døgn.**
- **Godt over 2 timer brukes på TV-seing per døgn.**
- **Høyest seerandel har eldre, de bruker også mest tid.**
- **Liten endring i seeropplutningen mellom kanalene.**
- **Størst opplutning om nyheter, TV-serier og sport.**

74 prosent av befolkningen så på TV en gjennomsnittsdag i 2014. Dette er det samme som i 2013. De siste åra har det vært en nedgang i andelen TV-seere. I 2010 var andelen 82 prosent. I gjennomsnitt brukte vi 2 timer og 12 minutter til TV-seing per døgn i 2014, det samme som året før. Tiden brukt til TV-seing blant seerne var på 3 timer og 1 minutt. Menn har i de seinere åra sett noe mer på TV enn kvinner. I 2014 var det ingen store forskjeller mellom menn og kvinner.

I alle aldersgrupper er det et stort flertall som ser på TV i løpet av en dag. Størst er andelen i aldersgruppen 67-79 år, med 91 prosent. Andelen er også stor for 13-15-åringene med 81 prosent. Størst nedgang har det vært i aldersgruppen 16-24 år. Det er den eldste delen av befolkningen som også bruker mest tid til TV. TV-seerne i gruppen 67-79 år bruker i gjennomsnitt 4 timer og 22 minutter per døgn, mens seerne i alderen 9-12 år bruker 1 time og 30 minutter. De med høy utdanning og de med høy husholdningsinntekt bruker mindre tid enn andre til TV-seing. Pensjonister bruker mer tid foran skjermen enn de som er i arbeid eller under utdanning.

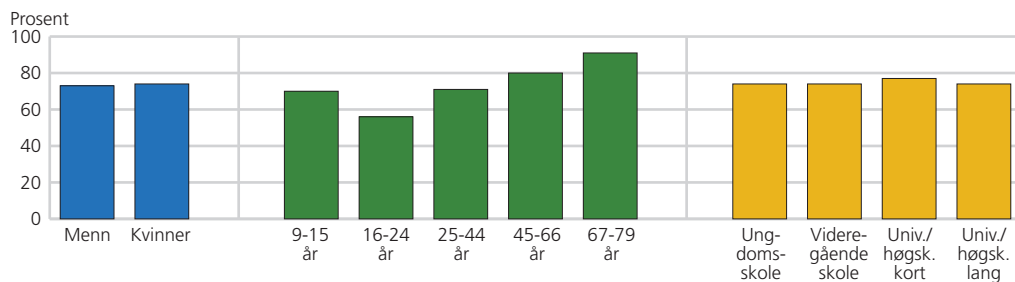
NRK1 hadde en daglig opplutning på 35 prosent av befolkningen i 2014, lavere enn året før. TV2 hadde en opplutning på 38 prosent i 2014, omtrent de samme som i 2013. TVNorges opplutning var på 14 prosent i 2014. TV3 hadde en opplutning på 6 prosent.

Det er nokså liten forskjell i kanalvalget mellom menn og kvinner. NRK1 og NRK2 har en overvekt av middelaldrende og eldre personer blant sine seere, mens TVNorge og TV3 har en klar overrepresentasjon av unge. TV 2 har en jevnere aldersmessig fordeling av sine seere, men de eldre er noe overrepresentert. NRK har en liten overvekt av personer med høy utdanning. TVNorge og TV3 har en overvekt av seere med lav utdanning. Kanalene har en ganske jevn opplutning i alle deler av landet.

Nyhetsendingene er de fjernsynsprogrammene flest får med seg i løpet av en dag, på samme måte som for radio. Dernest følger TV-serier, sport og underholdning. Nyheter ser man særlig når man ser på NRK1. NRK2 og TV 2 har også flest seere på sine nyhetsprogrammer. TVNorge og TV3 har særlig opplutning om TV-serier. Middelaldrende og eldre er spesielt opptatt av nyheter og debatter. TV-serier er særlig populært blant de unge. TV-serier blir helst sett av kvinner, særlig i aldersgruppen 16-24 år. Menn i alle aldersgrupper er de som foretrekker sportssendingene.

Tallene i denne statistikken gjelder TV-seing både på vanlig TV og på Internett (fra 2008), når programmene samtidig vises i de ordinære TV-sendinger. Tall for TV-seing på Internett, finnes i tabellene 43 og 44.

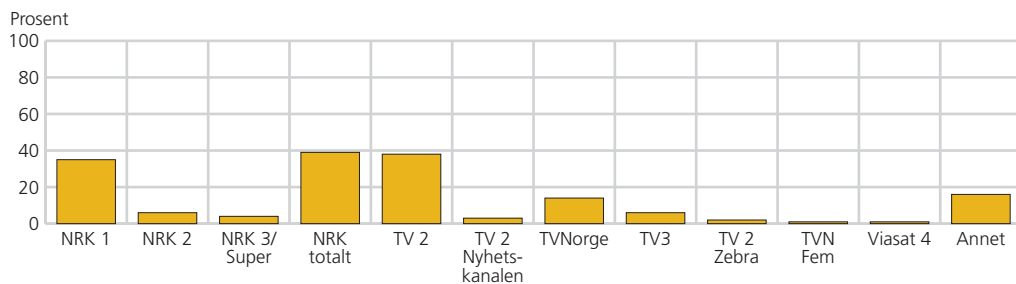
Figur 21. Andel fjernsynsseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014

Tabell 30. Andel fjernsynsseere og minutter¹ brukt til fjernsynsseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prosentandel fjernsynsseere totalt	81	80	82	82	83	82	85	83	83	82	80	80	82	81	77	74	74
Menn	82	81	84	83	85	81	87	82	83	83	81	80	83	81	76	76	73
Kvinner	81	78	81	81	81	82	83	83	82	81	80	81	81	81	77	73	74
9-15 år	83	89	93	88	92	90	93	86	90	87	88	86	82	89	83	82	70
16-24 år	74	71	74	82	81	81	85	82	81	81	77	75	79	74	67	60	56
25-44 år	80	76	80	77	81	78	82	79	81	77	76	78	80	76	71	70	71
45-66 år	82	83	84	83	82	81	84	84	81	84	82	81	84	83	80	79	80
67-79 år	90	86	88	90	86	86	86	86	86	88	85	86	90	91	88	86	91
Ungdomsskole	83	82	80	83	81	85	83	78	85	84	80	81	86	82	81	78	74
Videregående skole	81	78	82	82	82	81	85	85	80	82	80	80	85	82	74	74	74
Universitet/høgskole, kort	85	77	80	75	83	80	85	81	82	80	79	79	79	80	78	75	77
Universitet/høgskole, lang	75	74	79	79	84	76	82	79	83	78	77	76	75	77	75	71	74
Minutter til fjernsynsseing totalt	114	108	113	117	119	138	146	142	148	155	145	148	152	157	134	132	132
Menn	116	115	121	120	126	142	151	147	149	161	151	151	152	150	134	138	128
Kvinner	113	101	105	114	113	133	140	137	147	149	140	145	151	165	135	126	137
9-15 år	90	97	110	104	127	129	134	123	123	126	126	115	105	114	95	103	74
16-24 år	99	96	94	112	118	137	146	132	152	144	136	128	133	135	105	92	82
25-44 år	112	99	109	107	114	125	140	133	142	141	133	143	143	142	119	117	117
45-66 år	123	119	124	118	115	140	147	145	146	168	154	155	165	170	154	145	154
67-79 år	152	138	136	162	143	188	169	193	188	204	190	201	206	221	192	212	236
Ungdomsskole	137	126	115	136	129	156	153	153	178	181	177	171	173	178	168	151	154
Videregående skole	118	108	119	121	120	148	150	159	162	167	164	164	174	177	146	150	147
Universitet/høgskole, kort	107	102	116	112	121	138	161	126	134	153	122	138	144	152	136	122	137
Universitet/høgskole, lang	87	90	89	96	103	111	129	102	112	110	110	121	121	126	102	110	111

¹ Spørreteknikken for tid brukt til radio og fjernsyn er endret fra 1999. Se vedlegg 1. Tall for 2007 og 2008 er rettet siden forrige publisasjon.

Figur 22. Andel som ser på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag, 2014



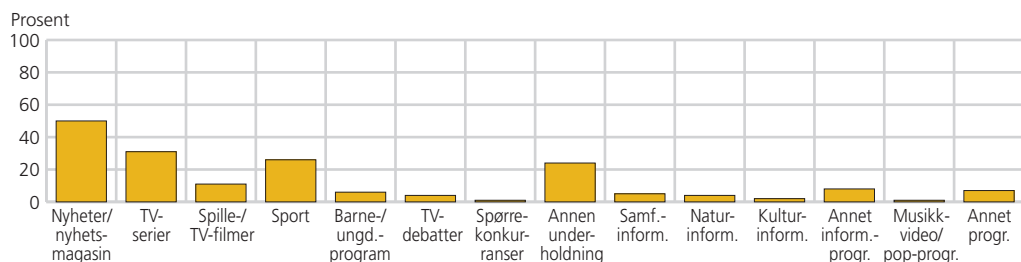
Tabell 31. Andel av befolkningen som har sett på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel, 2014. Prosent

	NRK 1	NRK 2	NRK 3 Super	NRK totalt	TV 2	TV 2 nyhetskanalen	TV-Norge	TV3	TV 2 Zebra	TVN Fem	Viasat 4	Andre kanaler
1991	.	.	.	74	.	.	9	7	.	.	.	8
1992	.	.	.	67	23	.	12	9	.	.	.	9
1994	.	.	.	58	42	.	12	7	.	.	.	7
1996	55	10	.	57	50	.	13	12	.	.	.	7
1998	53	8	.	55	50	.	16	12	.	.	.	9
1999	51	10	.	54	54	.	19	14	.	.	.	9
2000	50	9	.	53	51	.	15	14	.	.	.	10
2001	54	7	.	56	53	.	20	14	.	.	.	12
2002	52	7	.	54	56	.	18	13	.	.	.	12
2004	53	8	.	56	52	.	18	14	.	.	.	12
2005	51	8	.	54	50	.	19	13	.	.	.	13
2006	47	5	.	49	51	.	18	11	.	.	.	15
2007	47	5	1	48	49	2	19	12	.	.	.	17
2008	44	5	2	46	44	3	16	11	.	.	.	22
2009	43	6	4	46	41	3	13	11	.	.	.	23
2010	44	7	5	47	40	3	13	12	2	2	6	18
2011	45	7	6	49	40	3	14	11	2	1	4	20
2012	40	5	4	43	37	3	12	8	1	2	4	18
2013	40	7	5	43	36	2	13	8	1	1	1	18
2014	35	6	4	39	38	3	14	6	2	1	1	16
Menn	35	7	3	38	36	4	13	5	2	0	1	21
Kvinner	35	4	5	39	39	3	15	7	2	1	1	12
9-15 år	11	4	12	22	22	0	11	3	2	1	1	31
16-24 år	13	2	3	15	23	2	21	10	1	2	0	15
25-44 år	22	3	6	28	38	3	16	7	1	1	1	17
45-66 år	51	7	1	53	45	5	11	5	3	1	2	13
67-79 år	77	16	2	79	51	6	9	3	3	0	2	9
Ungdomsskole	34	5	3	37	37	6	18	8	2	0	0	17
Videregående skole	34	4	3	36	42	3	17	7	2	1	1	14
Universitet/høgskole, kort	43	7	3	46	44	4	12	7	2	1	2	14
Universitet/høgskole, lang	43	10	5	48	30	4	10	3	1	0	1	16
Oslo/Akershus	33	5	5	37	31	5	12	7	1	0	1	18
Østlandet ellers	39	5	3	42	43	3	14	6	3	1	1	17
Agder/Rogaland	26	3	6	32	38	2	14	6	2	1	1	14
Vestlandet	33	6	4	37	38	4	13	4	2	1	1	19
Trøndelag	41	5	5	46	41	3	15	5	1	1	0	11
Nord-Norge	37	12	4	42	38	2	20	9	1	0	2	13

Tabell 32. Andel som har sett på fjernsyn en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2014

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Seere
Alle	74	132	181
Kjønn			
Menn	73	128	176
Kvinner	74	137	186
Alder			
9-12 år	62	50	90
13-15 år	81	104	129
16-19 år	61	88	144
20-24 år	51	77	149
25-34 år	67	113	170
35-44 år	75	121	161
45-54 år	78	142	183
55-66 år	82	168	206
67-79 år	91	236	262
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	71	77	111
16-24 år	52	73	139
25-44 år	72	124	174
45-66 år	80	147	185
67-79 år	89	209	240
Kvinner			
9-15 år	69	71	111
16-24 år	60	92	154
25-44 år	71	110	156
45-66 år	80	162	204
67-79 år	93	261	283
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	76	117	154
Yrkesgruppe 3	71	120	168
Yrkesgruppe 4-5	73	132	182
Yrkesgruppe 6-9	72	123	170
Elever/studententer	57	90	160
Pensjonister	90	228	258
Hjemmearbeidende	57	133	235
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	74	154	210
Videregående skole	74	147	201
Universitet/høgskole, kort	77	137	178
Universitet/høgskole, lang	74	111	151
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	62	131	214
350 000-499 000	78	169	217
500 000-649 000	80	162	206
650 000-849 000	77	141	186
850 000-1 049 000	81	122	154
1 050 000 eller mer	72	103	143
Landsdel			
Oslo/Akershus	68	120	177
Østlandet ellers	79	149	193
Agder/Rogaland	69	136	199
Vestlandet	74	119	162
Trøndelag	79	137	177
Nord-Norge	75	128	170
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	69	110	162
Tettbygd 20 000-99 000	75	129	174
Tettbygd under 20 000	78	151	197
Spredtbygd	74	131	178
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	64	76	123
Enslige ellers 9-44 år	61	92	152
Enslige 45-79 år	81	184	229
Enslige forsørgere	71	159	223
Par med barn 0-6 år	72	110	155
Par med barn 7-17 år	78	132	171
Par 16-44 år uten barn	70	124	176
Par 45-79 år uten barn	86	191	226
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	69	135	197
2 husholdningsmedlemmer	82	177	219
3 husholdningsmedlemmer	74	120	163
4 husholdningsmedlemmer	72	107	151
5 husholdningsmedlemmer eller flere	68	95	142

Figur 23. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag. 2014



Tabell 33. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter fjernsynskanal 2014. Prosent

	Ny- he- ter	TV- se- rier	Spille-/ TV- filmer	Sport	Bar- ne-/ ung- doms- pro- gram	De- bat- ter	Spør- re- kon- kur- ran- ser	Annen under- hold- ning	Sam- funns- info	Nat- ur- info	Kul- tur- info	An- nen info	Pop- mu- sikk	An- net
1991	72	22	25	24	19	..	6	19	15	4	5	10	4	9
1992	67	19	21	24	17	..	9	31	12	4	4	9	4	10
1994	67	28	25	24	13	10	7	27	8	5	5	7	3	8
1998	66	33	22	28	9	8	2	20	6	4	2	5	3	8
1999	68	38	24	33	10	10	2	22	5	5	2	7	4	10
2000	67	38	21	31	10	8	6	18	6	5	2	6	3	8
2001	69	30	19	20	10	12	5	28	5	6	3	5	3	11
2002	67	32	21	26	8	12	3	26	5	5	2	6	4	10
2003	68	34	22	26	9	11	3	25	6	5	2	6	4	10
2004	68	34	17	30	8	12	4	24	7	5	2	7	4	10
2005	66	37	15	25	8	10	1	25	5	4	2	5	4	9
2006	62	38	15	24	10	9	2	25	7	4	2	7	4	8
2007	63	40	14	26	9	10	2	20	6	5	2	8	3	11
2008	58	35	14	24	9	6	1	17	6	6	2	8	2	10
2009	57	35	13	22	9	8	1	27	5	6	2	9	3	10
2010	55	35	13	31	8	2	1	22	5	5	2	7	2	9
2011	59	31	12	24	8	5	2	26	6	5	3	7	2	9
2012	54	29	11	20	7	5	1	22	7	6	3	6	1	7
2013	51	28	13	24	9	8	1	29	6	5	3	7	1	9
2014	50	31	11	26	6	4	1	24	5	4	2	8	1	7
NRK1	72	11	3	18	1	7	1	14	5	3	3	5	0	5
NRK2	49	8	5	7	0	24	0	10	16	7	9	30	0	5
NRK3/Super	14	15	17	0	25	2	0	13	9	0	8	14	0	7
TV2	45	21	5	29	1	1	0	21	2	1	0	2	0	5
TV Norge	4	54	9	2	0	1	0	26	1	0	1	4	0	4
TV 3	1	47	19	2	1	0	0	19	2	1	0	2	0	11

Tabell 34. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag i ulike befolkningsgrupper. 2014. Prosent

	Ny- he- ter	TV- se- rier	Spille-/ TV- filmer	Sport	Bar- ne-/ ung- doms- pro- gram	De- bat- ter	Spør- re- kon- kur- ranser	Annen under- hold- ning	Sam- funns- info	Na- tur- info	Kul- tur- info	An- nen info	Pop- mu- sikk	An- net
Menn	50	28	12	31	6	4	0	20	5	5	3	10	1	6
Kvinner	51	33	10	21	7	4	1	28	5	4	2	7	1	8
9-12 år	5	24	8	14	44	2	0	15	5	0	4	5	0	1
13-15 år	19	36	6	32	8	5	0	26	6	2	8	11	2	11
16-19 år	25	50	7	28	3	1	0	26	3	2	0	3	0	3
20-24 år	27	51	14	16	3	5	0	28	4	5	0	9	0	12
25-34 år	33	37	14	28	8	2	0	27	6	4	3	11	0	5
35-44 år	48	28	12	22	9	3	1	25	4	5	0	9	2	5
45-54 år	60	30	11	23	2	0	1	21	3	4	3	7	1	7
55-66 år	75	23	11	25	1	7	1	21	5	7	2	8	0	8
67-79 år	79	23	10	35	0	8	2	27	8	6	4	9	1	9
Menn														
9-15 år	11	31	13	32	27	3	0	14	6	2	8	13	0	6
16-24 år	27	49	13	35	2	4	0	18	4	0	0	8	0	8
25-44 år	41	31	14	31	7	3	0	24	5	5	2	11	2	4
45-66 år	67	22	10	25	1	5	0	18	4	7	2	10	0	7
67-79 år	81	17	11	39	1	6	2	20	9	5	6	11	1	8
Kvinner														
9-15 år	13	29	1	13	24	3	0	26	5	0	3	3	2	7
16-24 år	25	52	8	9	4	3	0	36	3	7	0	4	0	7
25-44 år	43	32	12	19	10	3	1	28	4	4	1	9	0	6
45-66 år	67	31	12	23	2	3	2	24	4	4	2	6	1	8
67-79 år	78	29	10	31	0	9	2	33	8	7	3	7	1	11
Yrkesgruppe 1-2	59	25	13	27	7	3	1	23	6	2	2	9	0	6
Yrkesgruppe 3	49	31	11	23	8	4	2	23	6	5	3	8	1	8
Yrkesgruppe 4-5	47	36	10	17	3	4	1	24	4	7	1	7	1	7
Yrkesgruppe 6-9	51	36	12	27	1	4	0	21	2	5	1	11	1	9
Elever/student	31	50	10	33	7	3	0	24	3	2	0	9	0	9
Pensjonister	76	25	12	31	0	7	1	25	7	7	4	8	1	7
Hjemmearbeidende	55	36	9	42	6	0	0	27	0	0	0	13	0	5
Ungdomsskole	51	38	9	28	3	3	1	28	4	6	1	7	1	8
Videregående skole	51	32	13	26	2	4	1	25	3	5	2	8	1	7
Universitet/høgskole, kort	61	29	11	27	5	3	1	23	5	5	3	10	1	8
Universitet/høgskole, lang	57	23	11	25	8	5	1	22	8	4	2	9	0	4
Tettbygd 100 000 el. fl.	54	31	14	26	7	3	0	21	5	3	1	8	0	5
Tettbygd 20 000-99 000	49	29	7	26	8	3	0	27	6	3	3	12	0	7
Tettbygd under 20 000	50	33	12	25	6	4	1	23	3	8	3	8	1	7
Spredtbygd	53	30	13	28	3	6	1	24	6	4	2	7	1	7
Oslo/Akershus	52	32	12	21	8	5	1	25	5	3	1	7	1	7
Østlandet ellers	52	28	9	27	6	2	0	23	4	4	2	9	1	7
Agder/Rogaland	44	35	11	27	8	2	0	27	3	6	3	7	0	6
Vestlandet	50	29	13	27	5	4	1	22	6	7	3	8	0	8
Trøndelag	53	28	8	26	5	4	1	24	5	1	3	7	1	8
Nord-Norge	50	34	14	26	4	8	2	25	8	6	4	12	1	6

- **75 prosent bruker PC hjemme i løpet av et døgn.**
- **Ingen økning fra året før verken for menn eller kvinner.**
- **Minst bruk blant eldre kvinner.**
- **Hjemme-PC-bruk hører sammen med høy utdanning.**
- **Mest tid brukes til hjemme-PC i de store byene.**
- **Hjemme-PC-en brukes mest til underholdning.**

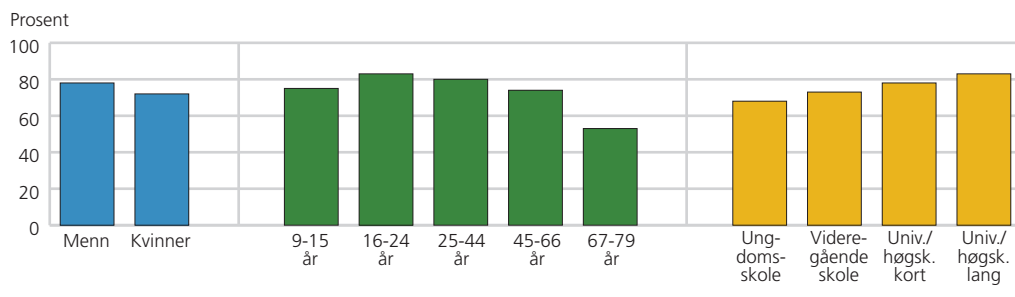
I 2014 var det 75 prosent av befolkningen som brukte hjemme-PC en gjennomsnittsdag, det samme som i 2013. Vi brukte i gjennomsnitt 1 time og 50 minutter på PC-en hjemme per døgn, omtrent det samme som året før. De som brukte PC hjemme, brukte 2 timer og 30 minutter på dette i løpet av dagen.

Tidligere har menn brukt slikt utstyr hjemme i større grad enn kvinner. Denne forskjellen er fremdeles til stede. I 2014 brukte 78 prosent av mennene og 72 prosent av kvinnene PC hjemme en gjennomsnittsdag. Blant menn har det vært en liten økning i tid bruk til hjemme-PC siste året, blant kvinner har det vært en nedgang. Det er personer i alderen 16-19 år som i størst grad bruker hjemme-PC i løpet av en dag, med en brukerandel på 85 prosent. Personer med høy utdanning og de med høy husholdningsinntekt bruker hjemme-PC i større grad enn andre. Det brukes noe mer tid på hjemme-PC blant dem som bor i de store byene enn blant dem som bor i spredtbygde strøk.

Hjemme-PC-en brukes nå mest til underholdning og som praktisk hjelpemiddel til hjem eller fritid. Dernest er den mye brukt til daglig arbeid og spill. Det er i særlig grad barn og unge PC-brukere som bruker hjemme-PC i forbindelse med spill, underholdning og utdanning. Personer med høy utdanning bruker mest PC hjemme i forbindelse med arbeid og som hjelpemiddel til hjem og fritid. De med lav utdanning bruker den heller til underholdning, spill og utdanning. De mannlige brukerne bruker i noe større grad enn kvinner hjemme-PC-en i forbindelse med arbeid. Ellers er det liten forskjell mellom menn og kvinner i hva PC brukes til hjemme.

Statistikken over hjemme-PC (Personal Computer) omfatter PC og annen type hjemmedatamaskin. Fra og med 2013 er også nettbrett og smarttelefon inkludert.

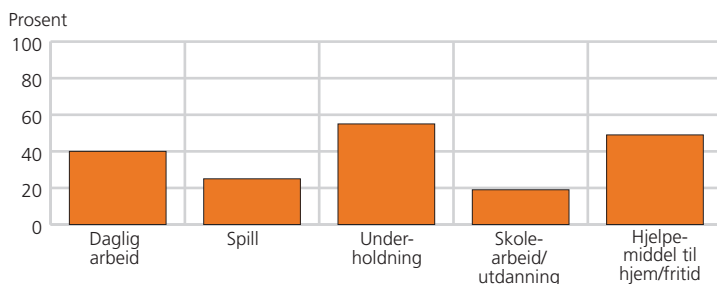
Figur 24. Andel som bruker hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014



Tabell 35. Andel som har brukt hjemme-PC og minutter brukt til hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prosentandel hjemme-PC-brukere totalt	11	12	17	25	31	36	51	56	59	65	68	70	70	75	75
Menn	16	17	22	30	36	42	57	63	62	70	72	71	72	76	78
Kvinner	6	7	11	20	25	30	45	50	55	60	64	68	68	73	72
9-15 år	17	24	32	40	40	48	56	71	65	70	66	75	68	71	75
16-24 år	14	16	22	31	39	52	72	75	76	80	83	84	79	81	83
25-44 år	12	12	20	28	36	39	60	63	68	74	78	78	78	81	80
45-66 år	7	9	9	20	26	30	41	48	51	57	62	64	67	77	74
67-79 år	0	1	2	6	4	10	16	21	25	35	40	43	48	49	53
Ungdomsskole	5	6	8	17	17	22	38	40	45	50	53	59	63	65	68
Videregående skole	9	9	13	19	28	34	49	54	55	62	67	68	66	73	73
Universitet/høgskole, kort	11	16	21	26	33	41	58	61	68	72	74	76	76	80	78
Universitet/høgskole, lang	16	19	22	35	43	48	60	67	68	75	77	76	80	84	83
Minutter til hjemme-PC- bruk totalt	10	11	13	21	27	34	50	58	59	69	76	79	88	111	110
Menn	15	17	18	28	38	45	64	68	68	78	86	88	96	117	125
Kvinner	6	5	7	14	16	23	36	48	50	59	66	70	81	104	95
9-15 år	13	17	18	25	24	30	48	74	57	64	62	75	62	73	75
16-24 år	11	14	21	28	40	64	95	108	102	130	138	141	145	170	167
25-44 år	13	13	15	26	32	40	59	63	72	83	93	96	113	139	132
45-66 år	9	8	8	15	26	22	32	40	41	45	54	55	68	99	99
67-79 år	0	2	2	4	2	5	10	12	18	21	29	31	38	29	39
Ungdomsskole	6	4	6	15	14	23	46	42	55	66	69	74	85	106	106
Videregående skole	9	10	11	17	25	31	45	55	54	65	78	81	80	113	102
Universitet/høgskole, kort	12	11	25	19	36	46	55	61	67	78	81	74	107	118	127
Universitet/høgskole, lang	17	19	17	30	41	43	62	68	67	69	85	94	108	131	143

Figur 25. Andel hjemme-PC-brukere som har brukt den til ulike formål en gjennomsnittsdag. 2014



Tabell 36. Andel hjemme-PC-brukere som har brukt den til ulike formål en gjennomsnittsdag 1994-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent

	Daglig arbeid	Spill	Underholdning	Skolearbeid/utdanning	Til hjem/fritid
1994	45	..	36	22	20
1996	35	..	46	23	33
1998	26	..	42	14	39
1999	28	..	42	15	37
2000	28	..	34	17	44
2001	25	..	31	15	45
2002	27	..	34	17	51
2003	27	..	31	18	52
2004	23	..	33	18	52
2005	29	17	25	18	49
2006	27	17	24	16	47
2007	23	17	30	17	50
2008	30	15	34	18	54
2009	26	18	39	18	53
2010	26	14	43	16	58
2011	26	17	45	19	59
2012	32	17	46	21	55
2013	40	24	52	21	55
2014	40	25	55	19	49
Menn	44	29	54	18	48
Kvinner	37	21	55	21	50
9-15 år	0	61	75	39	22
16-24 år	28	34	78	52	51
25-44 år	55	20	60	15	52
45-66 år	54	15	37	5	56
67-79 år	12	18	22	1	47
Ungdomsskole	23	34	58	35	42
Videregående skole	41	22	54	16	51
Universitet/høgskole, kort	57	16	49	11	57
Universitet/høgskole, lang	60	13	49	13	59
Oslo/Akershus	45	25	55	21	48
Østlandet ellers	44	23	48	16	46
Agder/Rogaland	37	22	56	21	52
Vestlandet	34	27	58	19	50
Trøndelag	38	25	56	20	50
Nord-Norge	40	34	64	21	52

Tabell 37. Andel som har brukt hjemme-PC en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2014

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Brukere
Alle	75	110	150
Kjønn			
Menn	78	125	163
Kvinner	72	95	135
Alder			
9-12 år	69	45	71
13-15 år	82	115	146
16-19 år	85	164	194
20-24 år	80	170	216
25-34 år	80	131	165
35-44 år	80	133	166
45-54 år	79	118	154
55-66 år	69	80	116
67-79 år	53	39	75
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	81	99	131
16-24 år	84	192	229
25-44 år	82	141	172
45-66 år	77	116	153
67-79 år	57	42	76
Kvinner			
9-15 år	69	52	82
16-24 år	81	140	177
25-44 år	78	122	159
45-66 år	71	84	120
67-79 år	50	36	73
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	82	164	200
Yrkesgruppe 3	81	129	160
Yrkesgruppe 4-5	80	99	126
Yrkesgruppe 6-9	75	88	121
Elever/studententer	84	182	218
Pensjonister	56	43	79
Hjemmearbeidende	64	109	171
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	68	106	157
Videregående skole	73	102	142
Universitet/høgskole, kort	78	127	164
Universitet/høgskole, lang	83	143	173
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	71	122	172
350 000-499 000	70	92	135
500 000-649 000	73	104	149
650 000-849 000	76	100	133
850 000-1 049 000	79	106	136
1 050 000 eller mer	81	132	163
Landsdel			
Oslo/Akershus	79	134	173
Østlandet ellers	73	95	134
Agder/Rogaland	73	110	154
Vestlandet	74	96	131
Trøndelag	70	97	141
Nord-Norge	80	133	168
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	76	141	187
Tettbygd 20 000-99 000	77	116	154
Tettbygd under 20 000	75	99	134
Spredtbygd	73	89	125
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	80	115	149
Enslige ellers 9-44 år	78	170	223
Enslige 45-79 år	60	66	113
Enslige forsørgere	82	123	157
Par med barn 0-6 år	80	109	139
Par med barn 7-17 år	79	129	165
Par 16-44 år uten barn	81	146	180
Par 45-79 år uten barn	67	70	106
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	69	124	182
2 husholdningsmedlemmer	71	89	127
3 husholdningsmedlemmer	77	121	162
4 husholdningsmedlemmer	82	122	153
5 husholdningsmedlemmer eller flere	76	111	146

- **88 prosent bruker Internett i løpet av et døgn.**
- **Unge og yngre voksne er de største brukerne.**
- **Internettbruk hører sammen med høy utdanning.**
- **Internett er fremdeles mest brukt av menn.**
- **Tre av fire nettbrukere leser nyheter på nettet i løpet av et døgn.**
- **En større andel leser avisenes nettsider enn papiraviser.**

88 prosent av befolkningen i alderen 9-79 år brukte Internett en gjennomsnittsdag i 2014. I 2013 var andelen 85 prosent. Vi brukte i gjennomsnitt 2 timer på Internett per døgn i 2014. Det er 2 timer og 24 minutter blant dem som brukte Internett i løpet av et døgn. Dette er omtrent det samme som året før. Menn er fremdeles de mest aktive på dette feltet. Brukerandelen er nokså lik mellom gutter og jenter, men gutter bruker mer tid på det enn jenter gjør. Blant de godt voksne er menn de mest aktive. Det er personer i aldersgruppen 20-24 år som bruker mest tid på Internett i løpet av et døgn, med 3 timer og 30 minutter i gjennomsnitt.

Andelen Internett-brukere er størst blant personer med høy utdanning og høy husholdningsinntekt. Det samme gjelder bedriftsledere og personer i akademiske yrker samt elever/studenter. Internett brukes minst av personer som er bosatt i spredtbygde strøk. De som bruker Internett i løpet av en dag bruker det mest til å lese nyheter (75 prosent), sende eller motta e-post (63 prosent) og facebook (64 prosent). 61 prosent leser nyheter fra avisenes nettsider. 47 prosent henter inn fakta eller bakgrunnsstoff. En like stor andel bruker Internett til å se på film, TV eller videoklipp. 40 prosent bruker Internett til banktjenester. 19 prosent spiller Internett-spill.

Mannlige Internett-brukere bruker nettet mer enn kvinner til å lese nyheter, se på film, TV og videoklipp, hente inn fakta og bak-

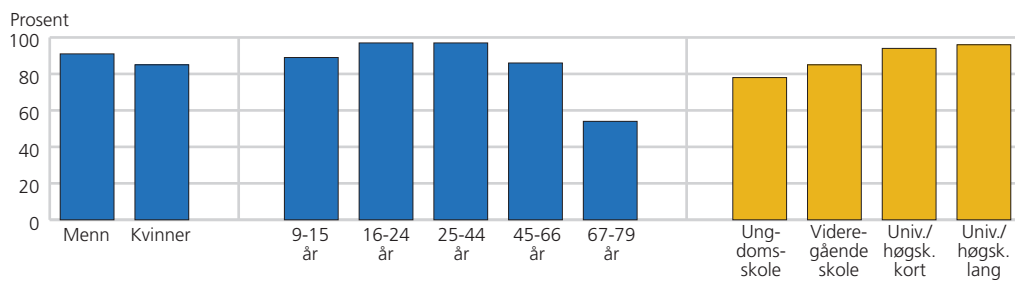
grunnsstoff, til spill og å telefonere. Kvinner på sin side bruker Internett mer enn menn til facebook og å lese blogger. Mens voksne er de som helst bruker banktjenester og e-post, er barn og unge de mest aktive brukere av chatting, blogg, spill, film/TV/videoklipp og sosiale medier.

Internett-brukere med lang utdanning er de mest aktive brukerne av e-post, faktainformasjon, bestille reisebilletter og lese nyheter fra andre kilder enn papiravisenes nettsider. Bruk av Internett til spill, chatting og å se film/TV/videoklipp er mest tiltrekkende for nettbrukere med kort utdanning. Forskjellig bruk av Internett er nokså jevnt fordelt i ulike deler av landet.

I forhold til de tradisjonelle papir- og etermediene, er det særlig avistilbudet hvor Internett har hatt sterk gjennomslagskraft. Det er en større andel som leser avisenes nyheter på nettet enn som leser papiraviser (54 mot 49 prosent). Andelen avislesere totalt, medregnet både papir og nett, ligger noe lavere nå enn papiravisene alene for noen år siden. Det er særlig unge og yngre voksne, samt personer med høy utdanning som bruker avisenes netttutgaver. Radio, TV og bøker via nettet har foreløpig i liten grad gitt de tradisjonelle tilbudene konkurranse. Særlig gjelder dette nett-TV og elektroniske bøker.

Statistikken over Internettbruk gjelder bruk både i hjemmet, på arbeid, på skole og andre steder.

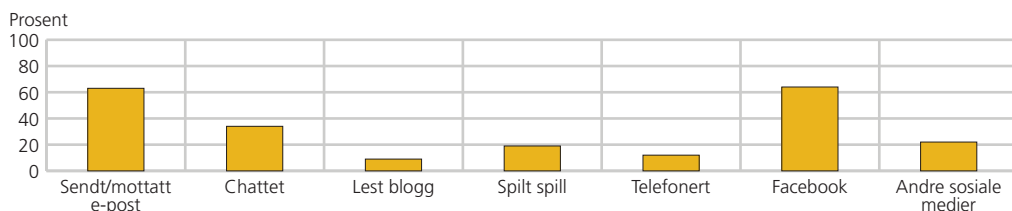
Figur 26. Andel som bruker Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014



Tabell 38. Andel som har brukt Internett og minutter brukt til Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1997	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prosentandel totalt	7	10	27	35	44	60	66	71	73	77	80	80	85	88
Menn	10	14	33	40	51	67	73	75	78	81	84	84	87	91
Kvinner	3	7	21	30	38	54	58	67	67	73	75	77	83	85
9-15 år	4	8	23	23	36	56	75	74	66	72	83	78	87	89
16-24 år	10	16	38	46	59	80	83	87	89	93	92	93	95	97
25-44 år	9	14	34	47	55	73	77	82	87	89	90	93	96	97
45-66 år	5	8	21	30	40	53	59	65	67	72	77	76	84	86
67-79 år	0	1	4	5	9	17	21	29	38	44	45	50	52	54
Ungdomsskole	3	5	15	20	28	43	43	52	53	58	65	69	73	78
Videregående skole	5	8	22	32	42	57	63	68	71	77	77	78	83	85
Universitet/høgskole, kort	11	18	34	42	60	72	76	79	84	87	87	88	92	94
Universitet/høgskole, lang	14	20	43	57	65	78	84	86	88	86	89	93	94	96
Minutter totalt	18	22	33	53	62	65	73	85	86	95	112	120
Menn	23	28	40	66	74	76	82	97	101	108	119	136
Kvinner	11	16	25	40	49	54	64	73	70	82	105	105
9-15 år	10	10	21	45	72	61	60	66	75	80	102	102
16-24 år	32	38	52	89	104	104	128	162	150	163	196	204
25-44 år	23	29	43	71	78	88	97	104	108	122	134	143
45-66 år	11	16	25	34	39	43	49	59	62	67	88	95
67-79 år	1	2	3	10	12	17	19	25	29	33	28	35
Ungdomsskole	12	15	20	45	39	57	60	84	74	92	114	120
Videregående skole	16	21	27	49	58	59	75	85	85	90	117	116
Universitet/høgskole, kort	17	24	53	63	66	73	84	94	91	104	109	128
Universitet/høgskole, lang	28	33	55	70	90	86	76	86	106	114	118	136

Figur 27. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tilbud en gjennomsnittsdag 2014

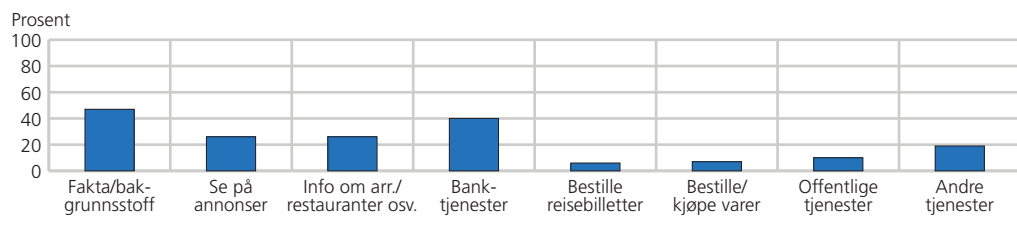


Tabell 39. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tilbud en gjennomsnittsdag 2003-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2014. Prosent

	Sendt/ mottatt E-post	Chattet	Lest blogg	Spilt spill	Telefonert	Facebook	Andre sosiale medier ¹
2003	65
2004	63
2005	65
2006	62
2007	62	14	13
2008	62	11	26
2009	62	14	39
2010	64	12	47
2011	64	15	51
2012	63	28	12	14	12	57	12
2013	66	31	11	18	12	62	19
2014	63	34	9	19	12	64	22
Menn	65	33	5	23	16	58	21
Kvinner	61	36	14	15	8	71	22
9-15 år	18	53	12	52	26	45	40
16-24 år	59	72	17	28	19	90	39
25-44 år	74	32	10	15	9	74	22
45-66 år	70	17	5	10	9	53	11
67-79 år	59	6	4	11	7	30	3
Ungdomsskole	46	51	13	24	15	71	28
Videregående skole	63	32	7	16	8	68	15
Universitet/høgskole, kort	80	27	9	12	10	67	20
Universitet/høgskole, lang	85	24	12	11	15	60	25
Oslo/Akershus	66	33	11	17	14	64	25
Østlandet ellers	62	29	8	18	11	64	17
Agder/Rogaland	61	36	8	21	11	66	25
Vestlandet	61	38	10	21	12	61	22
Trøndelag	64	35	11	16	9	64	25
Nord-Norge	67	42	8	25	16	69	20

¹ Tall for sosiale medier gjelder fra september 2007.

Figur 28. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tjenester en gjennomsnittsdag 2014



Tabell 40. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tjenester en gjennomsnittsdag 2001-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2014. Prosent

	Fakta/ bak- grunns- stoff	Se på annonser	Info om arr./ restau- ranter osv.	Bank- tjenester	Bestille reise- billetter	Bestille/ kjøpe varer	Offent- lige tjenester	Andre tjenester
2001	29	11	6
2002	28	16	8
2004	32	19	9
2006	33	24	13
2008	32	24	16
2009	36	28	18
2010	36	30	22
2011	38	31	22
2012	44	24	22	36	5	5	7	15
2013	49	27	25	39	6	9	9	16
2014	47	26	26	40	6	7	10	19
Menn	51	30	28	38	6	8	9	19
Kvinner	44	22	24	42	5	5	10	19
9-15 år	28	15	6	1	1	2	4	16
16-24 år	48	25	28	41	6	9	13	24
25-44 år	52	32	32	44	6	9	10	21
45-66 år	50	26	25	48	7	5	11	17
67-79 år	41	15	24	49	4	4	8	9
Ungdomsskole	39	30	23	32	5	6	8	19
Videregående skole	43	29	26	45	4	6	11	18
Universitet/høgskole, kort	54	24	33	49	8	8	10	22
Universitet/høgskole, lang	68	23	35	49	9	9	12	20
Oslo/Akershus	51	24	30	39	7	6	11	15
Østlandet ellers	46	26	24	42	4	6	9	20
Agder/Rogaland	46	24	22	32	5	8	7	21
Vestlandet	45	27	27	43	6	8	10	20
Trøndelag	49	26	25	42	4	4	7	17
Nord-Norge	46	30	29	43	8	10	14	26

Figur 29. Andel Internettbrukere som har brukt Internett til ulike typer mediebruk en gjennomsnittsdag 2014



Tabell 41. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer mediebruk en gjennomsnittsdag 2001-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2014. Prosent

	Hørt radio	Sett film, TV, videoklipp	Lest blader	Lest nyheter totalt	Nyheter fra papiraviser	Nyheter fra andre kilder
2001	41	30	24
2002	44	34	26
2004	5	52	44	29
2005	5	54	48	30
2006	4	60	51	37
2007	4	20	..	61	51	37
2008	5	22	..	59	50	38
2009	6	27	..	67	55	43
2010	6	28	..	66	56	45
2011	7	32	..	72	60	49
2012	8	35	14	73	61	46
2013	6	42	15	74	61	52
2014	5	47	16	75	61	49
Menn	6	53	18	77	64	55
Kvinner	4	41	14	72	59	44
9-15 år	3	72	6	33	22	12
16-24 år	4	74	19	80	72	45
25-44 år	6	51	21	84	70	58
45-66 år	5	25	14	78	62	54
67-79 år	2	15	11	72	51	56
Ungdomsskole	4	57	15	72	58	42
Videregående skole	5	43	15	79	65	52
Universitet/høgskole, kort	7	39	21	82	67	60
Universitet/høgskole, lang	5	42	19	86	75	61
Oslo/Akershus	5	50	19	75	68	43
Østlandet ellers	6	42	14	74	61	44
Agder/Rogaland	4	48	16	74	61	50
Vestlandet	5	47	13	75	55	57
Trøndelag	6	40	13	76	58	60
Nord-Norge	4	56	23	76	60	53

Tabell 42. Andel som har brukt Internett en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2014

	Prosentandel	Minutter	
		Alle	Brukere
Alle	88	120	144
Kjønn			
Menn	91	136	157
Kvinner	85	105	130
Alder			
9-12 år	83	59	78
13-15 år	96	158	178
16-19 år	97	197	213
20-24 år	97	210	227
25-34 år	97	154	164
35-44 år	97	133	144
45-54 år	92	111	127
55-66 år	80	79	104
67-79 år	54	35	65
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	91	128	155
16-24 år	96	221	241
25-44 år	98	157	165
45-66 år	90	110	128
67-79 år	63	40	64
Kvinner			
9-15 år	86	78	98
16-24 år	97	185	199
25-44 år	96	129	141
45-66 år	82	81	104
67-79 år	46	30	66
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	96	148	161
Yrkesgruppe 3	97	126	134
Yrkesgruppe 4-5	92	122	139
Yrkesgruppe 6-9	90	121	140
Elever/studenter	99	207	215
Pensjonister	60	42	73
Hjemmearbeidende	86	127	152
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	78	120	163
Videregående skole	85	116	144
Universitet/høgskole, kort	94	128	140
Universitet/høgskole, lang	96	136	146
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	81	133	171
350 000-499 000	80	95	121
500 000-649 000	86	126	156
650 000-849 000	90	107	125
850 000-1 049 000	94	112	122
1 050 000 eller mer	97	134	145
Landsdel			
Oslo/Akershus	93	140	157
Østlandet ellers	85	106	130
Agder/Rogaland	87	127	156
Vestlandet	84	109	135
Trøndelag	92	116	132
Nord-Norge	85	128	156
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	94	154	169
Tettbygd 20 000-99 000	90	120	143
Tettbygd under 20 000	87	109	131
Spredtbygd	82	103	129
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	93	144	167
Enslige ellers 9-44 år	97	192	207
Enslige 45-79 år	68	77	120
Enslige forsørgere	97	141	151
Par med barn 0-6 år	98	132	139
Par med barn 7-17 år	94	117	132
Par 16-44 år uten barn	95	167	180
Par 45-79 år uten barn	73	61	86
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	82	135	172
2 husholdningsmedlemmer	80	96	125
3 husholdningsmedlemmer	92	128	148
4 husholdningsmedlemmer	96	137	148
5 husholdningsmedlemmer eller flere	93	122	139

Tabell 43. **Andel som har brukt aviser, radio, TV og bøker en gjennomsnittsdag, som tradisjonelt medium, som internettmedium og som tradisjonelt/nettmedium totalt. Prosent**

	Aviser			Radio			TV			Bøker		
	Papir-avis	Nett-avis	Avis totalt	Vanlig radio	Nett-radio ¹	Radio totalt	Vanlig TV	Nett-TV ²	TV totalt	Papir-bok	Elektro-nisk bok	Bok totalt
2002	77	12	79	58	85	.	.	23	.	.
2003	77	17	80	58	84	.	.	23	.	.
2004	75	19	79	56	2	58	83	.	.	23	.	.
2005	74	27	81	53	3	55	85	.	.	25	.	.
2006	74	31	82	52	2	54	83	.	.	24	.	.
2007	72	34	81	52	3	53	82	.	.	23
2008	68	35	77	51	4	54	80	0	80	23
2009	65	40	78	50	4	53	80	1	80	27
2010	64	43	80	52	5	56	82	1	82	24	1	25
2011	63	48	79	51	6	55	81	1	81	27	2	28
2012	55	49	77	55	6	60	76	1	77	25	1	26
2013	51	52	76	55	6	59	73	2	74	25	2	26
2014	49	54	75	59	5	64	72	3	74	25	2	26

¹ Lytting på program via Internett som samtidig sendes på radiokanalene.

² Seing på program via Internett som samtidig sendes på TV-kanalene.

Tabell 44. Andel som har brukt aviser, radio, TV og bøker en gjennomsnittsdag, som tradisjonelt medium, som internettmedium og som tradisjonelt/nettmedium totalt, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landssdel. 2014. Prosent

	Aviser			Radio			TV			Bøker		
	Papir-avis	Nett-avis	Avis totalt	Vanlig radio	Nett-radio ¹	Radio totalt	Vanlig TV	Nett-TV ²	TV totalt	Papir-bok	Elektronisk bok	Bok totalt
Alle	49	54	75	59	5	64	72	3	74	25	2	26
Menn	47	58	75	61	5	65	70	4	73	18	2	20
Kvinner	50	50	75	57	4	62	73	2	74	31	1	32
9-12 år	13	8	18	³ 34	3	37	58	7	62	53	2	54
13-15 år	18	35	41	³ 45	3	48	79	3	81	23	4	26
16-19 år	27	68	71	49	6	56	60	1	61	21	3	23
20-24 år	26	71	78	53	3	55	48	4	51	15	2	17
25-44 år	40	68	80	60	7	65	69	4	71	20	2	22
45-66 år	68	53	83	69	5	72	78	2	80	24	1	25
67-79 år	82	27	86	69	1	69	91	1	91	33	0	33
Menn												
9-15 år	12	26	30	³ 33	4	37	68	6	71	34	3	36
16-24 år	26	66	71	51	2	53	49	3	52	14	3	16
25-44 år	38	72	80	63	8	68	68	5	72	16	3	18
45-66 år	67	58	83	72	6	76	77	3	80	14	2	16
67-79 år	86	36	91	72	2	72	89	1	89	25	0	25
Kvinner												
9-15 år	18	14	26	³ 44	1	46	66	5	69	46	2	47
16-24 år	26	74	79	51	6	57	59	2	60	22	2	23
25-44 år	42	65	80	57	5	62	69	2	71	24	2	26
45-66 år	70	49	83	65	4	69	79	1	80	33	0	33
67-79 år	78	20	81	65	0	65	93	1	93	41	0	41
Yrkesgruppe 1-2	62	70	87	62	7	68	73	4	76	29	2	31
Yrkesgruppe 3	50	73	88	63	5	68	69	3	71	26	1	26
Yrkesgruppe 4-5	51	59	81	62	3	66	71	3	73	23	1	23
Yrkesgruppe 6-9	45	56	77	77	5	79	71	2	72	9	3	11
Elever/studententer	24	71	74	43	7	49	54	3	57	22	2	24
Pensjonister	75	30	81	68	2	69	89	1	90	30	1	30
Hjemmearbeidende	25	46	63	57	3	62	57	0	57	17	0	17
Ungdomsskole	48	45	74	57	3	60	74	1	74	20	1	21
Videregående skole	49	55	79	64	4	68	72	2	74	18	2	19
Universitet/høgskole, kort	56	63	85	65	7	70	76	3	77	27	2	28
Universitet/høgskole, lang	66	72	90	62	5	67	70	5	74	34	2	35
Tettbygd 100 000 el. fl.	45	60	77	51	5	57	67	3	69	30	3	32
Tettbygd 20 000-99 000	51	59	77	61	5	64	72	3	75	22	1	23
Tettbygd under 20 000	51	53	76	61	5	66	76	3	78	25	2	27
Spredtbygd	49	48	74	66	3	69	73	2	74	21	1	23
Oslo/Akershus	42	63	77	53	5	58	66	3	68	28	3	30
Østlandet ellers	53	52	77	65	5	69	77	2	79	23	1	25
Agder/Rogaland	45	54	73	59	4	64	68	3	69	19	1	20
Vestlandet	49	46	70	56	4	62	73	2	74	28	1	28
Trøndelag	54	54	79	62	6	66	77	3	79	25	2	26
Nord-Norge	50	51	76	61	3	64	70	6	75	23	2	24

¹ Lytting på program via Internett som samtidig sendes på radiokanalene.

² Seing på program via Internett som samtidig sendes på TV-kanalene.

³ Tallet er rettet 30. april 2015.

- **Kinobesøk ned: 69 prosent går på kino i løpet av et år.**
- **En av fem er på kino i løpet av en måned.**
- **De unge går mest på kino, men antall besøk synker.**
- **Kvinner og menn går omtrent like mye på kino.**
- **Mest kinobesøk i storbyene, minst i spredtbygde strøk.**
- **De med høy utdanning og inntekt går mer på kino enn andre.**

69 prosent av befolkningen hadde i 2014 vært en eller flere ganger på kino i løpet av de siste tolv månedene. I 2012 var andelen 73 prosent. Gjennomsnittlig antall kinobesøk per år var 3,1 for hele befolkningen i 2014, mot 3,4 ganger i 2013. Blant dem som hadde vært på kino, var gjennomsnittlig antall kinobesøk per år 4,5 i 2014, mot 4,6 i 2013.

I 2014 var andelen som hadde vært på kino nokså lik for kvinner enn for menn. Antall kinobesøk var noe høyere for menn enn kvinner (3,5 mot 2,8). Aldersmessig var det store forskjeller. Blant personer i alderen 16-19 år har 95 prosent vært på kino i løpet av de siste tolv månedene. Gjennomsnittlig antall besøk på kino-forestillinger i aldersgruppen 16-24 år var 6,4 ganger i løpet av de siste 12 måneder. Selv om dette er relativt mye, har det vært en betydelig nedgang i kinobesøket i denne gruppen de seinere åra. I 1991 var antallet besøk på 12,2. Helt fram til 2001 var det gjennomsnittlige besøkstallet i denne aldersgruppen på 10 per år. De

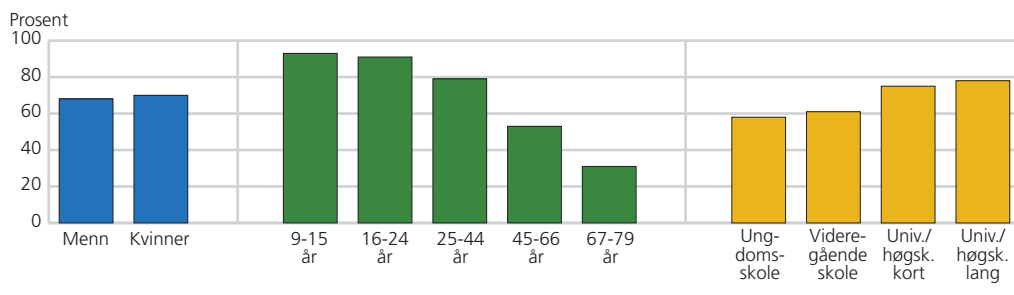
eldre går langt sjeldnere på kino enn de unge. 31 prosent av 67-79-åringene var på kino i løpet de siste tolv månedene i 2014. I 1992 var andelen bare 8 prosent.

Elever/studenter, personer i yrker som krever akademisk eller annen faglig utdanning, er ivrigere kinogjengere enn andre grupper. Blant elever/studenter har 93 prosent vært på kino de siste tolv månedene. God husholdningsøkonomi og høy utdanning henger positivt sammen med kinobesøk.

Befolkningstetthet har tydelig sammenheng med andelen som går på kino og antall kinobesøk. Blant befolkningen i de større byene var andelen som gikk på kino de siste tolv månedene på 83 prosent i 2014, mot 57 prosent i spredtbygde strøk.

8 prosent var på kino i løpet av en gjennomsnittssuke i 2014, mens 21 prosent var på kino i løpet av en måned. I aldersgruppen 16-24 år var 40 prosent på kino i løpet av en måned.

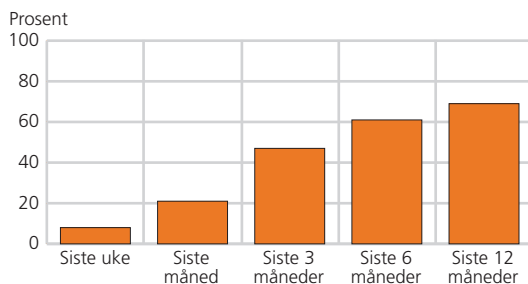
Figur 30. Andel som har vært på kino siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 2014



Tabell 45. Andel som har vært på kino og antall besøk siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prosentandel vært på kino totalt	58	52	61	62	68	65	66	68	67	67	70	73	70	68	67	73	69
Menn	56	51	62	61	67	64	64	68	66	67	70	72	66	67	67	71	68
Kvinner	61	53	61	63	70	66	69	68	69	67	71	73	73	68	66	74	70
9-15 år	87	79	86	92	92	91	94	91	91	90	88	86	88	91	86	91	93
16-24 år	91	91	90	93	96	95	92	91	89	93	92	93	90	93	91	94	91
25-44 år	64	62	68	69	79	71	78	80	81	80	78	82	82	80	74	81	79
45-66 år	37	27	38	44	51	46	48	50	47	49	58	59	56	51	55	60	53
67-79 år	10	8	16	22	20	19	20	26	26	24	39	42	30	30	32	41	31
Ungdomsskole	36	30	39	39	45	45	42	44	46	46	53	57	49	52	52	61	58
Videregående skole	56	51	58	57	64	58	61	63	61	61	63	65	62	59	62	65	61
Universitet/høgskole, kort	73	64	71	77	80	70	72	79	76	78	76	83	80	75	72	81	75
Universitet/høgskole, lang	73	71	78	78	84	77	83	88	81	81	90	84	82	80	74	79	78
Antall kino-besøk i gjennomsnitt totalt	4,3	3,3	4,3	3,8	3,9	4,3	4,0	4,1	3,7	3,6	3,6	3,6	3,5	3,3	3,0	3,4	3,1
Menn	4,4	3,2	4,4	3,9	4,3	4,3	4,3	4,4	3,7	3,8	3,7	3,7	3,3	3,5	3,1	3,4	3,5
Kvinner	4,2	3,3	4,2	3,6	3,6	4,2	3,7	3,8	3,6	3,4	3,5	3,5	3,7	3,1	2,9	3,3	2,8
9-15 år	5,3	4,2	4,5	5,4	5,5	5,1	5,4	5,2	4,7	4,7	4,5	4,5	4,3	3,9	3,8	4,1	4,0
16-24 år	12,2	8,9	11,0	10,0	9,1	10,0	8,9	8,1	7,1	6,7	6,5	6,7	6,6	6,0	5,7	6,1	6,4
25-44 år	3,9	3,4	4,1	3,7	4,6	4,5	4,4	4,9	4,2	4,4	4,2	4,2	4,3	3,7	3,5	3,6	3,4
45-66 år	1,3	1,1	1,6	1,5	1,5	1,8	1,8	1,9	2,0	2,0	2,3	2,2	1,7	2,2	1,9	2,4	1,6
67-79 år	0,2	0,3	0,8	0,5	0,4	0,5	0,5	0,7	0,7	0,7	1,3	1,0	1,0	1,6	0,9	1,3	1,0
Ungdomsskole	2,6	2,4	2,8	2,3	2,2	3,3	2,6	3,3	2,5	2,7	2,7	2,7	2,7	2,5	2,6	2,9	4,0
Videregående skole	4,2	3,0	3,8	3,5	3,3	3,7	3,4	3,5	3,4	2,9	3,2	3,1	3,0	2,9	2,7	3,0	2,6
Universitet/høgskole, kort	7,6	4,3	7,2	4,9	5,2	4,2	4,8	4,7	3,9	4,2	4,5	4,0	4,2	3,4	3,3	3,4	3,1
Universitet/høgskole, lang	4,9	5,2	5,8	4,7	5,8	5,6	5,5	5,1	4,9	5,2	4,4	4,3	4,0	4,6	3,4	4,4	3,2

Figur 31. Andel som har vært på kino, etter perioder av året. 2014



Tabell 46. Andel som har vært på kino i ulike perioder 1991-2013 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent

	Siste uke	Siste måned	Siste 3 måneder	Siste 6 måneder	Siste 12 måneder
1992	5	16	33	43	52
1994	8	23	43	55	61
1996	7	22	42	55	61
1998	7	25	48	62	68
2000	8	26	45	59	65
2002	8	23	46	60	66
2003	10	28	47	61	66
2004	7	25	48	61	68
2005	8	25	47	61	67
2006	8	25	49	62	67
2007	7	25	47	61	67
2008	8	26	51	63	70
2009	8	25	51	66	73
2010	6	23	47	62	70
2011	7	22	45	60	68
2012	7	24	45	59	67
2013	8	25	49	65	73
2014	8	21	47	61	69
Menn	9	21	47	60	68
Kvinner	7	21	47	62	70
9-15 år	17	36	73	85	93
16-24 år	17	40	70	84	91
25-44 år	8	24	56	71	79
45-66 år	3	9	29	44	53
67-79 år	1	6	14	25	31
Ungdomsskole	9	22	40	51	58
Videregående skole	7	17	41	54	61
Universitet/høgskole, kort	7	21	48	65	75
Universitet/høgskole, lang	6	20	49	68	78
Oslo/Akershus	8	28	60	71	80
Østlandet ellers	7	19	41	58	63
Agder/Rogaland	8	19	45	60	69
Vestlandet	6	17	43	60	68
Trøndelag	13	23	47	60	69
Nord-Norge	9	21	40	52	61

Tabell 47. Andel som har vært på kino de siste 12 måneder, gjennomsnittlig antall besøk blant alle og blant dem som har vært på kino, i ulike befolkningsgrupper. 2014

	Prosentandel	Antall besøk	
		Alle	Besøkende
Alle	69	3,1	4,5
Kjønn			
Menn	68	3,5	5,1
Kvinner	70	2,8	4,0
Alder			
9-12 år	91	3,5	3,8
13-15 år	95	4,7	5,0
16-19 år	94	6,5	6,8
20-24 år	89	6,4	7,1
25-34 år	81	3,9	4,8
35-44 år	78	3,1	3,9
45-54 år	62	1,9	3,1
55-66 år	42	1,3	3,2
67-79 år	31	1,0	3,2
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	91	4,7	5,1
16-24 år	93	7,9	8,3
25-44 år	78	3,6	4,6
45-66 år	50	1,6	3,2
67-79 år	27	0,8	2,9
Kvinner			
9-15 år	94	3,4	3,6
16-24 år	90	4,9	5,4
25-44 år	80	3,3	4,0
45-66 år	54	1,7	3,1
67-79 år	35	1,2	3,5
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	78	3,1	4,0
Yrkesgruppe 3	79	3,3	4,2
Yrkesgruppe 4-5	70	3,8	5,4
Yrkesgruppe 6-9	65	3,1	4,7
Elever/student	93	5,5	5,9
Pensjonister	30	0,8	2,8
Hjemmearbeidende	59	2,2	3,7
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	58	4,0	6,7
Videregående skole	61	2,6	4,3
Universitet/høgskole, kort	75	3,1	4,1
Universitet/høgskole, lang	78	3,2	4,1
Husholdningsinntekt			
Under 350 000	58	3,0	5,0
350 000-499 000	61	3,2	5,2
500 000-649 000	61	2,5	4,1
650 000-849 000	72	3,1	4,3
850 000-1 049 000	77	2,9	3,8
1 050 000 eller mer	81	3,7	4,5
Landsdel			
Oslo/Akershus	80	3,9	4,8
Østlandet ellers	63	2,5	3,9
Agder/Rogaland	69	2,9	4,1
Vestlandet	68	2,9	4,2
Trøndelag	69	3,3	4,7
Nord-Norge	61	3,9	6,3
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el, fl,	83	4,0	4,9
Tettbygd 20 000-99 000	72	2,8	3,9
Tettbygd under 20 000	67	2,9	4,4
Spredtbygd	57	2,8	4,8
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	93	5,2	5,5
Enslige ellers 9-44 år	78	4,3	5,3
Enslige 45-79 år	40	1,4	3,4
Enslige forsørgere	87	3,6	4,2
Par med barn 0-6 år	79	3,4	4,3
Par med barn 7-17 år	73	2,7	3,6
Par 16-44 år uten barn	84	4,2	5,0
Par 45-79 år uten barn	40	1,2	3,0
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	60	2,9	4,8
2 husholdningsmedlemmer	53	2,1	4,0
3 husholdningsmedlemmer	75	3,2	4,2
4 husholdningsmedlemmer	85	3,6	4,2
5 husholdningsmedlemmer eller flere	82	4,6	5,6

- **69 prosent av gutter 9-15 år spiller TV- eller PC-spill per døgn.**
- **Fire av fem har privat mobilsamtale en gjennomsnittsdag.**
- **39 prosent bruker mobilen til e-post i løpet av døgnet.**
- **62 prosent bruker mobiltelefon til Internett-bruk en gjennomsnittsdag.**

6 prosent av befolkningen brukte spill knyttet til TV-apparat hjemme eller hjemme hos andre en gjennomsnittsdag i 2013. Dette er det samme som i 2013. Menn er betydelig mer aktive enn kvinner i bruken av slike spill. I 2014 var det 11 prosent av mennene og 2 prosent av kvinnene som hadde brukt slike spill en gjennomsnittsdag. Det er barna, og da særlig guttene, som er de mest aktive brukerne av TV-spill. Blant gutter i alderen 9-15 år var det 29 prosent som i 2014 hadde spilt slike spill en gjennomsnittsdag. Blant jentene i samme alder var andelen 1 prosent. Håndholdte spill ble brukt av 1 prosent.

Til sammen var det 22 prosent av befolkningen som enten brukte TV-spill eller PC-spill, det vil si spill på CD-rom/DVD, spill som er fast installert på PC-en og Internett-spill, i løpet av et døgn i 2014. 69 prosent av gutter 9-15 år og 32 prosent av jenter i samme alder spiller ett eller flere av disse typene spill i løpet av døgnet.

Bruken av tekst-TV økte jevnt og trutt på 1990-tallet, men fra 2003 har det vært en liten nedgang. 12 prosent brukte tekst-TV en gjennomsnittsdag i 2014, Det samme som i 2013. Det er i særlig grad de eldre som bruker dette mediet, både menn og kvinner.

81 prosent hadde privat samtale via mobiltelefonen i løpet av en dag i 2014. I 2013 var andelen 82 prosent. 75 prosent sendte en eller flere private tekstmeldinger (SMS) en gjennomsnittsdag i 2014. I 2013 var andelen 73 prosent. Kvinner bruker tekstmeldinger i større grad enn menn. Blant kvinner i aldersgruppen 16-24 år var andelen 92 prosent.

39 prosent brukte mobiltelefon til å sende eller motta e-post i 2014. Blant menn i alderen 25-44 år var andelen 58 prosent. 31 prosent hørte på musikk på mobiltelefon i 2014, 74 prosent i aldersgruppen 16-19 år. 6 prosent hørte radio på mobiltelefon og 5 prosent så på TV på mobiltelefon en gjennomsnittsdag i 2014.

62 prosent brukte mobiltelefon til Internett-bruk en gjennomsnittsdag i 2014, mot 54 prosent i 2013. I 2014 var andelen nokså lik mellom menn og kvinner. Det var særlig yngre voksne, personer med høy utdanning og de som bor i de store byene som bruker denne muligheten til å se på Internett.

Tabell 48. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud en gjennomsnittsdag

	TV-spill	PC-spill eller TV-spill	Hånd- holdt spill	Tekst- TV	Privat mobil- samtale	Sendt privat sms	E-post på mobil	Musikk på mobil	Radio på mobil	TV på mobil	Inter- nett på mobil
1995	3	28
1996	2	30
1997	2	31
1998	3	34
1999	4	37
2000	4	38	32
2001	3	35	38
2002	4	37	46
2003	4	38	52	47
2004	4	37	58	50
2005	4	11	..	36	63	57
2006	5	13	..	34	66	58
2007	4	12	..	32	70	61
2008	6	13	..	28	70	61	5
2009	7	16	..	25	74	64	7
2010	7	15	..	22	74	65	3	1	13
2011	7	17	..	18	78	67	15	15	4	2	25
2012	7	16	3	17	80	71	22	23	5	2	35
2013	6	21	1	12	82	73	36	27	5	3	54
2014	6	22	1	12	81	75	39	31	6	5	62

Tabell 49. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud og antall private telefonsamtaler og sms en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014

	TV-spill eller TV-spill	PC-spill eller TV-spill	Håndholdt spill	Tekst-TV	Privat mobil-samtale	Sendt privat sms	E-post på mobil	Musikk på mobil	Radio på mobil	TV på mobil	Inter-nett på mobil
Alle	6	22	1	12	81	75	39	31	6	5	62
Menn	11	28	2	14	83	69	41	32	6	6	62
Kvinner	2	17	0	10	80	80	37	31	6	4	61
9-12 år	11	51	4	4	40	40	7	38	4	8	45
13-15 år	20	49	3	6	75	77	21	72	5	15	86
16-19 år	17	39	1	5	85	87	43	74	11	13	90
20-24 år	15	31	3	3	88	89	48	63	7	5	89
25-44 år	7	21	1	7	88	87	57	36	8	5	80
45-66 år	0	11	0	17	84	76	36	12	3	2	47
67-79 år	0	10	0	28	72	38	11	2	4	2	8
Menn											
9-15 år	29	69	5	5	52	45	9	46	6	9	59
16-24 år	27	53	4	2	83	85	39	65	5	11	88
25-44 år	10	25	2	10	91	84	58	38	7	7	80
45-66 år	1	10	0	22	87	68	43	14	4	3	48
67-79 år	0	8	0	27	76	33	16	2	5	2	12
Kvinner											
9-15 år	1	32	1	6	58	67	17	59	2	14	67
16-24 år	4	15	1	5	91	92	53	71	13	6	91
25-44 år	4	17	0	4	86	89	55	34	9	3	81
45-66 år	0	12	0	13	82	83	29	10	3	1	46
67-79 år	0	11	0	28	67	44	6	1	3	2	5
Yrkesgruppe 1-2	2	12	1	9	92	88	60	26	7	4	68
Yrkesgruppe 3	4	15	0	13	90	91	56	28	6	2	78
Yrkesgruppe 4-5	6	19	1	11	87	88	43	40	8	5	76
Yrkesgruppe 6-9	8	21	0	10	88	71	37	29	5	3	58
Elever/studenter	16	40	1	3	81	87	50	67	8	12	93
Pensjonister	0	12	0	27	72	45	11	3	4	2	16
Hjemmearbeidende	11	22	0	3	88	85	44	37	5	7	62
Ungdomsskole	10	28	0	15	79	66	28	37	7	8	56
Videregående skole	6	20	1	13	83	72	37	29	6	4	59
Universitet/høgskole, kort	4	15	0	12	88	86	51	27	6	4	67
Universitet/høgskole, lang	2	13	1	10	90	90	57	22	8	3	68
Tettbygd 100 000 el. fl.	6	20	1	8	85	80	48	38	8	5	71
Tettbygd 20 000-99 000	6	23	2	10	83	79	40	32	5	5	64
Tettbygd under 20 000	7	23	1	15	81	74	37	29	5	6	59
Spredtbygd	6	20	1	14	78	70	30	27	5	3	55
Oslo/Akershus	5	21	0	10	83	78	46	39	8	6	68
Østlandet ellers	6	20	1	14	81	74	34	26	6	5	59
Agder/Rogaland	5	20	0	10	79	73	41	29	5	4	66
Vestlandet	8	25	1	13	84	73	39	29	4	4	56
Trøndelag	8	21	2	12	78	77	40	33	8	5	62
Nord-Norge	7	28	3	12	84	72	32	32	4	5	55

- **Mest bruk av radio og avis på morgen og formiddag.**
- **TV-seingen dominerer om ettermiddagen og kvelden.**
- **TV-seingen er dominerende i helgen.**
- **Radiolytting helst på hverdager.**
- **Avislesing nokså jevnt fordelt på ukedagene.**

Massemediene brukes ulikt til forskjellige tider av døgnet. Bruken av radio, TV, aviser og bøker varierer sterkt i løpet av døgnet. Disse vanene er likevel nokså stabile fra år til år. Morgen og formiddag domineres av radio og avislesing. I 2014 hadde 41 prosent av befolkningen lyttet til radio, og 22 prosent hadde lest papiravis en gjennomsnittsdag mellom klokka 6 og 10. Mellom klokka 10 og 15 er også radio og avisene de dominerende mediene, selv om andelen TV-seere har økt litt i denne perioden de seinere åra.

Om ettermiddagen holder radiolyttingen stand. Avislesingen var tidligere høyest i denne perioden, men har de siste 15 åra sunket en del og blitt forbigått av TV-seingen. I 2014 leste 13 prosent papiravis mellom klokka 15 og 19, mens 34 prosent så på TV. 30 prosent hørte på radio. Kvelden er i størst grad avsatt til TV-seing. 63 prosent av befolkningen så på fjernsyn mellom klokka 19 og 24 i 2014. I samme periode leste 17 prosent bøker. Boklesingen er altså på sitt høyeste om kvelden. Fra klokka 24 til 6 om morgenen er naturlig nok bruken av massemedier på et lavt nivå. Dette gjelder alle mediene.

Mediebruken varierer også med dagene i uka. På hverdagene mandag til torsdag er det størst andel av befolkningen som ser på TV og som bruker Internett. Går vi

noen år tilbake i tiden, var det flest som leste avis disse dagene i uka. I 2014 var det 75 prosent som så på TV, 89 prosent som brukte Internett og 52 prosent som leste en papiravis. Tidligere var TV det mest brukte medium både på fredag, lørdag og søndag. Nå har Internett tatt over. Radioen har de siste 15 åra mistet lyttere alle dager i uka, men har hatt et oppsving de siste åra. Hele tiden har dette vært mer et hverdagsmedium enn et medium for lørdag og søndag.

På mandag til torsdag bruker vi nesten like mye tid på TV-seing som bruk av Internett. På fredag, lørdag og søndag bruker vi mest tid på TV. I 2014 gikk det med 2 timer og 1 minutt til TV-seing per dag mandag til torsdag. På søndag gikk det med 2 timer og 30 minutter. Mandag til torsdag brukte vi 1 time og 38 minutter på radiolytting per dag, bare 1 time og 7 minutter på lørdagen. Tid til avislesing er nokså jevnt fordelt på ukedager. Det er ikke tilfeldig at vi bruker mest tid til musikkmedier på lørdager, og at vi bruker Internett mer på hverdager enn på lørdager og søndager.

Bruk av noen medier varierer lite med årstiden, mens det for andre medier er klare forskjeller. Bruken av radio og trykte medier er nokså stabil i ulike perioder av året. Andelen som ser TV er derimot noe lavere om sommeren enn i resten av året.

Tabell 50. **Andel som har brukt massemedier i ulike perioder av døgnet. Prosent**

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2001	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Mellom kl. 06.00 og 10.00																			
Radio	49	45	43	39	38	38	37	38	39	34	37	35	35	39	38	42	40	41	
Fjernsyn	5	4	3	3	6	15	16	16	16	16	14	13	13	12	15	11	13	12	
Aviser	30	30	31	30	29	29	27	26	28	25	27	26	29	28	27	22	22	20	
Bøker	3	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	
Mellom kl. 10.00 og 15.00																			
Radio	30	28	31	27	27	26	28	28	27	27	25	25	26	25	25	28	28	32	
Fjernsyn	8	6	4	7	6	13	13	15	14	15	15	16	15	14	17	12	14	14	
Aviser	28	28	28	25	26	26	25	25	24	27	24	21	19	19	20	17	16	16	
Bøker	4	4	3	2	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	
Mellom kl. 15.00 og 19.00																			
Radio	35	29	30	25	27	25	28	28	26	26	25	25	24	25	25	27	27	30	
Fjernsyn	27	29	30	34	34	41	46	43	41	40	42	39	38	37	42	33	34	34	
Aviser	43	42	42	40	38	35	34	33	33	29	27	27	23	22	20	18	16	13	
Bøker	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	6	5	5	5	4	
Mellom kl. 19.00 og 24.00																			
Radio	17	13	14	12	11	13	11	13	11	9	9	10	9	9	9	10	10	11	
Fjernsyn	76	73	76	74	75	74	78	76	73	73	73	71	72	73	72	67	65	63	
Aviser	19	19	19	21	19	18	17	16	17	15	13	12	11	10	10	7	8	8	
Bøker	13	13	12	13	12	13	14	15	15	16	16	15	19	16	19	18	17	17	
Mellom kl. 24.00 og 06.00																			
Radio	7	5	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	
Fjernsyn	5	4	6	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	
Aviser	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	
Bøker	5	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	2	3	2	1	1	

Tabell 51. Andel som har brukt massemedier på ulike dager i uka. Prosent

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Mandag-torsdag																	
Fjernsyn	84	80	82	82	84	81	86	85	83	85	82	81	83	81	77	76	75
Radio	70	69	71	63	62	61	62	63	60	60	60	57	58	59	63	65	67
Lydmedier	44	37	43	34	38	49	47	46	42	42	41	43	42	38	38	42	39
Videomedier ¹	10	9	10	8	7	8	9	8	8	11	10	13	13	14	10	15	21
Ukeblad	22	22	23	18	16	19	17	18	16	15	13	13	14	12	11	8	7
Tegneserieblad	9	10	10	10	9	10	7	8	9	7	6	6	6	5	5	4	4
Bok	23	23	19	20	18	21	23	25	25	25	23	27	26	29	28	27	26
Tidsskrift	18	15	19	17	15	16	16	14	12	14	16	15	14	15	10	9	9
Avis	85	87	89	86	84	80	82	79	76	75	72	68	68	67	59	55	52
Hjemme-PC	11	13	17	27	34	38	55	59	59	68	68	72	72	76	77
Internett	32	40	49	67	70	73	78	80	82	83	87	89
Fredag																	
Fjernsyn	78	79	83	82	80	78	86	80	82	76	77	76	86	83	79	69	73
Radio	73	72	72	60	62	55	64	62	52	49	54	55	64	60	65	59	71
Lydmedier	43	41	45	40	41	51	46	48	40	42	45	40	44	36	44	41	37
Videomedier ¹	11	10	11	8	7	11	10	13	10	9	14	9	13	13	14	14	22
Ukeblad	21	19	21	20	22	15	16	18	15	15	15	11	9	13	15	11	9
Tegneserieblad	10	8	8	11	8	8	5	7	4	5	5	3	6	6	5	5	5
Bok	22	17	13	16	16	20	21	20	27	21	23	24	22	24	20	24	19
Tidsskrift	18	17	15	17	16	16	15	14	9	12	14	9	15	10	7	9	11
Avis	85	90	89	86	89	82	75	83	78	75	70	72	68	68	57	51	46
Hjemme-PC	12	11	16	22	30	36	44	51	58	60	73	66	67	71	69
Internett	27	36	50	56	65	75	70	81	80	83	83	86
Lørdag																	
Fjernsyn	80	78	79	81	81	81	78	77	79	74	71	74	77	77	72	71	69
Radio	71	55	53	47	50	50	49	45	43	43	42	44	49	41	56	48	52
Lydmedier	43	39	48	44	50	57	54	45	49	45	44	40	43	41	39	42	41
Videomedier ¹	8	10	11	11	10	12	12	11	14	9	13	15	13	15	13	16	24
Ukeblad	21	17	20	16	13	14	15	14	11	10	9	12	9	10	8	6	10
Tegneserieblad	13	7	6	10	7	7	9	6	7	4	6	4	8	2	1	2	5
Bok	24	16	20	15	17	15	21	20	18	15	23	21	23	23	21	24	26
Tidsskrift	17	11	10	10	12	7	9	5	11	5	12	7	10	8	7	6	7
Avis	84	87	87	84	82	80	79	68	75	76	66	65	63	61	54	48	42
Hjemme-PC	8	10	13	25	25	30	48	51	57	56	60	63	61	71	70
Internett	16	23	30	52	58	64	60	67	69	73	82	84
Søndag																	
Fjernsyn	82	78	86	84	86	87	87	83	86	85	86	85	81	83	78	77	74
Radio	71	54	59	53	52	50	50	45	42	43	40	44	45	46	46	48	57
Lydmedier	42	38	43	38	47	49	53	50	42	44	43	34	35	33	44	35	38
Videomedier ¹	10	13	14	11	8	13	12	11	14	16	16	13	14	16	17	15	24
Ukeblad	19	14	18	14	12	16	11	18	17	13	13	15	9	13	7	8	10
Tegneserieblad	10	11	9	8	10	7	8	9	4	8	8	5	5	6	4	1	4
Bok	26	24	18	26	22	19	23	19	23	24	25	33	22	27	27	20	25
Tidsskrift	17	12	11	15	11	9	11	9	11	8	10	9	9	8	6	7	9
Avis	84	60	64	59	60	58	56	57	60	56	51	46	47	48	36	36	44
Hjemme-PC	10	11	18	23	25	37	45	55	60	65	68	72	70	74	76
Internett	18	24	36	48	59	65	67	72	79	77	85	88

¹ Fra og med 2012 er betalte strømmetjenester som Netflix omfattet av videomedier.

Tabell 52. Tid brukt til massemedier på ulike dager i uka. Minutter¹

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Mandag-torsdag																	
Fjernsyn	95	94	100	102	109	128	137	133	134	144	136	129	139	142	122	123	121
Radio	115	95	101	92	92	88	93	90	95	90	88	88	86	90	102	96	108
Lydmedier	36	30	35	26	26	39	39	37	38	36	35	40	38	34	33	38	35
Videomedier ²	6	7	7	6	5	5	7	7	7	9	8	10	11	11	9	13	18
Ukeblad	8	8	7	6	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	2	2
Tegneserieblad	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1
Bok	14	14	11	13	10	12	12	13	13	13	13	14	14	17	12	13	11
Tidsskrift	6	4	7	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
Avis	40	39	40	40	35	34	31	32	27	28	27	24	24	23	23	22	19
Hjemme-PC	11	13	14	23	31	38	52	63	60	73	81	83	93	123	124
Internett	21	27	40	61	69	70	81	90	90	97	122	132
Fredag																	
Fjernsyn	126	118	112	111	116	124	155	142	153	161	149	152	177	163	139	135	146
Radio	121	102	109	79	80	88	100	91	80	86	84	96	95	108	104	100	118
Lydmedier	44	36	41	32	34	52	41	51	36	37	42	42	49	31	42	41	37
Videomedier ²	8	9	9	6	5	11	8	11	8	9	10	11	10	11	14	13	19
Ukeblad	5	6	6	7	7	3	4	5	4	5	4	3	3	4	5	4	3
Tegneserieblad	3	2	3	3	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1
Bok	10	10	7	7	9	12	12	9	13	10	14	16	14	16	11	15	6
Tidsskrift	6	6	4	6	5	4	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	3
Avis	42	42	37	40	35	34	30	32	29	33	27	26	26	25	22	22	16
Hjemme-PC	14	9	11	22	28	32	45	53	55	61	72	75	95	113	97
Internett	19	23	32	48	57	65	71	92	91	120	114	109
Lørdag																	
Fjernsyn	168	150	142	152	149	166	165	157	164	170	150	181	175	185	153	157	145
Radio	83	83	75	67	69	73	67	65	61	63	71	68	68	69	90	77	67
Lydmedier	46	37	53	47	57	65	59	47	62	56	54	38	54	41	41	46	41
Videomedier ²	9	8	8	9	9	11	9	14	11	11	12	16	14	16	15	16	26
Ukeblad	9	6	7	6	5	4	4	4	3	3	2	4	3	4	2	2	3
Tegneserieblad	5	4	2	2	2	1	3	2	2	1	2	1	3	0	1	1	2
Bok	12	9	13	9	11	11	17	12	14	10	14	12	16	17	11	13	15
Tidsskrift	4	5	3	3	3	2	3	1	4	2	4	3	4	3	2	2	5
Avis	45	46	48	41	37	35	36	33	36	35	32	31	27	28	26	22	19
Hjemme-PC	7	8	11	19	19	21	52	47	53	59	69	75	66	85	77
Internett	11	13	17	46	51	55	55	66	75	73	93	93
Søndag																	
Fjernsyn	126	115	138	149	133	160	150	162	179	180	176	186	155	186	162	143	150
Radio	83	69	82	70	61	75	69	46	61	51	53	59	62	67	71	66	84
Lydmedier	44	34	34	29	34	50	42	38	38	41	40	38	32	35	34	24	35
Videomedier ²	15	9	10	10	6	10	10	9	14	18	14	14	13	14	19	17	23
Ukeblad	6	5	6	6	4	7	4	5	5	4	5	6	3	4	2	3	4
Tegneserieblad	3	4	2	3	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1
Bok	22	17	11	16	13	11	17	10	16	17	16	20	12	21	17	12	16
Tidsskrift	6	3	4	6	5	3	4	4	3	2	4	3	3	3	2	4	3
Avis	28	24	30	25	24	28	25	21	25	22	23	21	17	20	20	14	19
Hjemme-PC	8	8	12	14	17	33	44	51	61	69	69	75	87	86	99
Internett	8	9	21	37	48	57	65	74	76	86	90	114

¹ Spørreteknikken for tid brukt til radio og fjernsyn er endret fra 1999. Se vedlegg 1.

² Fra og med 2012 er betalte strømmetjenester som Netflix omfattet av videomedier.

Tabell 53. Andel som har brukt massemedier en gjennomsnittsdag i ulike perioder av året. Prosent

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Mars																	
Fjernsyn	84	83	84	86	86	84	91	85	89	85	85	84	84	85	79	75	80
Radio	70	67	67	60	58	55	57	61	55	53	55	52	56	53	59	60	61
Lydmedier	44	42	43	36	41	50	52	49	44	47	41	41	42	37	44	40	40
Videomedier ¹	10	11	12	12	8	13	10	9	10	10	11	13	13	16	11	15	23
Ukeblad	22	22	21	19	18	18	17	17	17	15	13	12	14	14	9	9	9
Tegneserieblad	9	10	8	10	9	11	6	7	8	6	7	5	5	5	3	2	4
Bok	23	22	18	20	19	20	23	26	27	22	26	28	26	28	27	26	26
Tidsskrift	18	14	19	18	13	16	18	12	12	12	15	11	17	11	8	11	10
Avis	85	83	84	83	86	81	82	78	74	70	64	68	69	61	54	53	53
Hjemme-PC	9	15	17	28	30	38	50	57	54	64	70	70	75	72	78
Internett	10	27	34	46	60	66	70	71	79	81	80	84	87
Juni																	
Fjernsyn	78	71	74	74	85	79	79	79	77	78	73	77	82	79	74	73	65
Radio	73	62	64	56	57	59	61	55	50	53	51	54	59	58	59	60	63
Lydmedier	43	35	46	35	44	47	51	43	43	42	43	36	42	40	38	44	34
Videomedier ¹	11	8	10	6	7	8	9	8	9	11	11	11	15	14	11	13	18
Ukeblad	21	20	23	16	18	19	15	16	15	13	14	15	14	14	14	8	7
Tegneserieblad	10	8	10	10	10	6	8	9	5	7	5	5	5	5	5	4	3
Bok	22	22	20	19	19	19	24	23	22	20	20	23	25	28	24	25	25
Tidsskrift	18	16	13	12	17	13	14	15	12	11	15	12	12	13	9	10	8
Avis	85	82	83	80	77	77	76	73	69	69	67	61	58	64	55	50	46
Hjemme-PC	7	10	17	24	27	32	49	54	56	62	67	71	69	75	72
Internett	10	25	34	42	56	63	67	67	75	81	81	86	85
September																	
Fjernsyn	80	79	83	83	80	80	82	81	81	81	79	79	81	79	77	74	73
Radio	71	64	66	58	61	60	57	55	54	53	53	53	49	59	61	57	67
Lydmedier	43	34	41	34	38	48	41	46	40	40	41	41	39	33	38	41	41
Videomedier ¹	8	9	12	9	8	9	9	9	11	12	13	11	12	12	11	16	25
Ukeblad	21	19	21	19	16	17	14	19	15	14	13	11	9	11	10	10	11
Tegneserieblad	13	9	10	9	7	9	7	9	8	6	8	5	6	5	5	5	4
Bok	24	20	19	21	18	21	22	23	22	24	25	31	25	27	24	26	23
Tidsskrift	17	13	18	16	13	14	13	12	11	12	13	10	11	13	9	8	8
Avis	84	84	87	82	82	77	74	73	77	77	71	67	62	65	56	49	49
Hjemme-PC	11	13	15	22	32	38	53	57	61	66	66	68	66	75	74
Internett	10	24	35	44	62	67	71	77	77	78	79	86	89
Desember																	
Fjernsyn	82	86	87	85	81	84	87	86	83	84	84	81	82	82	77	76	77
Radio	71	69	69	60	60	54	59	60	55	55	55	53	58	49	60	60	64
Lydmedier	42	41	46	42	45	56	52	50	45	43	43	46	43	41	41	39	39
Videomedier ¹	10	12	9	10	8	9	12	12	11	10	13	15	12	14	13	15	21
Ukeblad	19	19	21	17	13	14	16	16	16	13	12	12	9	11	9	6	6
Tegneserieblad	10	12	8	10	9	9	8	6	8	7	6	6	7	4	3	3	5
Bok	26	24	16	17	16	20	21	20	24	25	20	25	21	26	27	24	24
Tidsskrift	17	15	15	18	15	11	13	11	10	10	14	16	11	12	8	6	9
Avis	84	86	87	83	79	74	74	75	75	73	70	65	67	64	54	51	46
Hjemme-PC	15	10	17	28	33	37	52	57	64	68	68	70	68	76	75
Internett	11	31	37	47	63	66	76	77	78	78	82	85	89

¹ Fra og med 2012 er betalte strømmetjenester som Netflix omfattet av videomedier.

- **44 prosent leser bøker på fritiden i løpet av uka.**
- **95 prosent bruker PC per uke, 93 prosent bruker PC hjemme.**
- **94 prosent bruker Internett i løpet av uka.**
- **50 prosent bruker internett på arbeid i løpet av uka.**
- **73 prosent leser papiravis per uke, 84 prosent hører på radio.**

Naturlig nok er det flere som bruker mediene i løpet av ei uke enn i løpet av en dag. I 2014 var det 44 prosent av befolkningen som leste bøker på fritiden i løpet av ei uke. 32 prosent leste tidsskrift/fagblad og lignende. 25 prosent leste ukeblad per uke i 2014, og 10 prosent leste tegneserieblad. For disse trykte mediene har andelen brukere stort sett vært noe synkende siste år. 73 prosent leste papiravis siste uke i 2014. 84 prosent hørte på radio og 5 prosent leste elektronisk bok.

74 prosent av jentene i alderen 9-15 år leste bøker på fritiden i løpet av ei uke i 2014, 31 prosent av gutter i alderen 16-24 år. 51 prosent av kvinnene i alderen 67-79 år leste ukeblad i løpet av ei uke. Blant menn i samme aldersgruppe var andelen 24 prosent.

94 prosent av personer i aldersgruppen 67-79 år leste en papiravis i løpet av ei uke i 2014. Denne andelen er omtrent like høy blant menn og kvinner. Blant 9-12-åringene var andelen 42 prosent. 91 prosent i aldersgruppen 45-66 år hørte på radio ei gjennomsnittlig uke. Andelen er 60 prosent i aldersgruppen 9-12 år.

95 prosent brukte PC ei gjennomsnittsuke i 2014, 93 prosent hjemme, 53 prosent på arbeid og 24 prosent på skole/i undervisning. 83 prosent av skoleelever/studenter brukte PC på skole/i undervisning i løpet av ei uke. Det er særlig PC-bruk hjemme som har økt mye i de seinere åra.

94 prosent brukte Internett i løpet av ei uke i 2014. I 1995 var andelen 5 prosent, så også her har det vært en kraftig økning de seinere åra. Andelen brukere var meget høy blant både jenter og gutter. I gruppen 67-79 år var brukerandelen 71 prosent, 78 prosent blant menn og 64 prosent blant kvinner. 50 prosent brukte Internett i arbeidet sitt, 24 prosent i utdanning og 92 prosent privat. Blant skoleelever/studenter var det 92 prosent som brukte Internett i utdanning en gjennomsnittlig uke. Personer med høy utdanning var de som i størst grad brukte Internett i arbeidet i løpet av uka (78 prosent). Det var også de som i størst grad brukte Internett privat (99 prosent).

Tabell 54. Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke. Prosent

	1994	1995	1996	1998	2000	2002	2003	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Bok	37	37	36	37	37	39	41	43	42	40	42	46	45	45	43	45	44
Tidsskrift	53	47	45	45	49	47	42	46	41	41	48	42	43	43	34	33	32
Ukeblad	54	47	44	41	44	42	41	44	37	39	37	33	31	31	28	22	25
Tegne- serieblad	23	21	19	17	19	16	16	18	16	15	16	14	14	14	10	9	10
Avis	81	76	73
Radio	82	83	84
Elektronisk bok	4	4	5
PC	..	45	51	56	68	70	71	73	81	83	86	88	90	90	92	94	95
PC hjemme	..	21	25	35	51	56	57	59	74	77	81	85	88	88	90	92	93
PC på arbeid	..	31	33	35	38	38	40	38	42	42	46	46	47	47	47	51	53
PC på skole	..	8	10	11	15	14	17	17	17	19	20	20	20	20	23	25	24
Internett	..	5	10	22	48	56	58	64	76	80	83	85	88	88	91	92	94
Internett i arbeid	..	4	5	10	21	24	27	29	35	36	41	40	41	41	43	49	50
Internett i utdanning	..	1	3	5	10	11	13	14	14	16	17	18	19	19	22	23	24
Internett privat	..	2	6	15	39	48	50	54	71	74	77	82	85	85	87	90	92

Tabell 55. Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014. Prosent

	Bok	Tids- skrift	Uke- blad	Tegne- serieblad	Avis	Radio	Elektronisk bok
Alle	44	32	25	10	73	84	5
Menn	35	34	15	13	71	84	6
Kvinner	53	30	35	7	74	84	3
9-12 år	76	9	10	46	42	60	4
13-15 år	50	12	11	20	47	68	9
16-19 år	38	12	20	7	56	80	6
20-24 år	36	12	19	10	53	72	6
25-44 år	39	35	22	9	69	86	6
45-66 år	43	45	30	6	87	91	3
67-79 år	48	35	38	2	94	88	1
Menn							
9-15 år	56	11	7	37	44	55	8
16-24 år	31	10	9	14	53	73	8
25-44 år	33	37	13	12	69	88	8
45-66 år	29	48	20	8	83	94	4
67-79 år	38	42	24	2	95	88	1
Kvinner							
9-15 år	74	9	14	33	45	71	4
16-24 år	43	14	31	3	56	79	4
25-44 år	44	33	32	6	70	84	4
45-66 år	56	41	41	4	91	88	1
67-79 år	59	28	51	1	93	87	1
Yrkesgruppe 1-2	48	52	22	8	83	91	6
Yrkesgruppe 3	49	48	26	9	78	88	3
Yrkesgruppe 4-5	41	27	31	7	77	88	4
Yrkesgruppe 6-9	19	27	18	9	69	95	5
Elever/student	41	17	20	9	52	73	8
Pensjonister	47	30	37	1	90	88	2
Hjemmearbeidende	34	20	30	7	58	75	3
Ungdomsskole	34	19	28	5	70	81	2
Videregående skole	35	26	27	7	73	87	4
Universitet/høgskole, kort	50	46	29	7	82	89	4
Universitet/høgskole, lang	55	57	20	8	85	89	7
Tettbygd 100 000 eller flere	51	36	23	10	70	79	7
Tettbygd 20 000-99 000	44	34	25	9	72	83	3
Tettbygd under 20 000	44	28	27	11	75	87	5
Spredtbygd	37	32	25	10	74	88	3
Oslo/Akershus	50	34	25	11	67	80	8
Østlandet ellers	42	33	25	7	76	85	3
Agder/Rogaland	40	29	26	11	70	83	3
Vestlandet	41	28	22	12	74	85	4
Trøndelag	49	34	27	7	78	85	3
Nord-Norge	38	30	24	15	73	85	5

Tabell 56. Andel som har brukt PC og Internett i ulike sammenhenger en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014. Prosent

	PC	PC hjemme	PC på arbeid	PC på skole	Internett	Internett i arbeid	Internett i utdanning	Internett privat
Alle	95	93	53	24	94	50	24	92
Menn	96	94	56	22	96	54	22	94
Kvinner	93	92	50	25	93	46	25	90
9-12 år	100	99	0	60	97	0	56	87
13-15 år	100	100	0	70	100	0	68	96
16-19 år	98	94	38	76	99	30	81	96
20-24 år	100	98	58	45	98	53	52	97
25-44 år	100	98	76	16	99	73	17	98
45-66 år	95	93	67	9	95	64	7	92
67-79 år	72	70	9	1	71	7	1	69
Menn								
9-15 år	100	100	0	69	99	0	63	90
16-24 år	99	96	47	52	98	39	57	97
25-44 år	100	98	78	12	100	76	13	99
45-66 år	96	94	73	9	96	73	9	94
67-79 år	80	76	13	1	78	12	1	77
Kvinner								
9-15 år	100	99	0	60	98	0	59	92
16-24 år	99	97	51	66	100	46	74	97
25-44 år	99	99	74	21	98	70	21	96
45-66 år	94	92	61	8	93	56	5	90
67-79 år	65	64	4	1	64	3	0	62
Yrkesgruppe 1-2	100	97	92	15	100	92	13	98
Yrkesgruppe 3	100	97	85	16	100	82	15	99
Yrkesgruppe 4-5	99	98	74	20	98	64	24	95
Yrkesgruppe 6-9	97	95	66	9	97	65	9	95
Elever/studenter	99	97	37	83	100	29	92	98
Pensjonister	76	75	5	1	74	4	1	72
Hjemmearbeidende	97	94	35	10	97	26	10	97
Ungdomsskole	85	83	31	33	85	28	35	83
Videregående skole	94	92	56	16	92	52	17	90
Universitet/høgskole, kort	99	96	73	14	98	69	14	97
Universitet/høgskole, lang	100	98	78	20	100	78	18	99
Tettbygd 100 000 el. fl.	98	96	60	28	98	57	30	97
Tettbygd 20 000-99 000	95	93	54	25	94	54	24	91
Tettbygd under 20 000	95	94	52	21	94	46	20	92
Spredtbygd	92	91	47	20	91	46	21	89
Oslo/Akershus	97	96	58	25	98	57	25	96
Østlandet ellers	93	91	50	19	91	47	19	88
Agder/Rogaland	93	92	56	25	93	51	24	91
Vestlandet	96	94	48	27	93	45	26	92
Trøndelag	97	93	49	26	97	49	29	94
Nord-Norge	95	93	55	22	94	53	24	92

- **Vi har gjennomsnittlig 1,8 TV-apparater hjemme.**
- **49 prosent har harddiskopptaker.**
- **44 prosent har tilgang DAB-radio hjemme.**
- **80 prosent har smarttelefon, 70 prosent har nettbrett.**
- **58 prosent har avisabonnement, 9 prosent har nettavisa-
abonnement.**
- **17 prosent har elektronisk bok.**

96 prosent av befolkningen har tilgang til TV og dermed NRKs TV-kanaler hjemme. For de andre riksdekkende kanalene har det vært en viss økning i andelen som kan motta disse de seinere åra. I 2014 hadde 89 prosent av befolkningen mulighet til å se på TV 2 hjemme. 88 prosent kunne se TVNorge. I gjennomsnitt har hver nordmann 1,8 TV-apparater hjemme. I 1999 var antallet 1,5. Personer i alderen 13-15 år har gjennomsnittlig 3,7 TV-apparater hjemme.

Fram til 2002 var det en jevn økning i andelen med tilgang til videobåndspiller. Deretter har det vært en nedgang. I 2014 var det 28 prosent som hadde videobåndspiller hjemme. Andelen med DVD/Blu-ray var på 75 prosent i 2014. I tillegg er det 49 prosent som har harddiskopptaker hjemme. I aldersgruppen 13-15 år har nå 85 prosent DVD- eller Blu-ray-spiller hjemme. 91 prosent hadde tilgang til CD-spiller i 2014. 67 prosent hadde MP3-spiller eller lignende. Mens 91 prosent i alderen 20-24 år hadde MP3-spiller i 2014, var andelen 17 prosent i gruppen 67-79 år. 44 prosent hadde DAB-radio i 2014, 70 prosent hadde nettbrett.

Tilgangen til både parabolantenne og kabelanlegg har økt sakte i de seinere åra. I 2014 var det 29 prosent som hadde privat parabolantenne i husholdningen, og 56 prosent hadde kabelanlegg. I Oslo/

Akershus hadde 70 prosent kabelanlegg. I spredtbygde strøk hadde 59 prosent privat parabolantenne. 24 prosent hadde digital bakkeantenne i 2014. Dette var nokså jevnt fordelt både etter bosted og i ulike landsdeler.

95 prosent hadde PC hjemme i 2014. Tilgang til Internett hjemme var på 96 prosent i 2014, det samme som i 2013. Andelen som eier eller disponerer mobiltelefon var på 98 prosent i 2014, 80 prosent hadde smarttelefon.

54 prosent hadde abonnement på en eller flere papiraviser hjemme i 2014, mot 58 prosent i 2013. I gruppen 20-24 år var andelen 31 prosent. Blant menn i alderen 67-79 år var andelen 82 prosent. Nordmenn abonnerer i gjennomsnitt på 0,8 aviser, 0,4 blant 20-24-åringene og 1,3 i aldersgruppen 67-79 år. 9 prosent hadde abonnement på nettaviser, 15 prosent blant personer med høyest utdanning. 17 prosent hadde tilgang til elektronisk bok i husholdningen i 2014, 24 prosent i aldersgruppen 13-15 år.

Tabell 57. Andel som har tilgang til ulike medier og elektroniske tilbud i hjemmet. Prosent

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
NRK TV	98	98	98	97	98	98	98	98	98	98	98	98	98	96	97	96	96
TV 2	.	65	82	91	92	93	94	93	95	93	93	94	92	90	89	89	89
TVNorge	36	42	47	58	79	83	82	84	89	88	90	91	91	88	88	88	88
TV 3	33	38	43	50	55	58	57	58	63	66	80	87	88	87	87	86	86
Lokal-TV	28	31	33	41	44	49	46	51	54	61	60	58	45	47	53	48	46
Svensk TV	40	41	43	44	45	43	47	48	51	53	52	56	56	63	63	57	56
Antall TV	1,5	1,6	1,7	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9	1,9	1,8	1,9	1,9	1,8
Videobånd-spiller	51	57	64	69	73	79	81	74	68	65	62	55	47	40	35	31	28
DVD-spiller	26	61	80	84	87	86	87	83	79	79	75
Harddisk-opptaker	24	26	29	38	41	43	45	49
Nettbrett	37	61	70
Lokalradio	87	90	89	90	88	85	86	86	83	90	87	86	83	84	79	75	72
DAB-radio	18	18	21	22	28	32	44
Kassettspiller	95	94	94	92	90	89	82	74	58	54	60	50	49	47	39	35	31
Platespiller	63	59	60	57	53	51	41	40	36	38	42	31	29	27	24	23	27
CD-spiller	33	40	61	75	84	90	93	93	96	96	97	96	96	95	93	92	91
MP3-spiller	22	44	51	56	58	65	65	65	70	67
Privat parabol-antenne	5	10	10	15	20	25	28	30	32	34	35	34	36	32	32	32	29
Kabelanlegg	29	31	34	38	38	39	41	42	47	50	48	51	48	49	47	53	56
Fellesantenne	7	6	7	7	7	5	5	5	4	5	6	4	5	3	6	5	4
Digital bakke-antenne	25	28	26	24
Hjemme-PC	33	43	57	71	76	79	85	87	90	92	94	93	95	96	95
TV-spill	24	20	24	32	35	40	44	48	52	53	52	54	53	54	54
Håndholdt spill	35	35	33
Internett	22	52	63	66	79	83	85	91	93	92	95	96	96
Egen mobil-telefon	68	82	90	94	95	96	97	97	96	98	98	98
Smarttelefon	57	73	80
Avis-abonnement	70	71	72	70	69	68	62	58	54
Antall avis-abonnement	1,0	1,0	1,1	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8
Nettavis-abonnement	9
Elektronisk bok	11	19	17

Tabell 58. **Andel som har tilgang til ulike TV-kanaler, elektroniske tilbud og antall TV-apparater hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014. Prosent**

	NRK TV	TV2	TV Norge	TV3	Lokal TV	Svensk TV	Antall TV	Video-bånd-spiller	DVD-spiller	Hard-disk-opp-taker	Nett-brett
Alle	96	89	88	86	46	56	1.8	28	75	49	70
Menn	96	89	89	86	45	58	2.0	29	77	53	70
Kvinner	97	89	88	85	46	55	1.7	27	73	46	71
9-12 år	99	73	71	67	30	33	2.2	15	84	57	89
13-15 år	98	92	95	87	50	59	3.7	26	85	63	91
16-19 år	99	91	90	88	40	62	2.3	30	85	49	76
20-24 år	93	85	83	83	36	55	1.7	19	68	31	64
25-44 år	94	86	86	83	45	55	1.6	17	78	50	76
45-66 år	98	95	94	91	49	61	1.8	41	78	53	67
67-79 år	99	94	92	89	56	59	1.4	41	52	41	44
Menn											
9-15 år	98	83	83	77	43	43	3.5	22	81	60	88
16-24 år	94	85	83	82	33	63	2.0	23	77	39	65
25-44 år	93	88	87	86	47	59	1.6	16	79	54	73
45-66 år	99	94	94	92	48	60	1.9	42	81	60	71
67-79 år	99	92	91	87	50	57	1.6	53	59	46	48
Kvinner											
9-15 år	99	80	81	75	35	46	2.3	17	87	60	92
16-24 år	97	90	90	88	43	52	1.9	25	75	39	74
25-44 år	94	84	84	81	42	51	1.7	18	77	47	79
45-66 år	97	95	93	91	50	61	1.7	41	75	46	64
67-79 år	99	96	93	90	63	60	1.3	30	45	36	41
Yrkesgruppe 1-2	97	93	92	88	52	68	1.8	29	81	61	79
Yrkesgruppe 3	97	91	92	90	48	59	1.7	21	80	55	77
Yrkesgruppe 4-5	97	90	88	88	49	58	1.9	31	83	47	75
Yrkesgruppe 6-9	96	90	90	87	42	53	1.8	27	75	47	68
Elever/studenter	94	86	84	82	32	55	1.9	22	73	36	68
Pensjonister	98	93	91	88	53	57	1.5	40	57	41	45
Hjemmearbeidende	91	85	83	80	41	34	1.3	42	67	36	67
Ungdomsskole	98	89	88	84	46	57	1.9	30	68	39	56
Videregående skole	96	90	89	88	45	54	1.7	31	73	47	65
Universitet/høgskole, kort	95	91	90	89	49	62	1.7	25	78	52	75
Universitet/høgskole, lang	96	91	90	86	49	66	1.6	30	78	56	78
Tettbygd 100 000 el. fl.	93	85	85	80	43	63	1.6	21	71	48	72
Tettbygd 20 000-99 000	97	90	89	89	59	68	1.8	26	76	55	73
Tettbygd under 20 000	98	92	93	90	46	59	1.9	30	78	54	72
Spredtbygd	98	90	89	84	34	36	1.7	35	76	42	64
Oslo/Akershus	94	86	86	82	47	65	1.7	21	72	47	71
Østlandet ellers	98	93	92	90	47	59	1.8	31	77	54	67
Agder/Rogaland	97	91	90	88	59	55	2.3	30	81	49	74
Vestlandet	96	87	86	83	39	46	1.8	27	75	49	75
Trøndelag	97	90	89	87	43	59	1.7	33	68	48	66
Nord-Norge	95	88	86	84	32	51	1.7	30	77	46	70

Tabell 59. Andel som har tilgang til ulike typer musikkanlegg, radiotilbud og TV-antennesystemer hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014. Prosent¹

	Lokal- radio	DAB- radio	Kassett- spiller	Plate- spiller	CD- spiller	MP3- spiller	Parabol- antenne	Kabel- anlegg	Felles- antenne	Digital bakke- antenne
Alle	72	44	31	27	91	67	29	56	4	24
Menn	73	46	29	29	93	68	31	55	3	24
Kvinner	70	43	33	25	89	65	28	56	5	23
9-12 år	41	35	34	24	92	73	27	43	5	13
13-15 år	66	63	35	22	91	86	34	66	4	18
16-19 år	67	47	32	31	91	86	30	62	6	27
20-24 år	69	34	17	21	81	91	26	57	5	23
25-44 år	72	35	19	16	89	80	25	57	2	22
45-66 år	79	52	35	38	95	56	34	53	4	28
67-79 år	75	56	62	39	91	17	31	55	8	23
Menn										
9-15 år	58	54	35	22	92	78	31	58	4	14
16-24 år	68	37	22	26	88	90	27	58	3	27
25-44 år	72	36	16	16	93	80	28	56	3	21
45-66 år	80	54	33	41	95	59	34	53	2	28
67-79 år	78	57	63	51	93	19	33	50	4	26
Kvinner										
9-15 år	46	41	35	24	91	79	29	49	5	16
16-24 år	68	43	25	25	83	86	28	60	8	22
25-44 år	71	35	22	15	86	81	22	58	2	23
45-66 år	78	49	38	35	94	53	33	53	5	28
67-79 år	73	55	61	28	89	16	30	61	12	20
Yrkesgruppe 1-2	78	49	26	31	94	77	22	64	3	25
Yrkesgruppe 3	77	46	25	23	91	79	24	63	3	26
Yrkesgruppe 4-5	74	35	23	21	90	74	25	56	4	28
Yrkesgruppe 6-9	75	41	23	25	95	64	42	45	1	22
Elever/studenter	68	40	26	28	86	84	30	59	5	22
Pensjonister	75	52	57	36	91	23	33	51	7	24
Hjemmearbeidende	66	44	27	18	79	63	41	48	0	26
Ungdomsskole	69	43	40	31	90	55	35	50	7	23
Videregående skole	75	42	28	24	91	62	33	52	4	25
Universitet/høgskole, kort	78	45	29	29	91	71	22	62	3	26
Universitet/høgskole, lang	75	51	32	33	93	75	22	65	4	23
Tettbygd 100 000 el. fl.	67	40	26	24	85	74	12	70	5	20
Tettbygd 20 000-99 000	77	49	28	29	92	71	16	71	3	23
Tettbygd under 20 000	71	45	33	28	95	64	31	55	3	29
Spredtbygd	75	45	38	28	93	60	59	24	6	23
Oslo/Akershus	57	42	29	24	86	70	13	70	5	20
Østlandet ellers	81	45	34	28	94	62	38	54	4	22
Agder/Rogaland	78	44	27	27	92	68	34	56	2	25
Vestlandet	72	45	30	26	91	68	32	43	7	29
Trøndelag	67	46	34	28	90	63	25	59	2	18
Nord-Norge	73	49	37	32	91	70	33	47	2	28

¹ Tabellen er rettet 19. januar 2017.

Tabell 60. **Andel som har tilgang til ulike typer elektronisk tilbud og avisabonnement hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014. Prosent**

	Hjemme-PC	TV-spill	Håndholdt spill	Internett	Egen mobiltelefon	Smarttelefon	Avisabonnement	Antall avisabonnement	Nettavisabonnement	Elektronisk bok
Alle	95	54	33	96	98	80	54	0.8	9	17
Menn	96	59	32	97	98	81	49	0.7	9	20
Kvinner	94	49	34	95	98	78	58	0.8	9	14
9-12 år	99	83	72	99	88	77	56	0.8	8	19
13-15 år	100	91	66	100	99	94	71	1.1	10	24
16-19 år	97	83	44	99	98	97	51	0.8	6	13
20-24 år	97	72	34	98	99	95	31	0.4	10	17
25-44 år	98	64	38	99	99	92	33	0.4	10	19
45-66 år	96	39	24	96	100	75	69	1.0	11	17
67-79 år	80	4	1	81	97	31	84	1.3	6	10
Menn										
9-15 år	100	92	69	100	90	83	61	1.0	9	24
16-24 år	96	85	35	98	99	94	41	0.6	6	20
25-44 år	99	68	36	99	99	92	26	0.3	9	22
45-66 år	97	43	22	97	100	80	64	1.0	12	20
67-79 år	85	5	2	85	98	37	82	1.3	5	10
Kvinner										
9-15 år	99	80	71	99	95	86	64	1.0	10	18
16-24 år	98	69	42	99	98	98	39	0.6	11	10
25-44 år	98	61	40	100	100	92	40	0.5	10	17
45-66 år	95	35	25	96	99	71	73	1.1	10	15
67-79 år	75	2	0	76	96	26	86	1.2	6	10
Yrkesgruppe 1-2	99	54	34	99	100	91	61	0.9	14	24
Yrkesgruppe 3	99	60	37	99	100	91	48	0.7	13	19
Yrkesgruppe 4-5	97	57	36	99	99	86	45	0.6	8	14
Yrkesgruppe 6-9	96	61	26	97	100	81	41	0.5	7	17
Elever/studenter	98	77	41	100	99	99	37	0.6	8	17
Pensjonister	82	7	3	83	97	38	80	1.2	7	9
Hjemmearbeidende	91	44	28	97	100	85	28	0.6	8	18
Ungdomsskole	86	52	29	88	99	71	52	0.8	5	12
Videregående skole	94	51	26	95	99	77	50	0.7	7	16
Universitet/høgskole, kort	99	50	31	99	100	85	53	0.8	14	18
Universitet/høgskole, lang	99	45	32	99	100	86	64	1.0	15	23
Tettbygd 100 000 el. fl.	97	55	32	98	98	85	46	0.6	11	19
Tettbygd 20 000-99 000	96	56	35	97	99	81	52	0.7	8	17
Tettbygd under 20 000	95	55	36	96	98	79	59	0.8	9	19
Spredtbygd	94	49	29	94	100	74	59	0.9	10	15
Oslo/Akershus	97	54	32	98	99	84	46	0.7	11	17
Østlandet ellers	93	52	33	95	99	79	56	0.8	8	17
Agder/Rogaland	95	58	33	95	97	77	56	0.8	13	15
Vestlandet	96	56	37	97	98	80	57	0.9	8	19
Trøndelag	97	51	30	96	100	78	55	0.8	7	14
Nord-Norge	94	51	30	95	99	77	53	0.7	8	21

Om undersøkelsen

1.1. Utvalg og frafall

Til undersøkelsen i 2014 ble det trukket et representativt landsomfattende utvalg av personer i alderen fra 9 til 79 år. Det totale bruttoutvalget var på 2 980 personer (etter at døde og personer flyttet til utlandet er utelatt). Det ble ikke oppnådd intervju med 1 070, eller 35,9 prosent, av bruttoutvalget. Intervju ble altså oppnådd med 1 910 personer. Svarprosenten er dermed på 64,1.

Hele undersøkelsen ble gjennomført over telefon. Ved intervju med mindreårige har foreldre/foresatte vært tilgjengelig med hjelp ved enkelte av spørsmålene.

Frafall kan føre til utvalgsskjevhet. Hvis det er forskjeller i frafallsprosenten mellom ulike grupper, vil nettoutvalget (personer en har oppnådd intervju med) bare tilnærmet ha samme statistiske egenskaper som bruttoutvalget (personer som er trukket ut for intervjuing).

Tabellen på denne siden gir mulighet for å belyse eventuelle skjevheter på grunn av frafallet for kjønn, alder og landsdel. En sammenligner fordelingen i bruttoutvalget (eventuelt frafallet) og nettoutvalget. Dersom det er stort avvik mellom disse to fordelingene, viser dette at det foreligger utvalgsskjevhet for disse gruppene.

Av tabellen framgår det at frafallet ikke har ført til noen betydelig skjevhet når det gjelder kjønn. Fraffallet i de ulike aldersgruppene har ført til en viss skjevhet i nettoutvalget i forhold til bruttoutvalget i

Bruttoutvalget, frafallet og nettoutvalget, etter kjønn, alder og landsdel. Prosent

	Brutto- utvalg	Frafall	Netto- utvalg
I alt	100,0	100,0	100,0
Kjønn			
Menn	49,8	48,4	50,5
Kvinner	50,2	51,6	48,5
Alder			
9-15	9,8	10,6	9,4
16-24	15,3	18,2	13,6
25-44	34,2	38,1	32,0
45-66	28,5	25,1	30,4
67-79	12,2	8,0	14,6
Landsdel			
Oslo/Akershus	22,2	21,1	22,7
Østlandet ellers	26,2	26,5	26,1
Agder/Rogaland	15,4	15,9	15,1
Vestlandet	17,6	18,1	17,3
Trøndelag	9,0	7,9	9,7
Nord-Norge	9,6	10,6	9,1
Antall personer	2 980	1 070	1 910

alderssammensetningen. Skjevhetene er så små at de neppe fører til resultater som i vesentlig grad vil avvike fra resultatene basert på et helt representativt utvalg. Det er allikevel lagt inn en vekt som justerer for disse skjevhetene.

Av nettoutvalget utgjør mandager 14,2 prosent, tirsdager 14,2 prosent, onsdager 14,2 prosent, torsdager 14,2 prosent, fredager 14,4 prosent, lørdager 14,7 prosent og søndager 14,1 prosent. Måneden mars utgjør 25,6 prosent, juni 25,0 prosent, september 24,6 prosent og desember 24,9 prosent. Tallene i publikasjonen er vektet, slik at de fire månedene og de forskjellige ukedagene skal telle like mye. Tallene er også vektet etter kjønn, alder, landsdel og utdanning.

1.2. Utvalgsvarians

Den usikkerhet vi får i resultatene fordi vi bare bygger på opplysninger om en del av befolkningen som undersøkelsen dekker, kalles ofte utvalgsvarians.

Standardavviket er et mål på denne usikkerheten. Størrelsen på standardavviket avhenger blant annet av tallet på observasjoner i utvalget, og av fordelingen til det aktuelle kjennemerket i hele befolkningsgruppen som omfattes av undersøkelsen. Vi kan anslå standardavviket ved hjelp av observasjonene i utvalget.

Statistisk sentralbyrå har ikke foretatt spesielle beregninger av slike anslag for tallene i denne publikasjonen, men i tabellen på neste side har vi antydnet størrelsen av standardavviket for observerte prosentandeler ved ulike utvalgstørrelser.

For å illustrere usikkerheten kan vi bruke et intervall som angir nivået på den sanne verdi av en beregnet størrelse (den verdien vi ville ha fått om vi hadde foretatt en totaltelling i stedet for en utvalgsundersøkelse).

Slike intervaller kalles konfidensintervaller dersom de er konstruert på en spesiell måte.

I denne sammenheng kan vi bruke følgende metode: La M være den beregnede størrelse og la S være et anslag for standardavviket til M . Konfidensintervallet blir da intervallet med grenser $(M - 2S)$ og $(M + 2S)$. Denne metoden vil med omtrent 95 prosent sannsynlighet gi et intervall som inneholder den sanne verdi.

Følgende eksempel illustrerer hvordan en kan bruke tabellen til å finne konfidensintervaller: Anslaget på standardavviket til et observert prosenttall på 70 er 1,0 når antall observasjoner er 2 000. Konfidensintervallet for den sanne verdi får grensen $70 \pm 2 \times 1,0$, dvs. det strekker seg fra 72 til 68 prosent.

Når antallet observasjoner for en gruppe er mindre enn 25, foretas det ikke prosentberegninger.

I praksis vil en ikke nøye seg med å betrakte ett og ett prosenttall fra en eller flere undersøkelser særskilt, men sammenlikne prosenttall for forskjellige grupper. Da er det nødvendig å være oppmerksom på at to tall som sammenliknes, begge er usikre, og at usikkerheten på forskjellen mellom dem vanligvis blir større enn usikkerheten knyttet til hvert tall.

1.3. Innsamlings- og bearbeidingsfeil

I enhver undersøkelse, både i totaltelling og utvalgsundersøkelser, vil det forekomme svar som er feil. Feilene kan oppstå både i forbindelse med innsamlingen og under bearbeidningen. Erfaringen er at etter at vi har rettet opp feil så langt dette er mulig, påvirkes de statistiske resultatene fra undersøkelsene i de fleste tilfeller forholdsvis lite av feil. Men virkningen av feil kan i noen tilfeller være av betydning.

Størrelsen av standardavviket i prosent

Antall observasjoner	Prosenttall					
	5(95)	10(90)	20(80)	30(70)	40(60)	50(50)
25	4,4	6,1	8,2	9,4	10,0	10,2
50	3,1	4,3	5,7	6,5	7,0	7,1
100	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
250	1,4	1,9	2,5	2,9	3,1	3,2
400	1,1	1,5	2,0	2,3	2,5	2,5
800	0,8	1,1	1,4	1,6	1,7	1,8
1 000	0,7	0,9	1,3	1,4	1,5	1,6
1 500	0,6	0,8	1,0	1,2	1,3	1,3
2 000	0,5	0,7	0,9	1,0	1,1	1,1
2 500	0,4	0,6	0,8	0,9	1,0	1,0

Feil under innsamlingen, målefeil, oppstår ved at intervjupersonen avgir feil svar, eller ved at intervjueren krysser av for svaret i feil rubrikk eller skriver ufullstendige opplysninger i skjemaet. Bearbeidingsfeil er feil koding av for eksempel inntekt og yrke, feil i avledninger (omkodinger) eller feil som oppstår når opplysningene fra spørreskjemaet overføres til maskinlesbart medium. Gjennom manuell skjemarevisjon og maskinelle kontroller har vi søkt å finne feil og rette opp disse. Det er imidlertid klart at ikke alle målings- og bearbeidingsfeil oppdages.

Målefeil kan oppstå på mange måter. De kan skyldes vansker med å huske forhold tilbake i tiden. De kan også skyldes misforståelser av spørsmål. Når vi spør om forhold som folk erfaringsmessig finner kompliserte, må vi regne med å få en del feilaktige svar.

Målefeil kan også oppstå fordi visse spørsmål av enkelte oppfattes som ømtålige. De som svarer, kan i slike tilfeller bevisst gi feilaktige svar, eller de vurderinger som ligger til grunn for svaret, blir påvirket av hva de oppfatter som sosialt ønskelig.

1.4. Tid til radio og fjernsyn

Sendingene i radio og fjernsyn har i de seinere åra i stadig større grad spredt seg over hele døgnet og til stadig flere kanaler. Å stille ett enkelt spørsmål for hele døgnet for å fange opp tidsbruken for disse mediene kan dermed føre til at noe av denne tidsbruken ikke kommer med i svaret. En test gjennomført av SSB i september 1998 viste at å splitte opp døgnet i kortere perioder og stille spørsmål om tid for hver av disse periodene, ga et betydelig høyere tall for tidsbruk enn med den spørreteknikken som vanligvis brukes. På bakgrunn av dette er spørsmålet som gjelder tid brukt til disse mediene endret fra og med 1999-undersøkelsen. Dette gjelder også andelen som bruker disse mediene i ulike perioder av døgnet. Med stor sannsynlighet er tallene høyere enn de ville ha vært med den metoden vi tidligere har brukt for disse mediene, og som vi fremdeles bruker for de andre mediene. Dette fører til at tidsbrukstallene for disse to mediene fra og med 1999 ikke er sammenlignbare med tidligere år.

Antall personer i ulike befolkningsgrupper som ble intervjuet i undersøkelsen

Alle	1910	Husholdningsinntekt	
		Under 350 000	146
Kjønn		350 000-499 000	190
Menn	965	500 000-649 000	207
Kvinner	945	650 000-849 000	281
		850 000-1 049 000	303
Alder		1 050 000 eller mer	345
9-12 år	101	Landsdel	
13-15 år	78	Oslo/Akershus	434
16-19 år	108	Østlandet ellers	499
20-24 år	152	Agder/Rogaland	289
25-34 år	278	Vestlandet	330
35-44 år	334	Trøndelag	185
45-54 år	302	Nord-Norge	173
55-66 år	279	Bostedsstrøk	
67-79 år	278	Tettbygd 100 000 eller flere	456
		Tettbygd 20 000-99 000	400
Kjønn/Alder		Tettbygd under 20 000	578
Menn		Spredtbygd	398
9-15 år	91	Familiefase	
16-24 år	138	9-24 år hos foreldre	333
25-44 år	308	Enslige ellers 9-44 år	199
45-66 år	288	Enslige 45-79 år	190
67-79 år	140	Enslige forsørgere	59
		Par med barn 0-6 år	243
Kvinner		Par med barn 7-17 år	289
9-15 år	88	Par 16-44 år uten barn	119
16-24 år	122	Par 45-79 år uten barn	478
25-44 år	304	Husholdningsstørrelse	
45-66 år	293	Bor alene	320
67-79 år	138	2 husholdningsmedlemmer	608
		3 husholdningsmedlemmer	300
Yrkesstatus (16-79 år)		4 husholdningsmedlemmer	391
Yrkesgruppe 1-2	319	5 husholdningsmedlemmer eller flere	275
Yrkesgruppe 3	306		
Yrkesgruppe 4-5	238		
Yrkesgruppe 6-9	205		
Elever/studenter	125		
Pensjonister	353		
Hjemmearbeidende	35		
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	230		
Videregående skole	738		
Universitet/høgskole, kort	461		
Universitet/høgskole, lang	274		

Figurregister

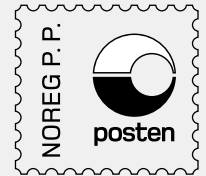
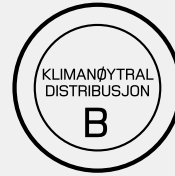
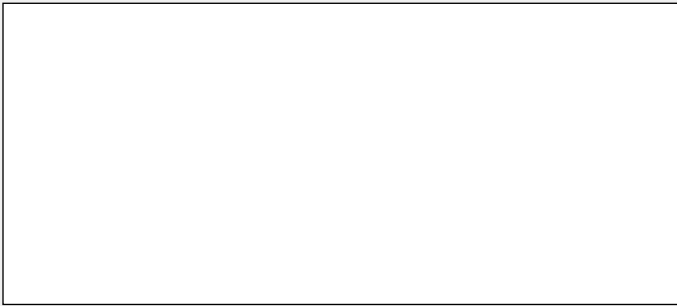
1. Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 2014.....	9
2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 2014.....	9
3. Andel av tid brukt til massemedier en gjennomsnittsdag som går med til ulike medier. 2014	10
4. Andel avislesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014	15
5. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag. 2014	16
6. Andel ukebladlesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014	19
7. Andel ukebladlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag. 2014	20
8. Andel lesere av tegneserieblad en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014	23
9. Andel tegneserielesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag. 2014.....	24
10. Andel lesere av tidsskrift, foreningsblad eller lignende en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014	27
11. Andel tidsskriftlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag. 2014.....	28
12. Andel boklesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014.....	31
13. Andel boklesere som har lest ulike typer bøker en gjennomsnittsdag. 2014.....	32
14. Andel lyttere til lydmedier en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014	35
15. Andel lyttere som har lyttet til ulike avspillingssystem en gjennomsnittsdag. 2014.....	36
16. Andel brukere av videomedier en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014.....	39
17. Andel brukere av videomedier som har sett på ulike typer opptak en gjennomsnittsdag. 2014	40
18. Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014.....	43
19. Andel som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag. 2014	44
20. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag. 2014	46
21. Andel fjernsynsseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014.....	49
22. Andel som ser på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag. 2014	50
23. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag. 2014.....	52
24. Andel som bruker hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014.....	55
25. Andel hjemme-PC-brukere som har brukt den til ulike formål en gjennomsnittsdag. 2014.....	56
26. Andel som bruker Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2014	59
27. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tilbud en gjennomsnittsdag 2014	60
28. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tjenester en gjennomsnittsdag 2014	61
29. Andel Internettbrukere som har brukt Internett til ulike typer mediebruk en gjennomsnittsdag 2014	62
30. Andel som har vært på kino siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 2014	67
31. Andel som har vært på kino, etter perioder av året. 2014.....	68

Tabellregister

1. Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag. Prosent	11
2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag. Minutter	12
3. Tid brukt til ulike massemedier blant brukere en gjennomsnittsdag. Minutter.....	13
4. Andel avislesere og minutter brukt til avislesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	15
5. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent.....	16
6. Andel som har lest avis en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2014	17
7. Andel ukebladlesere og minutter brukt til ukebladlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	19
8. Andel ukebladlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent.....	20
9. Andel som har lest ukeblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2014	21
10. Andel lesere av tegneserieblad og minutter brukt til slik lesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning.....	23
11. Andel tegneserielesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent.....	24
12. Andel som har lest tegneserieblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2014	25
13. Andel tidsskriftlesere og minutter brukt til tidsskriftlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	27
14. Andel tidsskriftlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent.....	28
15. Andel som har lest tidsskrift en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2014	29
16. Andel boklesere og minutter brukt til boklesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	31
17. Andel boklesere som har lest ulike typer bøker en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent.....	32
18. Andel som har lest bok en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2014	33
19. Andel lyttere til lydmedier og minutter brukt til slik lytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	35
20. Andel lyttere som har lyttet til ulike avspillingsystem en gjennomsnittsdag 1994-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent.....	36
21. Andel lyttere til lydmedier en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2014.....	37
22. Andel brukere av videomedier og minutter brukt til dette en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	39
23. Andel brukere av videofiler som har sett på ulike typer opptak en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent.....	40

24. Andel brukere av videomedier en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2014.....	41
25. Andel radiolyttere og minutter ¹ brukt til radiolytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	43
26. Andel av befolkningen som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent.....	44
27. Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2014.....	45
28. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter radiokanaler 2014. Prosent.....	46
29. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag, i ulike befolkningsgrupper. 2014. Prosent.....	47
30. Andel fjernsynsseere og minutter ¹ brukt til fjernsynsseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	49
31. Andel av befolkningen som har sett på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent.....	50
32. Andel som har sett på fjernsyn en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2014	51
33. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter fjernsynskanal 2014. Prosent	52
34. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag i ulike befolkningsgrupper. 2014. Prosent.....	53
35. Andel som har brukt hjemme-PC og minutter brukt til hjemme-PC en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	55
36. Andel hjemme-PC-brukere som har brukt den til ulike formål en gjennomsnittsdag 1994-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent.....	56
37. Andel som har brukt hjemme-PC en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2014	57
38. Andel som har brukt Internett og minutter brukt til Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	59
39. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tilbud en gjennomsnittsdag 2003-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2014. Prosent	60
40. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tjenester en gjennomsnittsdag 2001-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2014. Prosent	61
41. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer mediebruk en gjennomsnittsdag 2001-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2014. Prosent ...	62
42. Andel som har brukt Internett en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2014	63
43. Andel som har brukt aviser, radio, TV og bøker en gjennomsnittsdag, som tradisjonelt medium, som internetmedium og som tradisjonelt/nettmedium totalt. Prosent	64
44. Andel som har brukt aviser, radio, TV og bøker en gjennomsnittsdag, som tradisjonelt medium, som internetnettmedium og som tradisjonelt/nettmedium totalt, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landssdel. 2014. Prosent	65
45. Andel som har vært på kino og antall besøk siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning.....	67
46. Andel som har vært på kino i ulike perioder 1991-2013 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2014. Prosent.....	68

47. Andel som har vært på kino de siste 12 måneder, gjennomsnittlig antall besøk blant alle og blant dem som har vært på kino, i ulike befolkningsgrupper. 2014.....	69
48. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud en gjennomsnittsdag.....	71
49. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud og antall private telefonsamtaler og sms en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014.....	72
50. Andel som har brukt massemedier i ulike perioder av døgnet. Prosent.....	74
51. Andel som har brukt massemedier på ulike dager i uka. Prosent.....	75
52. Tid brukt til massemedier på ulike dager i uka. Minutter ¹	76
53. Andel som har brukt massemedier en gjennomsnittsdag i ulike perioder av året. Prosent.....	77
54. Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke. Prosent.....	79
55. Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014. Prosent	80
56. Andel som har brukt PC og Internett i ulike sammenhenger en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014. Prosent.....	81
57. Andel som har tilgang til ulike medier og elektroniske tilbud i hjemmet. Prosent	83
58. Andel som har tilgang til ulike TV-kanaler, elektroniske tilbud og antall TV-apparater hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014. Prosent	84
59. Andel som har tilgang til ulike typer musikkanlegg, radiotilbud og TV-antennesystemer hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014. Prosent	85
60. Andel som har tilgang til ulike typer elektronisk tilbud og avisabonnement hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2014. Prosent.....	86
Bruttoutvalget, frafallet og nettoutvalget, etter kjønn, alder og landsdel. Prosent	87
Størrelsen av standardavviket i prosent.....	89



Returadresse:
Statistisk sentralbyrå
Postboks 1400 Rasta
2225 Kongsvinger

Norsk mediebarometer 2014 beskriver nordmenns bruk av de forskjellige trykte og elektroniske mediene og hvem som har tilgang til dem. Publikasjonen gir også et bilde av utviklingen på disse områdene de seinere åra. Hva skjer på mediemarkedet; er noen medier på frammarsj mens andre taper i konkurransen om publikums oppmerksomhet? Hvilke grupper er det som endrer medieatferd?

Statistikken blir presentert ved hjelp av oversiktlige tabeller og figurer slik at stoffet skal være lett tilgjengelig. Hvert medium blir presentert for seg, og det legges vekt på hvilke befolkningsgrupper som bruker det, og hvor mye tid de bruker. Norsk mediebarometer er et aktuelt oppslagsverk for alle innenfor medie-, kommunikasjons- og IT-sektoren, for forskning og undervisning.

Avsender:
Statistisk sentralbyrå

Postadresse:
Postboks 8131 Dep
NO-0033 Oslo

Besøksadresse:
Akersveien 26, Oslo
Oterveien 23, Kongsvinger

E-post: ssb@ssb.no
Internett: www.ssb.no
Telefon: 62 88 50 00

ISBN 978-82-537-9120-3 Trykt versjon
ISBN 978-82-537-9121-0 Elektronisk versjon
ISSN 0804-3321

