

DIGITALES ARCHIV

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

Periodical Part

Norsk mediebarometer / Statistisk Sentralbyrå ; 2015

Provided in Cooperation with:
Statistics Norway, Oslo

Reference: Norsk mediebarometer / Statistisk Sentralbyrå ; 2015 (2017).

This Version is available at:
<http://hdl.handle.net/11159/3015>

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/>

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://savearchive.zbw.eu/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

2015



Odd Frank Vaage

Norsk mediebarometer 2015

(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 2016

Rettet 2. mai 2016, side 36 og 83.

Rettet 19. januar 2017, side 83.

Ved bruk av materiale fra denne publikasjonen skal Statistisk sentralbyrå oppgis som kilde.

ISBN 978-82-537-9320-7 Trykt versjon

ISBN 978-82-537-9321-4 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 2015* legger Statistisk sentralbyrå fram hovedresultatene fra en landsomfattende undersøkelse om folks massemediebruk i 2015. 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 internettadresse 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, 5. april 2016

Christine Meyer

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 1 800 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 2015-undersøkelsen deltok 1 870 personer. Resultatene fra undersøkelsen viser at 42 prosent av befolkningen leste papiravis en gjennomsnittsdag i 2015, mot 49 prosent i 2014. Vi brukte i gjennomsnitt 16 minutter per døgn til avislesing. Det har vært en tendens til synkende avislesing de seinere åra. 51 prosent leste avissider på Internett en gjennomsnittsdag. Totalt var det 72 prosent som enten leste avis på papir eller på nett, mot 75 prosent i 2014.

7 prosent leste ukeblad en gjennomsnittsdag i 2015, mot 8 prosent 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. 8 prosent leser tidsskrift eller lignende i løpet av et døgn. Menn leser i noe større grad slike blad enn kvinner gjør. 23 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.

38 prosent lyttet til lydmedier en gjennomsnittsdag i 2015. Dette omfatter vinylplater, kassetter, CD-er, MP3 eller lydfiler lastet ned fra Internett og strømmete Internettfiler. Blant de unge lytter nesten sju av ti. Nærmere sju av ti lyttere lytter på filer strømmet fra Internett. 21 prosent så video-/filmmedier i løpet av et døgn i 2015. Det omfatter videobånd, DVD/Bluray, harddiskopptaker og video-/filmfiler enten lastet ned eller strømmet via Internett og betalt for. Bruk av slike tilbud totalt har økt de siste åra, mest på grunn av økt strømming fra nettet. Unge bruker slike tilbud mest. Godt voksne ser mest på harddiskopptaker, unge ser mest på nettfiler.

59 prosent lyttet til radio i løpet av et døgn i 2015. Dette var en nedgang fra 64 prosent året før. Nedgangen siste år gjelder særlig barn og unge. De godt voksne lytter fremdeles mest til radio. 67 prosent så på TV i løpet et døgn i 2015, en nedgang fra 74 prosent året før. Tiden til TV-seing gikk også ned mellom 2014 og 2015. Høyest seerandel har eldre. De bruker også mest tid på dette. Det er størst oppslutning om nyheter, underholdning, TV-serier og sport.

87 prosent brukte Internett en gjennomsnittsdag i 2015, omtrent det samme som i 2014. Som tidligere år er menn mer aktive nettbrukere enn kvinner er. Unge og yngre voksne er de ivrigste brukerne. 73 prosent av nettbrukerne leser nyheter på nettet i løpet av et døgn. 68 prosent bruker e-post og 70 prosent bruker Facebook per døgn.

71 prosent gikk på kino i løpet av de siste 12 måneder i 2015, mot 69 prosent i 2014. De unge går mest på kino. Antall kinobesøk har sunket noe siste år. 34 prosent spiller elektroniske spill per døgn, 77 prosent blant gutter i alderen 9-15 år. 82 prosent har en privat mobilsamtale i løpet av døgnet. 46 prosent bruker mobilen til e-post per døgn, mens 68 prosent bruker mobiltelefon til Internett-bruk. 50 prosent hadde harddiskopptaker i 2015. 53 prosent hadde tilgang DABradio hjemme. 96 prosent hadde Internett hjemme, 85 prosent hadde smarttelefon og 75 prosent hadde nettbrett. 50 prosent hadde abonnement på papiravis i 2015, mens 12 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 2015-survey 1 870 persons participated. The results from the survey show that on an average day, 42 per cent of the population read newspapers issued on paper, against 49 per cent in 2014. We use 16 minutes daily for newspaper reading. There has been a tendency towards declining newspaper reading the later years. 51 per cent read newspaper sites on the Internet on an average day. In total 72 per cent read either newspaper on paper or on the Internet against 75 per cent in 2014.

7 per cent read weeklies on an average day in 2015, against 8 per cent 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 older individuals are the most eager readers of weeklies. 89 per cent read magazines etc. on an average day. 23 per cent read books on an average day. Women are the most eager book readers. Individuals with higher education read books more than others.

38 per cent listened to sound media during an average day in 2015. This includes vinyl records, cassettes, CD's, MP3 and sound files downloaded from Internet or streamed Internet files. Among young individuals almost seven out of ten were listening. Seven out of ten listeners listen to files streamed from the Internet. 21 per cent view video/film media during a day. This includes VHS, DVD, hard disk recorders and video/film 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.

59 per cent listened to the radio on an average day in 2015. This is a decrease from 64 per cent the year before. The decrease mostly applies to children and teenagers. 67 per cent watched television on an average day in 2015, a decrease from 74 per cent in 2014. There was also a decrease in the time spent on TV between 2014 and 2015. Older persons have the highest viewing rate and spend most time on it.

87 per cent used the Internet during an average day in 2015, about the same as in 2014. As former years, men are more active net users than women. Young individuals are the most eager users. 73 per cent of Internet users read news on the net during an average day. 68 per cent use e-mail and 70 per cent use Facebook on an average day.

71 per cent went to the cinema last 12 months in 2015, against 69 per cent in 2014. The number of visits has decreased somewhat. The young go most often to the cinema. 34 per cent use electronic plays on an average day, 77 per cent of boys aged 9-15 years. On an average day, 82 per cent have a private mobile phone conversation, 46 per cent use the mobile phone for e-mails, while 68 per cent use the mobile phone for Internet use. 50 per cent had a hard disk recorder in 2015. 53 per cent had access to a DAB-radio at home. 96 per cent had Internet at home, 85 per cent had a smart phone and 75 per cent had a tablet. 50 per cent had a printed newspaper subscription in 2015, while 12 per cent had a newspaper on Internet subscription.

Innhold

Daglig mediebruk: Hovedtall	9
Avis	16
Ukeblad	21
Tegneserieblad	25
Tidsskrift	29
Bøker	33
Lydmedier	37
Videomedier	41
Radio	45
Fjernsyn	51
Internett	57
Kino	65
Spill, tekst-TV og telefon	69
Mediebruk til ulike tider	72
Ukentlig mediebruk	77
Tilgang til ulike medier	81
Vedlegg 1	85
Figurregister	89
Tabellregister	90

Kort om undersøkelsen

Mediebruksundersøkelsen 2015, som publikasjonen er basert på, er en intervjuundersøkelse gjennomført blant et landsomfattende utvalg på 1 870 personer i alderen 9 til 79 år. 62,6 prosent av dem som ble trukket ut til undersøkelsen deltok.

Noen kjennemerker brukt i publikasjonen**Utdanning (16-79 år)**

Utdanningsnivå er fra og med 2015 beregnet på grunnlag av opplysninger fra utdanningsregister. Tidligere er de beregnet på grunnlag av opplysninger fra intervjuet i undersøkelsen. I beregningen av utdanning tas det hensyn til samlet allmennutdanning og yrkesutdanning. Grupperingen bygger på norsk standard for utdanningsgruppering (NUS). 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.

Yrkesstatus (16-79 år)

Grupperingen av yrker er endret fra og med 2015. Den bygger nå på Standard for yrkesklassifisering (STYRK-08).

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 overgangsstønad til enslige forsørgere.

- **Nedgang både i papiravislesing og i avis på nett.**
- **Også nedgang i TV-seingen, økt andel på nett.**
- **Nettet betyr mye for lesing av tidsskrifter.**
- **Nettet betyr lite for lesing av bøker, uke- og tegneserieblader.**

Fra 1991 og framover var det papiravisene og fjernsynet som var de dominerende mediene i Norge, med en daglig publikumsoppslutning på mer enn 80 prosent. Første gang papiravisene hadde en oppslutning på under 80 prosent var i 2000. Siden har oppslutningen sunket. Den var for første gang under 50 prosent i 2014 og var på 42 prosent i 2015. Fjernsynet hadde for første gang en daglig oppslutning på under 80 prosent i 2012. I 2015 var oppslutningen på 67 prosent, medregnet tilbudet på Internett.

Mens papiravisene og fjernsynet har hatt synkende oppslutning, har oppslutningen om Internett økt. Daglig oppslutning om denne kilden til underholdning og informasjon var i 1997 på 7 prosent. Oppslutningen var over 50 prosent for første gang i 2005. I 2014 og 2015 var oppslutningen henholdsvis 88 og 87 prosent.

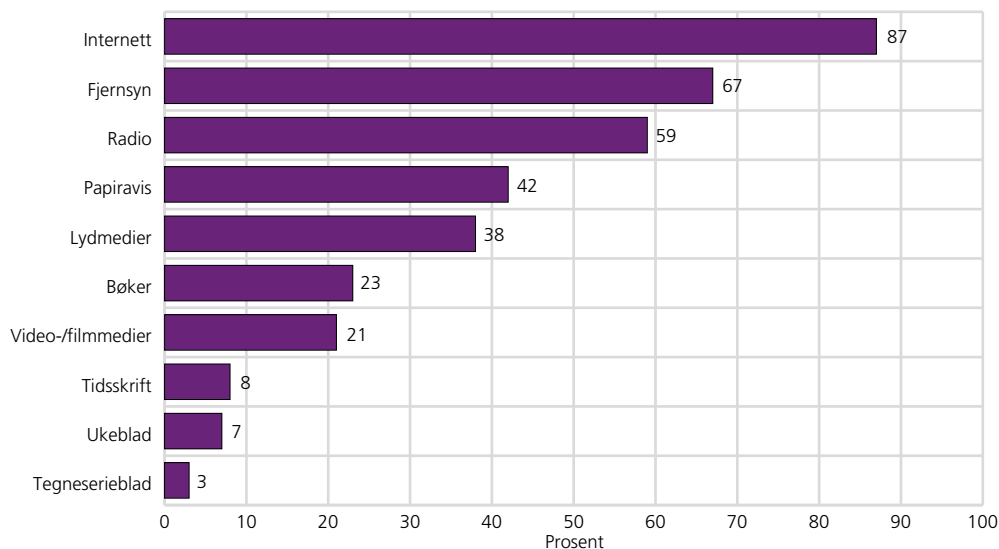
Internett formidler medieinnhold av mange slag. Vi må anta at papiravisenes nyhetsformidling via Internett delvis kan forklare nedgangen i papiravisenes oppslutning. I 2002 var papiravisenes daglige oppslutning på 77 prosent og avisenes oppslutning på nett var 12 prosent. Til sammen hadde de en oppslutning på 79 prosent. I 2015 var dette forandret. Papiravisene hadde en oppslutning på 42 prosent og avisenes nettsider hadde en oppslutning på 51 prosent. Totalt har de to tilbudene en oppslutning på 72 prosent. Vi ser altså at avisenes nyhetsformidling nå fanger flere lesere gjennom Internett enn gjennom papiraviser.

De andre tradisjonelle mediene har i mindre grad blitt oppslukt av Internetts tilbud. Radioen har som tradisjonelt medium de siste 13 åra hatt en oppslutning mellom 50 og 60, mens radio på Internett har holdt seg rundt 5 prosent. TV-oppslutningen har også i bare liten grad blitt påvirket av tilbudet på internett. Det samme gjelder lesing av trykte medier som bøker, ukeblader og tegneserieblader.

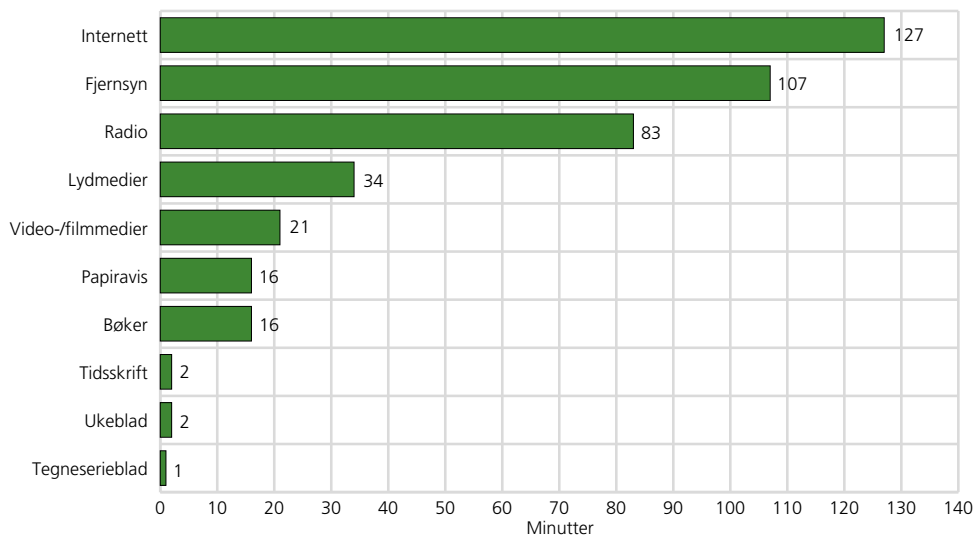
I 2015 øker oppslutningen om bøker fra 23 til 24 prosent når vi tar med det elektroniske tilbudet. For ukebladene er det samme forholdet 7 og 10 prosent og for tegneseriebladene er det 3 og 4 prosent. For tidsskriftene betyr derimot de elektroniske Internett-utgavene mer: Her øker den daglige oppslutningen fra 8 til 16 prosent når nettversjonene tas med. Vi må helt tilbake til 1996 for å finne en måling med tilsvarende oppslutning om lesing av tidsskrifter.

Lydmedier og videomedier har endret innhold i ulik grad de siste 24 åra. Her har også tilbud på Internett blitt regnet med de seinere åra og har relativt stor betydning for oppslutningen. Lydmediene har holdt seg rundt en daglig oppslutning på rundt 40 prosent, og har 38 prosent i 2015. Videomediene har stort sett holdt seg rundt 10 prosent, men har de to siste åra økt betydelig. Oppslutningen var i 2014 på 22 prosent og på 21 prosent i 2015. Økningen skyldes nok i stor grad tilbud via Internett.

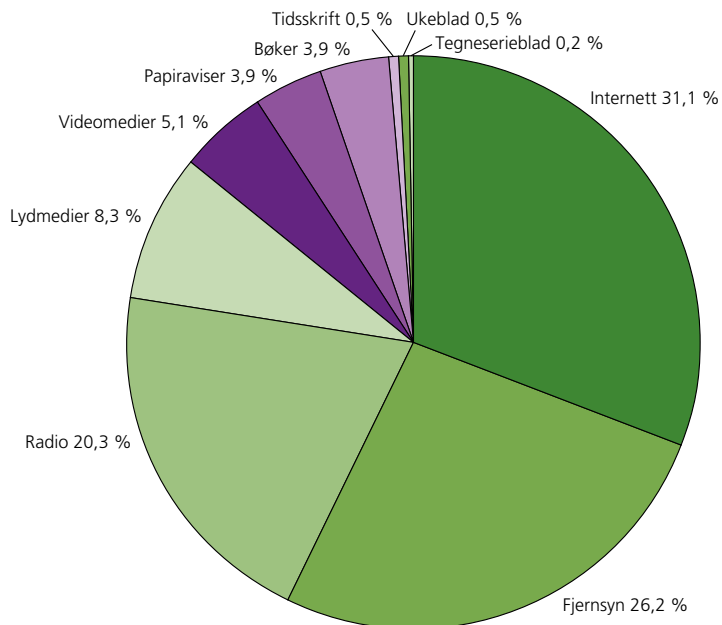
Figur 1. Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag, 2015



Figur 2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag, 2015



Figur 3. Andel av tid brukt til massemedier en gjennomsnittsdag som går med til ulike medier. 2015



Av den tiden vi bruker på massemedier en gjennomsnittsdag blir 26 prosent, eller 1 time og 47 minutter, brukt til fjernsynsning. 20 prosent, eller 1 time og 23 minutter, brukes til radiolytting. Legges lytting på lydmedier til, bruker vi 1 time og 57 minutt på medier som formidler lyd totalt. Dette utgjør 28 prosent av mediedagen.

37 minutter brukes til trykte medier per dag. Av dette er 16 minutter avislesing, som utgjør 4 prosent av tiden vi bruker til massemedier. Video-/filmmedier dekker 5 prosent, eller gjennomsnittlig 21 minutter, av mediedagen. Internett beslaglegger 127 minutter, eller 31 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**

	Papir- avis	Fjern- syn	Radio	Lyd- medier	Uke- blad	Bøker	Tids- skrift	Tegne- serie- blad	Video- medier ¹	Inter- nett
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	..
1995	84	84	66	38	20	19	16	11	8	..
1996	82	82	59	37	18	19	16	10	9	..
1997	84	84	61	41	17	17	15	9	9	7
1998	81	83	59	42	16	18	14	9	8	10
1999	81	84	60	44	15	19	15	9	9	18
2000	77	82	57	50	17	20	14	9	10	27
2001	78	85	56	47	14	22	13	8	9	35
2002	77	85	58	49	16	23	14	7	10	35
2003	77	84	58	45	16	23	13	7	9	42
2004	75	83	58	47	17	23	12	8	10	44
2005	74	85	55	45	16	25	11	7	9	55
2006	74	83	54	43	16	24	11	7	10	60
2007	72	82	53	43	14	23	11	7	11	66
2008	68	80	54	42	13	23	14	6	12	71
2009	65	80	53	41	13	27	12	5	13	73
2010	64	82	56	42	12	24	13	6	13	77
2011	63	81	55	38	12	27	12	5	14	80
2012	55	77	60	40	10	25	9	4	12	80
2013	51	74	59	41	8	25	9	4	15	85
2014	49	74	64	39	8	25	9	4	22	88
2015	42	67	59	38	7	23	8	3	21	87

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

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

	Papir- avis	Fjern- syn ¹	Radio	Lyd- medier	Uke- blad	Bøker ²	Tids- skrift	Tegne- serie- blad	Video- medier	Inter- nett
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	8	..
1995	40	124	99	31	6	12	5	3	5	..
1996	38	117	84	30	6	12	5	2	7	..
1997	36	119	87	36	5	10	4	2	6	..
1998	34	119	83	33	5	10	4	2	6	..
1999	33	141	93	34	5	11	5	2	7	..
2000	34	138	84	46	5	12	4	2	7	18
2001	31	156	95	43	4	12	3	2	7	21
2002	31	146	87	42	5	14	4	2	8	22
2003	32	141	91	42	5	12	3	2	8	30
2004	30	142	80	41	5	12	4	2	9	33
2005	29	147	84	39	5	15	3	2	8	44
2006	29	148	83	41	4	14	3	2	9	53
2007	29	155	80	40	4	13	3	2	11	62
2008	27	145	80	39	4	13	4	1	10	65
2009	25	148	82	39	4	15	3	1	12	73
2010	23	152	81	41	3	14	4	1	12	85
2011	24	157	86	35	4	17	4	1	12	86
2012	23	134	96	36	3	16	3	1	12	95
2013	21	132	90	38	3	17	3	1	14	112
2014	19	132	100	36	3	15	3	1	20	120
2015	16	107	83	34	2	16	2	1	20	127

¹ Spørreteknikken for tid brukt til radio og fjernsyn er endret fra 1999. Se vedlegg 1.² Tid brukt til bøker er i denne rapporten rettet for årene 2012, 2013 og 2014.

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

	Papir- avis	Fjern- syn ¹	Radio	Lyd- medier	Uke- blad	Bøker	Tids- skrift	Tegne- serie- blad	Video- medier	Inter- nett
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	74	..
1995	48	149	163	81	33	61	28	25	68	..
1996	46	143	143	82	34	61	32	25	76	..
1997	44	143	143	87	29	58	28	24	73	..
1998	42	144	141	78	30	56	28	25	75	..
1999	41	161	155	79	31	57	30	26	75	..
2000	44	168	148	92	30	58	30	27	75	56
2001	40	183	171	92	28	55	26	26	82	60
2002	40	172	151	87	30	60	26	27	78	63
2003	42	168	157	93	29	53	27	25	87	76
2004	41	172	140	88	29	52	29	21	92	74
2005	39	174	154	87	30	58	27	26	91	80
2006	39	180	155	96	28	57	28	23	86	89
2007	40	190	151	93	30	58	27	25	98	94
2008	40	182	150	94	29	59	29	24	84	93
2009	38	185	157	97	33	56	28	19	94	101
2010	37	185	147	99	28	58	30	24	90	110
2011	38	195	159	94	35	65	30	23	89	109
2012	42	177	159	89	32	65	30	23	104	125
2013	41	180	154	93	33	68	34	34	95	136
2014	39	181	162	95	32	64	34	25	92	144
2015	38	160	142	89	36	71	32	24	100	152

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

Tabell 4. Andel som har brukt aviser, radio, TV og bøker en gjennomsnittsdag, som tradisjonelt medium, som internettm medium 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	Elektronisk 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
2015	42	51	72	55	4	59	63	11	67	23	2	24
	Tidsskrift			Ukeblad			Tegneserieblad					
	Papir-tidsskrift	Nett-tidsskrift	Tidsskrift totalt	Papir-ukeblad	Nett-ukeblad	Ukeblad totalt	Papir-tegneserieblad	Nett-tegneserieblad	Tegneserieblad totalt			
2002	14	.	.	16	.	.	7	.	.			
2003	13	.	.	16	.	.	7	.	.			
2004	12	.	.	17	.	.	8	.	.			
2005	11	.	.	16	.	.	7	.	.			
2006	11	..	..	16	..	..	7	..	..			
2007	11	..	..	14	..	..	7	..	..			
2008	14	..	..	13	..	..	6	..	..			
2009	12	..	..	13	..	..	5	..	..			
2010	13	..	..	12	..	..	6	..	..			
2011	12	..	..	12	..	..	5	..	..			
2012	9	..	..	10	..	..	4	..	..			
2013	9	..	..	8	..	..	4	..	..			
2014	9	..	..	8	..	..	4	..	..			
2015	8	10	16	7	3	10	3	2	4			

¹ Lytting på program via Internett som samtidig sendes på radiokanalene.² Seing på program via Internett som samtidig sendes på TV-kanalene. Nett-TV er målt på en annen måte i 2015 enn tidligere år.

Tall fordelt på bakgrunnsvariable for 2015 står i tabell 42 og 43.

- **42 prosent leser papiraviser en gjennomsnittsdag.**
- **Betydelig 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.**
- **VGs nyhetssider leses mest på nettet, fulgt av Dagbladets sider.**

42 prosent av befolkningen i alderen 9-79 år leste papiravis en gjennomsnittsdag i 2015, mot 84 prosent i 1997. I 2014 var andelen 49 prosent. Mandag til torsdag i 2015 var andelen avislesere 44 prosent. Vi brukte i gjennomsnitt 16 minutter per døgn til avislesing. De 42 prosent som leste avis, brukte i gjennomsnitt 38 minutter. Andelen avislesere er betydelig lavere enn året før. Det har vært en tendens til synkende avislesing de seinere åra.

Barn og unge leser i mindre grad papiraviser enn de voksne gjør. 5 prosent av barna i aldersgruppen 9-12 år leser aviser en gjennomsnittsdag, i aldersgruppen 13-15 år er andelen 9 prosent. I aldersgruppen 55-66 år er det 71 prosent som leser papiravis en gjennomsnittsdag og blant 67-79-åringene er andelen også 71 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 nesten alle aldersgrupper. For de som er i alderen 67-79 år, har andelen avislesere vært temmelig stabil tidligere, men også blant dem har andelen sunket, fra 82 prosent i 2014 til 71 prosent i 2015.

Tradisjonelt har menn i noe større grad enn kvinner lest papiraviser. Denne forskjellen er nå borte. I 2015 var det 42 prosent av kvinnene og 41 prosent av men-

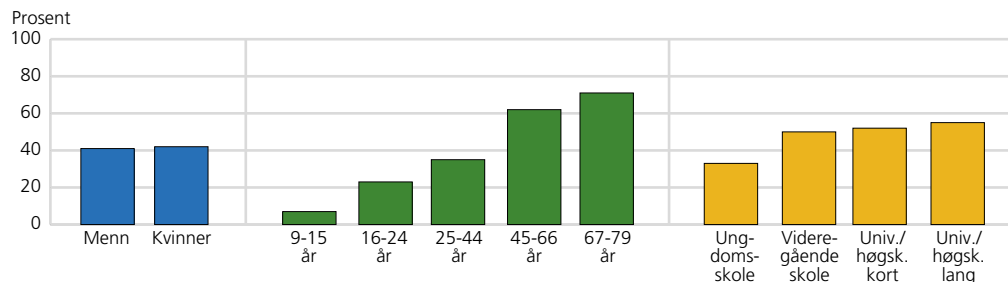
nene som leste avis en gjennomsnittsdag. Det har vært og er fremdeles flere avislesere blant personer med høy utdanning enn blant dem med lav utdanning. Høy husholdningsinntekt er derimot ikke noen klar indikasjon på mye avislesing. Nordmenn er ivrige avislesere uansett sosial og økonomisk status. Avislesing er også nokså jevnt fordelt i alle deler av landet.

26 prosent av befolkningen leser distriktsavis i løpet av en dag, mens 9 prosent leser løssalgsavisene Dagbladet eller VG. Andelen som leser andre Oslo-aviser i løpet av dagen på 12 prosent. 9 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 2014 til 2015. Andelen som leser flere aviser synker sakte. 1991 var andelen 50 prosent. I 2014 var andelen sunket til 17 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.

Det er særlig VGs Internettsider som blir lest, fulgt av Dagbladets nettsider. Utenom papiravisenes nettsider er det NRKs sider som er mest lest.

Tallene i tabell 5-7 gjelder bare lesing av papiraviser. Tall for avislesing på Internett finnes i tabellene 4, 8 og 42.

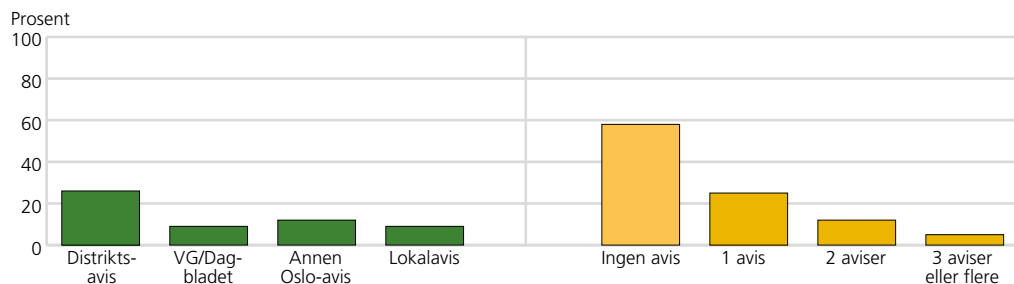
Figur 4. Andel avislesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015



Tabell 5. Andel avislesere og minutter brukt til avislesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prosentandel avislesere totalt	84	84	85	82	81	77	77	75	74	68	64	63	55	51	49	42
Menn	87	86	86	84	84	79	78	75	74	67	65	64	54	49	47	41
Kvinner	82	81	85	80	79	76	76	74	74	69	63	63	56	52	50	42
9-15 år	53	55	56	53	53	45	49	42	47	41	41	32	21	18	15	7
16-24 år	84	83	83	73	75	69	62	61	57	51	48	50	30	26	26	23
25-44 år	87	85	88	85	83	81	78	76	73	67	57	55	49	42	40	35
45-66 år	92	90	93	90	89	86	90	88	86	82	80	78	73	70	68	62
67-79 år	88	87	92	91	90	90	85	90	94	84	84	88	83	83	82	71
Ungdomsskole	83	84	85	80	80	80	77	74	75	62	62	61	53	48	48	33
Videregående skole	88	87	88	87	85	80	78	78	74	71	65	66	56	52	49	50
Universitet/høgskole, kort	95	88	93	88	91	85	81	81	81	78	71	72	62	55	56	52
Universitet/høgskole, lang	92	90	94	95	87	84	86	87	85	80	72	70	73	69	66	55
Minutter til avislesing totalt	39	39	39	38	34	34	31	30	29	27	23	24	23	21	19	16
Menn	43	43	40	41	38	38	34	30	30	28	24	24	22	20	20	17
Kvinner	36	34	38	35	30	29	28	30	27	26	23	23	23	21	18	15
9-15 år	10	9	9	10	9	8	9	6	9	7	5	5	3	3	3	1
16-24 år	30	27	26	23	21	23	16	15	14	12	10	11	6	6	6	4
25-44 år	39	37	38	36	33	30	28	27	24	21	16	16	17	12	11	9
45-66 år	50	49	54	47	43	45	42	42	40	37	35	32	31	31	27	24
67-79 år	58	58	65	64	54	62	52	56	52	55	47	52	53	49	49	44
Ungdomsskole	37	40	41	37	33	33	32	30	28	23	23	21	21	19	22	11
Videregående skole	43	41	43	43	36	36	34	32	29	29	22	25	25	22	18	19
Universitet/høgskole, kort	48	43	46	49	44	41	34	37	34	33	29	28	26	21	22	21
Universitet/høgskole, lang	51	50	46	47	41	40	34	38	40	36	33	30	30	32	26	24

Figur 5. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag. 2015



Tabell 6. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. 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
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
2015	26	9	12	9	58	25	12	5
Menn	25	9	13	9	59	24	11	6
Kvinner	26	9	11	10	58	26	13	4
9-15 år	2	1	3	1	93	7	0	0
16-24 år	9	6	5	5	77	19	2	1
25-44 år	19	6	10	7	65	24	8	3
45-66 år	40	13	18	14	38	34	21	8
67-79 år	53	19	20	19	29	32	25	14
Ungdomsskole	21	8	5	10	67	22	9	2
Videregående skole	33	12	10	13	50	30	14	6
Universitet/høgskole, kort	31	9	21	10	48	29	16	8
Universitet/høgskole, lang	29	9	32	6	45	29	16	11
Oslo/Akershus	9	8	26	3	63	21	11	6
Østlandet ellers	32	11	9	8	56	27	11	6
Agder/Rogaland	28	9	9	8	61	24	10	6
Vestlandet	30	5	6	16	56	29	12	3
Trøndelag	33	11	5	14	54	26	16	4
Nord-Norge	30	7	5	15	57	24	15	4

Tabell 7. **Andel som har lest avis en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2015**

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Alle	42	16	38
Kjønn			
Menn	41	17	40
Kvinner	42	15	36
Alder			
9-12 år	5	1	14
13-15 år	9	2	24
16-19 år	27	5	20
20-24 år	19	4	19
25-34 år	26	6	25
35-44 år	42	11	27
45-54 år	53	20	38
55-66 år	71	28	40
67-79 år	71	44	64
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	10	2	17
16-24 år	28	6	20
25-44 år	32	8	26
45-66 år	62	26	43
67-79 år	74	50	68
Kvinner			
9-15 år	2	1	30
16-24 år	17	3	17
25-44 år	38	10	26
45-66 år	62	22	36
67-79 år	69	39	60
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	53	20	38
Yrkesgruppe 3	47	16	33
Yrkesgruppe 4-5	39	11	29
Yrkesgruppe 6-9	40	10	26
Elever/studenter	26	5	21
Pensjonister	64	37	62
Hjemmearbeidende	26	8	31
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	33	11	35
Videregående skole	50	19	39
Universitet/høgskole, kort	52	21	39
Universitet/høgskole, lang	55	24	44

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Husholdningsinntekt			
Under 450 000	34	14	44
450 000-649 000	50	20	42
650 000-849 000	41	14	34
850 000-999 000	52	21	40
1 000 000-1 299 000	47	17	36
1 300 000 eller mer	47	18	39
Landsdel			
Oslo/Akershus	37	15	39
Østlandet ellers	44	16	37
Agder/Rogaland	39	15	40
Vestlandet	44	18	41
Trøndelag	46	18	39
Nord-Norge	43	13	32
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	40	16	42
Tettbygd 20 000-99 000	41	18	45
Tettbygd under 20 000	42	14	33
Spredtbygd	49	17	36
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	17	3	19
Enslige ellers 9-44 år	23	6	25
Enslige 45-79 år	51	24	51
Enslige forsørgere	19	5	28
Par med barn 0-6 år	36	9	24
Par med barn 7-17 år	58	19	34
Par 16-44 år uten barn	20	4	22
Par 45-79 år uten barn	72	36	51
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	39	15	41
2 husholdningsmedlemmer	58	27	48
3 husholdningsmedlemmer	37	13	35
4 husholdningsmedlemmer	37	11	29
5 husholdningsmedlemmer eller flere	32	9	26

Tabell 8. **Andel som har lest ulike nettsider blant dem som har lest nyhetssider på Internett en gjennomsnittsdag. Prosent**

	2001	2003	2005	2007	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Aftenposten.no	19	28	25	21	23	24	25	24	24	21	25
VG.no	57	63	73	70	69	72	72	73	72	70	71
Dagbladet.no	33	37	48	44	38	44	41	42	40	42	36
Dagens næringsliv	..	..	..	..	..	..	..	6	5	5	7
Bergens Tidende	..	..	..	..	..	..	..	6	7	6	5
Bergensavisen	..	..	..	..	..	..	..	3	3	3	2
Aftenbladet.no	..	..	..	..	..	..	..	2	3	2	2
Adressa.no	..	..	..	..	..	..	..	5	5	6	3
Andre papiraviser	26	29	23	24	17	14	16	10	8	13	8
Nettavisen.no	3	5	5	5	7	11	14	11	10	13	11
Nrk.no	5	3	3	3	3	5	7	12	17	17	18
TV2.no	17	19	20	28	26	32	29	9	10	10	11
ABCnyheter	..	..	..	..	..	..	..	5	3	3	3
E24	..	..	..	..	..	..	..	2	2	3	2
Hegnar.no	..	..	..	..	..	..	..	1	1	1	2
Andre nettsted	44	37	36	37	41	37	39	31	40	34	31
Antall svar	255	359	540	712	870	909	1 024	1 104	1 152	1 264	1 187

- **7 prosent leser trykte ukeblad i løpet av et døgn.**
- **Svak nedgang i ukebladlesingen de siste ti åra.**
- **Kvinner og eldre er de som i størst grad leser ukeblad.**
- **Eldre leser familieblad mest, blad for kvinner leses mest av yngre.**

7 prosent leste trykte ukeblad en gjennomsnittsdag i 2015, tallet var 8 prosent i 2014. Det har vært en sakte nedgang i ukebladlesingen fra begynnelsen på 1990-tallet og fram til nå. I gjennomsnitt brukte den norske befolkningen 2 minutter til ukebladlesing per døgn i 2015, eller 36 minutter blant dem som leste ukeblad en gjennomsnittsdag.

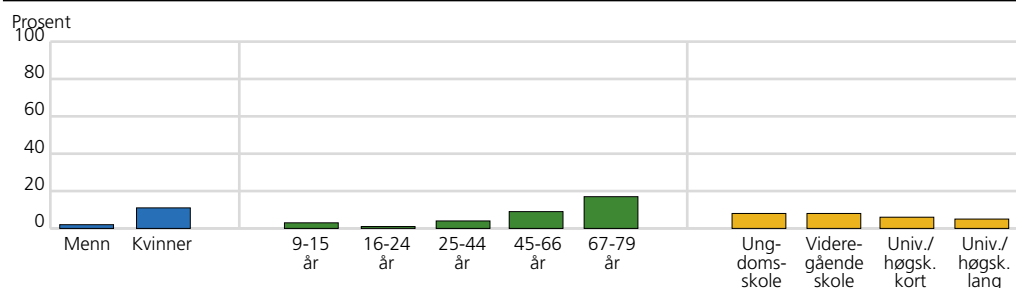
11 prosent kvinner leser ukeblad en gjennomsnittsdag. Blant mennene er andelen 2 prosent. Både blant menn og kvinner har ukebladlesingen gått ned fra begynnelsen av 1990-tallet, men det har vært små endringer de seinere åra. I begynnelsen på 1990-tallet leste unge og eldre i omtrent like stor grad ukeblader. Seinere har de eldre vært den dominerende gruppen. Denne tendensen holder seg fortsatt. I aldersgruppen 67-79 år er andelen kvinnelige lesere nå 26 prosent per dag. Blant gutter i alderen 16-24 år er andelen 0 prosent. Blant jenter i samme aldersgruppe er andelen ukebladlesere 1 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 mindre 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. Dette gjelder ikke for utviklingen mellom 2014 og 2015. Lesing av familieblad har økt fra 44 til 65 prosent og aktualitetsblad har sunket fra 24 prosent til 14 prosent. 10 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 og middelaldrende 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.

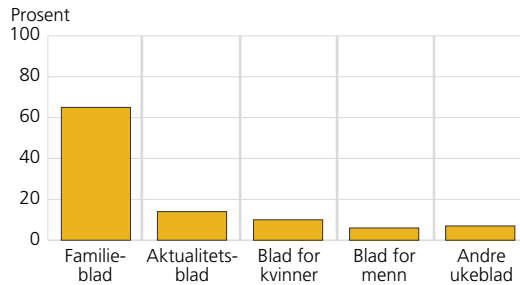
Figur 6. Andel ukebladlesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015



Tabell 9. Andel ukebladlesere og minutter brukt til ukebladlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prosentandel ukebladlesere totalt	21	20	22	18	16	17	16	17	16	13	13	12	12	10	8	8	7
Menn	14	15	16	12	9	11	9	10	10	7	6	7	6	4	2	4	2
Kvinner	27	26	27	24	23	23	23	24	21	19	19	17	19	17	14	13	11
9-15 år	23	24	21	17	17	15	15	14	13	9	7	6	6	5	5	4	3
16-24 år	27	24	26	21	24	19	17	16	15	7	6	9	8	7	4	5	1
25-44 år	17	19	19	15	12	16	16	17	16	14	12	10	11	9	7	7	4
45-66 år	20	18	20	16	15	16	13	16	13	14	15	15	14	12	9	10	9
67-79 år	24	19	31	27	23	22	20	26	22	17	22	16	20	19	17	15	17
Ungdomsskole	23	23	24	22	19	21	17	22	21	15	19	15	14	14	8	10	8
Videregående skole	23	22	22	19	16	20	18	18	16	15	13	14	14	10	10	10	8
Universitet/høgskole, kort	17	14	22	11	21	16	18	18	13	13	12	11	14	12	8	9	6
Universitet/høgskole, lang	11	7	17	13	11	11	10	6	14	7	11	8	8	10	5	6	5
Minutter til ukebladlesing totalt	8	7	7	6	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	2
Menn	5	5	4	3	2	3	2	3	2	2	2	1	1	1	0	1	1
Kvinner	10	9	10	9	8	8	7	8	7	6	7	5	7	5	5	4	4
9-15 år	8	7	5	4	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	2	1
16-24 år	8	8	8	6	7	5	5	4	3	1	1	2	2	2	1	1	0
25-44 år	7	6	6	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3	2	2	2	1
45-66 år	9	7	7	6	4	6	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3
67-79 år	11	10	15	13	10	8	10	10	8	9	11	5	9	7	6	6	7
Ungdomsskole	10	9	11	8	7	7	6	8	7	7	7	5	5	4	3	4	3
Videregående skole	8	7	7	7	5	6	5	5	4	4	5	3	5	4	3	3	3
Universitet/høgskole, kort	4	3	6	3	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2
Universitet/høgskole, lang	3	3	4	3	3	3	3	3	4	1	3	2	2	3	1	2	1

Figur 7. Andel ukebladlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag, 2015



Tabell 10. Andel ukebladlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. 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
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
2015	65	14	10	6	7
Menn	20	27	4	28	11
Kvinner	75	12	12	1	6
9-15 år	:	:	:	:	:
16-24 år	:	:	:	:	:
25-44 år	48	24	16	4	13
45-66 år	70	10	15	4	6
67-79 år	85	5	0	7	2
Ungdomsskole	86	7	0	6	0
Videregående skole	71	13	4	7	4
Universitet/høgskole, kort	54	18	29	0	11
Universitet/høgskole, lang	:	:	:	:	:
Oslo/Akershus	56	20	18	0	10
Østlandet ellers	68	21	6	0	8
Agder/Rogaland	:	:	:	:	:
Vestlandet	64	17	3	16	4
Trøndelag	:	:	:	:	:
Nord-Norge	:	:	:	:	:

Tabell 11. Andel som har lest ukeblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2015

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Alle	7	2	36
Kjønn			
Menn	2	1	35
Kvinner	11	4	37
Alder			
9-12 år	0	0	:
13-15 år	7	2	:
16-19 år	0	0	:
20-24 år	1	0	:
25-34 år	1	0	:
35-44 år	7	2	33
45-54 år	7	3	36
55-66 år	12	4	35
67-79 år	17	7	43
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	3	1	:
16-24 år	0	0	:
25-44 år	2	0	:
45-66 år	1	1	:
67-79 år	8	3	:
Kvinner			
9-15 år	3	0	:
16-24 år	1	1	:
25-44 år	7	2	34
45-66 år	17	6	35
67-79 år	26	11	43
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	6	2	27
Yrkesgruppe 3	5	1	:
Yrkesgruppe 4-5	9	3	:
Yrkesgruppe 6-9	4	1	:
Elever/studenter	0	0	:
Pensjonister	15	5	39
Hjemmearbeidende	10	6	:
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	8	3	41
Videregående skole	8	3	37
Universitet/høgskole, kort	6	2	33
Universitet/høgskole, lang	5	1	:
Husholdningsinntekt			
Under 450 000	11	4	38
450 000-649 000	8	3	37
650 000-849 000	5	2	:
850 000-999 000	4	2	:
1 000 000-1 299 000	7	2	28
1 300 000 eller mer	4	1	:
Landsdel			
Oslo/Akershus	6	2	42
Østlandet ellers	7	2	36
Agder/Rogaland	6	2	28
Vestlandet	7	2	28
Trøndelag	5	2	:
Nord-Norge	9	4	:
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	6	2	40
Tettbygd 20 000-99 000	5	1	31
Tettbygd under 20 000	6	2	29
Spredtbygd	10	4	41
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	2	1	:
Enslige ellers 9-44 år	3	1	:
Enslige 45-79 år	15	7	49
Enslige forsørgere	4	1	:
Par med barn 0-6 år	3	1	:
Par med barn 7-17 år	8	3	36
Par 16-44 år uten barn	1	0	:
Par 45-79 år uten barn	13	4	35
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	10	4	44
2 husholdningsmedlemmer	10	3	33
3 husholdningsmedlemmer	4	2	:
4 husholdningsmedlemmer	5	1	30
5 husholdningsmedlemmer eller flere	4	1	:

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

3 prosent leste trykte tegneserieblad en gjennomsnittsdag i 2015. Andelen var 4 prosent i 2014. 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 24 minutter på denne lesingen. Lesing av tegneserieblad har vært mer vanlig blant menn enn blant kvinner. Denne forskjellen gjelder fremdeles.

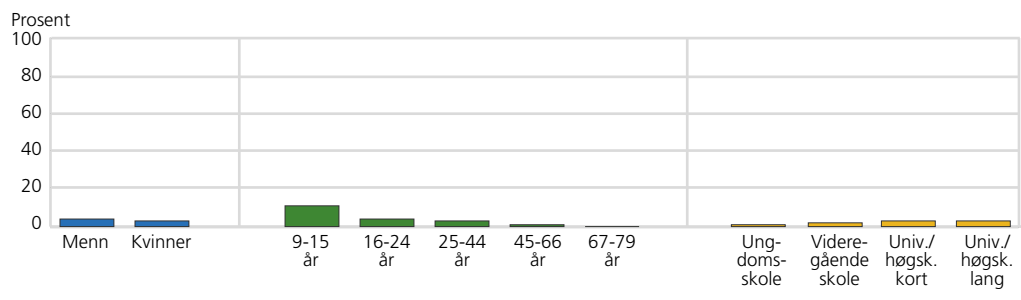
Lesing av tegneserieblad er særlig typisk for barn, men det har vært en klar nedgang. I aldersgruppen 9-15 år var det 16 prosent som leste tegneserieblad per døgn i 2015, det samme som i 2014. I 1991 var andelen 52 prosent. Gutter har vært betydelig mer opptatt av slik lesing enn jenter. Denne forskjellen er ikke så klar lenger. Blant gutter i alderen 9-15 år er det 12 prosent som leser tegneserieblad en gjennomsnittsdag. Blant jenter i samme aldersgruppe er andelen på 9 prosent. Blant personer som er 45 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 2015. 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. 57 prosent leser dette bladet når de leser tegneserieblad. Blant både gutter og jenter er dette det aller mest populære tegneseriebladet. Av andre enkeltblad er det særlig Pondus som står sterkt, med en oppslutning på 16 prosent.

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

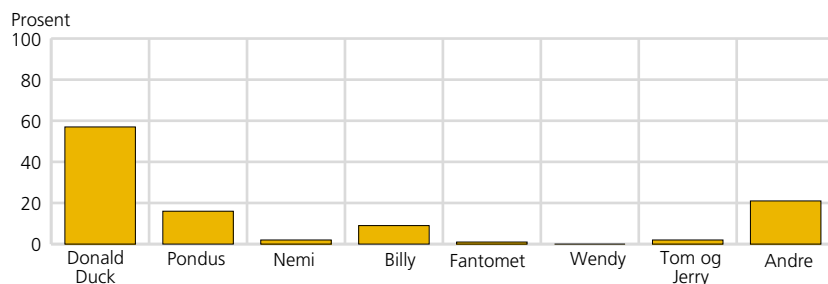
Figur 8. Andel lesere av tegneserieblad en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015



Tabell 12. 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	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prosentandel tegneserielesere totalt	11	10	9	10	9	9	7	8	7	6	5	6	5	4	4	4	3
Menn	14	12	11	11	10	11	10	9	9	9	8	8	7	5	5	6	4
Kvinner	7	7	7	8	8	6	5	6	5	4	3	3	3	3	2	3	3
9-15 år	52	51	42	47	43	41	32	33	28	23	21	21	18	17	13	16	11
16-24 år	20	16	13	17	15	11	13	11	12	10	6	9	9	4	5	4	4
25-44 år	5	5	6	6	5	5	5	5	6	5	5	6	4	3	3	3	3
45-66 år	1	2	1	0	1	1	1	3	1	2	2	1	1	2	2	3	1
67-79 år	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Ungdomsskole	6	7	4	7	4	3	5	4	7	7	3	6	4	3	4	2	1
Videregående skole	7	5	6	5	4	4	5	5	6	3	3	5	4	3	2	3	2
Universitet/høgskole, kort	4	3	3	2	4	4	6	4	2	2	4	4	2	2	2	3	3
Universitet/høgskole, lang	2	4	5	3	4	4	2	4	3	6	3	1	3	1	2	3	3
Minutter til tegneserielesing totalt	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Menn	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1
Kvinner	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0
9-15 år	14	15	12	13	12	12	9	7	7	6	4	5	5	5	6	5	3
16-24 år	5	5	4	4	3	3	4	3	3	2	1	3	2	0	1	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	2	0	2	0	0	1	1	0
Videregående skole	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0
Universitet/høgskole, kort	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1
Universitet/høgskole, lang	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0

Figur 9. Andel tegneserielesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag. 2015



Tabell 13. Andel tegneserielesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent

	Donald Duck	Pon-dus	Nemi	Billy	Fanto-met	Wendy	Tom og Jerry	Andre tegneblad
1991	72	..	..	..	13	..	..	32
1992	74	..	..	..	7	..	..	29
1994	78	..	..	..	7	..	..	21
1996	73	..	..	..	3	..	..	19
1998	76	..	..	..	3	..	..	18
2000	66	..	..	..	3	..	..	25
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
2015	57	16	2	9	1	0	2	21
Menn	57	18	0	12	0	0	3	17
Kvinner	58	13	5	5	4	0	0	28
9-15 år	84	6	0	0	0	0	5	5
16-24 år	:	:	:	:	:	:	:	:
25-44 år	42	30	0	14	4	0	0	32
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 14. Andel som har lest tegneserieblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2015

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Alle	3	1	24
Kjønn			
Menn	4	1	30
Kvinner	3	0	16
Alder			
9-12 år	16	4	24
13-15 år	4	3	:
16-19 år	6	2	:
20-24 år	3	1	:
25-34 år	1	0	:
35-44 år	5	1	:
45-54 år	1	0	:
55-66 år	0	0	:
67-79 år	0	0	:
Kjønn/alder			
Menn			
9-15 år	12	5	:
16-24 år	7	2	:
25-44 år	3	1	:
45-66 år	1	0	:
67-79 år	1	0	:
Kvinner			
9-15 år	9	2	:
16-24 år	2	0	:
25-44 år	4	0	:
45-66 år	1	0	:
67-79 år	0	0	:
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	3	1	:
Yrkesgruppe 3	2	0	:
Yrkesgruppe 4-5	2	1	:
Yrkesgruppe 6-9	3	1	:
Elever/studenter	6	2	:
Pensjonister	1	0	:
Hjemmearbeidende	3	1	:
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	1	0	:
Videregående skole	2	0	:
Universitet/høgskole, kort	3	1	:
Universitet/høgskole, lang	3	0	:
Husholdningsinntekt			
Under 450 000	1	0	:
450 000-649 000	3	1	:
650 000-849 000	4	1	:
850 000-999 000	3	1	:
1 000 000-1 299 000	5	1	:
1 300 000 eller mer	4	1	:
Landsdel			
Oslo/Akershus	4	1	:
Østlandet ellers	3	1	:
Agder/Rogaland	2	0	:
Vestlandet	4	1	:
Trøndelag	2	0	:
Nord-Norge	3	1	:
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	5	1	:
Tettbygd 20 000-99 000	2	1	:
Tettbygd under 20 000	2	1	:
Spredtbygd	4	1	:
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	8	2	30
Enslige ellers 9-44 år	3	1	:
Enslige 45-79 år	0	0	:
Enslige forsørgere	2	1	:
Par med barn 0-6 år	2	0	:
Par med barn 7-17 år	3	1	:
Par 16-44 år uten barn	5	1	:
Par 45-79 år uten barn	1	0	:
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	1	0	:
2 husholdningsmedlemmer	1	0	:
3 husholdningsmedlemmer	3	1	:
4 husholdningsmedlemmer	6	1	20
5 husholdningsmedlemmer eller flere	4	1	:

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

I 2015 var det 8 prosent som leste trykte tidsskrift, foreningsblad eller lignende en gjennomsnittsdag. I 2014 var andelen 9 prosent. Det har vært en nedgang i lesingen av slike blad fra 1991 og framover. I 2015 brukte befolkningen i gjennomsnitt 2 minutter til slik lesning i løpet av en dag. Blant dem som faktisk leste slike blad i løpet av dagen var tiden 32 minutter, 2 minutter mindre enn i 2014.

Tidligere har det helst vært voksne menn som har lest slike blad. I 2015 var andelen også noe større blant menn enn kvinner. 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 1 prosent. Blant personer i alderen 45- 66 år er andelen 11 prosent.

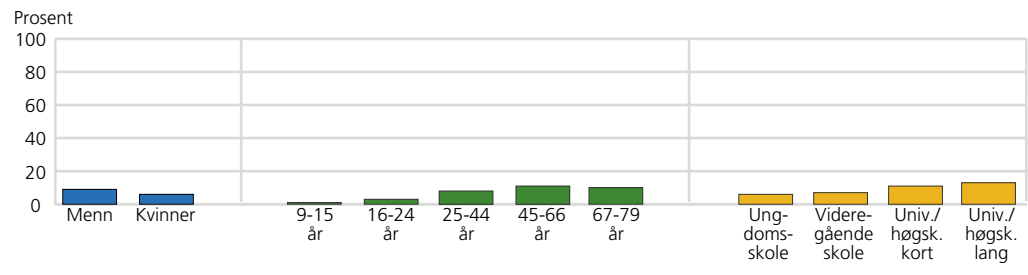
Mange slike blad er rettet inn mot spesielle fagmiljøer. Dette gjenspeiles ved at personer med høy utdanning har vært og er fremdeles de ivrigste leserne av slike blad. Mens 6 prosent av dem med utdanning på ungdomsskolenivå leser tidsskrift eller lignende en gjennomsnittsdag, er andelen 13 prosent blant dem med lang universitets- 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. Andelen lesere er noe høyere i Oslo/Akershus enn i andre landsdeler.

Nesten 50 prosent av tidsskriftleserne 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. Kvinner leser i noe større grad blad om vitenskap/politikk/kultur enn menn når de leser slike blad. Menn leser derimot i noe større grad blad om hobby, hjem og fritid enn kvinner gjør.

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

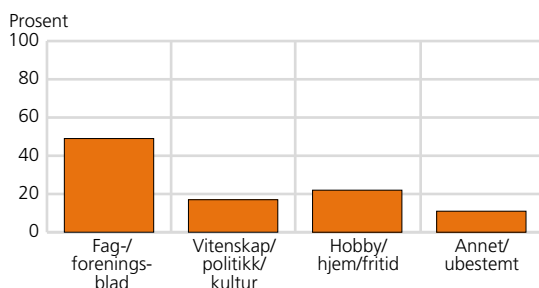
Figur 10. Andel lesere av tidsskrift, foreningsblad eller lignende en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015



Tabell 15. Andel tidsskriftlesere og minutter brukt til tidsskriftlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prosentandel tidsskriftlesere totalt	18	14	16	16	14	14	14	12	11	14	12	13	12	9	9	9	8
Menn	21	18	19	17	17	17	17	14	13	17	14	15	14	12	10	9	9
Kvinner	14	10	14	14	12	11	12	10	10	11	11	10	11	6	7	9	6
9-15 år	9	5	4	4	7	4	8	3	2	4	4	2	2	2	1	1	1
16-24 år	15	11	12	18	15	9	10	9	6	6	8	6	7	3	4	2	3
25-44 år	19	16	18	17	14	16	15	13	13	18	13	14	13	8	9	12	8
45-66 år	21	19	21	16	18	18	18	17	14	15	16	17	16	12	13	12	11
67-79 år	16	12	17	23	17	13	15	12	13	19	16	16	17	15	9	9	10
Ungdomsskole	11	7	9	10	7	8	7	6	6	9	6	11	8	4	4	6	6
Videregående skole	17	14	16	17	14	14	15	12	9	13	12	12	10	7	7	6	7
Universitet/høgskole, kort	24	25	20	20	22	17	17	18	17	19	16	16	17	14	12	13	11
Universitet/høgskole, lang	35	33	36	27	26	22	22	22	23	27	23	21	23	15	18	21	13
Minutter til tidsskriftlesing totalt	6	5	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2
Menn	7	6	7	5	5	5	4	5	3	5	4	4	4	3	4	3	3
Kvinner	5	3	4	5	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2
9-15 år	1	1	1	2	1	1	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0
16-24 år	4	4	5	5	4	2	2	3	1	1	2	1	1	1	1	2	1
25-44 år	7	5	6	5	4	5	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	2
45-66 år	7	6	7	5	4	6	5	5	3	4	4	6	5	3	4	3	3
67-79 år	8	4	7	8	6	5	5	4	5	9	6	6	7	6	4	3	6
Ungdomsskole	4	2	3	4	2	2	2	1	2	2	1	3	1	2	1	2	2
Videregående skole	5	5	6	6	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	2	3
Universitet/høgskole, kort	8	7	6	6	5	4	4	5	5	6	4	5	5	4	4	4	3
Universitet/høgskole, lang	15	11	13	7	8	7	6	6	6	7	6	6	7	4	6	8	4

Figur 11. Andel tidsskriftlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag, 2015



Tabell 16. Andel tidsskriftlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel, 2015. 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
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
2015	49	17	22	11
Menn	53	13	25	9
Kvinner	44	23	18	13
9-15 år	:	:	:	:
16-24 år	:	:	:	:
25-44 år	43	19	23	10
45-66 år	52	13	30	5
67-79 år	51	13	10	26
Ungdomsskole	61	4	26	9
Videregående skole	56	12	19	13
Universitet/høgskole, kort	40	22	29	8
Universitet/høgskole, lang	41	26	17	15
Oslo/Akershus	44	29	24	4
Østlandet ellers	50	13	20	17
Agder/Rogaland	66	10	15	9
Vestlandet	40	11	30	14
Trøndelag	:	:	:	:
Nord-Norge	:	:	:	:

Tabell 17. Andel som har lest tidsskrift en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2015

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Alle	8	2	32
Kjønn			
Menn	9	3	32
Kvinner	6	2	32

Alder			
9-12 år	2	0	:
13-15 år	0	0	:
16-19 år	3	0	:
20-24 år	4	2	:
25-34 år	6	2	:
35-44 år	9	2	26
45-54 år	11	3	26
55-66 år	11	3	29
67-79 år	10	6	56

Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	2	0	:
16-24 år	5	2	:
25-44 år	8	2	23
45-66 år	12	3	27
67-79 år	14	8	61
Kvinner			
9-15 år	0	0	:
16-24 år	1	1	:
25-44 år	8	2	31
45-66 år	10	3	28
67-79 år	7	3	:

Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	11	3	24
Yrkesgruppe 3	12	3	26
Yrkesgruppe 4-5	4	2	:
Yrkesgruppe 6-9	7	2	:
Elever/studenter	3	1	:
Pensjonister	9	5	51
Hjemmearbeidende	4	3	:

Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	6	2	35
Videregående skole	7	3	37
Universitet/høgskole, kort	11	3	27
Universitet/høgskole, lang	13	4	29

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Husholdningsinntekt			
Under 450 000	6	2	:
450 000-649 000	8	3	:
650 000-849 000	10	3	34
850 000-999 000	8	3	:
1 000 000-1 299 000	10	3	29
1 300 000 eller mer	10	3	27

Landsdel			
Oslo/Akershus	10	3	30
Østlandet ellers	6	2	26
Agder/Rogaland	7	2	35
Vestlandet	8	3	35
Trøndelag	7	2	:
Nord-Norge	7	3	:

Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	9	3	32
Tettbygd 20 000-99 000	7	3	40
Tettbygd under 20 000	7	2	22
Spredtbygd	7	3	36

Familiefase			
9-24 år hos foreldre	2	1	:
Enslige ellers 9-44 år	6	2	:
Enslige 45-79 år	7	2	:
Enslige forsørgere	14	2	:
Par med barn 0-6 år	7	2	29
Par med barn 7-17 år	12	3	28
Par 16-44 år uten barn	4	2	:
Par 45-79 år uten barn	11	4	42

Husholdningsstørrelse			
Bor alene	5	1	:
2 husholdningsmedlemmer	10	4	43
3 husholdningsmedlemmer	8	2	25
4 husholdningsmedlemmer	8	2	22
5 husholdningsmedlemmer eller flere	5	2	:

- **23 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.**

23 prosent leste trykte bøker på fritiden en gjennomsnittsdag i 2015. I 2014 var andelen 25 prosent. I gjennomsnitt brukte vi 16 minutter på boklesing per døgn, eller 71 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 28 prosent blant kvinner. Kjønnsforskjellen gjelder alle aldersgrupper unntatt de eldste. I aldersgruppen 9-15 år er det for eksempel slik at 30 prosent av guttene har lest bok en gjennomsnittsdag, mens andelen er 44 prosent blant jentene. I gruppen 67-79 år er andelen 31 prosent blant menn og 28 prosent blant kvinner. Andelen som har lest bok per døgn har holdt seg ganske stabil blant barn og unge siste år.

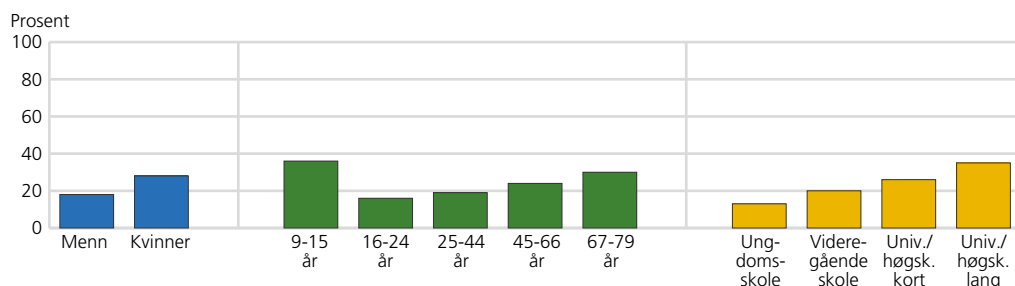
På samme måte som når det gjelder tidskrift, er personer med høy utdanning de mest ivrige bokleserne. Ledere, personer med akademiske yrker og pensjonister leser i noe større grad bøker enn personer

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. 62 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. De eldre og de med høy utdanning velger i større grad bøker om samfunn, politikk, kunst og historie enn andre gjør nå de leser bøker.

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 lastet ned fra Internett, finnes i tabell 42.

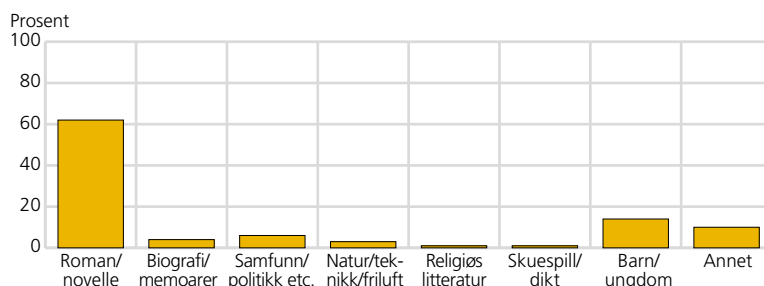
Figur 12. Andel boklesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015



Tabell 18. Andel boklesere og minutter brukt til boklesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prosentandel boklesere totalt	24	21	18	19	18	20	23	23	24	23	27	24	27	25	25	25	23
Menn	19	19	12	15	13	16	17	19	18	18	20	19	19	19	19	18	18
Kvinner	28	24	24	23	23	24	28	27	30	28	34	30	35	32	32	31	28
9-15 år	31	29	31	20	23	18	28	28	31	27	32	31	30	37	30	40	36
16-24 år	28	27	16	24	14	19	19	16	16	15	16	20	20	17	13	18	16
25-44 år	21	19	18	17	19	19	24	22	23	24	27	25	24	23	22	20	19
45-66 år	22	18	17	22	17	23	22	25	27	24	28	22	29	26	28	24	24
67-79 år	25	24	13	15	17	20	19	23	22	22	30	26	36	30	38	33	30
Ungdomsskole	13	16	12	13	12	10	14	14	20	12	18	21	19	17	19	20	13
Videregående skole	22	20	15	19	16	17	19	19	18	17	22	18	25	20	22	18	20
Universitet/høgskole, kort	34	23	25	20	15	29	31	32	29	34	30	29	30	29	27	27	26
Universitet/høgskole, lang	33	31	22	28	28	31	33	33	34	35	43	34	38	37	35	34	35
Minutter til boklesing totalt	14	13	11	12	10	12	14	12	14	13	15	14	17	16	17	15	16
Menn	11	12	8	9	7	9	9	9	9	10	10	10	12	11	12	12	12
Kvinner	17	14	14	15	13	14	18	14	18	17	20	18	23	21	22	19	20
9-15 år	13	14	15	7	8	7	11	9	15	11	11	11	11	17	14	16	13
16-24 år	18	17	12	14	7	13	16	10	11	10	12	14	15	15	12	18	16
25-44 år	11	13	11	10	11	11	14	12	13	13	15	15	13	15	15	13	13
45-66 år	13	12	11	15	11	14	14	13	14	16	15	12	19	15	18	14	17
67-79 år	22	13	7	10	12	13	12	14	18	13	21	17	29	24	28	22	26
Ungdomsskole	11	9	9	6	6	6	9	7	12	8	12	14	15	14	16	12	13
Videregående skole	13	12	9	13	10	10	12	10	11	11	12	11	17	14	15	13	16
Universitet/høgskole, kort	21	16	15	9	12	15	24	17	17	19	18	16	16	19	19	17	20
Universitet/høgskole, lang	18	23	14	19	15	20	18	19	16	21	24	21	27	22	23	22	19

Figur 13. Andel boklesere som har lest ulike typer bøker en gjennomsnittsdag. 2015



Tabell 19. Andel boklesere som har lest ulike typer bøker en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent

	Roman/ novelle	Biografi/ memo- arer	Samfunn/ politikk/ kunst/ historie	Natur/ teknikk/ friluft	Religiøs litteratur	Skue- spill/ dikt	Barne-/ ungdoms- litteratur	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
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
2015	62	4	6	3	1	1	14	10
Menn	54	5	9	4	2	2	14	11
Kvinner	68	4	3	2	1	0	13	9
9-15 år	16	1	5	2	0	2	68	6
16-24 år	74	9	5	0	0	0	6	7
25-44 år	72	2	3	5	1	1	5	11
45-66 år	74	7	4	3	0	1	1	11
67-79 år	64	2	13	1	5	0	1	13
Ungdomsskole	86	2	0	2	0	0	2	8
Videregående skole	70	5	8	3	3	1	1	9
Universitet/høgskole, kort	72	5	4	3	1	0	2	14
Universitet/høgskole, lang	65	8	11	2	0	2	2	12
Oslo/Akershus	71	4	5	1	1	0	11	7
Østlandet ellers	63	5	5	2	0	1	15	10
Agder/Rogaland	62	2	3	6	0	2	18	8
Vestlandet	52	5	10	1	5	2	17	8
Trøndelag	56	2	4	5	0	0	16	16
Nord-Norge	58	8	8	6	0	0	3	17

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

Tabell 20. Andel som har lest bok en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2015¹

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Alle	23	16	71
Kjønn			
Menn	18	12	70
Kvinner	28	20	72
Alder			
9-12 år	48	15	33
13-15 år	20	9	45
16-19 år	19	14	73
20-24 år	13	17	:
25-34 år	14	11	74
35-44 år	23	15	66
45-54 år	22	14	66
55-66 år	25	19	76
67-79 år	30	26	92
Kjønn/alder			
Menn			
9-15 år	30	12	41
16-24 år	13	19	:
25-44 år	13	8	63
45-66 år	16	7	42
67-79 år	31	28	98
Kvinner			
9-15 år	44	14	32
16-24 år	19	12	65
25-44 år	26	18	71
45-66 år	30	26	86
67-79 år	28	24	88
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	26	16	62
Yrkesgruppe 3	21	14	70
Yrkesgruppe 4-5	21	15	72
Yrkesgruppe 6-9	10	9	96
Elever/studenter	18	13	71
Pensjonister	25	17	73
Hjemmearbeidende	39	46	:
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	13	13	100
Videregående skole	20	16	81
Universitet/høgskole, kort	26	20	77
Universitet/høgskole, lang	35	19	54

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lesere
Husholdningsinntekt			
Under 450 000	19	15	80
450 000-649 000	27	22	83
650 000-849 000	24	16	70
850 000-999 000	27	17	66
1 000 000-1 299 000	27	14	54
1 300 000 eller mer	23	11	47
Landsdel			
Oslo/Akershus	28	18	63
Østlandet ellers	22	17	81
Agder/Rogaland	20	17	86
Vestlandet	19	12	61
Trøndelag	25	15	60
Nord-Norge	23	17	74
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	28	16	59
Tettbygd 20 000-99 000	24	20	82
Tettbygd under 20 000	21	14	69
Spredtbygd	20	16	78
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	26	16	62
Enslige ellers 9-44 år	19	14	73
Enslige 45-79 år	26	26	104
Enslige forsørgere	22	21	:
Par med barn 0-6 år	20	10	49
Par med barn 7-17 år	23	15	64
Par 16-44 år uten barn	9	10	111
Par 45-79 år uten barn	27	20	78
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	19	16	87
2 husholdningsmedlemmer	23	18	80
3 husholdningsmedlemmer	27	23	86
4 husholdningsmedlemmer	24	12	51
5 husholdningsmedlemmer eller flere	20	12	61

¹ Tabellen er rettet 2. mai 2016.

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

38 prosent lyttet til lydmedier, det vil si vinylplater, kassetter, CD-er, MP3-spillere, lydfiler lastet ned fra Internett eller strømmete Internettfiler, en gjennomsnittsdag i 2015. Lytterandelen på lydmedier samlet har variert lite de siste åra. Den var på sitt høyeste rundt årtusenskiftet. I gjennomsnitt brukte vi i 2015 34 minutter på slik lytting i løpet av en dag, eller 89 minutter blant dem som bruker tid til slikt.

I 2015 var lytterandelen litt høyere blant menn enn blant kvinner. Det samme gjelder tiden de bruker til slike lydavspillingssystemer. 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 80 prosent lyttere i løpet av en dag. Til sammenligning bruker bare 11 prosent i aldersgruppen 67-79 år tid på dette en gjennomsnittsdag. Aldersgruppen 20-24 år bruker mest tid på å lytte til lydavspillingssystemene. Lytterne i denne gruppen bruker i gjennomsnitt 2 timer 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 helt 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, med en andel på 70 prosent. Trygdede/pensjonister er gruppen med lavest andel lyttere, bare 13 prosent.

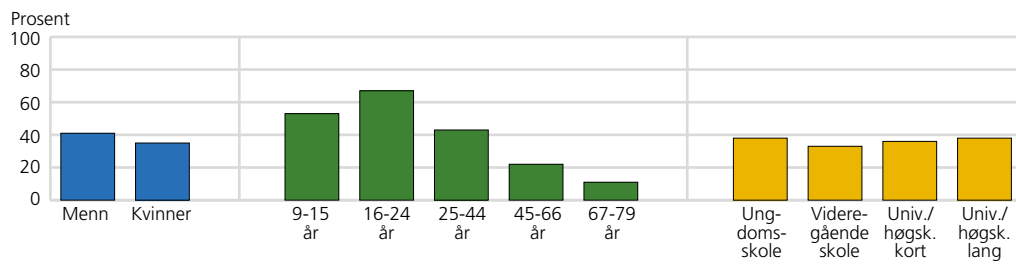
CD-platene har i de seinere åra dominert markedet for lydavspilling i forhold til kassetter og vinylplater. Blant dem som lytter til lydavspillingssystemer har andelen som bruker CD-spillere likevel gått betydelig ned de siste åra, fra 93 prosent i 2003 til 22 prosent i 2015. MP3-spillerne var en periode en sterk konkurrent, men har også sunket noe de siste tre-fire åra. Lytterandelen er nå på 24 prosent. Lydfiler lastet ned fra Internett ligger nå på 31 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. Nettfiler kan lyttes på via PC, nettbrett eller smarttelefon og har en lytterandel på 68 prosent. PC og smarttelefon er de mest sentrale lydkildene. 5 prosent av lytterne lytter på lydbok, samme andel som de to foregående 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 88 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.

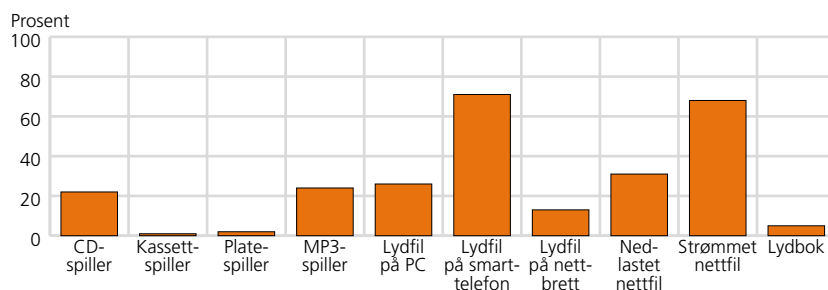
Figur 14. Andel lyttere til lydmedier en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015



Tabell 21. 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	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prosentandel lyttere totalt	43	38	44	37	42	50	49	47	43	42	41	42	38	40	41	39	38
Menn	43	38	43	36	41	49	47	46	45	43	43	44	40	43	44	41	41
Kvinner	43	38	44	38	42	52	50	47	40	41	39	39	35	37	38	36	35
9-15 år	69	71	67	64	71	72	63	56	52	51	49	55	46	56	55	53	53
16-24 år	73	72	75	70	74	79	77	73	70	72	78	78	68	72	64	62	67
25-44 år	47	40	44	39	49	56	58	52	48	49	47	46	46	44	49	48	43
45-66 år	22	18	26	20	19	30	32	35	30	29	26	28	22	26	28	22	22
67-79 år	9	7	9	9	8	13	14	14	14	11	10	11	12	12	12	10	11
Ungdomsskole	37	28	37	33	29	44	39	35	37	36	41	41	34	39	39	39	38
Videregående skole	40	37	39	33	39	46	45	45	42	40	38	39	36	39	38	34	33
Universitet/høgskole, kort	41	35	47	36	37	42	59	51	41	43	40	39	36	38	42	37	36
Universitet/høgskole, lang	41	36	46	35	42	53	54	56	50	45	43	41	42	39	42	41	38
Minutter til lytting totalt	40	32	38	30	33	46	42	41	41	39	39	41	35	36	38	36	34
Menn	40	31	38	29	30	46	42	40	45	43	43	44	42	38	41	41	39
Kvinner	40	33	39	31	35	46	42	42	37	35	36	38	27	34	34	32	29
9-15 år	63	45	46	35	41	45	35	36	38	40	32	48	29	36	39	32	31
16-24 år	89	86	84	81	81	97	100	79	92	89	103	105	91	80	78	82	75
25-44 år	39	33	37	30	38	50	49	46	45	49	47	42	42	40	46	46	39
45-66 år	15	11	18	14	13	27	21	29	24	20	18	21	14	20	20	16	17
67-79 år	5	3	7	4	4	9	7	9	9	6	6	6	9	8	11	6	7
Ungdomsskole	35	26	36	32	33	52	36	34	41	42	44	52	41	42	43	41	39
Videregående skole	41	35	35	30	32	47	44	42	46	41	40	41	37	38	39	37	34
Universitet/høgskole, kort	35	23	45	33	31	36	58	45	38	35	44	33	32	33	34	35	30
Universitet/høgskole, lang	24	33	38	24	29	44	41	43	36	40	32	36	34	30	32	31	25

Figur 15. Andel lyttere som har lyttet til ulike avspillingssystem en gjennomsnittsdag. 2015



Tabell 22. Andel lyttere som har lyttet til ulike avspillingssystem en gjennomsnittsdag 1994-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent

	CD-spiller	Kassett-spiller	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	.	.	.	.	.	.	.
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
2015	22	1	2	24	26	71	13	31	68	5
Menn	21	0	2	27	29	72	14	30	72	4
Kvinner	24	1	2	21	22	69	13	33	63	6
9-15 år	22	1	1	29	27	71	19	23	70	4
16-24 år	11	0	4	30	35	87	12	32	88	4
25-44 år	19	1	1	23	22	72	11	36	67	5
45-66 år	40	2	2	16	22	47	12	31	46	5
67-79 år	66	0	0	3	6	24	23	13	6	0
Ungdomsskole	17	1	4	31	35	80	17	30	79	4
Videregående skole	26	0	3	18	23	68	11	33	65	3
Universitet/høgskole, kort	24	1	0	25	24	63	12	34	61	5
Universitet/høgskole, lang	21	0	1	24	23	69	11	37	65	11
Oslo/Akershus	15	0	2	28	25	74	14	32	69	5
Østlandet ellers	26	1	1	20	23	70	9	33	69	5
Agder/Rogaland	29	0	5	27	24	70	24	26	70	3
Vestlandet	23	1	1	23	27	62	11	24	59	2
Trøndelag	17	0	2	24	34	76	12	37	76	4
Nord-Norge	24	2	2	24	29	75	13	45	66	8

Tabell 23. **Andel lyttere til lydmedier en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2015**

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lyttere
Alle	38	34	89
Kjønn			
Menn	41	39	94
Kvinner	35	29	84
Alder			
9-12 år	43	15	37
13-15 år	65	51	78
16-19 år	80	83	103
20-24 år	57	68	120
25-34 år	50	49	98
35-44 år	37	31	84
45-54 år	30	23	79
55-66 år	15	11	71
67-79 år	11	7	65
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	53	29	56
16-24 år	69	81	117
25-44 år	47	46	99
45-66 år	25	19	77
67-79 år	12	8	70
Kvinner			
9-15 år	53	33	64
16-24 år	65	68	104
25-44 år	38	31	82
45-66 år	20	15	75
67-79 år	10	6	60
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	40	29	73
Yrkesgruppe 3	39	39	99
Yrkesgruppe 4-5	37	37	102
Yrkesgruppe 6-9	33	38	114
Elever/studenter	70	73	103
Pensjonister	13	8	68
Hjemmearbeidende	42	23	:
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	38	39	104
Videregående skole	33	34	103
Universitet/høgskole, kort	36	30	82
Universitet/høgskole, lang	38	25	67
Husholdningsinntekt			
Under 450 000	27	33	120
450 000-649 000	35	32	92
650 000-849 000	38	29	78
850 000-999 000	35	34	100
1 000 000-1 299 000	43	33	78
1 300 000 eller mer	45	30	68
Landsdel			
Oslo/Akershus	41	34	85
Østlandet ellers	36	30	84
Agder/Rogaland	35	31	90
Vestlandet	40	35	86
Trøndelag	40	36	90
Nord-Norge	37	45	121
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	46	41	90
Tettbygd 20 000-99 000	41	40	97
Tettbygd under 20 000	36	28	78
Spredtbygd	33	30	91
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	64	56	87
Enslige ellers 9-44 år	51	61	120
Enslige 45-79 år	13	10	83
Enslige forsørgere	43	39	:
Par med barn 0-6 år	36	27	75
Par med barn 7-17 år	37	29	79
Par 16-44 år uten barn	53	56	111
Par 45-79 år uten barn	16	11	73
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	28	30	109
2 husholdningsmedlemmer	28	26	95
3 husholdningsmedlemmer	45	41	91
4 husholdningsmedlemmer	46	41	90
5 husholdningsmedlemmer eller flere	48	34	71

- **21 prosent ser video-/filmmedier i løpet av et døgn.**
- **Bruk av slike tilbud samlet har ikke økt siste år.**
- **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 2015 så 21 prosent som en gjennomsnittsdag så på videobånd, DVD/Blu-ray, harddiskopptaker eller video-/filmfiler enten lastet ned fra Internett eller strømmet via Internett og betalt for. Brukerandelen var 22 prosent i 2014. Gjennomsnittstiden folk bruker til slike tilbud var den på 20 minutter i 2015, det samme som i 2014. Blant dem som brukte slike tilbud en gjennomsnittsdag var tiden 1 time og 45 minutter.

Stort sett har det vært slik at menn har sett noe mer på video-/filmmedier 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 tre åra. Dette skyldes nok i første rekke en kraftig økning i bruk av strømmetjenester, som for eksempel Netflix. Det har likevel vært liten endring fra 2014 til 2015.

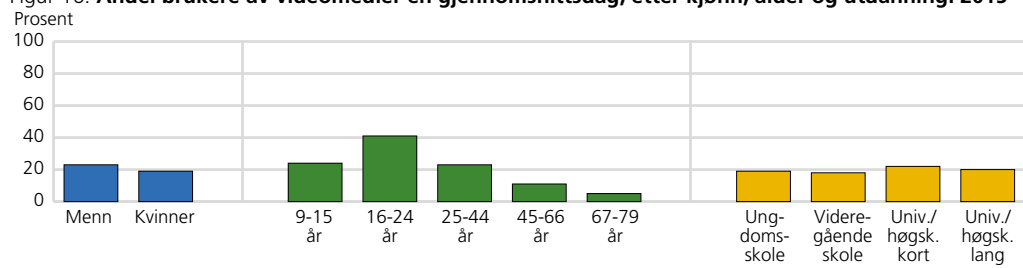
Elever/studenter er ivrige brukere av slike tilbud, mens pensjonister i liten grad bruker dem. Det er ingen klar sammenheng mellom slik seing og husholdningsinntekt. Det ser heller ikke ut til at andelen seere er noe høyere blant dem med høy utdanning enn blant dem med lav utdanning. Andelen brukere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

19 prosent ser på opptak av TV-program når de ser på slike video-/filmtilbud en gjennomsnittsdag. 9 prosent ser på kjøpe- eller leiefilm. Totalt er det 16 prosent av seerne som ser på DVD eller Blu-ray. 19 prosent ser på harddiskopptaker. 13 prosent ser på nedlastede filer, mens hele 65 prosent ser på strømmete video-/filmfiler de betaler for. Dette har økt fra 11 prosent i 2012.

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 kjøpe- eller leie-dvd enn menn gjør. 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 79 prosent av dem som så på video-/filmmedier som brukte de strømmete nettfilene.

Tallene i denne statistikken om video-/filmmedier gjelder videobånd, DVD/Blu-ray, harddiskopptaker og video-/filmfiler, 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. 2015**

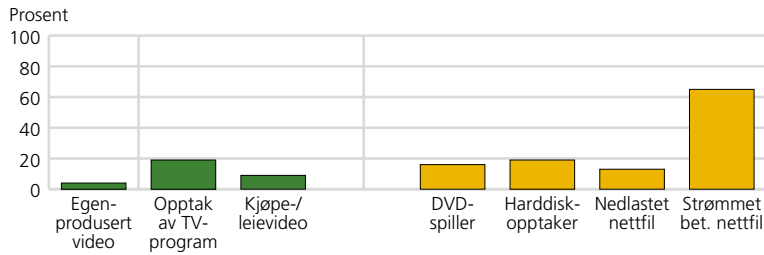


Tabell 24. **Andel brukere av videomedier og minutter brukt til dette en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning**

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prosentandel totalt	10	10	11	9	8	10	10	10	10	12	13	13	14	12	15	22	21
Menn	12	12	12	10	9	10	11	10	11	14	16	15	18	14	17	24	23
Kvinner	8	8	9	8	6	9	9	9	9	10	9	11	10	10	13	20	19
9-15 år	27	21	22	20	17	19	17	22	20	16	16	18	17	12	22	30	24
16-24 år	18	18	18	17	16	19	19	17	21	27	29	22	28	24	25	37	41
25-44 år	8	10	10	9	8	9	11	9	11	12	15	16	18	16	19	28	23
45-66 år	4	5	5	4	2	4	4	4	4	7	5	8	7	6	7	11	11
67-79 år	2	3	1	1	1	3	3	4	1	3	3	3	3	0	5	3	5
Ungdomsskole	6	10	10	6	4	9	7	9	7	11	12	10	14	11	14	19	19
Videregående skole	9	9	9	8	7	9	8	8	10	10	11	12	13	11	15	21	18
Universitet/høgskole, kort	5	5	7	11	6	9	13	7	9	11	13	12	14	14	13	20	22
Universitet/høgskole, lang	10	7	9	7	6	7	11	7	8	13	13	18	14	12	15	22	20
Minutter totalt	8	7	8	7	6	7	8	9	9	10	12	12	12	12	14	20	20
Menn	11	10	9	8	7	8	9	10	9	12	15	14	16	15	16	22	21
Kvinner	6	5	6	6	4	6	6	8	8	8	9	9	9	10	11	18	19
9-15 år	22	15	13	12	13	14	12	18	17	14	13	15	12	12	17	21	22
16-24 år	17	19	16	17	14	17	21	21	21	30	29	25	26	28	28	43	44
25-44 år	6	6	7	6	5	6	7	8	8	8	15	15	16	15	18	26	21
45-66 år	2	3	3	3	1	2	2	3	3	4	4	5	6	6	6	8	11
67-79 år	1	1	0	1	1	1	1	2	1	2	1	2	3	0	3	2	3
Ungdomsskole	6	8	8	5	3	9	7	11	7	12	10	9	12	13	11	21	21
Videregående skole	8	8	7	7	6	6	6	8	9	9	12	10	13	12	16	22	18
Universitet/høgskole, kort	5	2	5	10	4	7	12	6	9	8	11	12	12	13	11	16	20
Universitet/høgskole, lang	5	3	6	6	4	5	8	4	4	10	11	16	11	10	13	19	17

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, 2015



Tabell 25. Andel brukere av videomedier som har sett på ulike typer opptak en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel, 2015. Prosent

	Egenprodusert video	Opptak av TV-program	Kjøpe/leievideo/DVD	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	..	..	..	..
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	76	17	..	..
2008	9	26	45	56	18	..	..
2009	8	33	43	52	23	42	..
2010	3	23	45	58	31	23	..
2011	7	33	40	46	38	29	..
2012	4	37	34	49	30	25	11
2013	4	40	16	23	34	19	42
2014	2	25	15	19	21	11	60
2015	4	19	9	16	19	13	65
Menn	4	19	7	13	19	15	64
Kvinner	5	18	12	20	18	12	67
9-15 år	9	12	16	18	12	19	70
16-24 år	6	6	6	13	6	18	79
25-44 år	2	21	10	16	21	11	62
45-66 år	1	41	9	16	41	6	47
67-79 år	:	:	:	:	:	:	:
Ungdomsskole	3	6	8	19	6	12	77
Videregående skole	3	23	9	17	23	10	62
Universitet/høgskole, kort	2	26	12	16	26	12	55
Universitet/høgskole, lang	6	40	6	6	40	15	48
Oslo/Akershus	5	22	16	19	22	14	57
Østlandet ellers	3	22	12	23	22	11	59
Agder/Rogaland	5	17	6	11	17	13	75
Vestlandet	1	12	3	11	12	9	70
Trøndelag	9	17	5	14	17	12	74
Nord-Norge	4	15	0	8	15	30	71

Tabell 26. Andel brukere av videomedier en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2015

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Seere
Alle	21	20	100
Kjønn			
Menn	23	21	98
Kvinner	19	19	101
Alder			
9-12 år	19	16	88
13-15 år	32	30	96
16-19 år	44	47	111
20-24 år	38	42	111
25-34 år	27	23	88
35-44 år	20	20	100
45-54 år	13	13	112
55-66 år	9	9	95
67-79 år	5	3	:
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	22	21	105
16-24 år	42	40	101
25-44 år	25	23	97
45-66 år	14	13	99
67-79 år	7	4	:
Kvinner			
9-15 år	27	22	81
16-24 år	40	48	121
25-44 år	22	19	90
45-66 år	8	9	114
67-79 år	2	1	:
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	22	20	93
Yrkesgruppe 3	18	17	96
Yrkesgruppe 4-5	20	21	104
Yrkesgruppe 6-9	18	16	102
Elever/studenter	39	46	117
Pensjonister	8	6	82
Hjemmearbeidende	8	7	:
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	19	21	108
Videregående skole	18	18	102
Universitet/høgskole, kort	22	20	95
Universitet/høgskole, lang	20	17	96

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Seere
Husholdningsinntekt			
Under 450 000	14	15	101
450 000-649 000	25	21	90
650 000-849 000	17	15	94
850 000-999 000	19	19	100
1 000 000-1 299 000	18	16	92
1 300 000 eller mer	23	19	84
Landsdel			
Oslo/Akershus	23	21	95
Østlandet ellers	20	18	92
Agder/Rogaland	19	19	102
Vestlandet	20	21	104
Trøndelag	21	23	110
Nord-Norge	19	19	112
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	23	22	98
Tettbygd 20 000-99 000	21	18	88
Tettbygd under 20 000	20	20	105
Spredtbygd	17	17	104
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	34	34	105
Enslige ellers 9-44 år	28	26	93
Enslige 45-79 år	4	6	164
Enslige forsørgere	27	21	:
Par med barn 0-6 år	22	20	91
Par med barn 7-17 år	17	15	96
Par 16-44 år uten barn	38	42	114
Par 45-79 år uten barn	7	6	92
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	15	15	97
2 husholdningsmedlemmer	15	14	98
3 husholdningsmedlemmer	24	23	98
4 husholdningsmedlemmer	26	24	97
5 husholdningsmedlemmer eller flere	23	25	109

- **59 prosent lytter på radio i løpet av et døgn.**
- **Synkende 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.**
- **24 prosent hører på DABradio i løpet av døgnet.**

59 prosent av befolkningen lyttet til radio en gjennomsnittsdag i 2015. I 2014 var andelen på 64 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 de siste åra. Denne utviklingstendensen gjelder begge kjønn. Gjennomsnittlig lyttetid per dag for befolkningen som helhet var 1 time og 23 minutter i 2015, eller 2 timer og 22 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 21 prosent som hører på radio en gjennomsnittsdag. Dette er lavere andel enn året før. Både blant barn og unge har det vært en nedgang i andelen radiolyttere siste år. Personer i alderen 55-66 år har størst lytterandel, med 72 prosent. Det er radiolyttere i alderen 67-79 år som 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 mindre 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.

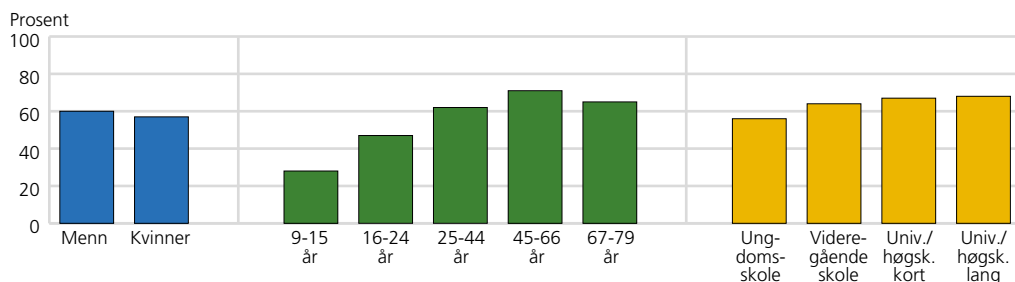
NRK hadde totalt en lytteroppslutning på 35 prosent per dag i 2015, noe lavere enn året før. NRKs program 1 er fremdeles den viktigste riksdekkende radiokanalen, med en daglig oppslutning på 20 prosent av befolkningen. P4 er fremdeles den sterkeste konkurrenten, med en oppslutning på 16 prosent. Radio Norge har en oppslutning på 11 prosent.

I 2015 var det liten forskjell i kanalvalget mellom kjønnene. NRKs P1, P2 og P1+ 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 25-66 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. De eldre 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 og informasjonsprogram.

24 prosent hørte på DABradio en gjennomsnittsdag i 2015, den økning fra 19 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 (inkludert DAB-radio) og på Internett (fra 2007). Tall for lytting på Internett, finnes i tabellene 4 og 42.

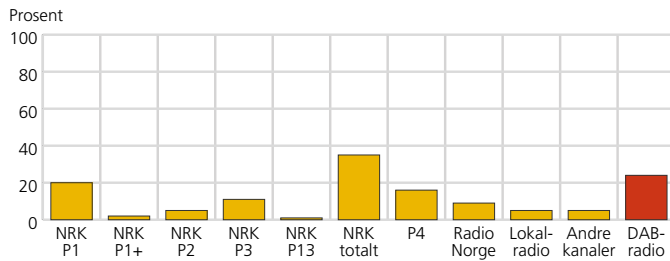
Figur 18. Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015

Tabell 27. Andel radiolyttere og minutter¹ brukt til radiolytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prosentandel radiolyttere totalt	71	65	67	59	59	57	58	58	54	54	53	56	55	60	59	64	59
Menn	73	68	69	60	59	58	62	57	55	56	52	56	57	60	60	65	60
Kvinner	69	63	65	57	58	56	55	58	53	52	54	55	52	60	58	62	57
9-15 år	47	34	39	32	31	33	31	31	26	27	22	33	31	36	31	42	28
16-24 år	67	63	63	53	56	57	53	47	45	38	45	46	48	43	40	55	47
25-44 år	73	68	73	62	62	59	59	60	60	56	58	59	57	64	61	65	62
45-66 år	79	73	73	67	65	63	68	68	61	66	63	65	59	72	71	72	71
67-79 år	75	68	64	60	63	61	63	64	54	60	52	55	64	66	72	69	65
Ungdomsskole	68	66	63	61	55	56	52	54	52	48	46	46	50	55	56	60	56
Videregående skole	75	69	71	60	64	61	63	60	56	58	57	59	56	62	61	68	64
Universitet/høgskole, kort	77	71	72	71	69	62	58	65	59	62	62	61	60	66	67	70	67
Universitet/høgskole, lang	79	72	76	66	64	61	68	68	64	63	62	64	65	72	66	67	68
Minutter til radiolytting totalt	106	91	96	84	83	84	87	80	83	80	82	81	86	96	90	100	83
Menn	103	88	95	76	83	84	93	81	85	91	79	85	90	101	93	107	88
Kvinner	110	94	96	91	82	84	82	80	80	69	86	78	82	90	86	94	77
9-15 år	39	24	25	21	21	24	16	20	17	12	10	16	15	18	20	19	15
16-24 år	109	86	92	79	74	90	80	70	64	50	49	55	65	60	55	67	51
25-44 år	112	96	110	85	90	88	85	82	84	72	85	83	82	100	87	93	75
45-66 år	123	109	106	100	98	101	114	100	107	112	113	110	109	119	116	141	118
67-79 år	109	97	98	102	94	90	102	99	104	125	106	97	121	143	132	138	123
Ungdomsskole	115	97	93	97	94	94	102	82	97	90	84	73	84	99	98	106	91
Videregående skole	121	105	119	98	100	100	102	102	102	104	106	102	114	122	114	129	108
Universitet/høgskole, kort	98	91	98	98	86	87	89	78	76	73	86	84	72	96	89	106	79
Universitet/høgskole, lang	103	73	77	64	67	79	77	54	73	73	69	77	80	81	70	77	61

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. 2015



Tabell 28. Andel av befolkningen som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent

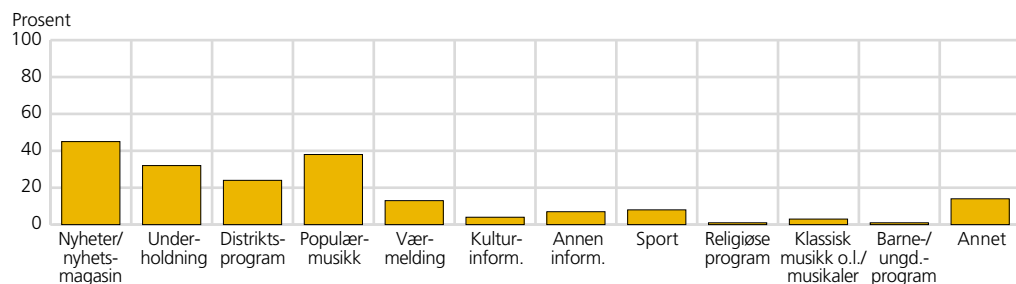
	NRK P1	NRK P1+	NRK P2	NRK P3	NRK P13	NRK totalt	P4	Radio Norge	Lokal-radio	Andre kanaler	DAB-radio
1991	42	.	25	.	.	57	.	.	23	2	.
1992	38	.	24	.	.	50	.	.	23	1	.
1994	31	.	7	11	.	46	18	.	13	1	.
1996	27	.	5	10	.	38	21	.	13	1	.
1998	29	.	5	8	.	39	19	.	12	1	.
2000	27	.	4	8	.	37	19	.	11	2	.
2001	28	.	5	7	.	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
2015	20	2	5	11	1	35	16	9	5	5	24
Menn	20	2	5	12	1	35	15	10	6	4	23
Kvinner	21	2	5	9	0	34	17	7	4	5	24
9-15 år	5	1	1	4	0	10	10	3	2	3	12
16-24 år	6	0	4	17	0	24	13	7	4	7	18
25-44 år	13	0	5	17	1	33	18	12	4	6	22
45-66 år	34	2	7	4	0	43	21	11	5	3	30
67-79 år	42	9	8	2	0	55	9	1	8	2	30
Ungdomsskole	15	2	2	11	0	29	16	11	4	5	24
Videregående skole	26	3	5	10	1	38	19	10	6	4	24
Universitet/høgskole, kort	24	2	9	14	1	45	17	8	4	5	29
Universitet/høgskole, lang	22	1	12	12	1	49	10	7	4	6	25
Oslo/Akershus	14	2	8	11	1	30	17	6	4	5	25
Østlandet ellers	20	2	4	9	0	33	22	9	3	4	22
Agder/Rogaland	22	1	5	11	0	36	15	7	7	6	25
Vestlandet	22	2	5	10	0	38	10	10	6	4	21
Trøndelag	25	4	5	9	2	36	14	10	7	6	28
Nord-Norge	26	1	1	15	0	41	13	9	4	4	25

Tabell 29. Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2015

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lyttere
Alle	59	83	142
Kjønn			
Menn	60	88	149
Kvinner	57	77	135
Alder			
9-12 år	21	8	42
13-15 år	38	23	65
16-19 år	50	38	76
20-24 år	44	62	142
25-34 år	57	73	131
35-44 år	66	77	118
45-54 år	70	112	162
55-66 år	72	123	173
67-79 år	65	123	194
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	30	16	60
16-24 år	48	64	133
25-44 år	60	83	139
45-66 år	75	124	166
67-79 år	72	129	183
Kvinner			
9-15 år	26	12	49
16-24 år	45	38	84
25-44 år	63	67	108
45-66 år	67	112	169
67-79 år	59	117	207
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	68	73	108
Yrkesgruppe 3	73	102	140
Yrkesgruppe 4-5	57	89	158
Yrkesgruppe 6-9	70	145	211
Elever/studenter	49	24	50
Pensjonister	57	109	197
Hjemmearbeidende	55	136	246
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	56	91	166
Videregående skole	64	108	170
Universitet/høgskole, kort	67	79	119
Universitet/høgskole, lang	68	61	90

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Lyttere
Husholdningsinntekt			
Under 450 000	50	98	202
450 000-649 000	68	105	157
650 000-849 000	64	100	158
850 000-999 000	64	85	134
1 000 000-1 299 000	69	77	113
1 300 000 eller mer	65	69	106
Landsdel			
Oslo/Akershus	55	66	122
Østlandet ellers	59	82	142
Agder/Rogaland	62	91	150
Vestlandet	58	84	147
Trøndelag	65	87	137
Nord-Norge	60	106	179
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	54	66	123
Tettbygd 20 000-99 000	59	74	129
Tettbygd under 20 000	64	95	149
Spredtbygd	62	97	157
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	41	35	87
Enslige ellers 9-44 år	41	59	144
Enslige 45-79 år	60	122	209
Enslige forsørgere	65	127	194
Par med barn 0-6 år	63	71	113
Par med barn 7-17 år	72	93	131
Par 16-44 år uten barn	52	71	136
Par 45-79 år uten barn	72	123	174
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	52	93	182
2 husholdningsmedlemmer	66	110	169
3 husholdningsmedlemmer	61	81	134
4 husholdningsmedlemmer	59	66	115
5 husholdningsmedlemmer eller flere	55	61	113

Figur 20. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag. 2015



Tabell 30. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter radiokanaler 2015. 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
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
2015	45	32	24	38	13	4	7	8	1	3	1	14
NRK P1	63	26	45	17	22	6	9	13	1	2	1	13
NRK P1+	43	39	20	29	8	5	10	5	0	5	0	13
NRK P2	69	16	24	6	21	15	32	13	0	5	0	9
NRK P3	22	23	10	44	6	6	6	6	0	3	1	12
P4	37	39	11	42	10	1	2	6	0	2	1	11
Radio Norge	28	42	7	49	8	1	2	8	0	4	0	13
Lokalradio	24	18	24	47	2	0	1	1	4	1	0	15

Tabell 31. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag, i ulike befolkningsgrupper. 2015. Prosent

	Ny- heter	Under- hold- ning	Dist- rikt- s- pro- gram	Popu- lær- mu- sikk	Vær- mel- ding	Kul- tur- infor- mas- jon	Annen infor- ma- sjon	Sport	Reli- giøse pro- gram	Klas- sisk mu- sikk o.l./ musi- kaler	Barne-/ ung- doms- pro- gram	Annet
Menn	47	31	23	39	12	4	7	9	1	2	1	13
Kvinner	42	34	25	37	14	4	8	7	1	4	0	15
9-12 år	31	10	16	44	6	0	6	0	0	0	5	4
13-15 år	17	10	7	60	0	4	7	7	0	0	7	7
16-19 år	22	18	13	57	7	5	7	5	0	3	0	9
20-24 år	31	38	12	48	4	1	5	6	0	4	1	4
25-34 år	37	36	15	42	13	2	5	9	0	0	0	15
35-44 år	43	32	17	38	11	4	6	9	1	3	1	14
45-54 år	50	41	28	33	14	6	6	11	1	5	1	18
55-66 år	55	28	33	29	17	2	8	6	1	5	0	16
67-79 år	62	35	42	30	18	7	12	9	4	3	0	16
Menn												
9-15 år	21	10	7	41	0	0	3	7	0	0	7	3
16-24 år	31	37	9	54	3	2	6	6	0	3	0	4
25-44 år	45	35	19	40	13	3	6	11	1	2	1	14
45-66 år	55	31	28	33	15	4	7	7	1	4	1	16
67-79 år	60	25	41	33	13	7	13	12	3	1	0	18
Kvinner												
9-15 år	26	10	16	71	6	5	11	0	0	0	5	10
16-24 år	22	19	16	51	8	5	7	5	0	5	2	9
25-44 år	36	32	14	39	11	3	6	7	1	3	0	15
45-66 år	50	38	34	29	17	5	8	10	1	6	0	18
67-79 år	65	47	44	27	22	6	11	6	4	5	0	14
Yrkesgruppe 1-2	49	29	18	30	12	3	5	6	1	3	0	17
Yrkesgruppe 3	47	33	29	41	14	2	7	9	1	4	1	10
Yrkesgruppe 4-5	44	41	27	45	13	4	7	8	2	3	1	8
Yrkesgruppe 6-9	45	44	31	37	14	7	8	14	0	1	0	14
Elever/studenter	28	19	17	48	8	6	9	6	0	2	2	10
Pensjonister	61	35	37	31	21	6	13	8	4	4	1	15
Hjemmearbeidende	25	34	36	29	24	7	16	16	0	14	0	32
Ungdomsskole	46	31	24	48	12	5	7	10	1	4	0	15
Videregående skole	45	40	29	36	16	4	7	9	1	3	1	15
Universitet/høgskole, kort	45	29	22	31	10	4	7	7	0	2	0	13
Universitet/høgskole, lang	52	24	16	29	11	5	7	6	2	3	2	16
Tettbygd 100 000 eller flere	49	37	23	39	16	7	11	7	1	5	1	11
Tettbygd 20 000-99 000	45	33	22	40	12	4	6	10	1	3	1	15
Tettbygd under 20 000	46	33	25	38	12	2	5	8	1	3	0	14
Spredtbygd	43	28	27	34	12	5	8	9	1	3	1	16
Oslo/Akershus	47	32	19	37	17	7	8	8	0	2	1	13
Østlandet ellers	47	36	23	37	14	3	7	9	1	3	0	17
Agder/Rogaland	45	32	29	42	8	2	5	8	2	4	1	9
Vestlandet	43	33	26	37	13	4	8	7	3	2	1	17
Trøndelag	40	27	24	34	9	4	13	6	0	5	1	11
Nord-Norge	41	26	25	39	11	3	3	10	1	4	1	16

- **Nedgang for TV-seing: 67 prosent ser på TV per døgn.**
- **1 1/2 time går med til TV-seing per døgn.**
- **Høyest seerandel har eldre, de bruker også mest tid.**
- **Liten endring i seeroppslutningen mellom kanalene.**
- **Størst oppslutning om nyheter, TV-serier og sport.**

67 prosent av befolkningen så på TV en gjennomsnittsdag i 2015. I 2014 var andelen 74 prosent. De siste åra har det vært en nedgang i andelen TV-seere. I 2010 var andelen 82 prosent. I gjennomsnitt brukte vi 1 time og 37 minutter til TV-seing per døgn i 2015. Dette er betydelig lavere enn året før. Tiden brukt til TV-seing blant seerne var på 2 timer og 40 minutt.

Det er kun 1 prosent av befolkningen som ser på opptak av TV-program som er vist i ordinære sendinger samme dag. Slår vi sammen dette med den tiden som brukes til de ordinære TV-sendingene, øker den totale seertiden med 1 minutt.

Menn har i de seinere åra sett noe mer på TV enn kvinner. I 2015 var det ingen store forskjeller mellom menn og kvinner. I nesten alle aldersgrupper er det et klart flertall som ser på TV i løpet av en dag. Størst er andelen i aldersgruppen 67-79 år, med 86 prosent. Andelen er lavest for 20-24-åringene, med 47 prosent. Det er den eldste delen av befolkningen som også bruker mest tid til TV. TV-seerne i gruppen 67-79 år bruker i gjennomsnitt 3 timer og 34 minutter per døgn, 9-12 år bruker 1 time og 31 minutter. De med høy utdanning og de med høy husholdningsinntekt bruker mindre tid enn andre til TV-seing. Pensjonister bruker betydelig mer tid foran skjermen enn de som er i arbeid eller under utdanning.

NRK1 hadde en daglig oppslutning på 35 prosent av befolkningen i 2015, det samme

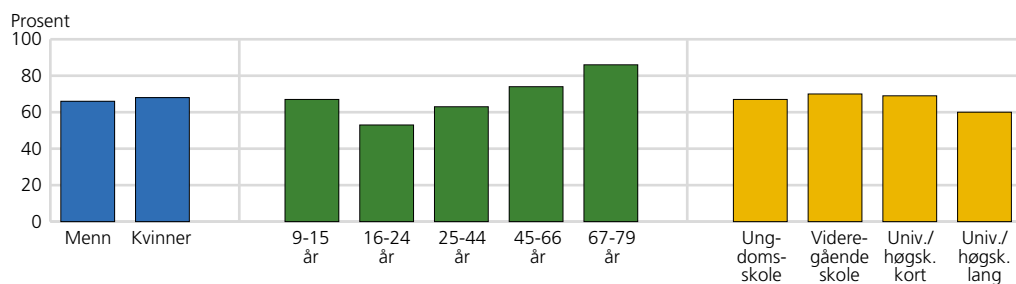
som året før. TV2 hadde en oppslutning på 28 prosent i 2015, 10 prosentpoeng lavere enn i 2014. TVNorges oppslutning var på 11 prosent i 2015. TV3 hadde en oppslutning på 4 prosent.

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 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 har en overvekt av seere med lav utdanning.

Nyhettssendingene får flest med seg på TV i løpet av en dag. 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 oppslutning 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 4 og 42.

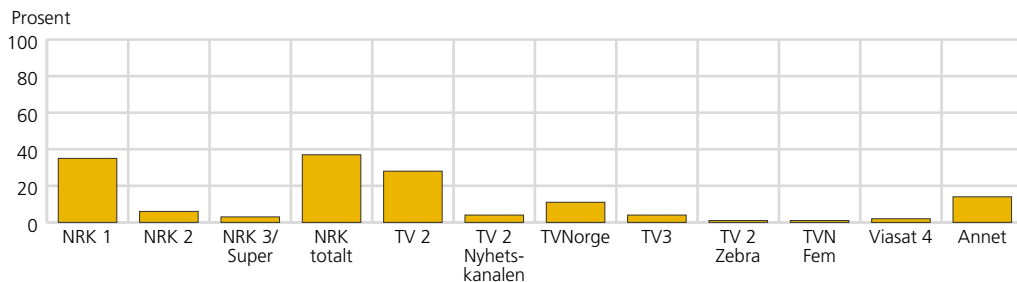
Figur 21. Andel fjernsynsseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015

Tabell 32. Andel fjernsynsseere og minutter¹ brukt til fjernsynsseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prosentandel fjernsynsseere totalt	81	80	82	82	83	82	85	83	83	80	80	82	81	77	74	74	67
Menn	82	81	84	83	85	81	87	82	83	81	80	83	81	76	76	73	66
Kvinner	81	78	81	81	81	82	83	83	82	80	81	81	81	77	73	74	68
9-15 år	83	89	93	88	92	90	93	86	90	88	86	82	89	83	82	70	67
16-24 år	74	71	74	82	81	81	85	82	81	77	75	79	74	67	60	56	53
25-44 år	80	76	80	77	81	78	82	79	81	76	78	80	76	71	70	71	63
45-66 år	82	83	84	83	82	81	84	84	81	82	81	84	83	80	79	80	74
67-79 år	90	86	88	90	86	86	86	86	86	85	86	90	91	88	86	91	86
Ungdomsskole	83	82	80	83	81	85	83	78	85	80	81	86	82	81	78	74	67
Videregående skole	81	78	82	82	82	81	85	85	80	80	80	85	82	74	74	74	70
Universitet/høgskole, kort	85	77	80	75	83	80	85	81	82	79	79	79	80	78	75	77	69
Universitet/høgskole, lang	75	74	79	79	84	76	82	79	83	77	76	75	77	75	71	74	60
Minutter til fjernsynsseing totalt	114	108	113	117	119	138	146	142	148	145	148	152	157	134	132	132	107
Menn	116	115	121	120	126	142	151	147	149	151	151	152	150	134	138	128	101
Kvinner	113	101	105	114	113	133	140	137	147	140	145	151	165	135	126	137	113
9-15 år	90	97	110	104	127	129	134	123	123	126	115	105	114	95	103	74	62
16-24 år	99	96	94	112	118	137	146	132	152	136	128	133	135	105	92	82	69
25-44 år	112	99	109	107	114	125	140	133	142	133	143	143	142	119	117	117	99
45-66 år	123	119	124	118	115	140	147	145	146	154	155	165	170	154	145	154	123
67-79 år	152	138	136	162	143	188	169	193	188	190	201	206	221	192	212	236	181
Ungdomsskole	137	126	115	136	129	156	153	153	178	177	171	173	178	168	151	154	120
Videregående skole	118	108	119	121	120	148	150	159	162	164	164	174	177	146	150	147	126
Universitet/høgskole, kort	107	102	116	112	121	138	161	126	134	122	138	144	152	136	122	137	105
Universitet/høgskole, lang	87	90	89	96	103	111	129	102	112	110	121	121	126	102	110	111	79

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 publikasjon.

Figur 22. Andel som ser på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag. 2015



Tabell 33. Andel av befolkningen som har sett på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent

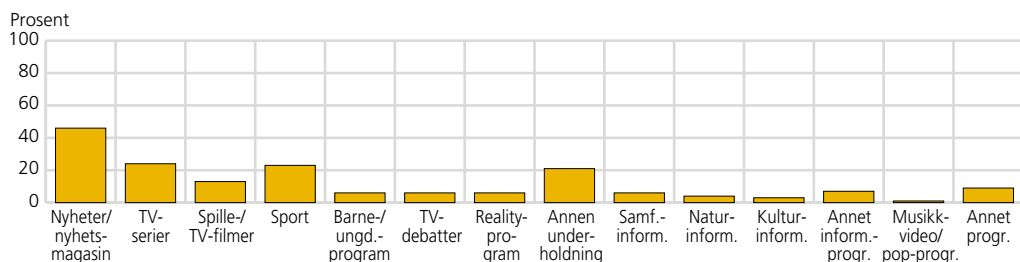
	NRK 1	NRK 2	NRK 3/ Super	NRK totalt	TV 2	TV 2 nyhets- kana- len	TV- Norge	TV3	TV 2 Zebra	TVN Fem	Viasat 4	Andre kanaler
1991	.	.	.	74	.	.	9	7	.	.	.	8
1992	.	.	.	67	23	.	12	9	.	.	.	9
1994	.	.	.	58	42	.	12	7	.	.	.	7
1996	55	10	.	57	50	.	13	12	.	.	.	7
1998	53	8	.	55	50	.	16	12	.	.	.	9
1999	51	10	.	54	54	.	19	14	.	.	.	9
2000	50	9	.	53	51	.	15	14	.	.	.	10
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
2015	35	6	3	37	28	4	11	4	1	1	2	14
Menn	34	5	3	36	25	4	9	4	1	1	3	17
Kvinner	36	6	3	39	32	3	12	5	1	2	1	11
9-15 år	15	2	10	23	17	0	11	1	1	2	2	28
16-24 år	14	3	1	15	21	2	16	7	1	3	5	12
25-44 år	29	4	4	31	25	3	12	5	1	1	2	15
45-66 år	48	6	2	51	34	6	8	4	1	1	1	11
67-79 år	65	18	2	68	40	5	7	2	1	1	1	12
Ungdomsskole	29	6	1	31	28	3	13	5	1	2	3	14
Videregående skole	40	6	2	42	34	5	11	5	1	1	2	13
Universitet/høgskole, kort	44	5	5	46	28	3	11	5	1	2	0	11
Universitet/høgskole, lang	40	8	4	44	23	3	2	2	0	1	1	10
Oslo/Akershus	32	7	5	36	25	4	10	6	1	0	2	17
Østlandet ellers	38	7	2	40	31	3	13	4	1	2	2	14
Agder/Rogaland	30	4	3	33	30	3	7	2	1	2	2	13
Vestlandet	35	4	3	37	29	5	10	2	1	2	1	12
Trøndelag	40	8	4	45	25	2	15	6	1	1	2	17
Nord-Norge	34	3	2	37	27	2	12	4	0	2	4	11

Tabell 34. Andel som har sett på fjernsyn en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2015

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Seere
Alle	67	107	160
Kjønn			
Menn	66	101	153
Kvinner	68	113	167
Alder			
9-12 år	67	57	91
13-15 år	67	69	102
16-19 år	61	71	118
20-24 år	47	68	144
25-34 år	56	86	156
35-44 år	68	109	161
45-54 år	71	112	158
55-66 år	76	133	177
67-79 år	86	181	214
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	76	68	95
16-24 år	52	61	118
25-44 år	61	98	162
45-66 år	71	112	157
67-79 år	84	171	207
Kvinner			
9-15 år	56	55	97
16-24 år	54	78	144
25-44 år	65	100	157
45-66 år	76	133	177
67-79 år	88	190	221
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	68	95	142
Yrkesgruppe 3	71	104	147
Yrkesgruppe 4-5	68	106	157
Yrkesgruppe 6-9	62	100	162
Elever/studenter	59	67	115
Pensjonister	82	189	236
Hjemmearbeidende	78	143	184
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	67	120	178
Videregående skole	70	126	180
Universitet/høgskole, kort	69	105	154
Universitet/høgskole, lang	60	79	131

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Seere
Husholdningsinntekt			
Under 450 000	62	121	196
450 000-649 000	74	131	177
650 000-849 000	70	112	161
850 000-999 000	77	118	153
1 000 000-1 299 000	66	94	145
1 300 000 eller mer	68	79	117
Landsdel			
Oslo/Akershus	65	101	157
Østlandet ellers	72	123	173
Agder/Rogaland	63	85	135
Vestlandet	67	112	167
Trøndelag	72	130	182
Nord-Norge	65	81	130
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	63	98	156
Tettbygd 20 000-99 000	68	105	156
Tettbygd under 20 000	73	119	164
Spredtbygd	68	108	161
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	62	68	112
Enslige ellers 9-44 år	50	81	164
Enslige 45-79 år	78	148	193
Enslige forsørgere	61	100	166
Par med barn 0-6 år	65	92	143
Par med barn 7-17 år	72	105	148
Par 16-44 år uten barn	58	108	184
Par 45-79 år uten barn	79	155	197
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	64	119	186
2 husholdningsmedlemmer	73	143	196
3 husholdningsmedlemmer	70	98	141
4 husholdningsmedlemmer	65	89	138
5 husholdningsmedlemmer eller flere	63	77	125

Figur 23. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag. 2015



Tabell 35. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter fjernsynskanal 2015. Prosent

	Ny- he- ter	TV- se- rier	Spille-/ TV- filmer	Sport	Bar- ne-/ ung- doms- pro- gram	De- bat- ter	Rea- li- ty- pro- gram	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	..	..	19	15	4	5	10	4	9
1992	67	19	21	24	17	..	..	31	12	4	4	9	4	10
1994	67	28	25	24	13	10	..	27	8	5	5	7	3	8
1998	66	33	22	28	9	8	..	20	6	4	2	5	3	8
1999	68	38	24	33	10	10	..	22	5	5	2	7	4	10
2000	67	38	21	31	10	8	..	18	6	5	2	6	3	8
2001	69	30	19	20	10	12	..	28	5	6	3	5	3	11
2002	67	32	21	26	8	12	..	26	5	5	2	6	4	10
2003	68	34	22	26	9	11	..	25	6	5	2	6	4	10
2004	68	34	17	30	8	12	..	24	7	5	2	7	4	10
2005	66	37	15	25	8	10	..	25	5	4	2	5	4	9
2006	62	38	15	24	10	9	..	25	7	4	2	7	4	8
2007	63	40	14	26	9	10	..	20	6	5	2	8	3	11
2008	58	35	14	24	9	6	..	17	6	6	2	8	2	10
2009	57	35	13	22	9	8	..	27	5	6	2	9	3	10
2010	55	35	13	31	8	2	..	22	5	5	2	7	2	9
2011	59	31	12	24	8	5	..	26	6	5	3	7	2	9
2012	54	29	11	20	7	5	..	22	7	6	3	6	1	7
2013	51	28	13	24	9	8	..	29	6	5	3	7	1	9
2014	50	31	11	26	6	4	..	24	5	4	2	8	1	7
2015	46	24	13	23	6	6	6	21	6	4	3	7	1	9
NRK1	66	10	3	27	3	10	2	13	6	2	3	4	1	6
NRK2	51	9	7	25	0	29	0	6	18	6	7	29	0	7
NRK3/Super	15	2	4	3	58	8	0	7	15	8	11	8	0	3
TV2	49	18	6	15	1	2	8	22	2	0	2	2	1	6
TV Norge	4	45	13	5	1	1	11	28	1	2	1	0	0	7
TV 3	2	40	31	0	3	0	5	20	3	1	0	0	0	5

Tabell 36. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag i ulike befolkningsgrupper. 2015. Prosent

	Ny- he- ter	TV- se- rier	Spille-/ TV- filmer	Sport	Bar- ne-/ ung- doms- pro- gram	De- bat- ter	Rea- lity- pro- gram	Annen under- hold- ning	Sam- funns- info	Na- tur- info	Kul- tur- info	An- nen info	Pop- mu- sikk	An- net
Menn	45	21	14	26	6	6	5	19	5	5	3	8	1	7
Kvinner	47	27	12	19	6	6	8	24	6	3	3	5	1	10
9-12 år	9	19	9	9	49	2	0	16	2	5	2	2	0	7
13-15 år	15	32	20	21	4	2	4	11	6	8	4	2	0	10
16-19 år	21	39	10	26	3	4	14	31	7	4	6	11	3	7
20-24 år	29	36	12	19	2	4	14	22	7	3	1	8	1	5
25-34 år	36	24	17	18	7	5	8	18	6	3	3	10	0	8
35-44 år	43	25	14	23	8	6	6	23	5	3	3	7	1	9
45-54 år	55	18	16	23	2	6	5	21	5	3	3	6	1	10
55-66 år	66	20	8	29	1	8	4	21	5	3	1	6	1	9
67-79 år	73	19	10	24	0	10	6	22	7	6	4	6	1	10
Menn														
9-15 år	9	18	15	14	31	0	1	13	3	6	1	0	0	9
16-24 år	32	39	10	31	3	3	9	24	6	4	5	12	3	7
25-44 år	39	21	17	25	4	5	6	19	5	4	2	11	0	7
45-66 år	61	15	12	29	2	7	5	20	5	4	2	7	2	7
67-79 år	74	17	14	29	0	14	3	14	7	9	7	7	1	9
Kvinner														
9-15 år	16	34	12	14	27	5	2	16	5	7	5	5	0	7
16-24 år	18	36	12	14	3	6	20	29	8	3	1	7	1	6
25-44 år	41	28	13	18	10	6	8	23	6	1	3	5	1	10
45-66 år	60	22	12	23	2	7	4	22	5	3	3	5	0	12
67-79 år	72	22	7	20	1	7	8	28	8	4	3	5	1	11
Yrkesgruppe 1-2	51	21	10	25	6	7	5	17	4	2	3	7	1	8
Yrkesgruppe 3	54	22	13	19	5	5	6	26	4	1	2	5	1	9
Yrkesgruppe 4-5	48	22	17	20	2	6	7	25	10	3	4	9	1	8
Yrkesgruppe 6-9	48	28	12	25	1	4	6	15	4	9	3	11	1	6
Elever/studenter	23	34	10	28	2	5	17	32	8	2	5	7	2	7
Pensjonister	68	16	11	27	1	9	6	25	8	4	4	6	1	14
Hjemmearbeidende	40	32	21	21	13	20	0	8	18	0	5	11	0	20
Ungdomsskole	40	28	12	24	4	5	7	24	5	3	3	6	1	9
Videregående skole	55	23	11	25	1	6	7	24	6	4	3	7	1	9
Universitet/høgskole, kort	54	26	15	22	6	6	6	20	4	2	2	6	1	10
Universitet/høgskole, lang	57	11	13	28	5	13	7	13	6	2	6	8	1	5
Tettbygd 100 000 el. fl.	42	24	18	25	7	10	5	19	8	4	5	10	1	9
Tettbygd 20 000-99 000	48	26	12	20	7	5	4	22	5	3	3	5	1	9
Tettbygd under 20 000	47	25	13	24	7	5	8	20	5	3	3	8	1	9
Spredtbygd	47	22	11	24	4	6	7	22	4	5	2	5	0	7
Oslo/Akershus	48	24	14	20	8	8	7	19	6	5	3	9	0	10
Østlandet ellers	47	24	12	25	6	7	7	26	7	4	4	8	0	7
Agder/Rogaland	45	24	13	20	6	4	5	18	2	3	2	7	3	8
Vestlandet	45	24	13	22	4	7	7	22	4	3	3	4	2	6
Trøndelag	44	21	13	29	8	6	5	22	8	5	4	9	0	12
Nord-Norge	48	25	10	20	5	1	4	12	3	5	2	2	2	16

- **87 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.**

87 prosent av befolkningen i alderen 9-79 år brukte Internett en gjennomsnittsdag i 2015, mot 88 prosent i 2014. Vi brukte i gjennomsnitt 2 timer og 7 minutter på Internett per døgn i 2015. Det er 2 timer og 32 minutter blant dem som brukte Internett i løpet av et døgn. Dette er 8 minutter mer enn 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 52 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 (73 prosent), sende eller motta e-post (68 prosent) og facebook (70 prosent). 60 prosent leser nyheter fra papiravisenes nettsider. 50 prosent henter inn fakta eller bakgrunnsstoff. Nesten like stor andel bruker Internett til å se på film, TV eller videoklipp. 44 prosent bruker Internett til banktjenester. 18 prosent spiller Internett-spill.

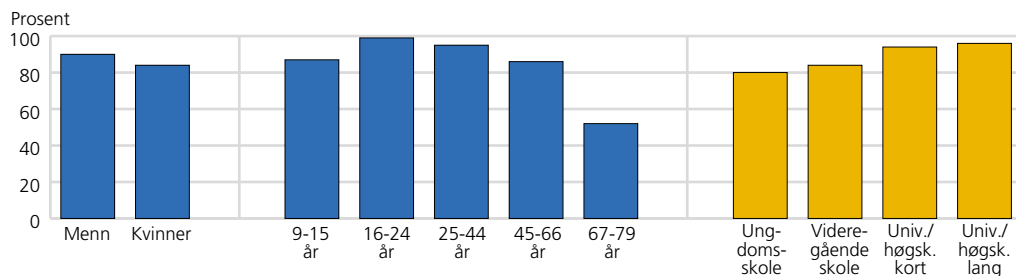
Mannlige Internett-brukere bruker nettet mer enn kvinner til å lese nyheter, se på film, TV og videoklipp, hente inn fakta og bakgrunnsstoff og til spill. Kvinner på sin side bruker Internett mer enn menn til facebook og å lese blogger. Mens voksne er de som helst bruker banktjenester og e-post, er barn og unge de mest aktive brukere av blogger, spill, film/TV/videoklipp og sosiale medier.

Internett-brukere med lang utdanning er de mest aktive brukerne av e-post, fakta-informasjon, bestille reisebilletter og lese nyheter fra andre kilder enn papiravisenes nettsider. Bruk av Internett til spill 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.

Det er særlig unge og yngre voksne, samt personer med høy utdanning som bruker avisenes nettutgaver.

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

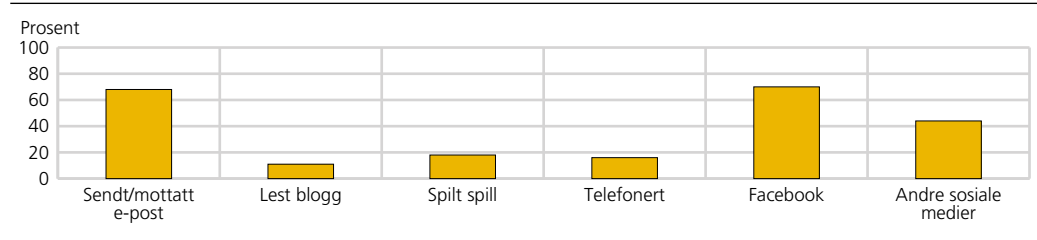
Figur 24. Andel som bruker Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015



Tabell 37. 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	2015
Prosentandel totalt	7	10	27	35	44	60	66	71	73	77	80	80	85	88	87
Menn	10	14	33	40	51	67	73	75	78	81	84	84	87	91	90
Kvinner	3	7	21	30	38	54	58	67	67	73	75	77	83	85	84
9-15 år	4	8	23	23	36	56	75	74	66	72	83	78	87	89	87
16-24 år	10	16	38	46	59	80	83	87	89	93	92	93	95	97	99
25-44 år	9	14	34	47	55	73	77	82	87	89	90	93	96	97	95
45-66 år	5	8	21	30	40	53	59	65	67	72	77	76	84	86	86
67-79 år	0	1	4	5	9	17	21	29	38	44	45	50	52	54	52
Ungdomsskole	3	5	15	20	28	43	43	52	53	58	65	69	73	78	80
Videregående skole	5	8	22	32	42	57	63	68	71	77	77	78	83	85	84
Universitet/høgskole, kort	11	18	34	42	60	72	76	79	84	87	87	88	92	94	94
Universitet/høgskole, lang	14	20	43	57	65	78	84	86	88	86	89	93	94	96	96
Minutter totalt	..	..	18	22	33	53	62	65	73	85	86	95	112	120	127
Menn	..	..	23	28	40	66	74	76	82	97	101	108	119	136	143
Kvinner	..	..	11	16	25	40	49	54	64	73	70	82	105	105	111
9-15 år	..	..	10	10	21	45	72	61	60	66	75	80	102	102	119
16-24 år	..	..	32	38	52	89	104	104	128	162	150	163	196	204	213
25-44 år	..	..	23	29	43	71	78	88	97	104	108	122	134	143	151
45-66 år	..	..	11	16	25	34	39	43	49	59	62	67	88	95	88
67-79 år	..	..	1	2	3	10	12	17	19	25	29	33	28	35	37
Ungdomsskole	..	..	12	15	20	45	39	57	60	84	74	92	114	120	141
Videregående skole	..	..	16	21	27	49	58	59	75	85	85	90	117	116	110
Universitet/høgskole, kort	..	..	17	24	53	63	66	73	84	94	91	104	109	128	134
Universitet/høgskole, lang	..	..	28	33	55	70	90	86	76	86	106	114	118	136	131

Figur 25. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tilbud en gjennomsnittsdag 2015

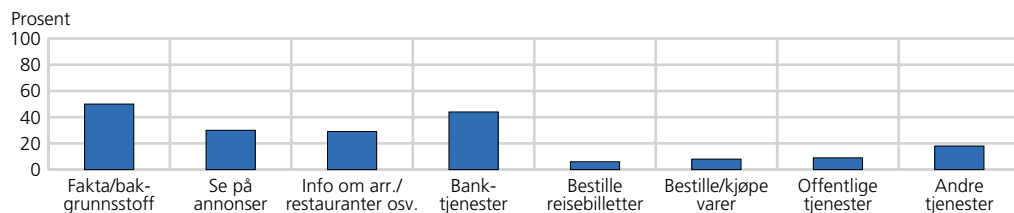


Tabell 38. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tilbud en gjennomsnittsdag 2003-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2015. Prosent

	Sendt/ mottatt E-post	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	12	14	12	57	12
2013	66	11	18	12	62	19
2014	63	9	19	12	64	22
2015	68	11	18	16	70	44
Menn	68	5	21	16	63	39
Kvinner	68	17	14	15	77	49
9-15 år	23	13	51	28	44	58
16-24 år	63	20	25	23	93	81
25-44 år	78	12	13	15	79	46
45-66 år	74	3	9	8	60	22
67-79 år	63	1	11	10	38	1
Ungdomsskole	61	15	22	19	74	50
Videregående skole	72	8	12	9	74	39
Universitet/høgskole, kort	78	11	11	12	72	43
Universitet/høgskole, lang	92	7	8	20	62	32
Oslo/Akershus	76	10	16	20	68	42
Østlandet ellers	64	10	18	16	72	43
Agder/Rogaland	65	12	19	16	69	43
Vestlandet	63	11	19	12	66	44
Trøndelag	68	9	16	11	76	56
Nord-Norge	69	11	20	15	71	41

¹ Tall for sosiale medier gjelder fra september 2007.

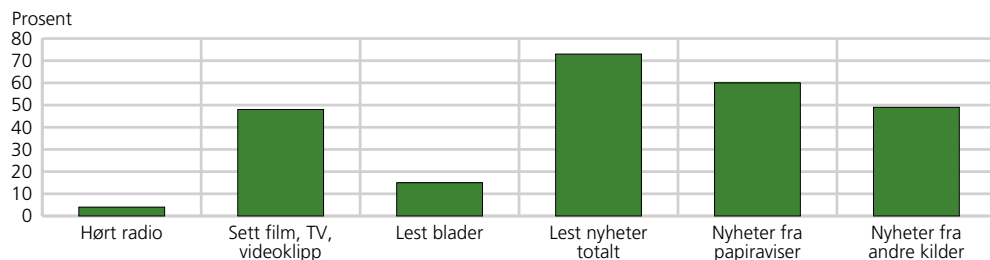
Figur 26. **Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tjenester en gjennomsnittsdag 2015**



Tabell 39. **Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tjenester en gjennomsnittsdag 2001-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2015. 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
2015	50	30	29	44	6	8	9	18
Menn	52	33	27	43	6	8	10	18
Kvinner	48	27	32	45	7	8	9	18
9-15 år	24	12	9	5	3	2	5	18
16-24 år	52	28	34	39	7	11	8	25
25-44 år	57	38	36	52	7	11	12	21
45-66 år	54	30	26	48	6	5	8	12
67-79 år	37	24	20	50	6	3	10	10
Ungdomsskole	45	36	28	44	4	12	11	22
Videregående skole	48	32	30	52	7	7	8	16
Universitet/høgskole, kort	62	33	35	49	8	8	10	17
Universitet/høgskole, lang	72	29	44	56	11	13	18	20
Oslo/Akershus	56	31	35	43	10	7	10	21
Østlandet ellers	49	29	27	46	4	8	9	18
Agder/Rogaland	47	29	25	43	5	6	9	12
Vestlandet	47	32	27	39	5	10	10	16
Trøndelag	52	32	31	43	9	10	10	23
Nord-Norge	47	29	28	48	6	9	10	19

Figur 27. Andel Internettbrukere som har brukt Internett til ulike typer mediebruk en gjennomsnittsdag 2015



Tabell 40. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer mediebruk en gjennomsnittsdag 2001-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2015. 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
2015	4	48	15	73	60	49
Menn	5	52	16	76	62	53
Kvinner	3	43	14	70	57	43
9-15 år	1	75	5	32	23	16
16-24 år	3	76	15	72	63	41
25-44 år	6	51	18	84	72	58
45-66 år	4	28	17	76	58	54
67-79 år	2	12	14	67	50	42
Ungdomsskole	3	54	13	68	55	39
Videregående skole	3	41	17	77	63	52
Universitet/høgskole, kort	5	41	17	83	72	56
Universitet/høgskole, lang	10	42	21	82	65	63
Oslo/Akershus	7	49	14	76	67	42
Østlandet ellers	3	45	14	69	58	43
Agder/Rogaland	3	44	17	74	59	51
Vestlandet	4	48	15	75	54	59
Trøndelag	2	54	17	74	57	56
Nord-Norge	3	50	18	72	56	48

Tabell 41. **Andel som har brukt Internett en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2015**

	Prosent- andel	Minutter	
		Alle	Brukere
Alle	87	127	152
Kjønn			
Menn	90	143	167
Kvinner	84	111	136
Alder			
9-12 år	78	81	115
13-15 år	100	171	184
16-19 år	100	233	237
20-24 år	98	197	204
25-34 år	96	170	185
35-44 år	94	137	150
45-54 år	92	107	118
55-66 år	80	69	94
67-79 år	52	37	77
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	90	131	161
16-24 år	100	227	232
25-44 år	95	174	192
45-66 år	90	96	112
67-79 år	61	48	82
Kvinner			
9-15 år	85	105	134
16-24 år	98	197	205
25-44 år	95	128	139
45-66 år	83	82	103
67-79 år	43	27	70
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	96	148	159
Yrkesgruppe 3	96	152	162
Yrkesgruppe 4-5	91	132	149
Yrkesgruppe 6-9	92	105	120
Elever/studenter	100	219	222
Pensjonister	54	41	85
Hjemmearbeidende	94	104	114
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	80	141	185
Videregående skole	84	110	135
Universitet/høgskole, kort	94	134	147
Universitet/høgskole, lang	96	131	141
Husholdningsinntekt			
Under 450 000	76	119	164
450 000-649 000	85	125	153
650 000-849 000	91	117	132
850 000-999 000	95	118	128
1 000 000-1 299 000	96	131	141
1 300 000 eller mer	97	144	154
Landsdel			
Oslo/Akershus	92	144	164
Østlandet ellers	86	115	138
Agder/Rogaland	87	117	139
Vestlandet	84	123	154
Trøndelag	85	124	157
Nord-Norge	87	146	176
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el. fl.	92	151	172
Tettbygd 20 000-99 000	90	132	149
Tettbygd under 20 000	89	125	149
Spredtbygd	81	107	139
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	94	173	193
Enslige ellers 9-44 år	93	202	221
Enslige 45-79 år	63	53	90
Enslige forsørgere	100	147	157
Par med barn 0-6 år	95	123	134
Par med barn 7-17 år	97	127	133
Par 16-44 år uten barn	94	186	209
Par 45-79 år uten barn	70	60	92
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	78	132	175
2 husholdningsmedlemmer	76	95	133
3 husholdningsmedlemmer	95	149	162
4 husholdningsmedlemmer	95	140	154
5 husholdningsmedlemmer eller flere	95	138	150

Tabell 42. **Andel som har brukt aviser, radio, TV og bøker en gjennomsnittsdag, som tradisjonelt medium, som internettnettmedium og som tradisjonelt/nettmedium totalt, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landssdel. 2015. 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
Alle	42	51	72	55	4	59	63	11	67	23	2	24
Menn	41	55	73	56	4	60	61	13	66	18	2	19
Kvinner	42	48	70	54	3	57	65	10	68	28	2	29
9-12 år	5	7	12	20	1	21	64	9	67	48	3	50
13-15 år	9	37	43	36	2	38	63	15	67	20	1	20
16-19 år	27	53	61	47	2	50	56	15	61	19	5	22
20-24 år	19	67	71	41	4	44	41	12	47	13	3	15
25-44 år	35	67	77	58	5	62	58	13	63	19	2	21
45-66 år	62	49	82	68	3	71	71	9	74	24	1	24
67-79 år	71	26	78	63	1	65	83	10	86	30	1	30
Menn												
9-15 år	10	22	30	28	2	30	70	13	76	30	0	30
16-24 år	28	62	69	45	3	48	45	15	52	13	5	16
25-44 år	32	70	78	55	7	60	56	15	61	13	3	15
45-66 år	62	52	84	72	4	75	68	9	71	16	1	17
67-79 år	74	33	82	71	2	72	80	11	84	31	2	32
Kvinner												
9-15 år	2	17	19	24	1	26	56	10	56	44	5	46
16-24 år	17	59	64	42	3	45	51	12	54	19	2	20
25-44 år	38	63	76	61	4	63	61	10	65	26	2	27
45-66 år	62	45	80	64	3	67	73	8	76	30	2	31
67-79 år	69	20	74	56	1	59	85	8	88	28	1	28
Yrkesgruppe 1-2	53	70	88	63	5	68	64	11	68	26	2	27
Yrkesgruppe 3	47	62	82	68	6	73	66	13	71	21	1	21
Yrkesgruppe 4-5	39	59	75	56	2	57	62	12	68	21	2	22
Yrkesgruppe 6-9	40	48	70	68	2	70	58	12	62	10	2	11
Elever/studenter	26	59	66	46	4	49	53	15	59	18	4	21
Pensjonister	64	27	75	55	1	57	80	8	82	25	2	26
Hjemmearbeidende	26	57	67	55	4	55	78	15	78	39	4	39
Ungdomsskole	33	43	65	53	3	56	61	13	67	13	1	14
Videregående skole	50	54	80	63	3	64	67	11	70	20	2	21
Universitet/høgskole, kort	52	68	87	62	5	67	67	10	69	26	2	27
Universitet/høgskole, lang	55	62	86	58	9	68	57	12	60	35	5	38
Tettbygd 100 000 el. fl.	40	51	70	49	6	54	59	11	63	28	3	30
Tettbygd 20 000-99 000	41	60	76	55	3	59	64	12	68	24	2	26
Tettbygd under 20 000	42	56	72	61	3	64	68	11	73	21	2	22
Spredtbygd	49	43	73	61	2	62	64	11	68	20	2	21
Oslo/Akershus	37	61	75	50	6	55	61	12	65	28	2	29
Østlandet ellers	44	49	71	57	2	59	68	13	72	22	3	23
Agder/Rogaland	39	50	70	59	3	62	60	10	63	20	1	21
Vestlandet	44	45	70	52	4	58	63	10	67	19	1	20
Trøndelag	46	48	72	62	2	65	67	12	72	25	1	26
Nord-Norge	43	48	69	58	2	60	61	10	65	23	4	25

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

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

Tabell 43. **Andel som har brukt tidsskrifter, ukeblad og tegneserieblad en gjennomsnittsdag, som tradisjonelt medium, som internettmedium og som tradisjonelt/nettmedium totalt, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015. Prosent**

	Tidsskrift			Ukeblad			Tegneserieblad		
	Papir- tidsskrift	Nett- tidsskrift	tidsskrift totalt	Papir- ukeblad	Nett- ukeblad	Ukeblad totalt	Papir- tegne- serieblad	Nett- tegne- serieblad	Tegne- serieblad totalt
Alle	8	10	16	7	3	10	3	2	4
Menn	9	11	18	2	3	5	4	2	5
Kvinner	6	8	13	11	4	14	3	1	4
9-12 år	2	0	2	0	0	0	16	4	18
13-15 år	0	4	4	7	3	7	4	1	4
16-19 år	3	7	7	0	4	4	6	4	7
20-24 år	4	11	13	1	5	6	3	2	5
25-44 år	8	12	18	4	5	9	3	2	5
45-66 år	11	12	21	9	2	11	1	0	1
67-79 år	10	7	15	17	1	18	0	0	1
Menn									
9-15 år	2	2	4	3	1	3	12	5	14
16-24 år	5	7	9	0	4	4	7	4	9
25-44 år	8	14	20	2	4	5	3	2	5
45-66 år	12	16	25	1	2	3	1	0	1
67-79 år	14	9	20	8	1	9	1	0	1
Kvinner									
9-15 år	0	1	1	3	1	3	9	0	9
16-24 år	1	11	12	1	6	6	2	1	3
25-44 år	8	10	15	7	7	13	4	2	5
45-66 år	10	9	17	17	3	19	1	0	1
67-79 år	7	5	11	26	1	26	0	1	1
Yrkesgruppe 1-2	11	16	25	6	4	10	3	1	4
Yrkesgruppe 3	12	11	19	5	3	7	2	2	3
Yrkesgruppe 4-5	4	9	12	9	3	12	2	2	4
Yrkesgruppe 6-9	7	11	16	4	5	8	3	1	4
Elever/studenter	3	9	10	0	6	6	6	2	6
Pensjonister	9	5	14	15	1	15	1	0	1
Hjemmearbeidende	4	4	7	10	16	26	3	0	3
Ungdomsskole	6	7	12	8	4	12	1	2	3
Videregående skole	7	12	17	8	4	11	2	1	3
Universitet/høgskole, kort	11	12	20	6	4	10	3	1	4
Universitet/høgskole, lang	13	20	29	5	2	7	3	0	3
Tettbygd 100 000 el. fl.	9	11	17	6	4	9	5	2	6
Tettbygd 20 000-99 000	7	9	15	5	4	8	2	1	3
Tettbygd under 20 000	7	11	16	6	3	8	2	2	4
Spredtbygd	7	10	16	10	4	13	4	1	5
Oslo/Akershus	10	10	17	6	3	9	4	2	5
Østlandet ellers	6	9	14	7	3	9	3	2	4
Agder/Rogaland	7	9	14	6	5	11	2	2	4
Vestlandet	8	10	16	7	2	9	4	1	5
Trøndelag	7	10	16	5	4	10	2	2	4
Nord-Norge	7	12	17	9	5	12	3	1	4

- **71 prosent går på kino i løpet av et år.**
- **En av fire 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.**

71 prosent av befolkningen hadde i 2015 vært en eller flere ganger på kino i løpet av de siste tolv månedene. I 2014 var andelen 69 prosent. Gjennomsnittlig antall kinobesøk per år var 2,9 for hele befolkningen i 2015, mot 3,1 ganger i 2014. Blant dem som hadde vært på kino, var gjennomsnittlig antall kinobesøk per år 4,1 i 2015, mot 4,5 i 2014.

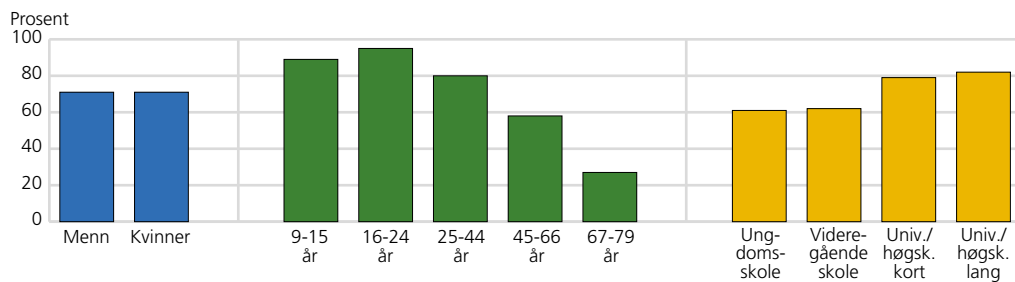
I 2015 var andelen som hadde vært på kino helt lik for kvinner som for menn. Antall kinobesøk var derimot noe høyere for menn enn kvinner (3,0 mot 2,8). Aldersmessig var det store forskjeller. Blant personer i alderen 16-24 år har 95 prosent vært på kino i løpet av de siste tolv månedene. Gjennomsnittlig antall besøk på kinoforestillinger i denne aldersgruppen var 5,2 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 besøktallet i denne aldersgruppen på 10 per år. De eldre går langt sjeldnere på kino enn de unge, men andelen har økt de seinere åra. 27 prosent av 67-79-åringene var på kino i løpet de siste tolv månedene i 2015. 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 92 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 80 prosent i 2015, mot 62 prosent i spredtbygde strøk.

7 prosent var på kino i løpet av en gjennomsnittssuke i 2015, mens 24 prosent var på kino i løpet av en måned. I aldersgruppen 16-24 år var 41 prosent på kino i løpet av en måned.

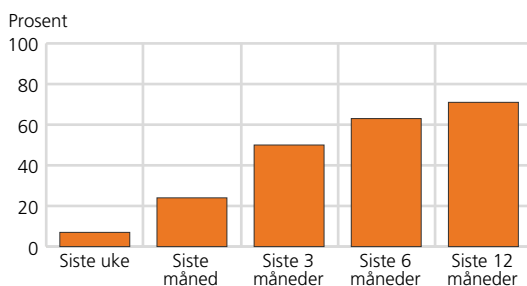
Figur 28. Andel som har vært på kino siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 2015



Tabell 44. 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	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Prosentandel vært på kino totalt	58	52	61	62	68	65	66	68	67	70	73	70	68	67	73	69	71
Menn	56	51	62	61	67	64	64	68	66	70	72	66	67	67	71	68	71
Kvinner	61	53	61	63	70	66	69	68	69	71	73	73	68	66	74	70	71
9-15 år	87	79	86	92	92	91	94	91	91	88	86	88	91	86	91	93	89
16-24 år	91	91	90	93	96	95	92	91	89	92	93	90	93	91	94	91	95
25-44 år	64	62	68	69	79	71	78	80	81	78	82	82	80	74	81	79	80
45-66 år	37	27	38	44	51	46	48	50	47	58	59	56	51	55	60	53	58
67-79 år	10	8	16	22	20	19	20	26	26	39	42	30	30	32	41	31	27
Ungdomsskole	36	30	39	39	45	45	42	44	46	53	57	49	52	52	61	58	61
Videregående skole	56	51	58	57	64	58	61	63	61	63	65	62	59	62	65	61	62
Universitet/høgskole, kort	73	64	71	77	80	70	72	79	76	76	83	80	75	72	81	75	79
Universitet/høgskole, lang	73	71	78	78	84	77	83	88	81	90	84	82	80	74	79	78	82
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	3,5	3,3	3,0	3,4	3,1	2,9
Menn	4,4	3,2	4,4	3,9	4,3	4,3	4,3	4,4	3,7	3,7	3,7	3,3	3,5	3,1	3,4	3,5	3,0
Kvinner	4,2	3,3	4,2	3,6	3,6	4,2	3,7	3,8	3,6	3,5	3,5	3,7	3,1	2,9	3,3	2,8	2,8
9-15 år	5,3	4,2	4,5	5,4	5,5	5,1	5,4	5,2	4,7	4,5	4,5	4,3	3,9	3,8	4,1	4,0	3,9
16-24 år	12,2	8,9	11,0	10,0	9,1	10,0	8,9	8,1	7,1	6,5	6,7	6,6	6,0	5,7	6,1	6,4	5,2
25-44 år	3,9	3,4	4,1	3,7	4,6	4,5	4,4	4,9	4,2	4,2	4,2	4,3	3,7	3,5	3,6	3,4	3,1
45-66 år	1,3	1,1	1,6	1,5	1,5	1,8	1,8	1,9	2,0	2,3	2,2	1,7	2,2	1,9	2,4	1,6	1,9
67-79 år	0,2	0,3	0,8	0,5	0,4	0,5	0,5	0,7	0,7	1,3	1,0	1,0	1,6	0,9	1,3	1,0	0,7
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	2,5	2,6	2,9	4,0	2,9
Videregående skole	4,2	3,0	3,8	3,5	3,3	3,7	3,4	3,5	3,4	3,2	3,1	3,0	2,9	2,7	3,0	2,6	2,4
Universitet/høgskole, kort	7,6	4,3	7,2	4,9	5,2	4,2	4,8	4,7	3,9	4,5	4,0	4,2	3,4	3,3	3,4	3,1	3,0
Universitet/høgskole, lang	4,9	5,2	5,8	4,7	5,8	5,6	5,5	5,1	4,9	4,4	4,3	4,0	4,6	3,4	4,4	3,2	3,2

Figur 29. Andel som har vært på kino, etter perioder av året. 2015



Tabell 45. Andel som har vært på kino i ulike perioder 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. 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
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
2015	7	24	50	63	71
Menn	6	24	51	63	71
Kvinner	8	25	49	63	71
9-15 år	12	36	70	80	89
16-24 år	12	41	77	89	95
25-44 år	8	27	57	72	80
45-66 år	3	15	35	49	58
67-79 år	3	7	11	22	27
Ungdomsskole	6	24	46	55	61
Videregående skole	6	20	40	53	62
Universitet/høgskole, kort	6	25	54	71	79
Universitet/høgskole, lang	9	28	61	79	82
Oslo/Akershus	9	30	60	74	81
Østlandet ellers	6	22	45	57	68
Agder/Rogaland	8	26	51	65	70
Vestlandet	6	22	46	59	65
Trøndelag	6	24	52	63	72
Nord-Norge	7	20	41	58	65

Tabell 46. 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. 2015

	Prosent- andel	Antall besøk	
		Alle	Besøkende
Alle	71	2,9	4,1
Kjønn			
Menn	71	3,0	4,2
Kvinner	71	2,8	4,0
Alder			
9-12 år	91	3,4	3,6
13-15 år	86	4,5	5,2
16-19 år	95	4,9	5,1
20-24 år	95	5,5	5,8
25-34 år	78	3,2	4,1
35-44 år	82	3,0	3,7
45-54 år	68	2,4	3,6
55-66 år	47	1,4	2,9
67-79 år	27	0,7	2,7
Kjønn/Alder			
Menn			
9-15 år	90	3,8	4,2
16-24 år	96	5,0	5,2
25-44 år	78	3,2	4,1
45-66 år	58	2,0	3,5
67-79 år	23	0,6	2,8
Kvinner			
9-15 år	89	4,0	4,3
16-24 år	94	5,4	5,8
25-44 år	82	3,0	3,6
45-66 år	57	1,8	3,2
67-79 år	30	0,8	2,6
Yrkesstatus (16-79 år)			
Yrkesgruppe 1-2	83	3,1	3,8
Yrkesgruppe 3	72	3,1	4,3
Yrkesgruppe 4-5	73	3,1	4,3
Yrkesgruppe 6-9	66	2,3	3,5
Elever/studenter	92	5,1	5,5
Pensjonister	29	0,7	2,5
Hjemmearbeidende	79	2,9	3,7
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	61	2,9	4,7
Videregående skole	62	2,4	3,8
Universitet/høgskole, kort	79	3,0	3,8
Universitet/høgskole, lang	82	3,2	3,9
Husholdningsinntekt			
Under 450 000	54	2,4	4,5
450 000-649 000	60	2,5	4,3
650 000-849 000	74	2,7	3,7
850 000-999 000	77	2,8	3,6
1 000 000-1 299 000	81	3,1	3,8
1 300 000 eller mer	83	3,5	4,1
Landsdel			
Oslo/Akershus	81	3,7	4,5
Østlandet ellers	68	2,6	3,9
Agder/Rogaland	70	3,0	4,4
Vestlandet	65	2,5	3,8
Trøndelag	72	2,9	4
Nord-Norge	65	2,3	3,6
Bostedsstrøk			
Tettbygd 100 000 el, fl,	80	3,5	4,4
Tettbygd 20 000-99 000	74	3,3	4,4
Tettbygd under 20 000	70	2,6	3,7
Spredtbygd	62	2,5	4,1
Familiefase			
9-24 år hos foreldre	93	4,7	5,0
Enslige ellers 9-44 år	78	4,1	5,1
Enslige 45-79 år	35	1,5	4,2
Enslige forsørgere	77	3,0	3,8
Par med barn 0-6 år	81	2,6	3,2
Par med barn 7-17 år	79	3	3,8
Par 16-44 år uten barn	87	3,8	4,4
Par 45-79 år uten barn	42	1,1	2,6
Husholdningsstørrelse			
Bor alene	55	2,5	4,5
2 husholdningsmedlemmer	53	1,9	3,6
3 husholdningsmedlemmer	78	3,4	4,3
4 husholdningsmedlemmer	86	3,5	4,0
5 husholdningsmedlemmer eller flere	85	3,5	4,1

- **69 prosent av gutter 9-15 år spiller TV- eller PC-spill per døgn.**
- **Fire av fem har privat mobilsamtale en gjennomsnittsdag.**
- **46 prosent bruker mobilen til e-post i løpet av døgnet.**
- **68 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 2015. Dette er det samme som i 2014. Menn er betydelig mer aktive enn kvinner i bruken av slike spill. I 2015 var det 10 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 30 prosent som i 2015 hadde spilt slike spill en gjennomsnittsdag. Blant jentene i samme alder var andelen 4 prosent. Håndholdte spill ble brukt av 1 prosent.

Det var 36 prosent av befolkningen som til sammen brukte elektroniske spill på ulike plattformer en gjennomsnittsdag i 2015. Det gjelder da TV-spill, håndholdte spill, PC-spill, spill via nettbrett og via mobiltelefon, inkludert spill på Internett. 80 prosent av gutter 9-15 år og 73 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. 5 prosent brukte tekst-TV en gjennomsnittsdag i 2015, mot 12 prosent i 2014. Det er i særlig grad de eldre som bruker dette mediet, både menn og kvinner.

82 prosent hadde privat samtale via mobiltelefonen i løpet av en dag i 2015. I 2014 var andelen 81 prosent. 74 prosent sendte en eller flere private tekstmeldinger (SMS) en gjennomsnittsdag i 2015. I 2014 var andelen 75 prosent. Kvinner bruker tekstmeldinger i større grad enn menn. Blant kvinner i aldersgruppen 16-24 år var andelen 95 prosent.

46 prosent brukte mobiltelefon til å sende eller motta e-post en gjennomsnittsdag i 2015. Blant både menn og kvinner i alderen 25-44 år var andelen 62 prosent. 36 prosent hørte på musikk på mobiltelefon i 2015, 88 prosent i aldersgruppen 16-19 år. 6 prosent hørte radio på mobiltelefon og 6 prosent så på TV på mobiltelefon en gjennomsnittsdag i 2015.

68 prosent brukte mobiltelefon til Internett-bruk en gjennomsnittsdag i 2015, mot 62 prosent i 2014. I 2015 var andelen 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 47. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud en gjennomsnittsdag

	TV-spill	Håndholdt spill	Spill totalt	Tekst-TV	Privat mobil-samtale	Sendt privat sms	E-post på mobil	Musikk på mobil	Radio på mobil	TV på mobil	Internett 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	..	..	36	63	57	..	..	..	..	..
2006	5	..	..	34	66	58	..	..	..	..	..
2007	4	..	..	32	70	61	..	..	..	..	..
2008	6	..	..	28	70	61	..	..	..	..	5
2009	7	..	..	25	74	64	..	..	..	..	7
2010	7	..	..	22	74	65	..	..	3	1	13
2011	7	..	..	18	78	67	15	15	4	2	25
2012	7	3	..	17	80	71	22	23	5	2	35
2013	6	1	..	12	82	73	36	27	5	3	54
2014	6	1	..	12	81	75	39	31	6	5	62
2015	6	1	36	5	82	74	46	36	6	6	68

Tabell 48. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud og antall private telefonsamtaler og sms en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015

	TV-spill	Håndholdt spill	Spill totalt	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	1	36	5	82	74	46	36	6	6	68
Menn	10	1	39	6	82	69	47	38	7	7	68
Kvinner	2	1	32	4	83	79	46	34	5	4	68
9-12 år	15	5	77	5	39	26	7	26	3	4	26
13-15 år	22	4	76	6	74	72	24	79	7	15	84
16-19 år	21	1	64	1	83	92	48	88	6	16	91
20-24 år	13	1	47	1	92	86	61	70	8	6	93
25-44 år	4	1	33	2	90	87	62	41	6	5	85
45-66 år	0	0	21	8	85	71	47	15	7	4	63
67-79 år	0	0	16	12	72	47	15	4	3	1	17
Menn											
9-15 år	30	4	80	6	48	34	15	45	4	10	54
16-24 år	26	1	66	1	85	83	49	78	7	11	89
25-44 år	7	1	36	2	90	85	62	42	7	6	84
45-66 år	1	0	19	11	87	67	52	16	8	5	62
67-79 år	0	0	15	18	71	40	18	8	6	2	19
Kvinner											
9-15 år	4	5	73	5	61	60	13	53	5	6	47
16-24 år	7	0	42	1	91	95	61	78	8	10	95
25-44 år	2	0	30	3	91	89	62	39	5	5	86
45-66 år	0	0	23	5	83	75	43	13	6	2	64
67-79 år	0	0	16	7	73	53	12	1	0	0	15
Yrkesgruppe 1-2	4	0	28	4	91	86	68	35	7	5	85
Yrkesgruppe 3	5	0	26	3	91	86	64	39	9	4	84
Yrkesgruppe 4-5	5	0	36	6	90	83	54	39	5	7	79
Yrkesgruppe 6-9	4	1	26	3	90	70	45	26	4	1	68
Elever/studenter	16	1	58	1	84	89	50	80	8	13	92
Pensjonister	0	0	19	12	74	53	16	6	4	3	26
Hjemmearbeidende	0	0	47	6	94	72	43	30	3	3	77
Ungdomsskole	8	1	39	6	83	72	42	41	6	7	66
Videregående skole	4	0	29	5	85	74	46	30	5	5	65
Universitet/høgskole, kort	2	0	27	5	91	84	60	32	7	4	80
Universitet/høgskole, lang	2	1	21	5	88	88	66	33	11	4	80
Tettbygd 100 000 el. fl.	7	2	36	4	85	79	57	43	7	6	76
Tettbygd 20 000-99 000	5	1	24	4	86	77	49	37	8	7	72
Tettbygd under 20 000	6	0	37	6	82	75	45	35	5	4	68
Spredtbygd	6	0	34	6	78	66	38	30	5	5	60
Oslo/Akershus	5	1	38	5	84	82	58	43	8	6	77
Østlandet ellers	7	1	34	5	83	73	42	32	5	6	68
Agder/Rogaland	5	0	38	4	82	73	45	35	8	7	64
Vestlandet	6	1	36	5	80	70	39	31	4	4	64
Trøndelag	6	2	32	8	87	71	45	39	5	2	65
Nord-Norge	6	0	32	5	82	67	46	37	6	5	69

- **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 2015 hadde 39 prosent av befolkningen lyttet til radio, og 18 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 2015 leste 11 prosent papiravis mellom klokka 15 og 19, mens 27 prosent så på TV. 27 prosent hørte også på radio. Kvelden er i størst grad avsatt til TV-seing. 56 prosent av befolkningen så på fjernsyn mellom klokka 19 og 24 i 2015. 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 2015 var det 69 prosent som så på TV, 88 prosent som

brakte Internett, 62 prosent som hørte på radio og 44 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 noe mindre tid på TV-seing som bruk av Internett. På lørdag og søndag bruker vi mest tid på TV. I 2015 gikk det med 1 time og 40 minutter til TV-seing per dag mandag til torsdag. På søndag gikk det med 2 timer og 2 minutter. Mandag til torsdag brukte vi 1 time og 32 minutter på radiolytting per dag, bare 1 time og 3 minutter på søndagen. Tid til avislesing er nokså jevnt fordelt på ukedager, men minst på søndager. Det er ikke tilfeldig at vi bruker mest tid til lydmedier 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 lavere om sommeren enn i resten av året.

Tabell 49. Andel som har brukt massemedier i ulike perioder av døgnet. Prosent

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mellom kl. 06.00 og 10.00																		
Radio	49	45	43	39	38	38	38	39	34	37	35	35	39	38	42	40	41	39
Fjernsyn	5	4	3	3	6	15	16	16	16	14	13	13	12	15	11	13	12	10
Papiraviser	30	30	31	30	29	29	26	28	25	27	26	29	28	27	22	22	20	18
Bøker	3	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Mellom kl. 10.00 og 15.00																		
Radio	30	28	31	27	27	26	28	27	27	25	25	26	25	25	28	28	32	27
Fjernsyn	8	6	4	7	6	13	15	14	15	15	16	15	14	17	12	14	14	11
Papiraviser	28	28	28	25	26	26	25	24	27	24	21	19	19	20	17	16	16	13
Bøker	4	4	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
Mellom kl. 15.00 og 19.00																		
Radio	35	29	30	25	27	25	28	26	26	25	25	24	25	25	27	27	30	27
Fjernsyn	27	29	30	34	34	41	43	41	40	42	39	38	37	42	33	34	34	27
Papiraviser	43	42	42	40	38	35	33	33	29	27	27	23	22	20	18	16	13	11
Bøker	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	6	5	5	5	4	4
Mellom kl. 19.00 og 24.00																		
Radio	17	13	14	12	11	13	13	11	9	9	10	9	9	9	10	10	11	9
Fjernsyn	76	73	76	74	75	74	76	73	73	73	71	72	73	72	67	65	63	56
Papiraviser	19	19	19	21	19	18	16	17	15	13	12	11	10	10	7	8	8	5
Bøker	13	13	12	13	12	13	15	15	16	16	15	19	16	19	18	17	17	17
Mellom kl. 24.00 og 06.00																		
Radio	7	5	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1
Fjernsyn	5	4	6	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3
Papiraviser	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0
Bøker	5	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	2	3	2	1	1	1

Tabell 50. **Andel som har brukt massemedier på ulike dager i uka. Prosent**

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mandag-torsdag																	
Fjernsyn	84	80	82	82	84	81	86	85	83	82	81	83	81	77	76	75	69
Radio	70	69	71	63	62	61	62	63	60	60	57	58	59	63	65	67	62
Lydmedier	44	37	43	34	38	49	47	46	42	41	43	42	38	38	42	39	38
Videomedier ¹	10	9	10	8	7	8	9	8	8	10	13	13	14	10	15	21	20
Ukeblad	22	22	23	18	16	19	17	18	16	13	13	14	12	11	8	7	7
Tegneserieblad	9	10	10	10	9	10	7	8	9	6	6	6	5	5	4	4	4
Bok	23	23	19	20	18	21	23	25	25	23	27	26	29	28	27	26	24
Tidsskrift	18	15	19	17	15	16	16	14	12	16	15	14	15	10	9	9	8
Papiravis	85	87	89	86	84	80	82	79	76	72	68	68	67	59	55	52	44
Internett	..	..	..	..	..	32	40	49	67	73	78	80	82	83	87	89	88
Fredag																	
Fjernsyn	78	79	83	82	80	78	86	80	82	77	76	86	83	79	69	73	69
Radio	73	72	72	60	62	55	64	62	52	54	55	64	60	65	59	71	60
Lydmedier	43	41	45	40	41	51	46	48	40	45	40	44	36	44	41	37	39
Videomedier ¹	11	10	11	8	7	11	10	13	10	14	9	13	13	14	14	22	20
Ukeblad	21	19	21	20	22	15	16	18	15	15	11	9	13	15	11	9	8
Tegneserieblad	10	8	8	11	8	8	5	7	4	5	3	6	6	5	5	5	2
Bok	22	17	13	16	16	20	21	20	27	23	24	22	24	20	24	19	21
Tidsskrift	18	17	15	17	16	16	15	14	9	14	9	15	10	7	9	11	8
Papiravis	85	90	89	86	89	82	75	83	78	70	72	68	68	57	51	46	42
Internett	..	..	..	..	..	27	36	50	56	75	70	81	80	83	83	86	86
Lørdag																	
Fjernsyn	80	78	79	81	81	81	78	77	79	71	74	77	77	72	71	69	57
Radio	71	55	53	47	50	50	49	45	43	42	44	49	41	56	48	52	54
Lydmedier	43	39	48	44	50	57	54	45	49	44	40	43	41	39	42	41	42
Videomedier ¹	8	10	11	11	10	12	12	11	14	13	15	13	15	13	16	24	23
Ukeblad	21	17	20	16	13	14	15	14	11	9	12	9	10	8	6	10	4
Tegneserieblad	13	7	6	10	7	7	9	6	7	6	4	8	2	1	2	5	3
Bok	24	16	20	15	17	15	21	20	18	23	21	23	23	21	24	26	19
Tidsskrift	17	11	10	10	12	7	9	5	11	12	7	10	8	7	6	7	4
Papiravis	84	87	87	84	82	80	79	68	75	66	65	63	61	54	48	42	42
Internett	..	..	..	..	..	16	23	30	52	64	60	67	69	73	82	84	85
Søndag																	
Fjernsyn	82	78	86	84	86	87	87	83	86	86	85	81	83	78	77	74	70
Radio	71	54	59	53	52	50	50	45	42	40	44	45	46	46	48	57	50
Lydmedier	42	38	43	38	47	49	53	50	42	43	34	35	33	44	35	38	34
Videomedier ¹	10	13	14	11	8	13	12	11	14	16	13	14	16	17	15	24	21
Ukeblad	19	14	18	14	12	16	11	18	17	13	15	9	13	7	8	10	5
Tegneserieblad	10	11	9	8	10	7	8	9	4	8	5	5	6	4	1	4	2
Bok	26	24	18	26	22	19	23	19	23	25	33	22	27	27	20	25	23
Tidsskrift	17	12	11	15	11	9	11	9	11	10	9	9	8	6	7	9	9
Papiravis	84	60	64	59	60	58	56	57	60	51	46	47	48	36	36	44	31
Internett	..	..	..	..	..	18	24	36	48	65	67	72	79	77	85	88	87

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

Tabell 51. Tid brukt til massemedier på ulike dager i uka. Minutter¹

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mandag-torsdag																	
Fjernsyn	95	94	100	102	109	128	137	133	134	136	129	139	142	122	123	121	100
Radio	115	95	101	92	92	88	93	90	95	88	88	86	90	102	96	108	92
Lydmedier	36	30	35	26	26	39	39	37	38	35	40	38	34	33	38	35	32
Videomedier ²	6	7	7	6	5	5	7	7	7	8	10	11	11	9	13	18	19
Ukeblad	8	8	7	6	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	2	2	2
Tegneserieblad	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1
Bok	14	14	11	13	10	12	12	13	13	13	14	14	17	16	17	15	15
Tidsskrift	6	4	7	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3
Papiravis	40	39	40	40	35	34	31	32	27	27	24	23	23	23	22	19	16
Internett	..	..	..	..	..	21	27	40	61	70	81	90	90	97	122	132	136
Fredag																	
Fjernsyn	126	118	112	111	116	124	155	142	153	149	152	177	163	139	135	146	117
Radio	121	102	109	79	80	88	100	91	80	84	96	95	108	104	100	118	76
Lydmedier	44	36	41	32	34	52	41	51	36	42	42	49	31	42	41	37	39
Videomedier ²	8	9	9	6	5	11	8	11	8	10	11	10	11	14	13	19	20
Ukeblad	5	6	6	7	7	3	4	5	4	4	3	3	4	5	4	3	4
Tegneserieblad	3	2	3	3	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Bok	10	10	7	7	9	12	12	9	13	14	16	14	16	14	19	10	16
Tidsskrift	6	6	4	6	5	4	3	3	2	4	2	3	3	2	3	3	2
Papiravis	42	42	37	40	35	34	30	32	29	27	26	26	25	22	22	16	14
Internett	..	..	..	..	..	19	23	32	48	65	71	92	91	120	114	109	138
Lørdag																	
Fjernsyn	168	150	142	152	149	166	165	157	164	150	181	175	185	153	157	145	111
Radio	83	83	75	67	69	73	67	65	61	71	68	68	69	90	77	67	72
Lydmedier	46	37	53	47	57	65	59	47	62	54	38	54	41	41	46	41	44
Videomedier ²	9	8	8	9	9	11	9	14	11	12	16	14	16	15	16	26	21
Ukeblad	9	6	7	6	5	4	4	4	3	2	4	3	4	2	2	3	1
Tegneserieblad	5	4	2	2	2	1	3	2	2	2	1	3	0	1	1	2	0
Bok	12	9	13	9	11	11	17	12	14	14	12	16	17	14	17	19	15
Tidsskrift	4	5	3	3	3	2	3	1	4	4	3	4	3	2	2	5	1
Papiravis	45	46	48	41	37	35	36	33	36	32	31	27	28	26	22	19	19
Internett	..	..	..	..	..	11	13	17	46	55	55	66	75	73	93	93	101
Søndag																	
Fjernsyn	126	115	138	149	133	160	150	162	179	176	186	155	186	162	143	150	122
Radio	83	69	82	70	61	75	69	46	61	53	59	62	67	71	66	84	63
Lydmedier	44	34	34	29	34	50	42	38	38	40	38	32	35	34	24	35	24
Videomedier ²	15	9	10	10	6	10	10	9	14	14	14	13	14	19	17	23	21
Ukeblad	6	5	6	6	4	7	4	5	5	5	6	3	4	2	3	4	2
Tegneserieblad	3	4	2	3	3	2	2	1	1	2	1	1	1	1	0	1	0
Bok	22	17	11	16	13	11	17	10	16	16	20	12	21	22	15	20	22
Tidsskrift	6	3	4	6	5	3	4	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3
Papiravis	28	24	30	25	24	28	25	21	25	23	21	17	20	20	14	19	12
Internett	..	..	..	..	..	8	9	21	37	57	65	74	76	86	90	114	106

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 52. **Andel som har brukt massemedier en gjennomsnittsdag i ulike perioder av året. Prosent**

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Mars																	
Fjernsyn	84	83	84	86	86	84	91	85	89	85	84	84	85	79	75	80	76
Radio	70	67	67	60	58	55	57	61	55	55	52	56	53	59	60	61	57
Lydmedier	44	42	43	36	41	50	52	49	44	41	41	42	37	44	40	40	41
Videomedier ¹	10	11	12	12	8	13	10	9	10	11	13	13	16	11	15	23	24
Ukeblad	22	22	21	19	18	18	17	17	17	13	12	14	14	9	9	9	7
Tegneserieblad	9	10	8	10	9	11	6	7	8	7	5	5	5	3	2	4	4
Bok	23	22	18	20	19	20	23	26	27	26	28	26	28	27	26	26	24
Tidsskrift	18	14	19	18	13	16	18	12	12	15	11	17	11	8	11	10	9
Papiravis	85	83	84	83	86	81	82	78	74	64	68	69	61	54	53	53	47
Internett	..	..	..	..	10	27	34	46	60	70	71	79	81	80	84	87	87
Juni																	
Fjernsyn	78	71	74	74	85	79	79	79	77	73	77	82	79	74	73	65	61
Radio	73	62	64	56	57	59	61	55	50	51	54	59	58	59	60	63	58
Lydmedier	43	35	46	35	44	47	51	43	43	43	36	42	40	38	44	34	39
Videomedier ¹	11	8	10	6	7	8	9	8	9	11	11	15	14	11	13	18	19
Ukeblad	21	20	23	16	18	19	15	16	15	14	15	14	14	14	8	7	6
Tegneserieblad	10	8	10	10	10	6	8	9	5	5	5	5	5	5	4	3	2
Bok	22	22	20	19	19	19	24	23	22	20	23	25	28	24	25	25	18
Tidsskrift	18	16	13	12	17	13	14	15	12	15	12	12	13	9	10	8	8
Papiravis	85	82	83	80	77	77	76	73	69	67	61	58	64	55	50	46	39
Internett	..	..	..	..	10	25	34	42	56	67	67	75	81	81	86	85	88
September																	
Fjernsyn	80	79	83	83	80	80	82	81	81	79	79	81	79	77	74	73	62
Radio	71	64	66	58	61	60	57	55	54	53	53	49	59	61	57	67	57
Lydmedier	43	34	41	34	38	48	41	46	40	41	41	39	33	38	41	41	40
Videomedier ¹	8	9	12	9	8	9	9	9	11	13	11	12	12	11	16	25	20
Ukeblad	21	19	21	19	16	17	14	19	15	13	11	9	11	10	10	11	8
Tegneserieblad	13	9	10	9	7	9	7	9	8	8	5	6	5	5	5	4	2
Bok	24	20	19	21	18	21	22	23	22	25	31	25	27	24	26	23	24
Tidsskrift	17	13	18	16	13	14	13	12	11	13	10	11	13	9	8	8	7
Papiravis	84	84	87	82	82	77	74	73	77	71	67	62	65	56	49	49	40
Internett	..	..	..	..	10	24	35	44	62	71	77	77	78	79	86	89	86
Desember																	
Fjernsyn	82	86	87	85	81	84	87	86	83	84	81	82	82	77	76	77	71
Radio	71	69	69	60	60	54	59	60	55	55	53	58	49	60	60	64	63
Lydmedier	42	41	46	42	45	56	52	50	45	43	46	43	41	41	39	39	34
Videomedier ¹	10	12	9	10	8	9	12	12	11	13	15	12	14	13	15	21	20
Ukeblad	19	19	21	17	13	14	16	16	16	12	12	9	11	9	6	6	6
Tegneserieblad	10	12	8	10	9	9	8	6	8	6	6	7	4	3	3	5	5
Bok	26	24	16	17	16	20	21	20	24	20	25	21	26	27	24	24	26
Tidsskrift	17	15	15	18	15	11	13	11	10	14	16	11	12	8	6	9	6
Papiravis	84	86	87	83	79	74	74	75	75	70	65	67	64	54	51	46	41
Internett	..	..	..	..	11	31	37	47	63	76	77	78	78	82	85	89	88

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

- **43 prosent leser bøker på fritiden i løpet av uka.**
- **93 prosent bruker Internett i løpet av uka.**
- **52 prosent bruker internett på arbeid i løpet av uka.**
- **66 prosent leser papiravis per uke, 80 prosent hører på radio.**

Naturlig nok er det flere som bruker mediene i løpet av ei uke enn i løpet av en dag. I 2015 var det 43 prosent av befolkningen som leste bøker på fritiden i løpet av ei uke. 27 prosent leste tidsskrift/fagblad og lignende. 14 prosent leste ukeblad per uke i 2015, og 6 prosent leste tegneserieblad. 66 prosent leste papiravis siste uke, og 80 prosent hørte på radio. For disse mediene har andelen brukere stort sett vært noe synkende siste år. 5 prosent leste elektronisk bok.

76 prosent av jentene i alderen 9-15 år leste bøker på fritiden i løpet av ei uke i 2015, 29 prosent av gutter i alderen 16-24 år. 38 prosent av kvinnene i alderen 67-79 år leste ukeblad i løpet av ei uke. Blant menn i samme aldersgruppe var andelen 13 prosent.

91 prosent av personer i aldersgruppen 67-79 år leste en papiravis i løpet av ei uke i 2015. Denne andelen er omtrent like høy

blant menn og kvinner. Blant 9-12-åringene var andelen 25 prosent. 87 prosent i aldersgruppen 45-66 år hørte på radio ei gjennomsnittlig uke. Andelen er 40 prosent i aldersgruppen 9-12 år.

93 prosent brukte Internett i løpet av ei uke i 2015. I 1995 var andelen 5 prosent, så 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 65 prosent, 76 prosent blant menn og 56 prosent blant kvinner. 52 prosent brukte Internett i arbeidet sitt, 26 prosent i utdanning og 91 prosent privat. Blant skoleelever/studenter var det 95 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 (82 prosent). Det var også de som i størst grad brukte Internett privat (98 prosent).

Tabell 53. **Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke. Prosent**

	1994	1995	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Bok	37	37	36	37	37	39	43	42	40	42	46	45	45	43	45	44	43
Tidsskrift	53	47	45	45	49	47	46	41	41	48	42	43	43	34	33	32	27
Ukeblad	54	47	44	41	44	42	44	37	39	37	33	31	31	28	22	25	14
Tegne- serieblad	23	21	19	17	19	16	18	16	15	16	14	14	14	10	9	10	6
Papiravis	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	81	76	73	66
Radio	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	82	83	84	80
Elektronisk bok	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	4	4	5	5
Internett	..	5	10	22	48	56	64	76	80	83	85	88	88	91	92	94	93
Internett i arbeid	..	4	5	10	21	24	29	35	36	41	40	41	41	43	49	50	52
Internett i utdanning	..	1	3	5	10	11	14	14	16	17	18	19	19	22	23	24	26
Internett privat	..	2	6	15	39	48	54	71	74	77	82	85	85	87	90	92	91

Tabell 54. Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015. Prosent

	Ulike medier							Internett			
	Bok	Tids- skrift	Uke- blad	Tegne- seri- eblad	Papir- avis	Radio	Elektro- nisk bok	Inter- nett	Internett i arbeid	Internett i utdan- ning	Internett privat
Alle	43	27	14	6	66	80	5	93	52	26	91
Menn	35	26	5	8	64	80	5	95	55	26	92
Kvinner	52	27	22	3	67	80	5	92	50	27	89
9-12 år	74	4	6	28	25	40	7	95	0	45	85
13-15 år	50	10	7	12	35	61	1	100	0	80	96
16-19 år	44	12	5	8	46	77	7	100	41	87	99
20-24 år	30	11	4	6	43	71	6	100	58	56	98
25-44 år	39	29	13	6	63	86	5	98	74	19	95
45-66 år	43	36	17	2	83	87	4	94	65	8	93
67-79 år	49	37	26	1	91	83	3	65	9	1	63
Menn											
9-15 år	53	9	3	25	34	48	1	97	0	61	90
16-24 år	29	12	0	12	49	73	7	100	48	63	99
25-44 år	29	27	4	7	58	86	5	97	78	17	95
45-66 år	33	36	6	3	83	88	4	95	69	9	94
67-79 år	46	40	13	2	92	86	5	76	13	1	74
Kvinner											
9-15 år	76	4	10	17	24	50	9	98	0	58	90
16-24 år	44	10	9	2	40	74	6	100	53	78	98
25-44 år	48	30	21	4	69	86	5	99	69	22	96
45-66 år	51	36	28	1	84	86	4	94	60	7	91
67-79 år	52	35	38	0	90	80	2	56	6	0	53
Yrkesgruppe 1-2	52	40	13	5	79	89	6	99	90	17	98
Yrkesgruppe 3	36	32	12	4	70	88	4	99	83	19	97
Yrkesgruppe 4-5	37	21	17	4	64	83	4	97	61	17	95
Yrkesgruppe 6-9	21	23	9	5	64	89	4	95	65	13	94
Elever/studenter	41	11	8	8	45	76	5	100	43	95	98
Pensjonister	41	34	34	2	84	80	4	68	5	1	67
Hjemmearbeidende	58	17	26	3	64	65	12	94	14	21	94
Ungdomsskole	30	16	13	3	58	78	3	85	42	34	81
Videregående skole	36	29	17	3	71	85	4	93	55	15	91
Universitet/høgskole, kort	51	39	15	6	79	88	4	98	73	20	97
Universitet/høgskole, lang	59	43	8	3	83	88	11	99	82	19	98
Tettbygd 100 000 eller flere	53	31	12	7	60	74	5	97	59	32	95
Tettbygd 20 000-99 000	47	23	13	4	63	83	6	95	56	27	94
Tettbygd under 20 000	40	26	12	5	68	84	5	95	50	23	92
Spredtbygd	37	28	18	6	74	82	3	88	50	23	84
Oslo/Akershus	49	28	8	6	60	76	5	96	59	31	93
Østlandet ellers	41	26	14	4	68	80	5	93	49	24	91
Agder/Rogaland	43	23	16	6	63	80	5	93	51	27	90
Vestlandet	37	27	17	6	70	81	4	91	51	23	88
Trøndelag	46	32	15	7	65	85	3	91	48	31	88
Nord-Norge	42	27	14	8	69	83	8	94	52	20	91

- **Vi har gjennomsnittlig 2,1 TV-apparater hjemme.**
- **50 prosent har harddiskopptaker.**
- **53 prosent har tilgang DAB-radio hjemme.**
- **85 prosent har smarttelefon, 75 prosent har nettbrett.**
- **50 prosent har avisabonnement, 12 prosent har nettavis-abonnement.**
- **16 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 2015 hadde 87 prosent av befolkningen mulighet til å se på TV 2 hjemme. 86 prosent kunne se TVNorge. I gjennomsnitt har hver nordmann 2,1 TV-apparater hjemme. I 1999 var antallet 1,5. Personer i alderen 13-15 år har gjennomsnittlig 2,7 TV-apparater hjemme.

Fram til 2002 var det en jevn økning i andelen med tilgang til videobåndspiller. Deretter har det vært en nedgang. I 2015 var det 26 prosent som hadde videobåndspiller hjemme. Andelen med DVD/Blu-ray var på 73 prosent i 2015. I tillegg er det 50 prosent som har harddiskopptaker hjemme. I aldersgruppen 16-19 år har nå 93 prosent DVD- eller Blu-ray-spiller hjemme. 88 prosent hadde tilgang til CD-spiller i 2015. 79 prosent hadde MP3-spiller eller lignende. Mens 93 prosent i alderen 16-19 år hadde MP3-spiller i 2015, var andelen 33 prosent i gruppen 67-79 år. 53 prosent hadde DAB-radio i 2015, 75 prosent hadde nettbrett.

Tilgangen til både parabolantenne og kabelanlegg har økt sakte i de seinere åra. I 2015 var det 28 prosent som hadde privat parabolantenne i husholdningen, og 55 prosent hadde kabelanlegg. I Oslo/

Akershus hadde 71 prosent kabelanlegg. I spredtbygde strøk hadde 50 prosent privat parabolantenne. 19 prosent hadde digital bakkeantenne i 2015. Dette var nokså jevnt fordelt både etter bosted og i ulike landsdeler.

94 prosent hadde PC hjemme i 2015. Tilgang til Internett hjemme var på 96 prosent i 2015, det samme som i 2014. Andelen som eier eller disponerer mobiltelefon var på 98 prosent i 2015, 85 prosent hadde smarttelefon.

50 prosent hadde abonnement på en eller flere papiraviser hjemme i 2015, mot 54 prosent i 2014. I gruppen 20-24 år var andelen 27 prosent. Blant menn i alderen 67-79 år var andelen 84 prosent. Nordmenn abonnerer i gjennomsnitt på 0,7 aviser, 0,4 blant 20-24-åringene og 1,3 i aldersgruppen 67-79 år. 12 prosent hadde abonnement på nettavis, 21 prosent blant personer med høyest utdanning. 16 prosent hadde tilgang til elektronisk bok i husholdningen i 2015.

Tabell 55. Andel som har tilgang til ulike medier og elektroniske tilbud i hjemmet. Prosent

	1991	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
NRK TV	98	98	98	97	98	98	98	98	98	98	98	98	96	97	96	96	96
TV 2	.	65	82	91	92	93	94	93	95	93	94	92	90	89	89	89	87
TVNorge	36	42	47	58	79	83	82	84	89	90	91	91	88	88	88	88	86
TV 3	33	38	43	50	55	58	57	58	63	80	87	88	87	87	86	86	84
Lokal-TV	28	31	33	41	44	49	46	51	54	60	58	45	47	53	48	46	47
Svensk TV	40	41	43	44	45	43	47	48	51	52	56	56	63	63	57	56	54
Antall TV	..	..	..	..	1,5	1,6	1,7	1,7	1,8	1,9	1,9	1,9	1,8	1,9	1,9	1,8	2,1
Videobånd-spiller	51	57	64	69	73	79	81	74	68	62	55	47	40	35	31	28	26
DVD-spiller	.	.	.	.	.	.	26	61	80	87	86	87	83	79	79	75	73
Harddisk-opptaker	.	.	.	.	.	.	.	.	.	26	29	38	41	43	45	49	50
Nettbrett	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	37	61	70	75
Lokalradio	87	90	89	90	88	85	86	86	83	87	86	83	84	79	75	72	71
DAB-radio	.	.	.	.	.	.	.	.	.	18	18	21	22	28	32	44	53
Kassettspiller	95	94	94	92	90	89	82	74	58	60	50	49	47	39	35	31	31
Platespiller	63	59	60	57	53	51	41	40	36	42	31	29	27	24	23	27	28
CD-spiller	33	40	61	75	84	90	93	93	96	97	96	96	95	93	92	91	88
MP3-spiller	.	.	.	.	.	..	..	22	44	56	58	65	65	65	70	67	79
Privat parabol-antenne	5	10	10	15	20	25	28	30	32	35	34	36	32	32	32	29	28
Kabelanlegg	29	31	34	38	38	39	41	42	47	48	51	48	49	47	53	56	55
Digital bakke-antenne	.	.	.	.	.	.	.	.	.	..	..	..	25	28	26	24	19
Hjemme-PC	..	..	33	43	57	71	76	79	85	90	92	94	93	95	96	95	94
TV-spill	..	..	24	20	24	32	35	40	44	52	53	52	54	53	54	54	55
Håndholdt spill	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	35	35	33	30
Internett	..	..	..	..	22	52	63	66	79	85	91	93	92	95	96	96	96
Egen mobil-telefon	..	..	..	..	..	68	82	90	94	96	97	97	96	98	98	98	98
Smarttelefon	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	57	73	80	85
Avis-abonnement	..	..	..	..	..	..	..	..	70	72	70	69	68	62	58	54	50
Antall avis-abonnement	..	..	..	..	..	..	..	..	1,0	1,1	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9	0,8	0,7
Nettavis-abonnement	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	..	..	..	9	12
Elektronisk bok	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	..	11	19	17	16

Tabell 56. **Andel som har tilgang til ulike TV-kanaler, elektroniske tilbud og antall TV-apparater hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015. 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	87	86	84	47	54	2,1	26	73	50	75
Menn	95	87	87	84	47	55	2,3	27	73	52	75
Kvinner	96	87	86	84	48	54	1,9	24	73	47	74
9-12 år	100	83	81	74	46	39	2,3	9	85	54	88
13-15 år	100	87	85	84	56	52	2,7	22	87	66	93
16-19 år	98	89	90	89	52	54	2,4	38	93	58	84
20-24 år	92	78	79	77	34	42	2,3	17	66	38	71
25-44 år	92	84	83	81	43	53	2,0	16	75	48	80
45-66 år	98	91	91	88	51	62	2,0	36	73	54	74
67-79 år	100	94	92	90	57	59	1,8	39	50	39	48
Menn											
9-15 år	100	90	88	81	51	45	2,4	17	83	56	88
16-24 år	97	85	87	84	40	47	2,7	24	81	53	80
25-44 år	90	81	80	78	45	55	2,1	15	73	50	78
45-66 år	97	92	92	89	49	63	2,2	39	75	57	71
67-79 år	99	95	94	93	55	59	2,2	48	50	46	56
Kvinner											
9-15 år	100	78	77	76	49	44	2,5	12	90	63	94
16-24 år	93	81	81	81	45	47	1,9	29	75	41	73
25-44 år	94	87	86	85	42	52	2,0	16	78	47	81
45-66 år	98	90	90	87	53	60	1,8	33	71	52	76
67-79 år	100	93	91	87	58	59	1,4	31	50	32	40
Yrkesgruppe 1-2	96	90	88	87	47	64	1,7	21	76	58	83
Yrkesgruppe 3	96	93	93	91	52	58	1,9	28	78	61	88
Yrkesgruppe 4-5	96	85	85	83	47	53	1,9	24	76	49	80
Yrkesgruppe 6-9	97	90	89	86	44	49	1,7	31	77	39	71
Elever/studenter	92	80	82	80	40	47	2,0	26	81	47	70
Pensjonister	98	93	92	88	56	60	1,5	38	56	39	47
Hjemmearbeidende	100	83	83	74	36	46	1,7	29	75	52	84
Ungdomsskole	95	88	87	84	45	50	1,8	30	69	45	67
Videregående skole	96	88	89	87	50	56	2,2	29	71	49	71
Universitet/høgskole, kort	96	90	89	89	47	62	1,8	23	77	51	81
Universitet/høgskole, lang	95	85	81	79	48	60	1,5	19	73	54	80
Tettbygd 100 000 el. fl.	93	85	84	82	49	61	1,9	20	70	51	76
Tettbygd 20 000-99 000	99	93	92	90	57	70	1,9	22	76	58	77
Tettbygd under 20 000	97	87	86	84	48	55	1,9	29	75	56	79
Spredtbygd	96	88	87	84	40	36	1,8	32	73	37	69
Oslo/Akershus	94	85	85	82	47	64	2,1	22	69	53	79
Østlandet ellers	95	88	89	87	49	58	2,3	28	75	54	72
Agder/Rogaland	98	88	86	84	59	50	1,9	27	78	50	80
Vestlandet	95	85	83	81	42	46	2,3	26	72	43	71
Trøndelag	98	89	89	87	42	52	1,8	29	75	48	80
Nord-Norge	98	89	87	86	39	49	1,6	21	69	42	65

Tabell 57. Andel som har tilgang til ulike typer musikkanlegg, radiotilbud og TV-antennesystemer hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015. Prosent¹

	Lokal- radio	DAB- radio	Kassett- spiller	Plate- spiller	CD- spiller	MP3- spiller	Parabol- antenne	Kabel- anlegg	Digital bakke- antenne
Alle	71	53	31	28	88	79	28	55	19
Menn	73	54	30	28	89	80	28	53	21
Kvinner	69	52	32	28	88	79	29	57	18
9-12 år	54	45	35	22	92	80	26	58	13
13-15 år	74	61	33	34	93	95	37	63	11
16-19 år	73	54	31	32	90	97	39	59	19
20-24 år	70	40	18	30	70	92	29	54	18
25-44 år	70	47	23	18	88	91	24	53	19
45-66 år	74	61	34	35	94	74	28	53	23
67-79 år	73	60	54	39	86	33	32	60	17
Menn									
9-15 år	63	52	34	32	94	83	37	62	13
16-24 år	72	48	26	30	83	93	37	56	22
25-44 år	73	47	21	17	87	91	19	50	20
45-66 år	76	62	34	33	94	75	28	51	25
67-79 år	77	64	54	41	88	39	32	55	18
Kvinner									
9-15 år	60	51	34	21	91	91	24	58	12
16-24 år	71	44	22	32	75	96	30	56	14
25-44 år	67	48	26	19	89	92	28	56	18
45-66 år	72	60	33	36	94	73	28	56	21
67-79 år	69	57	55	37	84	28	32	64	17
Yrkesgruppe 1-2	73	57	25	26	92	91	19	63	18
Yrkesgruppe 3	78	61	25	29	91	88	26	55	25
Yrkesgruppe 4-5	78	50	24	22	89	85	32	49	17
Yrkesgruppe 6-9	74	51	28	28	93	80	36	44	28
Elever/studenter	64	43	29	31	80	94	33	54	14
Pensjonister	68	58	50	38	87	39	31	58	19
Hjemmearbeidende	56	39	31	30	93	85	32	52	26
Ungdomsskole	66	51	33	27	87	75	38	50	20
Videregående skole	76	54	31	30	88	74	30	52	19
Universitet/høgskole, kort	74	55	29	29	90	86	22	63	21
Universitet/høgskole, lang	74	57	28	28	88	88	15	62	22
Tettbygd 100 000 el. fl.	70	47	27	28	83	85	14	71	17
Tettbygd 20 000-99 000	76	53	28	25	89	82	21	70	20
Tettbygd under 20 000	70	59	34	27	94	81	29	54	20
Spredtbygd	71	55	36	34	90	72	50	31	20
Oslo/Akershus	63	51	29	27	85	85	16	71	16
Østlandet ellers	72	56	35	29	91	77	31	54	23
Agder/Rogaland	78	52	28	30	92	82	32	53	15
Vestlandet	73	50	31	30	87	78	33	42	22
Trøndelag	77	58	32	28	86	77	30	56	19
Nord-Norge	68	51	29	22	90	74	32	47	18

¹ Tabellen er rettet 19. januar 2017.

Tabell 58. **Andel som har tilgang til ulike typer elektronisk tilbud og avisabonnement hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015. Prosent**

	Hjemme- PC	TV- spill	Hånd- holdt spill	Inter- nett	Egen mobil- telefon	Smart- telefon	Avis- abonne- ment	Antall avis- abonne- ment	Nett- avis- abonne- ment	Elek- tronisk bok
Alle	94	55	30	96	98	85	50	0,7	12	16
Menn	95	59	30	97	98	85	48	0,7	11	18
Kvinner	93	51	30	95	97	84	52	0,7	13	14
9-12 år	95	82	60	99	78	68	39	0,6	2	15
13-15 år	100	89	67	100	99	97	57	0,7	12	14
16-19 år	99	85	54	100	99	95	62	0,8	13	17
20-24 år	96	70	24	100	100	99	27	0,4	11	15
25-44 år	96	64	34	98	99	95	33	0,4	14	17
45-66 år	96	42	21	98	99	83	64	0,9	14	18
67-79 år	80	4	2	81	96	46	83	1,3	8	13
Menn										
9-15 år	97	93	67	99	90	83	48	0,7	5	12
16-24 år	99	82	36	100	99	96	44	0,6	10	16
25-44 år	96	66	29	98	99	95	28	0,3	14	19
45-66 år	95	43	24	98	99	84	63	0,9	9	22
67-79 år	87	6	1	86	98	46	84	1,3	11	15
Kvinner										
9-15 år	98	76	58	100	84	78	46	0,6	8	17
16-24 år	96	70	39	100	100	99	41	0,5	13	15
25-44 år	97	62	39	97	99	95	38	0,5	14	15
45-66 år	96	41	18	98	99	83	65	0,9	18	15
67-79 år	74	2	2	76	95	46	83	1,2	6	10
Yrkesgruppe 1-2	97	59	31	99	100	95	55	0,7	19	20
Yrkesgruppe 3	98	63	31	99	99	95	43	0,6	10	20
Yrkesgruppe 4-5	97	62	34	100	100	89	38	0,5	12	11
Yrkesgruppe 6-9	94	53	27	98	100	88	41	0,5	13	13
Elever/studenter	99	77	43	100	100	96	55	0,7	11	20
Pensjonister	82	9	3	82	97	54	75	1,2	10	15
Hjemmearbeidende	100	60	30	100	100	85	35	0,4	2	23
Ungdomsskole	91	52	28	93	99	81	46	0,6	10	16
Videregående skole	94	47	23	96	99	81	51	0,7	11	13
Universitet/høgskole, kort	97	56	28	98	99	93	52	0,8	15	19
Universitet/høgskole, lang	94	54	25	98	98	94	64	1,0	21	27
Tettbygd 100 000 el. fl.	95	56	29	98	98	89	46	0,6	14	18
Tettbygd 20 000-99 000	96	56	28	96	98	88	49	0,6	14	19
Tettbygd under 20 000	96	58	33	98	98	86	52	0,7	10	14
Spredtbygd	92	50	30	94	97	79	58	0,8	10	15
Oslo/Akershus	95	56	30	98	98	89	48	0,7	12	18
Østlandet ellers	94	53	29	95	98	86	51	0,7	11	17
Agder/Rogaland	93	58	31	96	99	84	53	0,7	14	15
Vestlandet	95	53	30	96	95	81	54	0,8	12	16
Trøndelag	95	60	37	96	97	82	55	0,8	11	17
Nord-Norge	94	52	25	95	98	82	38	0,5	11	15

Om undersøkelsen

1.1. Utvalg og frafall

Til undersøkelsen i 2015 ble det trukket et representativt landsomfattende utvalg av personer i alderen fra 9 til 79 år. Det totale bruttoutvalget var på 2 989 personer (etter at døde og personer flyttet til utlandet er utelatt). Det ble ikke oppnådd intervju med 1 119, eller 37,4 prosent, av bruttoutvalget. Intervju ble altså oppnådd med 1 870 personer. Svarprosenten er dermed på 62,6.

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. Frafallet 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	49,9	49,2	50,3
Kvinner	50,1	50,9	49,7
Alder			
9-15	9,8	10,4	9,4
16-24	16,2	18,1	15,1
25-44	34,6	38,5	32,3
45-66	27,8	23,8	29,4
67-79	12,1	9,2	13,9
Landsdel			
Oslo/Akershus	23,5	21,5	24,7
Østlandet ellers	25,9	27,3	25,0
Agder/Rogaland	15,4	16,8	14,6
Vestlandet	18,0	17,3	18,5
Trøndelag	8,6	8,3	8,8
Nord-Norge	8,6	8,4	8,5
Antall personer	2 989	1 119	1 870

alderssammensetningen. Skjevhetene er likevel så små at de neppe fører til resultater som i vesentlig grad vil avvike fra resultatene basert på et helt representativt utvalg.

Av nettoutvalget utgjør mandager 14,3 prosent, tirsdager 14,7 prosent, onsdager 14,1 prosent, torsdager 13,9 prosent, fredager 14,1 prosent, lørdager 14,3 prosent og søndager 14,7 prosent. Måneden mars utgjør 25,7 prosent, juni 25,1 prosent, september 24,5 prosent og desember 24,7 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 $(M \div 2S)$ 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 bearbeidingen. 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.

Feil under innsamlingen, målefeil, oppstår ved at intervjupersonen avgir feil svar,

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

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	1 870	Husholdningsinntekt	
		Under 450 000	222
Kjønn		450 000-649 000	213
Menn	971	650 000-849 000	244
Kvinner	929	850 000-999 000	148
		1 000 000-1 299 000	285
Alder		1 300 000 eller mer	230
9-12 år	101	Landsdel	
13-15 år	75	Oslo/Akershus	462
16-19 år	116	Østlandet ellers	468
20-24 år	166	Agder/Rogaland	273
25-34 år	252	Vestlandet	345
35-44 år	351	Trøndelag	164
45-54 år	281	Nord-Norge	158
55-66 år	268	Bostedsstrøk	
67-79 år	260	Tettbygd 100 000 eller flere	432
		Tettbygd 20 000-99 000	395
Kjønn/Alder		Tettbygd under 20 000	502
Menn		Spredtbygd	442
9-15 år	98	Familiefase	
16-24 år	148	9-24 år hos foreldre	355
25-44 år	303	Enslige ellers 9-44 år	184
45-66 år	267	Enslige 45-79 år	170
67-79 år	125	Enslige forsørgere	45
		Par med barn 0-6 år	277
Kvinner		Par med barn 7-17 år	314
9-15 år	78	Par 16-44 år uten barn	90
16-24 år	134	Par 45-79 år uten barn	435
25-44 år	300	Husholdningsstørrelse	
45-66 år	282	Bor alene	278
67-79 år	135	2 husholdningsmedlemmer	532
Yrkesstatus (16-79 år)		3 husholdningsmedlemmer	286
Yrkesgruppe 1-2	430	4 husholdningsmedlemmer	453
Yrkesgruppe 3	179	5 husholdningsmedlemmer eller flere	301
Yrkesgruppe 4-5	204		
Yrkesgruppe 6-9	182		
Elever/studenter	115		
Pensjonister	254		
Hjemmearbeidende	28		
Utdanning (16-79 år)			
Ungdomsskole	355		
Videregående skole	658		
Universitet/høgskole, kort	450		
Universitet/høgskole, lang	176		

Figurregister

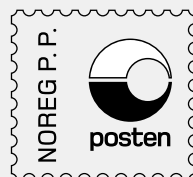
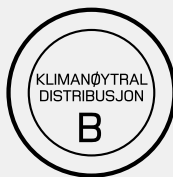
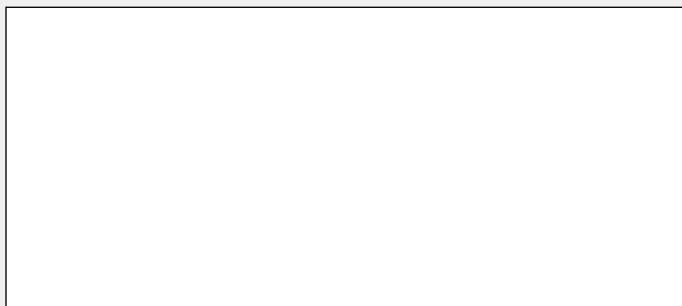
1. Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 2015.....	10
2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag. 2015.....	10
3. Andel av tid brukt til massemedier en gjennomsnittsdag som går med til ulike medier. 2015.....	11
4. Andel avislesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015.....	17
5. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag. 2015.....	18
6. Andel ukebladlesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015.....	22
7. Andel ukebladlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag. 2015.....	23
8. Andel lesere av tegneserieblad en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015.....	26
9. Andel tegneserielesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag. 2015.....	27
10. Andel lesere av tidsskrift, foreningsblad eller lignende en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015.....	30
11. Andel tidsskriftlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag. 2015.....	31
12. Andel boklesere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015.....	34
13. Andel boklesere som har lest ulike typer bøker en gjennomsnittsdag. 2015.....	35
14. Andel lyttere til lydmedier en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015.....	38
15. Andel lyttere som har lyttet til ulike avspillingssystem en gjennomsnittsdag. 2015.....	39
16. Andel brukere av videomedier en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015.....	42
17. Andel brukere av videomedier som har sett på ulike typer opptak en gjennomsnittsdag. 2015.....	43
18. Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015.....	46
19. Andel som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag. 2015.....	47
20. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag. 2015.....	49
21. Andel fjernsynsseere en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015.....	52
22. Andel som ser på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag. 2015.....	53
23. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag. 2015.....	55
24. Andel som bruker Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning. 2015.....	58
25. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tilbud en gjennomsnittsdag 2015.....	59
26. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tjenester en gjennomsnitts- dag 2015.....	60
27. Andel Internettbrukere som har brukt Internett til ulike typer mediebruk en gjennomsnitts- dag 2015.....	61
28. Andel som har vært på kino siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning. 2015.....	66
29. Andel som har vært på kino, etter perioder av året. 2015.....	67

Tabellregister

1. Andel som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag. Prosent	12
2. Tid brukt til ulike massemedier en gjennomsnittsdag. Minutter	13
3. Tid brukt til ulike massemedier blant brukere en gjennomsnittsdag. Minutter.....	14
4. Andel som har brukt aviser, radio, TV og bøker en gjennomsnittsdag, som tradisjonelt medium, som internettmedium og som tradisjonelt/nettmedium totalt. Prosent	15
5. Andel avislesere og minutter brukt til avislesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	17
6. Andel som har lest ulike avistyper og antall aviser lest en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent	18
7. Andel som har lest avis en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2015	19
8. Andel som har lest ulike nettsider blant dem som har lest nyhetssider på Internett en gjennomsnittsdag. Prosent.....	20
9. Andel ukebladlesere og minutter brukt til ukebladlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	22
10. Andel ukebladlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent	23
11. Andel som har lest ukeblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2015	24
12. Andel lesere av tegneserieblad og minutter brukt til slik lesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	26
13. Andel tegneserielesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent	27
14. Andel som har lest tegneserieblad en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2015	28
15. Andel tidsskriftlesere og minutter brukt til tidsskriftlesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	30
16. Andel tidsskriftlesere som har lest ulike typer blad en gjennomsnittsdag 1991-2015 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent	31
17. Andel som har lest tidsskrift en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2015	32
18. Andel boklesere og minutter brukt til boklesing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning.....	34
19. Andel boklesere som har lest ulike typer bøker en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent	35
20. Andel som har lest bok en gjennomsnittsdag, antall minutter lest i gjennomsnitt blant alle og blant lesere, i ulike befolkningsgrupper. 2015	36
21. Andel lyttere til lydmedier og minutter brukt til slik lytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning.....	38
22. Andel lyttere som har lyttet til ulike avspillingssystem en gjennomsnittsdag 1994-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent	39
23. Andel lyttere til lydmedier en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2015	40
24. Andel brukere av videomedier og minutter brukt til dette en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning.....	42

25. Andel brukere av videofiler som har sett på ulike typer opptak en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent	43
26. Andel brukere av videomedier en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2015.....	44
27. Andel radiolyttere og minutter1 brukt til radiolytting en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning	46
28. Andel av befolkningen som lytter på ulike radiokanaler en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent	47
29. Andel radiolyttere en gjennomsnittsdag, antall minutter lyttet i gjennomsnitt blant alle og blant lyttere, i ulike befolkningsgrupper. 2015	48
30. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter radiokanaler 2015. Prosent.....	49
31. Andel radiolyttere som har hørt på ulike typer radioprogram en gjennomsnittsdag, i ulike befolkningsgrupper. 2015. Prosent	50
32. Andel fjernsynsseere og minutter brukt til fjernsynsseing en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning.....	52
33. Andel av befolkningen som har sett på ulike fjernsynskanaler en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent	53
34. Andel som har sett på fjernsyn en gjennomsnittsdag, antall minutter sett i gjennomsnitt blant alle og blant seere, i ulike befolkningsgrupper. 2015.....	54
35. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag 1991-2014 og etter fjernsynskanal 2015. Prosent	55
36. Andel fjernsynsseere som har sett på ulike typer fjernsynsprogram en gjennomsnittsdag i ulike befolkningsgrupper. 2015. Prosent	56
37. Andel som har brukt Internett og minutter brukt til Internett en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder og utdanning.....	58
38. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tilbud en gjennomsnittsdag 2003-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2015. Prosent	59
39. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer tjenester en gjennomsnittsdag 2001-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2015. Prosent	60
40. Andel Internett-brukere som har brukt Internett til ulike typer mediebruk en gjennomsnittsdag 2001-2014 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel 2015. Prosent	61
41. Andel som har brukt Internett en gjennomsnittsdag, antall minutter brukt i gjennomsnitt blant alle og blant brukere, i ulike befolkningsgrupper. 2015	62
42. Andel som har brukt aviser, radio, TV og bøker en gjennomsnittsdag, som tradisjonelt medium, som internettnettmedium og som tradisjonelt/nettmedium totalt, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landssdel. 2015. Prosent	63
43. Andel som har brukt tidsskrifter, ukeblad og tegneserieblad en gjennomsnittsdag, som tradisjonelt medium, som internettnettmedium og som tradisjonelt/nettmedium totalt, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015. Prosent	64
44. Andel som har vært på kino og antall besøk siste 12 måneder, etter kjønn, alder og utdanning.....	66
45. Andel som har vært på kino i ulike perioder 1991-2013 og etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. 2015. Prosent.....	67
46. 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. 2015	68
47. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud en gjennomsnittsdag.....	70

48. Prosentandel som har brukt ulike elektroniske tilbud og antall private telefonsamtaler og sms en gjennomsnittsdag, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015	71
49. Andel som har brukt massemedier i ulike perioder av døgnet. Prosent	73
50. Andel som har brukt massemedier på ulike dager i uka. Prosent	74
51. Tid brukt til massemedier på ulike dager i uka. Minutter	75
52. Andel som har brukt massemedier en gjennomsnittsdag i ulike perioder av året. Prosent	76
53. Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke. Prosent.....	78
54. Andel som har brukt ulike medier en gjennomsnittlig uke, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015. Prosent	79
55. Andel som har tilgang til ulike medier og elektroniske tilbud i hjemmet. Prosent.....	81
56. Andel som har tilgang til ulike TV-kanaler, elektroniske tilbud og antall TV-apparater hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015. Prosent.....	82
57. Andel som har tilgang til ulike typer musikkanlegg, radiotilbud og TV-antennesystemer hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015. Prosent.....	83
58. Andel som har tilgang til ulike typer elektronisk tilbud og avisabonnement hjemme, etter kjønn, alder, yrkesstatus, utdanning, bosted og landsdel. 2015. Prosent	84
Om undersøkelsen	
Bruttoutvalget, frafallet og nettoutvalget, etter kjønn, alder og landsdel. Prosent	85
Størrelsen av standardavviket i prosent.....	87



Returadresse:
Statistisk sentralbyrå
Postboks 1400 Rasta
2225 Kongsvinger

Norsk mediebarometer 2015 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 978-82-537-9320-7 Trykt versjon

ISBN 978-82-537-9321-4 Elektronisk versjon

ISSN 0804-3321

ISBN 978-82-357-9320-7



9 788235 793201



Statistisk sentralbyrå
Statistics Norway