



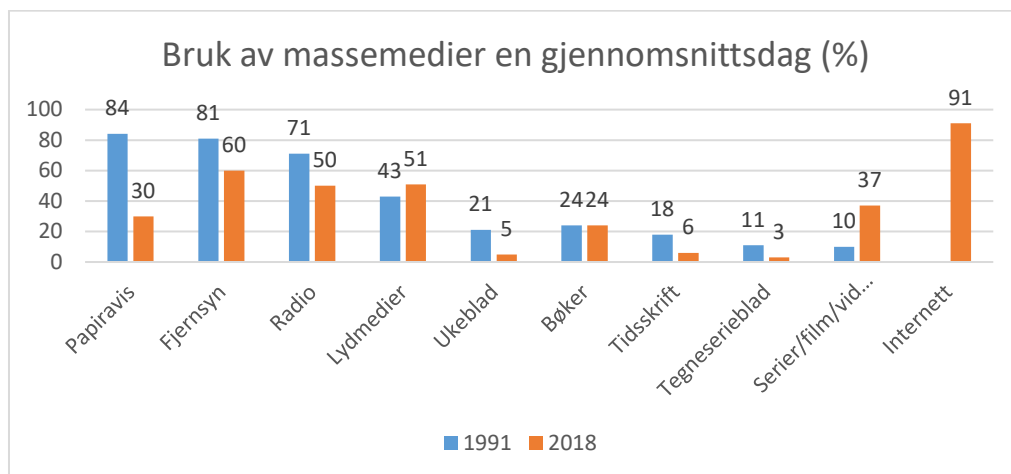
Snap eller papiravis?

MEDIEBRUK I LIVETS ULIKE FASER – I 2019

WILBERG, ERIK

Innledning

Da Statistisk Sentralbyrå (SSB) begynte sine målinger i Norsk Mediebarometer i 1991 var den daglige bruken av papiravis over 80%. Siste rapportering ga ca 30% som gjennomsnitt. Det er i seg selv noen store utfordringer som hele mediesektoren må leve med, og som dessuten er meget spennende fordi mange mediehus fremdeles får mesteparten av sine inntekter fra nettopp papiravisene.



Kilde: Statistisk Sentralbyrå, Mediebarometer, 2018.

I denne rapporten kan vi se hvordan mediebruken varierer med et begrep for livssyklus – fra enslige uten familie, via barnefamilier og opp til seniorer. I noen grad har dette selvfølgelig med alder å gjøre – men ikke fullt ut. Derfor kan det være interessant å se på hvilke nivåer mediekonsumet ligger på i de enkelte kategorier.

Det er bare bøker som ligger på samme nivå – alle andre medier har gjennomgått en dramatisk forandring. Tidligere var også papiravis sett på som en nødvendighetsartikkel – men slik er det slett ikke lenger. Måten å holde seg orientert på varierer nå veldig med utgangspunkt i medieplattform og de endringene vi har sett i familiesammensetninger og bosettingsstrukturer – og sist men ikke minst – den teknologiske utviklingen.

Ved hjelp av en omnibusundersøkelse med et landsrepresentativt utvalg på 1009 personer gjennomført i august 2019 kan vi se på hvordan medieforbruket varierer med livssyklus. Analyseinstituttet YouGov som har gjennomført datainnsamlingen har følgende definisjon på livssyklus:

Før familie:

Personen er 18-45 år uten barn.

Ung familie:

Personen har hjemmeboende barn hvor det yngste barnet er 0-6 år.

Voksen familie:

Personen har hjemmeboende barn hvor det yngste barnet er 7 år eller eldre.

Aktive voksne uten barn: (Aktive tomt rede)

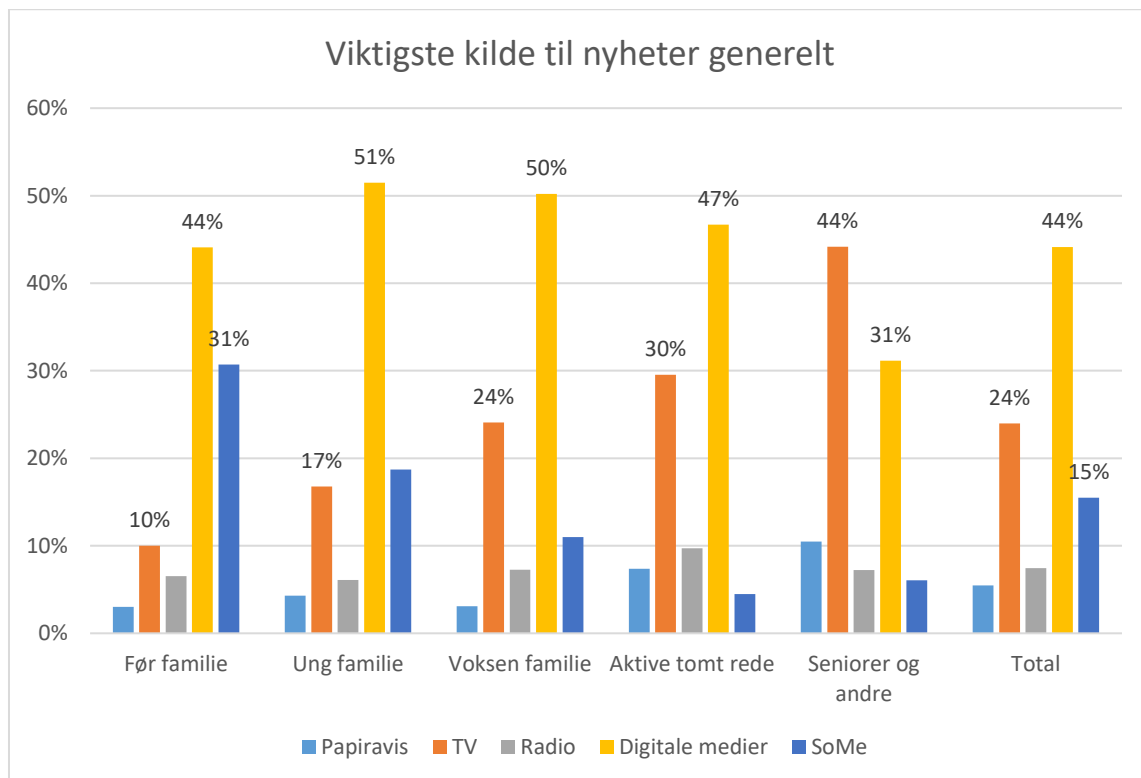
Personen er 46 år eller eldre uten hjemmeboende barn og er i arbeid.

Pensjonist: (Seniorer og andre)

Personen er 46 år eller eldre uten hjemmeboende barn og er ikke i arbeid.

Digitale medier er viktigst

Vi skal nå se nærmere på hvordan medieforbruket i befolkningen i gjennomsnitt varierer med livssyklus. Vi begynner med de generelle nyheter.

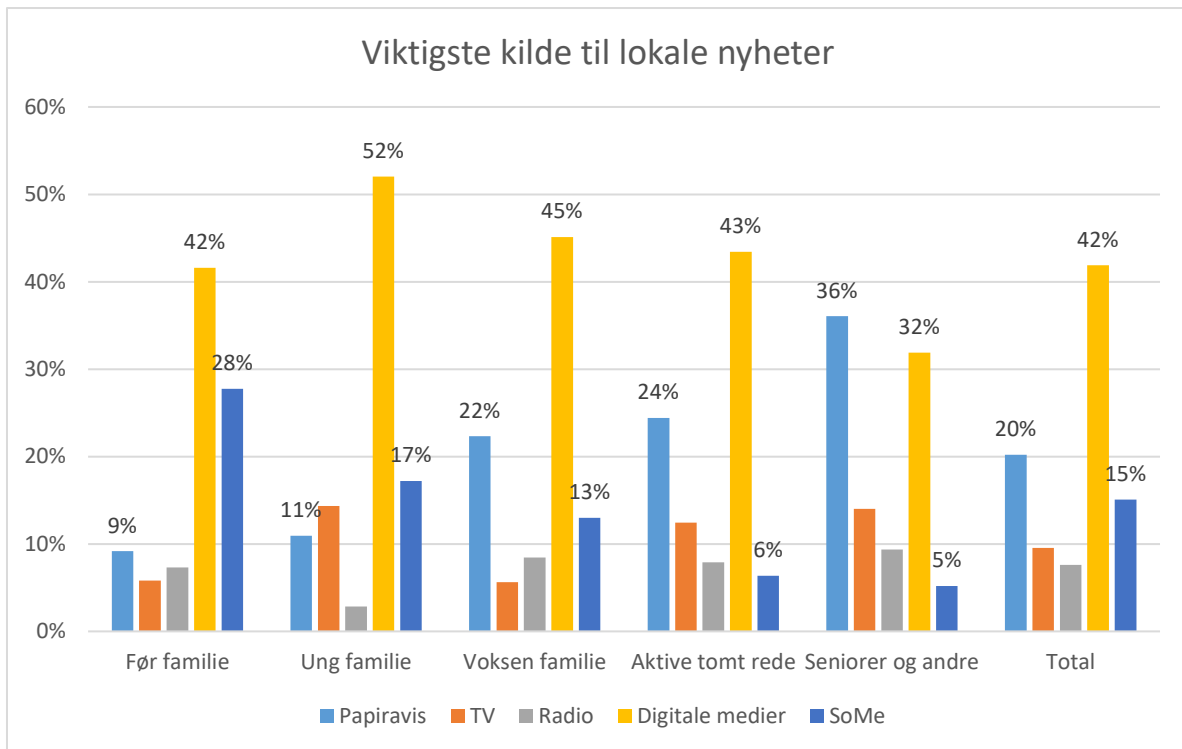


I denne figuren er det flere ting som står fram:

For det første ser vi at det er de digitale medier som dominerer og er førstevalget – og papiravisene er nesten borte. Det er også ganske jevnt mellom ulike aldersgrupper når det gjelder de digitale mediene, men når vi ser på de sosiale mediene ser vi at hele 31% i «før familie» - segmentet har disse som viktigste kilde – mot 15% i befolkningen for øvrig. Dette er illustrerende og til dels skremmende tall.

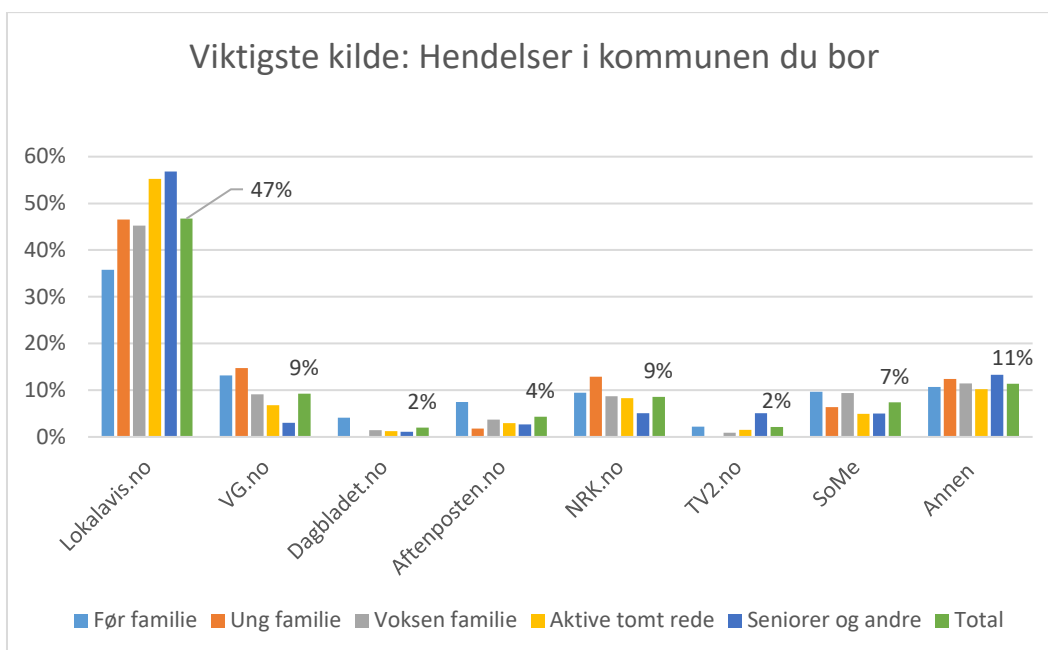
TV spiller stigende rolle med utviklingen i livssyklus og er det viktigste generelle medium for seniorene – med 44%, mens det er 24% for alle grupper samlet.

Hva så med lokale nyheter? Svaret finner vi i neste figur:



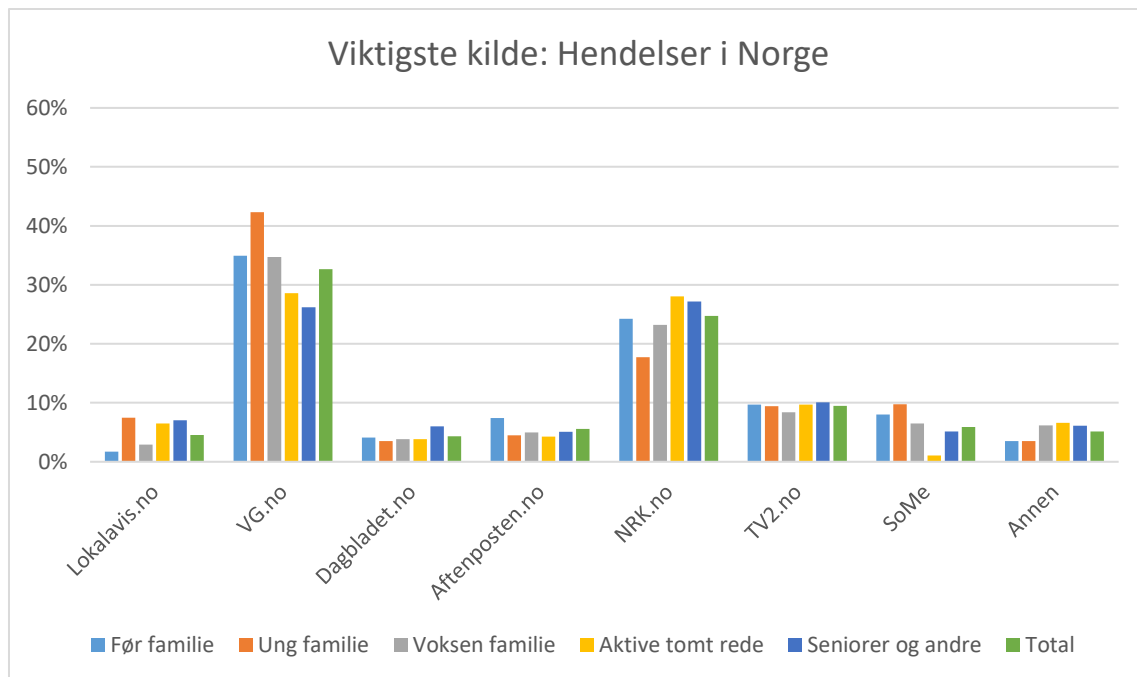
Vi ser at mønsteret i stort er det samme – i «før familie» - segmentet er sosiale medier den nest viktigste kilden til lokale nyheter, men også her er det de digitale nyheter som teller mest. Vi ser også at papiravisene her spiller en langt større rolle – men ikke mer enn 20% i snitt. For seniorene er tallet 36%.

Nært og kjært – lokalmediene er viktigst i det nære.

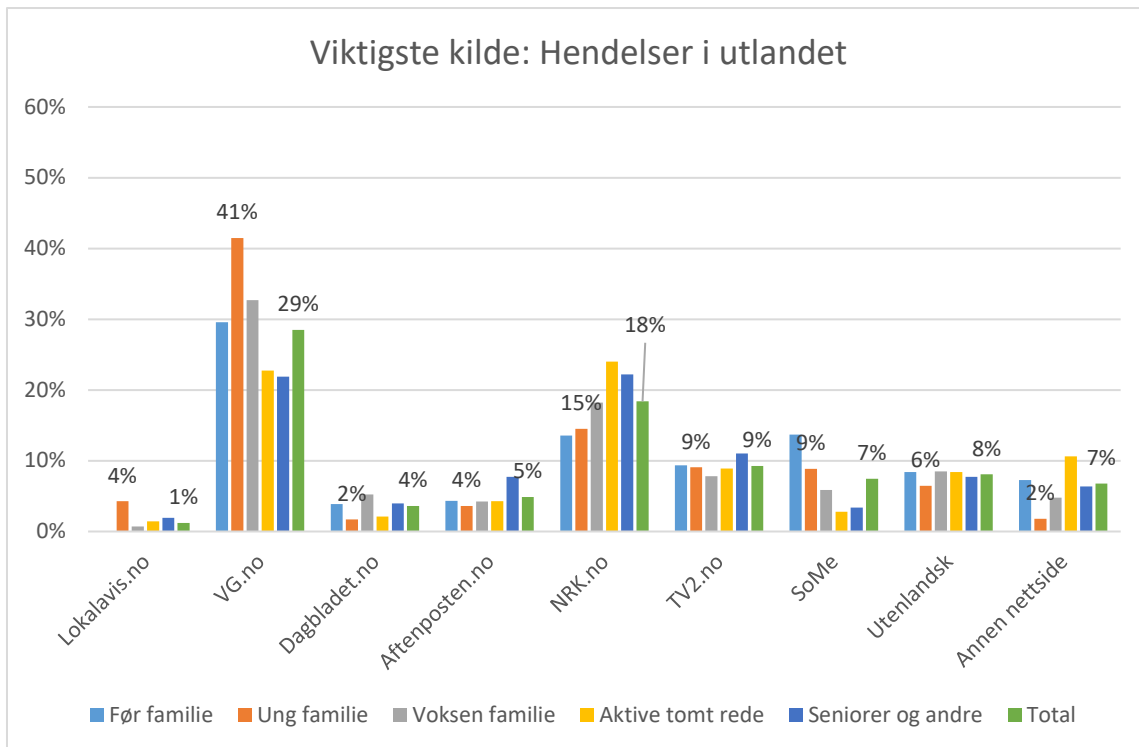


Hvor går man når noe viktig hender? Er det hendelser lokalt så er det de lokale mediene som gjelder – her representert som nettsider i de lokale mediene. Lokalavis omfatter i denne sammenhengen både lokale og regionale aviser. Lokalavisens popularitet stiger stort sett med livsytklusen. Og heldigvis kan man vel si er det lokalavisen som er den kilden man henvender seg til når det er nyheter fra bostedskommunen. Og vi ser at sosiale medier (SoMe) ikke har all verden av rolle i det lokale medievalget.

Vil du vite om hva som skjer? – les VG

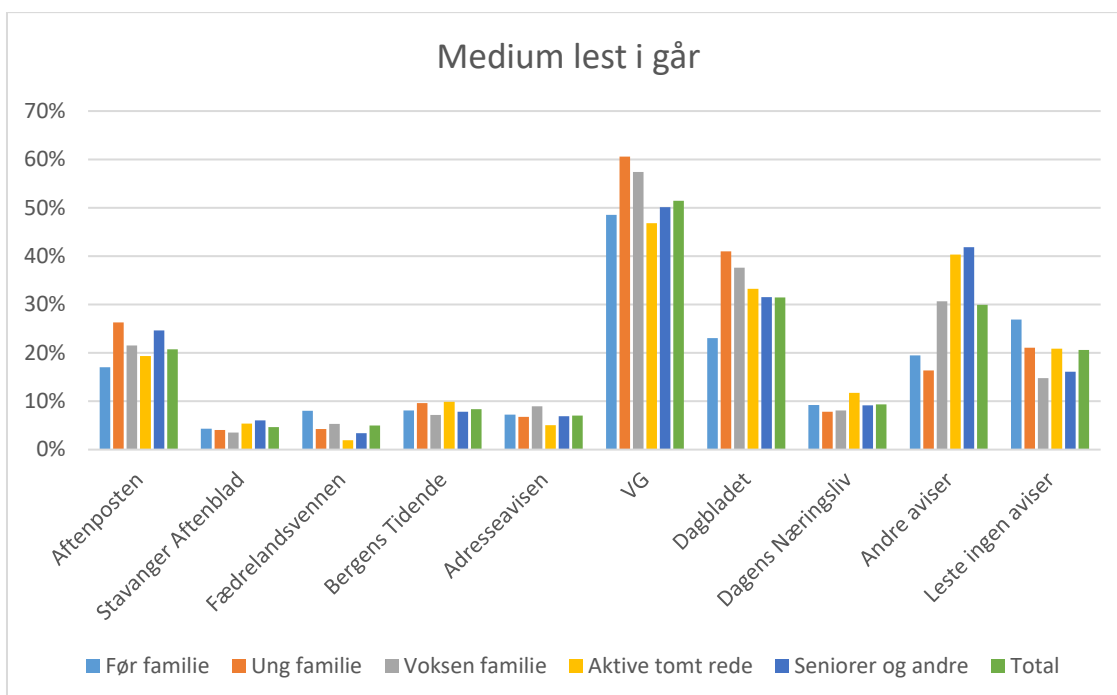


De dominerende kildene er VG og NRK. Det er ganske utrolig hvilken sterk rolle VG har som nasjonalt medium for landsdekkende hendelser. Og NRK står også rimelig sterkt – unntatt for «ung familie», men de lener seg veldig på VG.



For utenlandske hendelser ser vi nok en gang at det er VG som har grepet – og vesentlig større enn rikskanalen NRK. Vi legger merke til at utenlandske medier spiller en liten rolle er – og også at sosiale medier er i noen grad med i bildet blant gruppen «før familie». NRK finner sin største tilhengerskare blant seniorerne og de som bor i tomt rede.

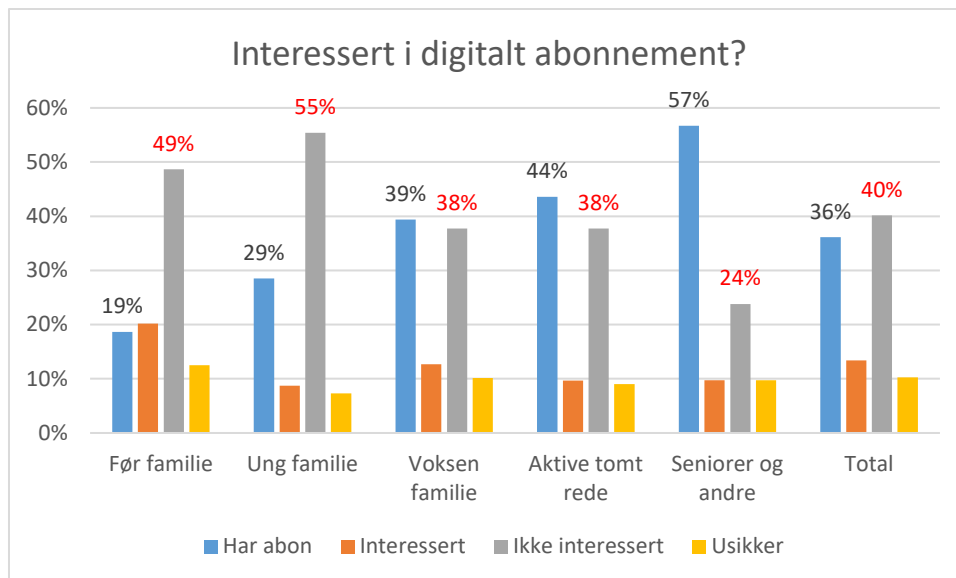
Mediegrepet uavhengig av plattform – nok en gang VG



Ikke uventet er det VG som slår ut også i denne oversikten. Legg merke til at VG har over 60% daglig dekning i «ung familie»-segmentet. Vi ser også at Aftenposten spiller en viss rolle som «riksmedium», og at de andre regionavisene vel fyller noe av den samme rollen regionalt. Naturlig nok vil de slå mindre ut i et landsrepresentativt utvalg.

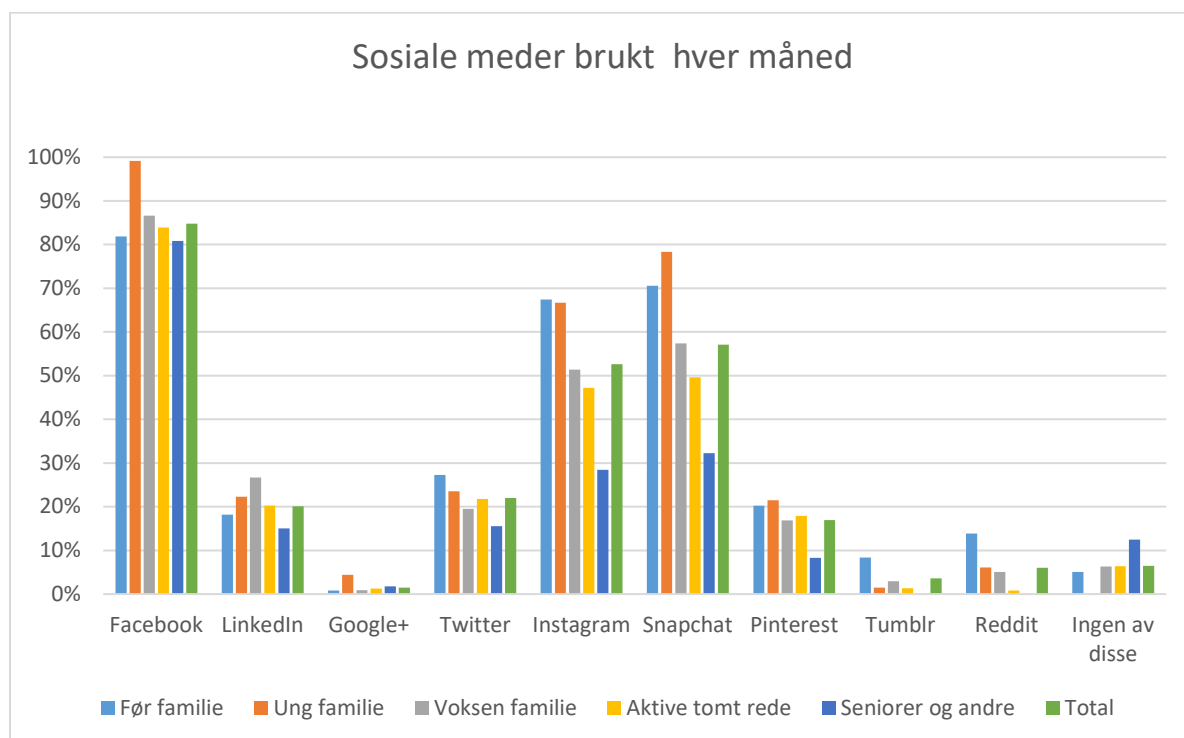
Legg merke til søylene for andre aviser – her kommer lokalavisene nok inn – og vi ser en slags trofasthetserklæring fra senioren som er mest papiravisvante.

Er det noe interesse for digitale abonnement?



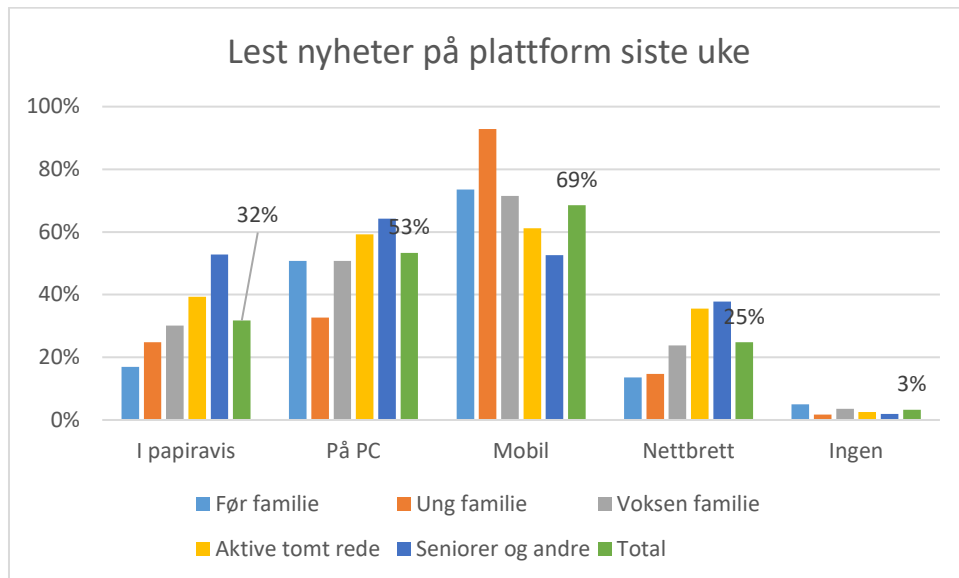
Vi ser at interessen for å abonnere stiger ut over i livssyklusen. Når barna flytter hjemmefra er interessen ganske så stor, men i de formende årene for mediekonsumet – spesielt i gruppen «Ung familie» er interessen laber og nivået av abonnement ikke stort. Det er grunn til optimisme allikevel: I gruppen «Voksen familie» er tallet 39% som har abonnement, og blant senioren er tallet 57%. Mange av disse har mer eller mindre konvertert sitt gamle papiravisabonnement over til et digitalt abonnement – eller i kombinasjon med papiravis i helgene.

Det sterke grepet fra sosiale medier



Tenke seg til at et medium/plattform som ikke er mer enn 10-12 år gammel har fått et slikt enormt grep i befolkningen. Facebook brukes av over 80% av befolkningen totalt sett, og for dem i segmentet «ung familie» så er det nær 100%. Flere av de andre plattformene i sosiale medier skiller mer på livssyklus: Instagram er sterkest blant «før familie» og «Ung familie». Det samme gjelder Snapchat. I begge er seniorene vesentlig lavere representert. Vi ser at Twitter er noe jevnere men spiller vel rollen mer som et profesjonelt medium – noe som også er LinkedIns rolle.

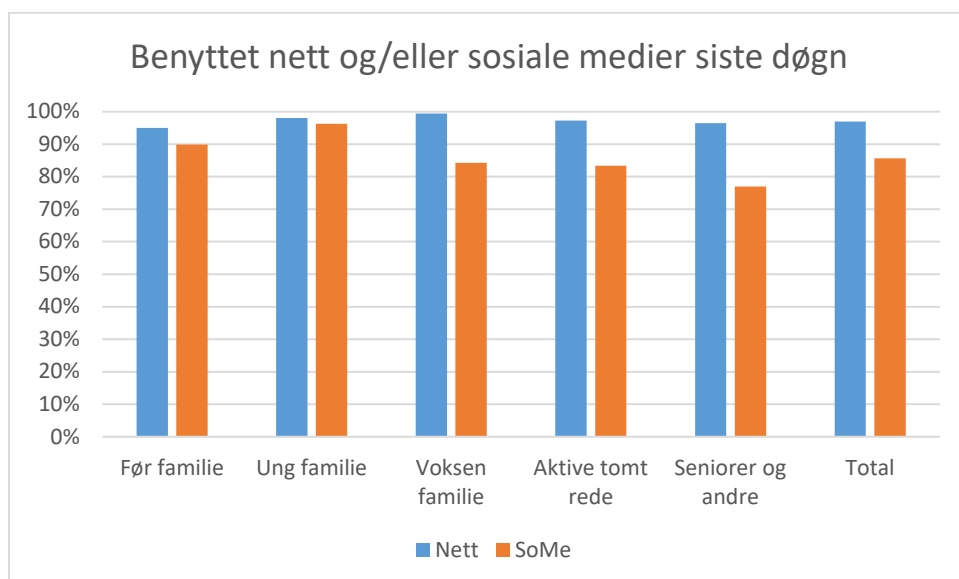
Mobilens viktige rolle som plattform



Spør vi om hvilke medieplattformer som man har vært innom på ukebasis ser vi at den er ganske så variert, men endog i et visst mønster.

Vi kan lese mediens livssyklustrend ganske så tydelig i dette diagrammet. Vi ser at mobilen som kanal for nyheter er den mest frekvente, og spesielt i segmentet «Ung familie». Vi ser også tydelig at papiravisens etter hvert svekkede rolle fremdeles har noe kraft i segmentet for seniorer.

Plattformene som forandret alt



Ingen tvil – medieverdenen er oppkoblet. Bruken av internett generelt ligger kloss oppunder 100% i alle segmenter. Det samme gjelder i og for seg for sosiale medier – men her avtar det noe gjennom livsytklusen.

Hva så med medieutviklingen?

Et levende demokrati er avhengig av uavhengige og redigerte medier. Tillit, som ikke inngår i denne undersøkelsen, er et viktig element. Andre undersøkelser viser noe av paradokset av at de mediene man bruker mest (sosiale medier) også er de man stoler minst på. Det kan være lett å publisere alt mulig, men litt tyngre saker kan ha problemer med å komme igjennom. Problemene er ikke at folk ikke vil være informert, men det er snarere at mengden av nyheter man kan få gratis blir en slags sperre for å betale for journalistikken.