

Mediebruk – Medier i Norden 2-2009

Utdrag fra nordisk mediebruksstatistikk

Generelt

Seks til sju timer – om lag en fjerdedel av døgnet timer. Det er gjennomsnittlig daglig bruttotid for de nordiske mediebrukernes daglige mediebruk, ifølge omfattende nordiske mediebruksundersøkelser som de norske og svenske mediebarometerne. Bruttotid er summen av brukernes egen oppfatning av tiden de bruker på de enkelte mediene. Det er ikke tatt hensyn til at flere medier kan være i bruk samtidig. Eksempelvis kan et TV-apparat stå på, samtidig som en internett-tilknyttet PC er i bruk.

I Sverige brukes 26 % av bruttotiden på TV, 25 % på radio, 19 % på internett, 8 % på musikk (CD, mp3 osv.) og 8 % på avislesning.

http://www.nordicom.gu.se/mt/filer/mediedagen_2008.pdf

I Norge brukes 37 % av bruttotiden på TV, 21 % på radio, 17 % på internett, 10 % på musikk (CD, mp3 osv.) og 7 % på avislesning.

http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/sa106/daglig_mediebruk_hovedtall.pdf

Nordicoms ”Jämförande nordisk mediestatistik” gir bredere oversikt:

http://www.nordicom.gu.se/?portal=mt&main=nord_stats_translate.php&me=1

Internett-bruk 2008

Andelen av den nordiske befolkningen som bruker internett øker stadig, og er langt høyere enn europeisk gjennomsnittsnivå. Ifølge Eurostats nyeste internett-undersøkelse hadde 60 % av husholdningene i de europeiske landene internett-tilgang i 2008. I Sverige, Island og Norge hadde 84 % av befolkningen Internett-tilgang, i Danmark 82 %, Finland 72 %, alt ifølge Eurostat. Nederst på listen er Hellas, med 31 %.

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=STAT/08/169&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=nl>

I Norden varierer gjennomsnittet av befolkningens daglige internett-bruk mellom 85 % i Danmark (daglig eller nesten daglig), 71 % i Norge, 68 % i Sverige, (alle daglig). og 66 % i Finland (daglig eller nesten daglig).

Daglig avislesning 2008 (Danmark 2006)

	Danmark (1)	Finland (2)	Norge (3)	Sverige (4)
Alle, en gjennomsnittsdag	72 % (over 12 år)	79 % (over 12 år, ned fra 81 % i 2007)	68 % (over 9 år, ned fra 84 % i 1991)	77 % (over 9 år, ned fra 84 % i 1990)
Yngre aldersgrupper – en gjennomsnittsdag	59 % (12-30 år)	66 % (20-24 år, ned fra 70 % i 2007)	51 % (16-24 år, ned fra 84 % i 1991)	60 % (15-24 år, ned fra 78 % i 1990)
Eldre aldersgrupper – en gjennomsnittsdag	83 % (over 60 år)	87 % (over 65 år, ned fra 88 % i 2007)	84 % (67-79 år, ned fra 88 % i 1991)	93 % (65-79 år, opp fra 89 % i 1990)
Tidsbruk daglig avislesning – alle			27 minutter (9-79 år, ned fra 39 minutter i 1994)	36 minutter (9-79 år, som i 1995)
Tidsbruk daglig avislesning – yngre			12 minutter (16-24 år, ned fra 26 minutter i 1994)	22 minutter (15-24 år, ned fra 26 minutter i 1995)
Tidsbruk daglig avislesning – de eldste			55 minutter (67-79 år, ned fra 65 minutter i 1994)	53 minutter (65-79 år, ned fra 55 minutter i 1995)

(1) TNS Gallup – Danmark. Se menyvalg ”Mediefakta” og deretter ”Dagbladslæsere”.
<http://www.danskedagblade.dk/dCMS/application.do>

(2) Tidningarnas Förbund. <http://www.sanomalehdet.fi/index.phtml?l=sv&s=138>

(3) Norsk mediebarometer 2008. <http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/>

(4) Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2008
http://www.nordicom.gu.se/eng_public/info_public2.php?portal=publ&main=info_public2.php&ex=282&me=10&#

Daglig internett-bruk 2008 (Danmark og Finland daglig eller nesten daglig)

	Danmark (1)	Finland (2)	Norge (3)	Sverige (4)
Alle, en gjennomsnittsdag	85 % (12-74 år)	66 % (16-74 år)	71 % (9-79 år, opp fra 18 % i 1999)	68 % (9-79 år, opp fra 31 % i 1999)
Yngre aldersgrupper - en gjennomsnittsdag	90 % (20-39 år)	80 %	87 % (16-24 år, opp fra 27 % i 1999)	86 % (15-24 år, opp fra 45 % i 1999)
Eldre aldersgrupper – en gjennomsnittsdag	72 % (60-74 år)	60 % (65-74 år)	29 % (67-79 år, ingen registrerte brukere i 1999)	39 % (65-79 år, opp fra 4 % i 1999)
Tidsbruk gjennomsnitt – alle			65 minutter (9-79 år, 18 minutter i 2000)	101 minutter (9-79 år, 62 minutter i 1999)
Tidsbruk daglig – yngre			104 minutter (16-24 år, 32 minutter i 2000)	141 minutter (15-24 år, 63 minutter i 1999)
Andel daglig nettavislesning	62 % (12-74 år)	Over 50 % (16-74 år)	50 % (9-79 år)	25 % (9-79 år)
Andel daglig nettavislesning – yngre	70 % (20-39 år)		59 % (25-44 år)	32 % (25-44 år)
Andel høyt utdannede brukere	90 %		86 % (33 % i 1999)	78 % (50 % i 1999)
Andel lavt utdannede brukere	80 %		52 % (9 % i 1999)	38 % (10 % i 1999)

(1) Danmarks Statistikk. <http://www.dst.dk/upload/befolkningensbrugafit2008.pdf>

(2) Statistikcentralen. http://tilastokeskus.fi/til/sutivi/2008/sutivi_2008_2009-04-27_tie_002_sv.html

(3) Norsk mediebarometer 2008. <http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/>

(4) Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2008
http://www.nordicom.gu.se/eng_publ/info_publ2.php?portal=publ&main=info_publ2.php&ex=282&me=10&#

Daglig bruk av nyhetsprogrammer på TV - 2008

	Norge (1)	Sverige (2)
Andel av alle TV-brukere en gjennomsnittsdag	52 % (9-79 år, ned fra 67 % i 2000)	41 % (9-79 år, ned fra 55 % ca. 2000)
Yngre aldersgrupper	20 % (16-24 år)	12 % (15-24 år)
Eldre aldersgrupper	75 % (45-54 år)	54 % (45-64 år)
Høyt utdannede	70 %	49 %
Lavt utdannede	58 %	58 %
Andel av befolkningen som ser TV en gjennomsnittsdag	80 % (9-79 år, 81 % i 1991)	85 % (9-79 år, 84 % i 1993)
Tidsbruk TV	142 minutter (9-79 år, 114 minutter i 1991)	113 minutter (9-79 år, 124 minutter i 1993)

(1) Norsk mediebarometer 2008. <http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/>

(2) Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2008.
http://www.nordicom.gu.se/eng_publ/info_publ2.php?portal=publ&main=info_publ2.php&ex=282&me=10&#