



MEDIEBAROMETER 2019

Befolkningens mediebruk på kjønn og alder

Wilberg, Erik
erik.wilberg@bi.no

Litt om undersøkelsen.

Den er foretatt som webintervju i uke 32 i 2019, på et landsrepresentativt materiale med 1009 respondenter.

Tabellene vises med to statistiske tester, som viser signifikante forskjeller mellom ulike grupper. Forklaringen på disse finner du bakerst i rapporten.

NO2019-76725

YouGov
What the world thinks

Total	Kjønn		Alder					
	Kvinne	Mann	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	
	A	B	C	D	E	F	G	
Hva er din viktigste kilde til nyheter generelt?								
Base	1009	503	506	206	171	181	164	286
Papiravis	5 %	5 %	6 %	0 %	7 %	3 %	4 %	11 %
					C.E		C	C.E.F
TV	24 %	27 %	21 %	8 %	11 %	21 %	30 %	42 %
		B				C.D	C.D.E	C.D.E.F
Radio	7 %	8 %	7 %	9 %	4 %	6 %	7 %	9 %
Digitale medier	44 %	40 %	49 %	37 %	57 %	54 %	47 %	34 %
		A			C.G	C.G	C.G	
Sosiale medier som Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter	16 %	19 %	13 %	41 %	16 %	10 %	9 %	4 %
		B		D.E.F.G	F.G	G		
Annet	2 %	1 %	2 %	2 %	2 %	4 %	1 %	0 %
						F.G		
Vet ikke	2 %	1 %	3 %	3 %	3 %	2 %	2 %	-
			A	G	G	G	G	
Totalsum	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Viktigste nyhetskilde er de digitale mediene. Men vi ser at det er forskjell på alder. Gruppen 60+ er signifikant høyere på TV, og gruppen 18-29 er tilsvarende på sosiale medier, og menn er mer på digitale medier nyhetsmessig enn kvinner. Kanskje er det sporten som gjør utslaget. Virkelig interessant er det at 41% av dem i alderen 18-29 får sine nyheter fra sosiale medier. Dette er både oppsiktsvekkende og skremmende – all den tid at denne type nyhetsformidling ikke er kvalitetssikret fullt ut. I noen grad er dette henvisninger fra redigerte medier – men det vet vi egentlig ingenting om.

Hva er din viktigste kilde til lokale nyheter?

	Total	Kjønn		Alder				
		Kvinne	Mann	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
		A	B	C	D	E	F	G
Base	1009	503	506	206	171	181	164	286
Papiravis	20 %	19 %	21 %	6 %	14 %	20 %	19 %	36 %
				C	C	C	C	C.D.E.F
TV	10 %	10 %	9 %	6 %	8 %	8 %	9 %	15 %
				C.D.E				C.D.E
Radio	8 %	8 %	8 %	8 %	3 %	6 %	11 %	9 %
				D			D	D
Digitale medier	42 %	41 %	43 %	35 %	54 %	48 %	46 %	33 %
				C.G	C.G	C.G	C.G	
Sosiale medier som Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter	15 %	17 %	13 %	37 %	15 %	12 %	9 %	5 %
				D.E.F.G	G	G	G	
Annet	3 %	3 %	3 %	5 %	2 %	3 %	2 %	2 %
Vet ikke	3 %	3 %	3 %	4 %	5 %	2 %	3 %	2 %
Totalsum	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Det er en enorm forskjell på viktigste kilde til lokale nyheter i de ulike gruppene. 60+ er på papiravisen, mens 18-29 er på sosiale medier. Nok en gang er det tvil om kvaliteten på det som presenteres. Vi ser også at den digitale skillelinjen er sterk på digitale redigerte medier. 54% av dem 30-39 er på digitale medier, mens 33% er der i segmentet 60+. Papiravisens dager i aldersgruppen opp til 40 år er mer eller mindre talte.

NO2019-76725

YouGov
What the world thinks

Total	Kjønn		Alder				
	Kvinne	Mann	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
	A	B	C	D	E	F	G

Dersom det i kommunen du bor hendte noe som du ville lese mer om, på hvilken nettside ville du da først søke informasjon?

	Base	1009	503	506	206	171	181	164	286
Nettutgaven av lokalavis, regionavis	47 %	48 %	45 %	36 %	41 %	43 %	55 %	56 %	
VG.no	9 %	10 %	9 %	15 %	14 %	11 %	4 %	4 %	
Dagbladet.no	2 %	1 %	3 %	4 %	3 %	2 %	1 %	1 %	
Aftenposten.no	4 %	4 %	5 %	5 %	7 %	5 %	3 %	3 %	
NRK.no	9 %	7 %	10 %	9 %	10 %	11 %	6 %	7 %	
TV2.no	2 %	2 %	2 %	2 %	1 %	1 %	2 %	3 %	
Sosiale medier som Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter	7 %	9 %	6 %	11 %	7 %	6 %	10 %	4 %	
Annen nettside	11 %	10 %	12 %	12 %	10 %	12 %	7 %	14 %	
Ingen spesiell nettside	4 %	5 %	4 %	3 %	3 %	4 %	6 %	4 %	
Vet ikke	4 %	4 %	4 %	3 %	4 %	6 %	6 %	3 %	
Totalsum	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Om vi ser på hvor man vil hente informasjon om hendelser fra nærområdet på nettet – så ser vi at de lokale merkevarerne har betydning – sterkest i aldersgruppen på 50 år og over. Den er signifikant lavere blant de yngste. Men VG har en viss betydning i denne yngste gruppen (14%).

NO2019-76725

YouGov
What the world thinks

Dersom det i Norge hendte noe som du ville lese mer om, på hvilken nettside ville du da først søke informasjon?

	Total	Kjønn		Alder				
		Kvinne	Mann	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
		A	B	C	D	E	F	G
Base	1009	503	506	206	171	181	164	286
Nettutgaven av lokalavis, regionavis	5 %	5 %	4 %	3 %	4 %	4 %	5 %	6 %
VG.no	33 %	33 %	32 %	36 %	39 %	37 %	25 %	28 %
				F.G	F.G	F.G		
Dagbladet.no	4 %	5 %	4 %	3 %	5 %	5 %	4 %	5 %
Aftenposten.no	6 %	5 %	6 %	6 %	8 %	4 %	4 %	6 %
NRK.no	25 %	23 %	26 %	21 %	24 %	23 %	25 %	28 %
TV2.no	9 %	12 %	7 %	11 %	8 %	11 %	8 %	10 %
Sosiale medier som Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter	6 %	6 %	5 %	11 %	5 %	6 %	5 %	3 %
				D.E.F.G				
Annen nettside	5 %	3 %	7 %	3 %	3 %	5 %	7 %	7 %
			A					C
Ingen spesiell nettside	4 %	4 %	3 %	2 %	2 %	2 %	8 %	5 %
							C.D.E	C
Vet ikke	4 %	4 %	4 %	4 %	3 %	4 %	8 %	2 %
							D.G	
Totalsum	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Det viktigste mediet for hendelser i Norge er VG.no – foran NRK. VG er sterkere i de yngre aldre enn de eldre, men likt på kjønn. Også for norske nyheter ser vi at de sosiale mediene spiller en viss rolle blant 18-29.

NO2019-76725

YouGov
What the world thinks

	Total	Kjønn		Alder				
		Kvinne	Mann	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
		A	B	C	D	E	F	G
Dersom det i utlandet hendte noe som du ville lese mer om, på hvilken nettside ville du da først søke informasjon?								
Base	1009	503	506	206	171	181	164	286
Nettutgave av lokalavis, regionavis	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	1 %	2 %	1 %
VG.no	29 %	30 %	27 %	31 %	36 %	37 %	20 %	22 %
Dagbladet.no	4 %	5 %	3 %	3 %	4 %	6 %	1 %	4 %
Aftenposten.no	5 %	4 %	5 %	4 %	5 %	3 %	5 %	7 %
NRK.no	18 %	18 %	19 %	10 %	16 %	18 %	22 %	24 %
TV2.no	9 %	9 %	9 %	12 %	7 %	8 %	9 %	10 %
Sosiale medier som Facebook, Instagram, Snapchat, Twitter	7 %	8 %	7 %	19 %	5 %	6 %	6 %	2 %
Nettutgave av utenlandske medier	8 %	7 %	9 %	3 %	14 %	7 %	11 %	7 %
Annen nettside	7 %	3 %	10 %	5 %	6 %	5 %	8 %	9 %
Ingen spesiell nettside	5 %	6 %	5 %	4 %	2 %	4 %	8 %	8 %
Vet ikke	6 %	7 %	5 %	8 %	4 %	7 %	10 %	4 %
Totalsum	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

For utenlandske nyheter er bildet mer blandet. Nok en gang er VG størst foran NRK. De eldste holder seg i større grad til NRK. Vi ser at sosiale medier nok en gang har grepet på de unge, og at utenlandske medier spiller en viss rolle i aldersgruppen 30-39.

NO2019-76725



	Total	Kjønn		Alder					C
		Kvinne	Mann	18-29	30-39	40-49	50-59	60+	
		A	B	C	D	E	F	G	
Hvilke papiraviser eller digitale aviser på pc, ipad eller mobil leste eller tittet du i i går?									
Base	1009	503	506	206	171	181	164	286	
Aftenposten	21 %	20 %	22 %	13 %	26 %	18 %	18 %	27 %	C
Stavanger Aftenblad	5 %	4 %	5 %	4 %	3 %	5 %	6 %	5 %	C.E.F
Fædrelandsvennen	5 %	2 %	8 %	7 %	9 %	5 %	1 %	3 %	F
Bergens Tidende	8 %	8 %	9 %	6 %	10 %	8 %	9 %	9 %	F.G
Adresseavisen	7 %	5 %	9 %	10 %	7 %	5 %	4 %	8 %	A
VG	51 %	50 %	53 %	48 %	62 %	51 %	52 %	48 %	C.E.G
Dagbladet	31 %	30 %	33 %	14 %	40 %	37 %	34 %	34 %	C
Dagens Næringsliv	9 %	5 %	13 %	9 %	10 %	9 %	8 %	10 %	A
Andre aviser	30 %	28 %	32 %	17 %	20 %	27 %	36 %	45 %	C
Leste ingen aviser	21 %	25 %	17 %	27 %	21 %	25 %	20 %	14 %	C.D
Totalsum	189 %	177 %	200 %	153 %	207 %	189 %	188 %	203 %	G

Det er utrolig hvilken posisjon som VG har i det norske mediemarkedet. Mer enn halvparten av befolkningen er innom VG hver dag. Dagbladet er på 31%. Aftenposten har en score på 21% totalt men 27% blant de eldste og bare 13% blant de unge. VG har hele 62% dekning i gruppen 30-39. Og så kan vi konstatere at hver femte ikke leser aviser i det hele tatt, og hele 27% i den yngste aldersgruppen.

NO2019-76725

YouGov
What the world thinks

Fleere aviser tilbyr nå digitale abonnement. Har du et slikt abonnement, ville du være interessert i å kjøpe et slikt abonnement, eller er du ikke interessert i å kjøpe et digitalt abonnement?

	Total	Kjønn		Alder				
		Kvinne	Mann	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
		A	B	C	D	E	F	G
Base	1009	503	506	206	171	181	164	286
Har digitalt abonnement	36 %	36 %	36 %	18 %	23 %	33 %	37 %	58 %
Ville være interessert i digitalt abonnement	13 %	13 %	14 %	23 %	15 %	11 %	10 %	9 %
Er ikke interessert i digitalt abonnement	40 %	40 %	41 %	46 %	49 %	50 %	42 %	23 %
Ikke sikker	10 %	12 %	9 %	12 %	13 %	6 %	11 %	10 %
Totalsum	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Det har lenge vært mye snakk om betalingsmodeller og betalingsvillighet for redigerte medier. Denne undersøkelsen viser gode tall for de eldste (60+) som rapporterer at 58% har abonnement allerede og 23% er ikke interessert. Blant den viktigste gruppen under 40 år ser vi at bare rundt 20% har abonnement mens nesten halvparten IKKE er interessert i digitalt abonnement. Dette er skremmende sett i lyset av den digitale utviklingen og konkurransen fra Facebook og Google.

NO2019-76725

YouGov
What the world thinks

	Total	Kjønn		Alder				
		Kvinne	Mann	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
		A	B	C	D	E	F	G
Benyttet du internett i går?								
Base	1009	503	506	206	171	181	164	286
Ja	97 %	98 %	96 %	95 %	97 %	98 %	98 %	97 %
Nei	3 %	2 %	4 %	5 %	3 %	2 %	2 %	3 %
Totalsum	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

NO2019-76725

YouGov
What the world thinks

	Total	Kjønn		Alder				
		Kvinne	Mann	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
		A	B	C	D	E	F	G
Benyttet du sosiale medier, som for eksempel Facebook, Twitter, Snapchat eller Instagram, i går?								
Base	1009	503	506	206	171	181	164	286
Ja	86 %	90 %	82 %	95 %	90 %	83 %	84 %	78 %
Nei	14 %	10 %	18 %	5 %	10 %	17 %	16 %	22 %
Totalsum	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Bruken av internett og sosiale medier er nå av en slik art at vi kan si at det er allemannseie. Alle er på hele tiden. Internett er på 97% og meget jevnt og sosiale medier skiller seg ut med 95% blant de yngre og faktisk hele 78% blant 60+. Vi ser også at sosiale medier i større grad brukes av kvinner. 9 av 10 er innom plattformene på dagbasis.

NO2019-76725

YouGov
What the world thinks

	Total	Kjønn		Alder				
		Kvinne	Mann	18-29	30-39	40-49	50-59	60+
		A	B	C	D	E	F	G
På hvilke av følgende medier har du lest nyheter i løpet av den siste uken?								
Base	1009	503	506	206	171	181	164	286
I papiravis	32 %	28 %	35 %	15 %	19 %	26 %	34 %	54 %
			A			C	C.D	C.D.E.F
På PC	53 %	46 %	61 %	43 %	45 %	52 %	58 %	64 %
			A				C.D	C.D.E
På mobiltelefon	69 %	68 %	69 %	79 %	82 %	74 %	65 %	52 %
			F.G	F.G	F.G	G	G	
På nettbrett – som for eksempel Ipad eller Galaxy	25 %	26 %	24 %	11 %	17 %	18 %	30 %	40 %
							C.D.E	C.D.E.F
Ingen av delene	3 %	4 %	3 %	3 %	5 %	3 %	3 %	3 %
Totalsum	182 %	171 %	192 %	151 %	168 %	173 %	190 %	213 %

Ser vi på plattformbruk over tid ser vi at mobilen er viktigst totalt sett. Den ligger rundt 80% for de under 40, og på 52% for de eldste. Vi ser at nettbrettet er høyest i segmentet 50+. Det kan ha sammenheng med at en iPad og liknende er ganske dyr og at de yngre vil prioritere en bedre mobil. Papiravisen på ukensnivå ligger på 32% totalt – men aller mest (54%) blant dem over 60. Summerer vi i tabellen finner vi at man i snitt bruker 1,8 medieplattformer pr uke. For de yngste er dette tallet 1,4. Dette tilsier en sterkere konsentrasjon om mobilen.

Konklusjon

Vi ser en digital utvikling blant de unge som beveger seg bort fra redigerte medier og over på sosiale og gratis plattformer. Dette er en meget skremmende utvikling om vi ser fremover. Samtidig ser vi at merkeloyaliteten er ganske sterk fra de redigerte mediene på hendelser både lokalt, nasjonalt og internasjonalt – og spesielt må fremheves VGs sterke posisjon. De truede lokale mediene har nok fremdeles en stor jobb å gjøre for å «få grepet» om sine målgrupper. Lokalavisenes monopoler er definitivt over.

Bergen, den 20.8.2019

Erik Wilberg

Om tolkning av tabellene.

Tolkning av tabeller basert på Chi2-test og t-test

Tallmaterialet i tabellene er testet for signifikans (signifikante avvik). Der er foretatt to forskjellige statistiske tester, Chi2-test og T-test.

Den anvendte Chi2-test

Denne testform er representert i tabellene med henholdsvis grønn eller rød farge. Hvis grønt er vist i tabellene, betyr det at resultatet i den gitte kolonnen er signifikant høyere enn totalen. Hvis rødt er vist i tabellene, betyr det at resultatet i den gitte kolonnen er signifikant lavere enn totalen. Det er valgt et konfidensintervall på 95 %.

Den anvendte T-test

T-testen er representert i tabellene med blokkbokstaver. Hvis det står en blokkbokstav i tabellene, betyr det at resultatet i den gitte kolonnen er signifikant forskjellig fra kolonnen som blokkbokstaven henviser til. Til denne testen er det tilsvarende valgt et konfidensintervall på 95 %.