



Mediemobilitet

Fra analog til digital – en grafisk beskrivende studie av
mediekanalpreferanser 2011-2017

WILBERG, ERIK

Innhold

Figurregister	2
Innledning.....	4
Datagrunnlag og metode	4
Mediepreferanser for generelle og lokale nyheter.....	6
Fremstillingen i denne rapporten – først generelt og så lokalt	8
Kildepreferanser for generelle nyheter	8
Lokale nyheter.....	10
Internett og sosiale medier	11
Medieplattformer på ukebasis	12
Generelle nyheter i ulike demografiske grupper	13
Generelle nyheter etter alder	14
Spiller utdanning noen rolle i mediepreferansene?	16
Er det forskjeller i preferanser for generelle nyheter mellom by og land?.....	17
Lokale nyheter.....	18
Utviklingen for lokale nyhetspreferanser	18
Lokale nyhetspreferanser etter alder	19
Kildepreferanse og utdanning	20
Lokale nyhetspreferanser by og land.....	22
”Alle er på nett” – betydningen av internett i befolkningen.....	24
Internett og utdanningsnivå.....	25
Internett og urbanitet (by- og landkommune)	26
Utviklingen i bruk av sosiale medier.....	26
Nyhetslesning på ulike plattformer	28
Plattformbruk og alder (ukelesning av nyheter på ulike medieplattformer).....	28
Plattform etter utdanning.....	30
Plattformer for nyhetslesning og urbanitet.	31
Hvor mange kanaler brukes?.....	33

Kohortanalyse.....	34
Plattformbruk for dem født 1985 -1990	35
Konklusjon	37

Figurregister

<i>Figur 1: Demografisk oversikt</i>	6
<i>Figur 2: Viktigste kilde til lokale nyheter, 2011-2017</i>	8
<i>Figur 3: Viktigste kilde til nyheter generelt</i>	9
<i>Figur 4. Viktigste kilde til lokale nyheter</i>	10
<i>Figur 5: Utbredelse av internett og sosiale medier</i>	11
<i>Figur 6: Nyhetskanalpreferanser pr uke</i>	12
<i>Figur 7: Viktigste kilde til generelle nyheter - kjønn 2011</i>	13
<i>Figur 8: Viktigste kilde til generelle nyheter - kjønn 2017</i>	13
<i>Figur 9: Viktigste kilde til generelle nyheter etter alder, 2011</i>	14
<i>Figur 10: Viktigste kilde til generelle nyheter etter alder, 2017</i>	15
<i>Figur 11: Viktigste kilde nyheter etter utdanning, 2011</i>	16
<i>Figur 12:: Viktigste kilde nyheter etter utdanning, 2017</i>	16
<i>Figur 13: Viktigste kilde nyheter etter urbanitet, 2011</i>	17
<i>Figur 14: Viktigste kilde nyheter etter urbanitet, 2017</i>	17
<i>Figur 15: Viktigste kilde til lokale nyheter etter kjønn, 2011</i>	18
<i>Figur 16:: Viktigste kilde til lokale nyheter etter kjønn, 2017</i>	18
<i>Figur 17: : Viktigste kilde til lokale nyheter etter alder, 2011</i>	19
<i>Figur 18: : : Viktigste kilde til lokale nyheter etter alder, 2017</i>	20
<i>Figur 19: Viktigste kilde til lokale nyheter etter utdanning, 2011</i>	21
<i>Figur 20: Viktigste kilde til lokale nyheter etter utdanning, 2017</i>	21
<i>Figur 21: Viktigste kilde til lokale nyheter etter by og landkommune, 2011</i>	22
<i>Figur 22:Viktigste kilde til lokale nyheter etter by og landkommune, 2017</i>	22
<i>Figur 23: Bruk av internett etter kjønn og alder, 2011 og 2017</i>	24
<i>Figur 24:Bruk av internett etter utdanning, 2011 og 2017</i>	25
<i>Figur 25: Bruk av internett etter by- og landkommune, 2011 og 2017</i>	26
<i>Figur 26: Bruk av sosiale medier etter kjønn og alder , 2011 og 2017</i>	26
<i>Figur 27: Bruk av sosiale medier etter utdanning , 2011 og 2017</i>	27
<i>Figur 28: Lesing av nyheter etter plattform, kjønn og alder, 2011</i>	28
<i>Figur 29: Lesing av nyheter etter plattform, kjønn og alder, 2017</i>	29
<i>Figur 30: Lesing av nyheter etter plattform og utdanning, 2011</i>	30
<i>Figur 31: : Lesing av nyheter etter plattform og utdanning, 2017</i>	30

<i>Figur 32: Nyhetslesning etter plattform, by og landkommune, 2011</i>	31
<i>Figur 33: Nyhetslesning etter plattform, by og landkommune, 2017</i>	31
<i>Figur 34: Antall plattformer i gjennomsnitt, 2011 og 2017</i>	33
<i>Figur 35: Kilde til generelle nyheter, alderskohort, 2011 og 2017</i>	34
<i>Figur 36: Nyhetslesning lokale nyheter etter plattform, alderskohort, 2011 og 2017</i>	35
<i>Figur 37: Nyhetslesning pr plattform, alderskohort, 2011 og 2017</i>	35
<i>Figur 38: Bruk av plattform for nyhetslesning, alderskohort, 2011 og 2017</i>	36

Innledning

Gjennom flere år har vi observert den enorme framgangen knyttet til digitale medier. Da Statistisk Sentralbyrå begynte sine mediebarometermålinger i 1991 var det ingen kategori for internett – den kom først i 1997 med en andel på 7% av befolkningen som brukte internett daglig (Norsk Mediebarometer, SSB.no, 2018). Siden har jo internett vokst kolossalt og er i dag en dominerende kanal innenfor media. Tallene fra SSB på internett i daglig bruk i 2016 var på hele 89%. (ssb.no). Denne artikkelen tar for seg en bit av denne utviklingen fra årene 2011 og til og med 2017. I denne tiden har internett modnet seg som distribusjonskanal for både medier, kommunikasjon, varer og tjenester, og vil vel i dag kunne karakteriseres som en vesentlig del av publikums kontakt med omverdenen. Artikkelen beskriver en utvikling etter at nettet har modnet seg som plattform, og den ser på hvordan mediepreferanser har endret seg i befolkningen. Den tar ikke for seg innholdselementer, som f.eks. spørsmål om politikk og miljø, men den belyser i hvilken kanal som publikum i ulike kategorier henter sitt medieinnhold, med andre ord hvilke kanaler som er foretrukket. Denne artikkelen er basert på det empiriske materialet fra Respons Analyse som har vært grunnlag for ulike dokumenter fra Mediebedriftenes Landsforening (heretter MBL). Og det er med tillatelse fra MBL at denne rapporten er blitt til.

Datagrunnlag og metode

Det drives mediebeskrivelser som likner på denne rapporten i mange land. For eksempel i Sverige har man i mange år hatt Dagspresskollegiet og forskergruppen ved Göteborgs Universitet, som har utarbeidet statistikk for mediebruk i Sverige. Mediebarometeret har vært utgitt siden 1979 og gir derved en unik tidsserie¹. Tilsvarende i Norge finner vi i Statistisk Sentralbyrå, som har utgitt sitt Mediebarometer siden 1991².

Universitetet i Göteborg er også hovedsete for NORDICOM som er et nordisk kunnskapssenter innenfor medier og kommunikasjon.

I Danmark er det kommet studier fra Danske Medier Research og Slots- og Kulturstyrelsen³.

¹ <http://nordicom.gu.se/sv/statistik-fakta/mediebarometern-2016>

² <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/statistikker/medie/aar>

³

https://www.cepos.dk/sites/cepos.dk/files/media/documents/arbejdsrapporter/mediereform2017/cepos_mediereform_2017.pdf

Og den mest kjente studien om medietrender internasjonalt er den fra Reuter's Institute of Journalism⁴ ved Universitetet i Oxford, UK . Og både Nieman Lab⁵ og Pew Research⁶ har analyser, og det har også medieorganisasjoner som INMA⁷ og WAN-IFRA⁸.

Flere konsulentfirmaer utgir også undersøkelsesrapporter. Deloitte er en som sist publiserte sine prognoser for utviklingen i januar 2018.⁹

Og sist, men ikke minst, her i Norge har vi også Medienorge.uib.no, som er en omfattende database over medieutviklingen i Norge over mange år, og som driftes av Universitetet i Bergen¹⁰.

Men det er så vidt vites ingen undersøkelser med samme design som denne, som beskriver medieutviklingen innenfor utvalgte demografiske grupper.

Data i denne undersøkelsen er fremkommet fra telefonintervjuing av et representativt utvalg av befolkningen over 18 år. Målingene har vært gjort to ganger pr år – første gang i januar/februar og annen gang i august/september. Hver gang er det intervjuet 1000 personer over 18 år, og resultatene er veiet i forhold til kjønns- og alderssammensetningen i befolkningen. Samtlige data er levert av Respons Analyse i Bergen. De to halvårsundersøkelsene er konsolidert til ett datasett for hvert år.

⁴ <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/>

⁵ <http://www.niemanlab.org/>

⁶ <http://www.journalism.org/>

⁷ <https://www.inma.org/>

⁸ <http://www.wan-ifra.org/>

⁹ <http://info.deloitte.no/rs/777-LHW-455/images/tmt-2018-predictions.pdf>

¹⁰ <http://www.medienorge.uib.no/lenker/norske>

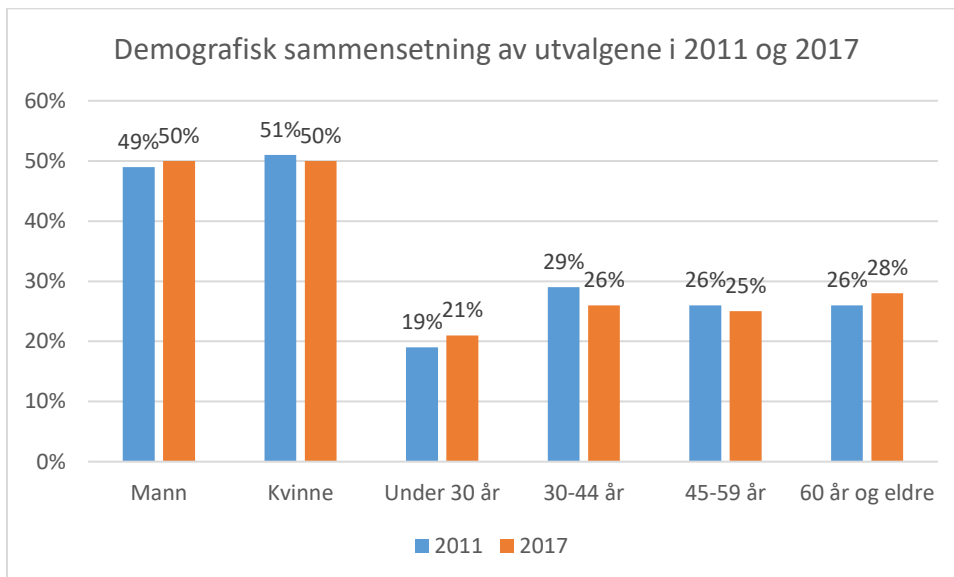
En oversikt over antall intervjuer pr år fremkommer i følgende tabell:

År	Antall intervjuer	
	2011	2013
	2012	2001
	2013	1997
	2014	2002
	2015	1999
	2016	2002
	2017	1997
Total	14012	

Tabell 1: Antall intervjuer pr år

Vi ser at det er gjennomført rundt 2000 intervjuer pr år, og at det til sammen er gjennomført 14012 intervjuer i denne perioden. For enkelhets skyld viser vi tallene for 2011 og 2017 for å få frem de strukturelle endringene klarere.

Den neste figuren viser oss fordelingen på kjønn og alder pr år, og vi ser at det er meget små forskjeller i den demografiske sammensetningen for det tidsrommet analysen er gjeldende for.



Figur 1: Demografisk oversikt

Mediepreferanser for generelle og lokale nyheter

Noen av spørsmålene i undersøkelsen har endret seg i løpet av disse årene, men de spørsmålene som er gjengitt her har vært med hele tiden. Undersøkelsen tar for seg to sentrale mediepreferanser:

- a) Hva er din viktigste kilde til nyheter generelt?
- b) Hva er din viktigste kilde til lokale nyheter?

I tillegg tar undersøkelsen for seg følgende to nettorienterte forhold:

- a) Benyttet du internett i går?
- b) Benyttet du sosiale medier i går?

Og til slutt har vi med en multippel variabel der vi spør om på hvilken medieplattform man har lest nyheter over den siste uken. Denne er laget i to varianter: Den ene går på prosentvis fordeling i bruk av medieplattformen, og den andre tar for seg antallet plattformer i bruk i gjennomsnitt pr person.

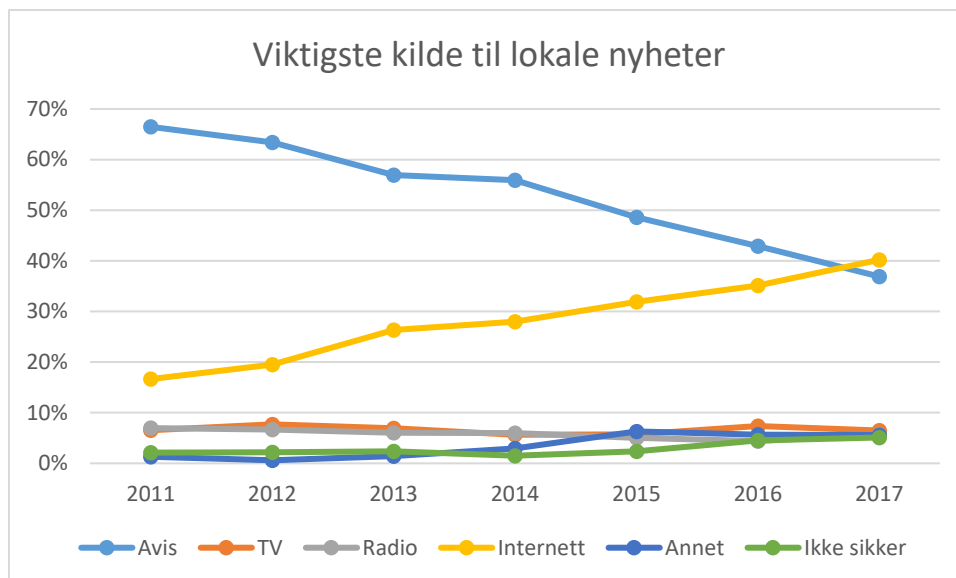
Disse spørsmålene blir brutt ned på følgende bakgrunnsvariabler:

- Kjønn
- Alder
- Utdanningsnivå
- By og Landkommune (urbanitet).

Vi har også konstruert en variabel der vi tar med dem som er født i perioden 1985-1990 for å kunne vise en konstant aldersgruppe over disse 6 årene – en såkalt alderskohort. Dette for å kunne analysere effektene innenfor en slik gruppe, og se hvordan bevegelsene i mediepreferansene har endret seg i en og samme gruppe over tid.

Man kan hevde at det er noen metodiske problemer med denne undersøkelsen som strekker seg over flere år. Når vi spør om viktigste kilde til nyheter kan det være vanskelig å trekke klare definisjonsmessige grenser mellom de enkelte kildene det spørres om. For eksempel kan begrepet om avis i noen grad omfatte både papiravis og elektronisk avis og internett kan være både på PC, nettbrett og mobiltelefon. På den annen side viser resultatene et ganske så konsistent bilde over tid hvor variasjonene fra det ene året til det andre ikke synes å være påvirket av definisjonsproblematikk. Med avis menes papiravis.

Det kan vi for eksempel se i denne oversiktsgrafen for hvert enkelt år. Eksemplet her er for lokale nyheter, og viser at utviklingen for disse kildene er ganske jevn og uten store sprang. Vi tar det som et bevis på at definisjonene fra respondentene har vært stabil.



Figur 2: Viktigste kilde til lokale nyheter, 2011-2017

Resultatene i undersøkelsene er veiet på kjønn og alder.

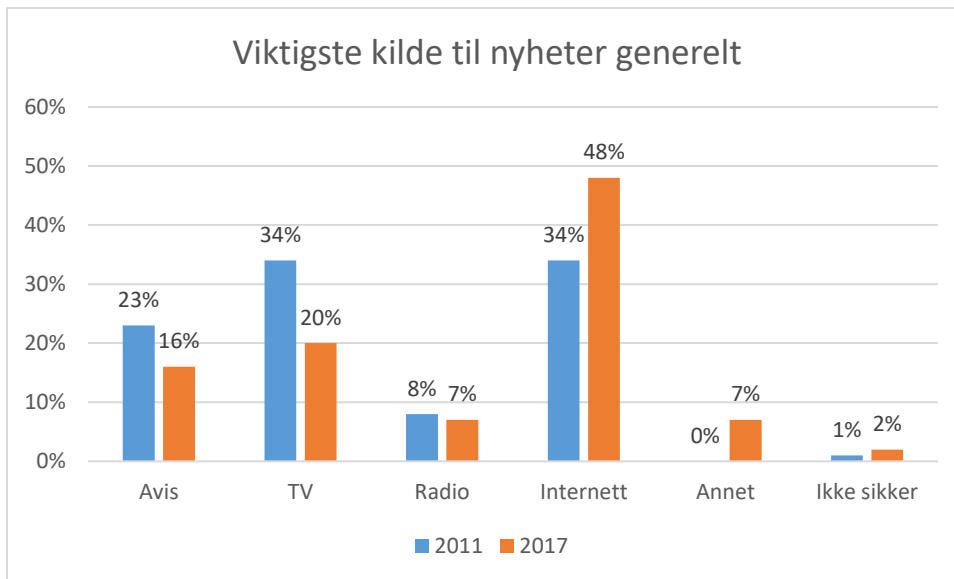
Usikkerheten for et svar på 50% i et utvalg på 2000 er noe over 2%. Med 95% sannsynlighet er svaret mellom 47,8% og 52,2%.

Fremstillingen i denne rapporten – først generelt og så lokalt

Vi vil først vise hoveddata fra undersøkelsen for hele utvalget, som for hvert år ligger nær N=2000. Senere vil vi dykke ned i dataene for å se på underliggende forhold – spesielt demografiske variabler, og kommentere disse spesielt.

Kildepreferanser for generelle nyheter

Det første spørsmålet i analysen tar for seg preferanser for generelle nyheter: *Hva er din viktigste kilde til generelle nyheter?*



Figur 3: Viktigste kilde til nyheter generelt

Oversiktsbildet her viser at internett har tatt en gradvis større plass i kildepreferansebildet. Papiravis har falt men TV har falt mer. Veksten i internett er påtagelig. Gruppen annet, som er kommet inn i 2017 er sannsynligvis en definisjon av sosiale medier – siden grensene mellom de enkelte digitale plattformene kan være vanskelige å dra.

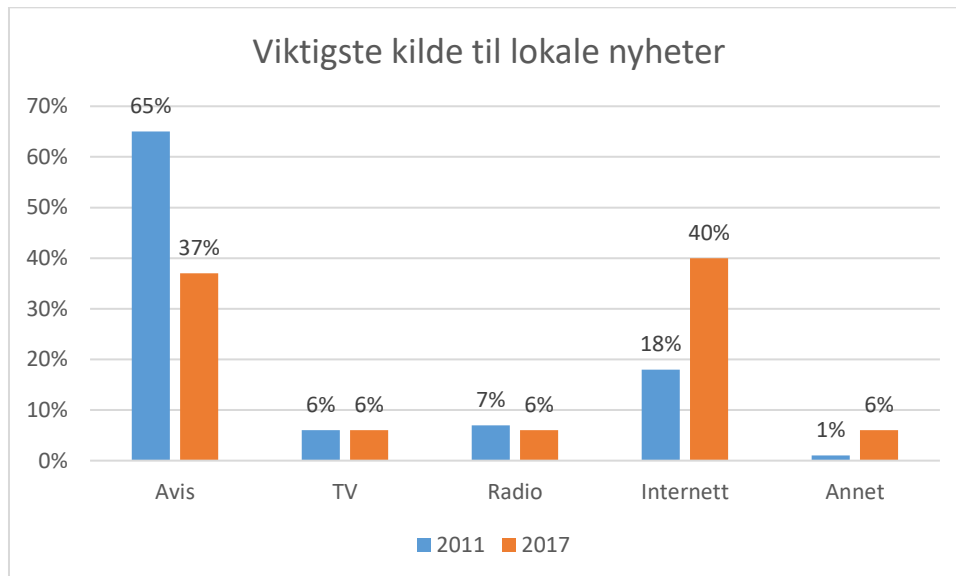
Her kan vi i tillegg si at det er signifikant forskjell¹¹ på nesten alle søyler: Avis og TV har gått signifikant kraftig tilbake og Internett signifikant fram. Radio holder seg på samme nivå. Vi ser også at nedgangen for TV motsvarer oppgangen for internett.

¹¹ Analyser ved hjelp av t-test med $p < 0,05$.

Lokale nyheter

Nedenstående figur viser utviklingen i preferanser for lokale nyheter.

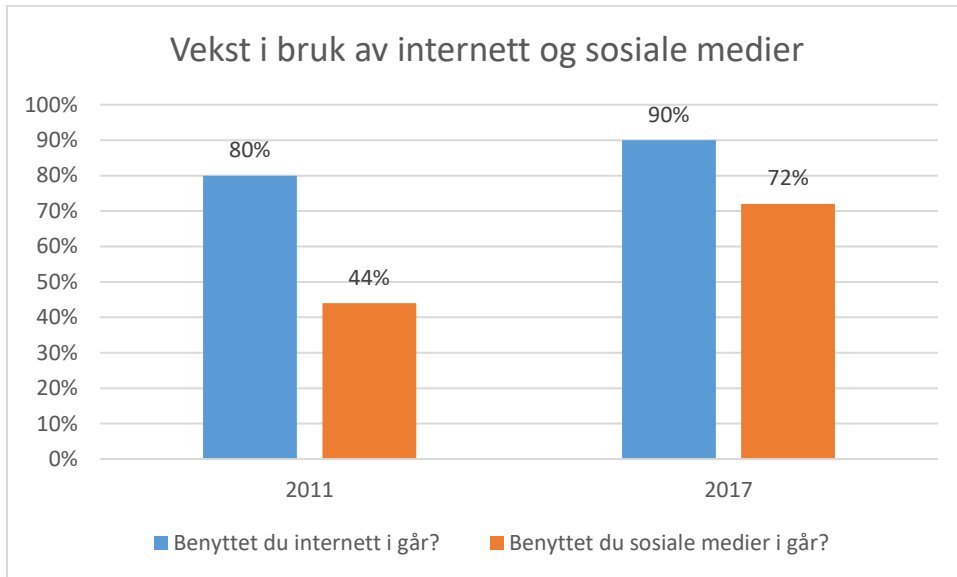
Hva er din viktigste kilde til lokale nyheter?



Figur 4. Viktigste kilde til lokale nyheter

Tabellen viser en enorm svekkelse av papiravis som preferanse. I 2017 skjedde det at internett for første gang gikk forbi avis som viktigste kilde til lokale nyheter. Dette er ikke bare negativt fordi lokalavisene de siste årene har digitalisert kraftig og leverer helt andre digitale produkter i 2017 enn de gjorde i 2011. Vi ser at her holder lokal-TV seg sammen med radio på omtrent samme nivå.

Internett og sosiale medier

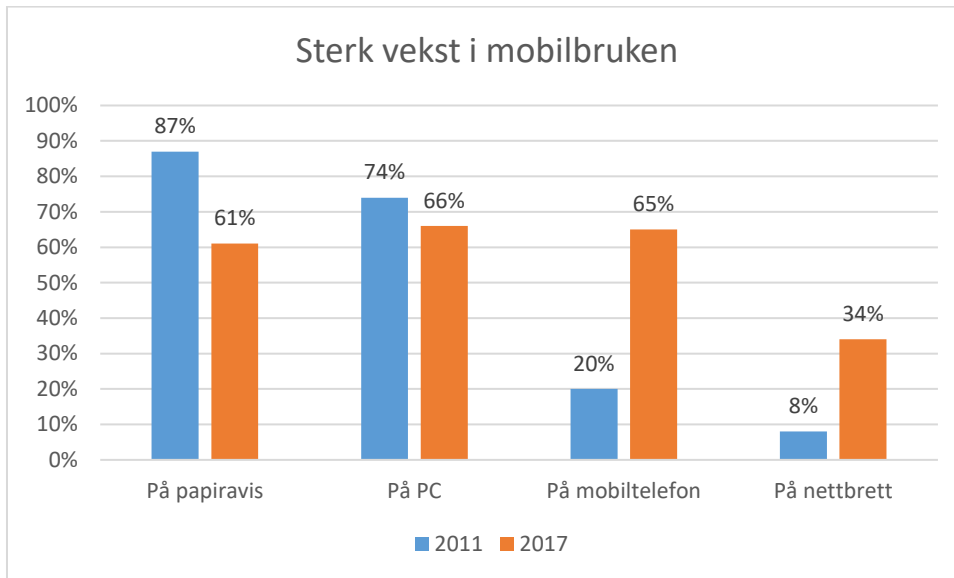


Figur 5: Utbredelse av internett og sosiale medier

Figuren ovenfor viser utviklingen for internett og sosiale medier. I 2017 var det 90% av befolkningen som brukte internett på daglig basis og det hadde økt fra 80% i 2011. Når det gjelder sosiale medier har det økt kraftig i perioden, med hele 28 prosentpoeng til 72% i 2017.

Medieplattformer på ukebasis

Når vi ser på hva befolkningen bruker av ulike medieplattformer for lesning av nyheter på ukebasis får vi følgende resultater:

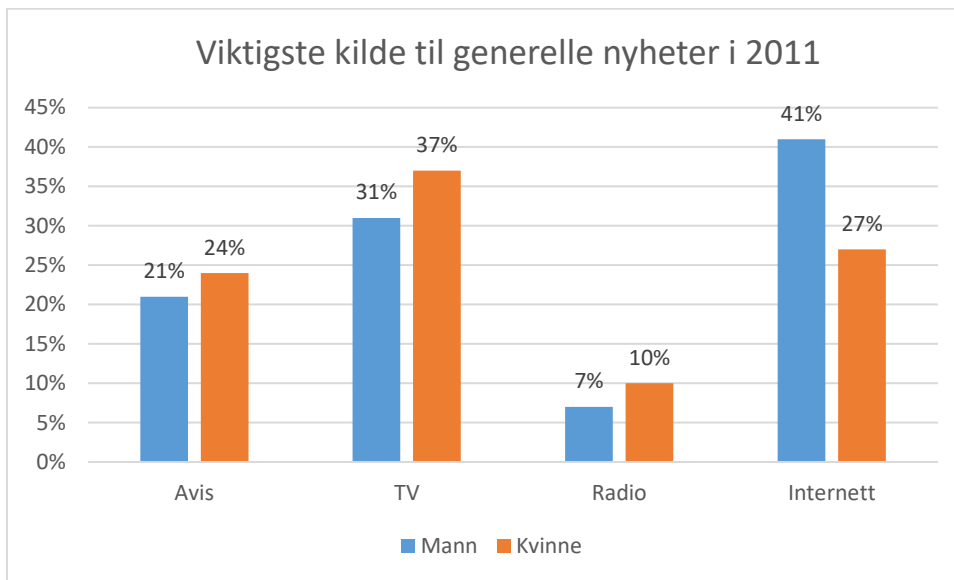


Figur 6: Nyhetskanalpreferanser pr uke

Vi ser svekkelse både for papiravisen og for PC. Det er mobilen som har overtatt i meget stor grad, men også nettbrettet har oppnådd en god posisjon. Men det er ingen tvil om at det er mobilen som er den sentrale plattformen for nyhetsformidling.

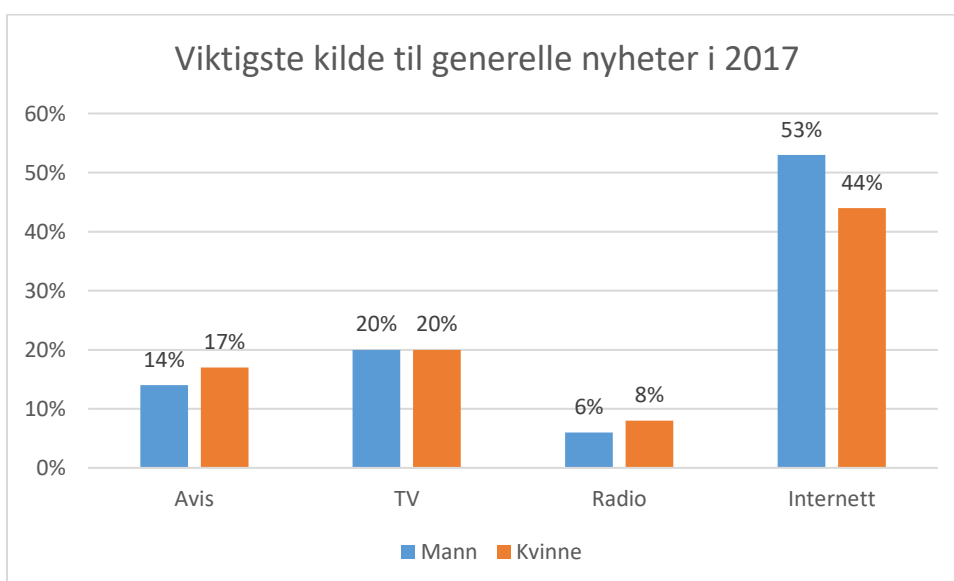
Generelle nyheter i ulike demografiske grupper

I dette avsnittet skal vi se nærmere på utviklingen av nyhetskildepreferanser brutt ned på de ulike demografiske grupper.



Figur 7: Viktigste kilde til generelle nyheter - kjønn 2011

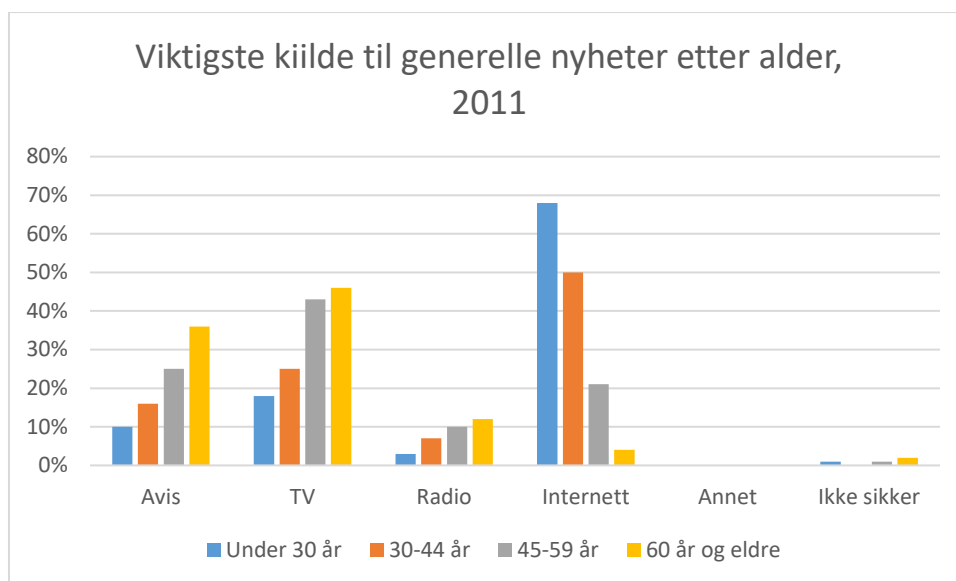
For året 2011 ser vi at kvinner har høyere andel både for avis og TV, men mindre enn mennene på internett som kilde til generelle nyheter.



Figur 8: Viktigste kilde til generelle nyheter - kjønn 2017

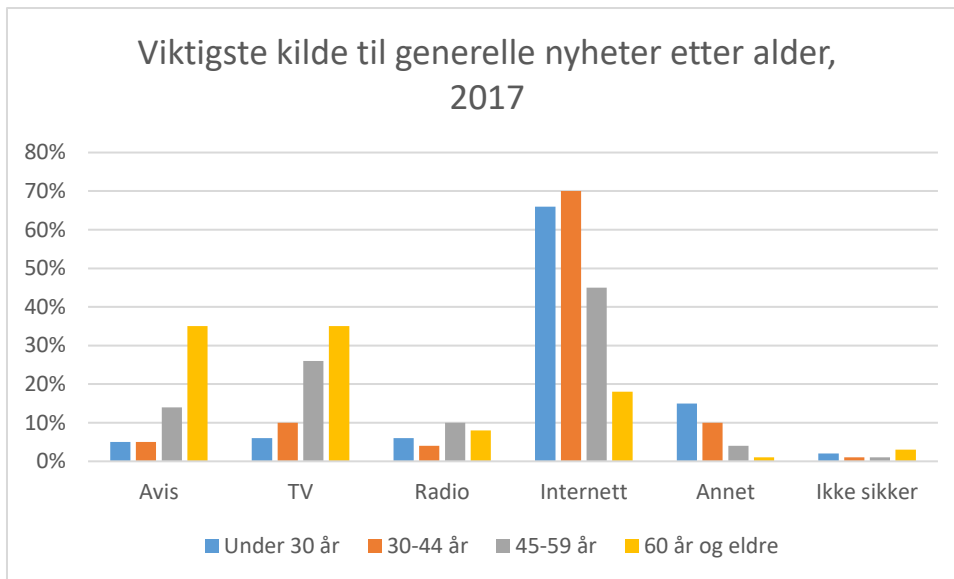
For 2017 ser vi en svekkelse av papiravis i begge grupper og vi ser også at TV er jevnt mellom kjønnene på et lavere nivå. Både menn og kvinner har økt sin internettbruk – og her har kvinnene økt noe mer.

Generelle nyheter etter alder



Figur 9: Viktigste kilde til generelle nyheter etter alder, 2011

Ikke uventet ser vi at det er store forskjeller etter alder på alle medietypene. Papiravis gjør et hopp opp mot den eldste aldersgruppen og det er jevn stigning etter alder på TV. Den store forskjellen finner vi på nett der nesten 70% i den yngste gruppen holder nettet som viktigst mens bare 4% i den eldste. Her ser vi også tydelig det skillet som går ved 45-års alder.

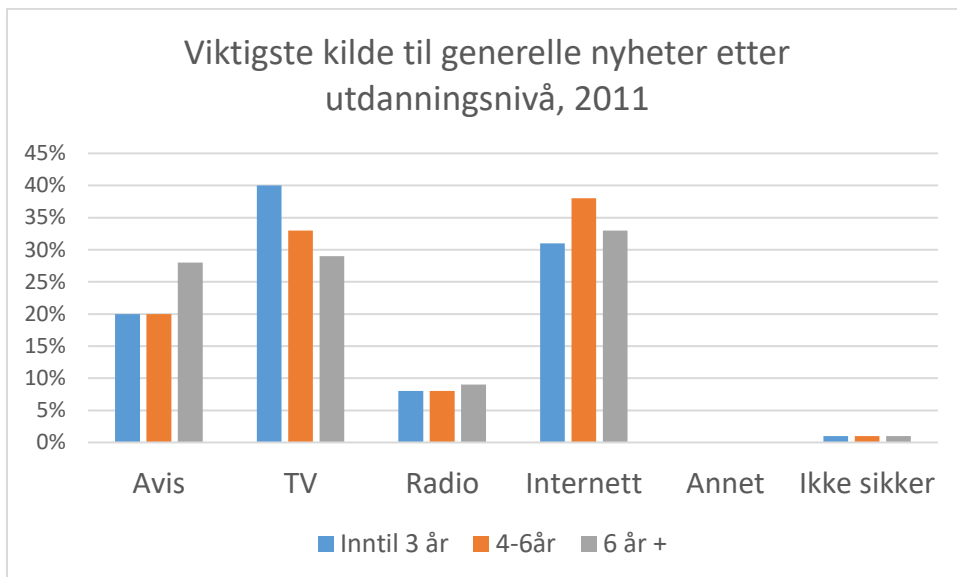


Figur 10: Viktigste kilde til generelle nyheter etter alder, 2017

Når vi ser på de samme data i 2017 ser vi at det har vært en kraftig svekkelse av papiravisen – unntatt for den eldste aldersgruppen. TV har også kraftig tilbakegang. Når det gjelder internett ser vi at de yngste ligger på samme nivå men de to neste gruppene har hatt en sterk stigning. Vi ser også at gruppen annet har kommet inn for de to yngste gruppene. Vi tror det kan være sosiale medier som er rubrisert her, og som sees på som «løsrevet» fra internett for øvrig.

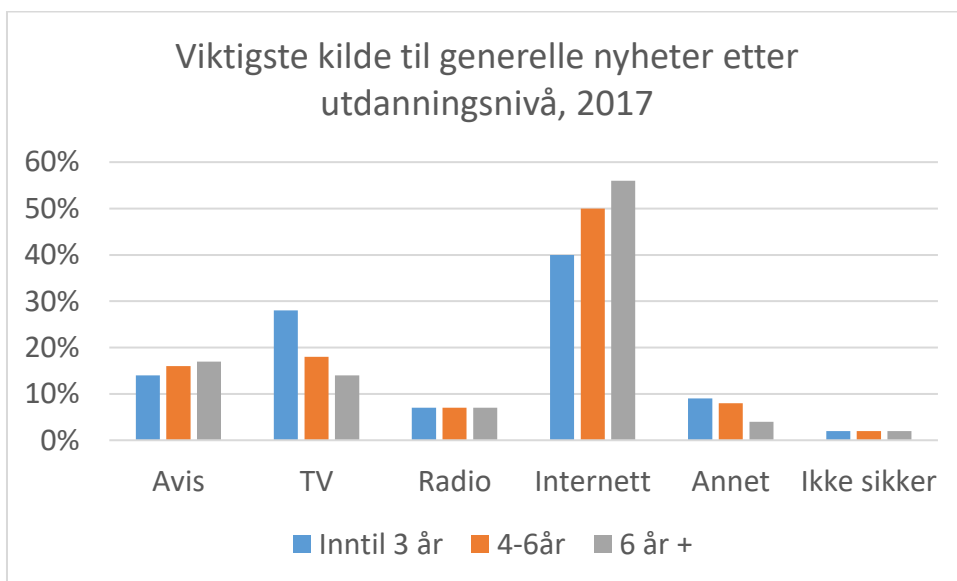
Spiller utdanning noen rolle i mediepreferansene?

Om vi ser på utdanning som er målt ved begrepet *antall år etter grunnskole* ser vi at det er noen forskjeller:



Figur 11: Viktigste kilde nyheter etter utdanning, 2011

Vi ser at papiravisen betyr mer for de med høyest utdanning mens TV betyr mest for dem med lavest utdanning.

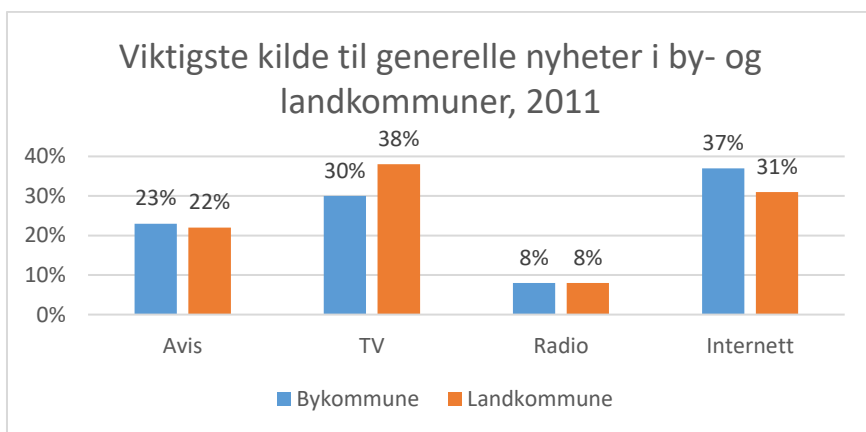


Figur 12: Viktigste kilde nyheter etter utdanning, 2017

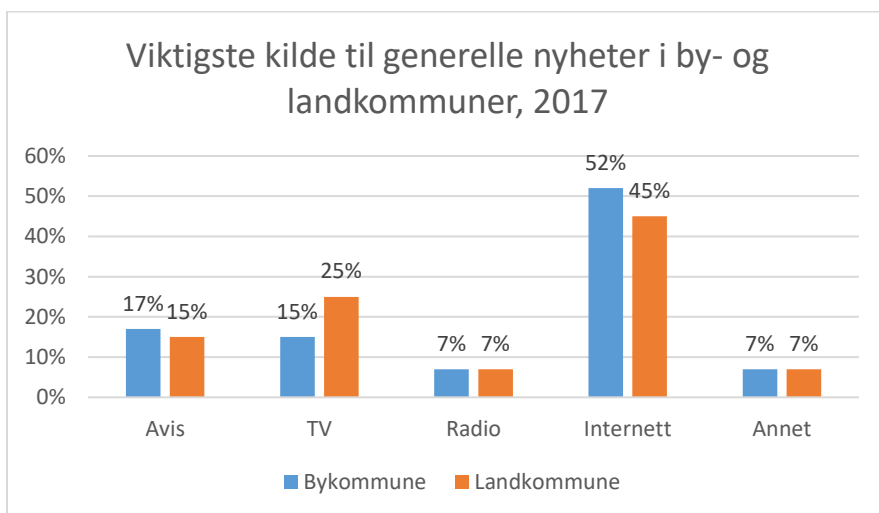
For 2017 ser vi at både avis og TV er svekket for alle grupper – og vi ser at internett har vokst – og aller mest for den høyest utdannede delen av befolkningen. Vi kan konstatere at det finnes skillelinjer spesielt på TV og på internett etter utdanningsnivå. Her er også en gruppe «annet» kommet inn, noe vi tror kan være sosiale medier.

Er det forskjeller i preferanser for generelle nyheter mellom by og land?

Tallene for 2011 viser et signifikant høyere nivå for TV på landkommunene og tilsvarende motsatt for internett. Samme fenomen gjør seg gjeldende for 2017 og det er blitt forsterket over tid.



Figur 13: Viktigste kilde nyheter etter urbanitet, 2011



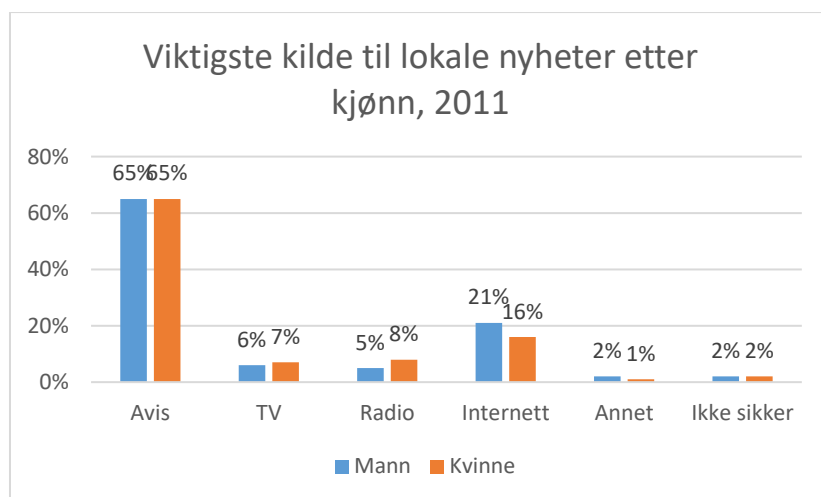
Figur 14: Viktigste kilde nyheter etter urbanitet, 2017

Tallene for 2011 viser et signifikant høyere nivå for TV på landkommunene og tilsvarende motsatt for internett. Samme fenomen gjør seg gjeldende for 2017 og det er blitt forsterket over tid – og internett har fått en vesentlig mer dominerende rolle som kilde til generelle nyheter. Kategorien annet i 2017 viser sannsynligvis en viss innflytelse av sosiale medier.

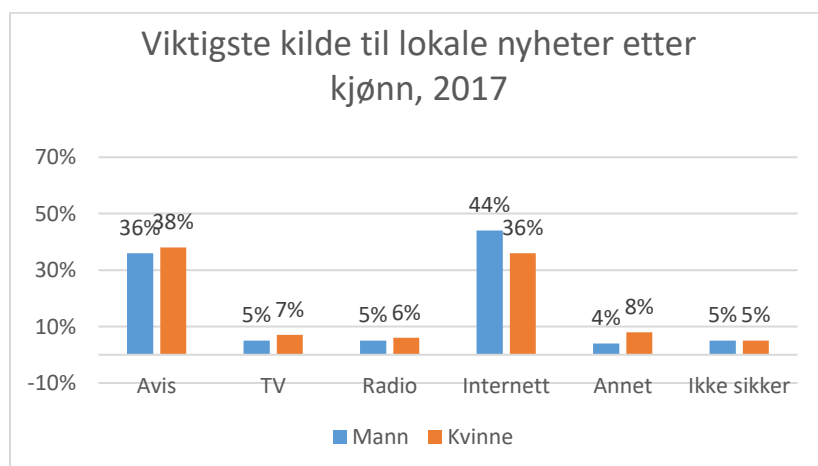
Lokale nyheter

Det neste området vi skal ta for oss er utviklingen for de lokale mediepreferanser mer i detalj. For det norske medielandskapet er utviklingen av de lokale medier av største interesse. Det er disse som er «nær» befolkningen fra nær sagt «vugge til grav».

Utviklingen for lokale nyhetspreferanser



Figur 15: Viktigste kilde til lokale nyheter etter kjønn, 2011

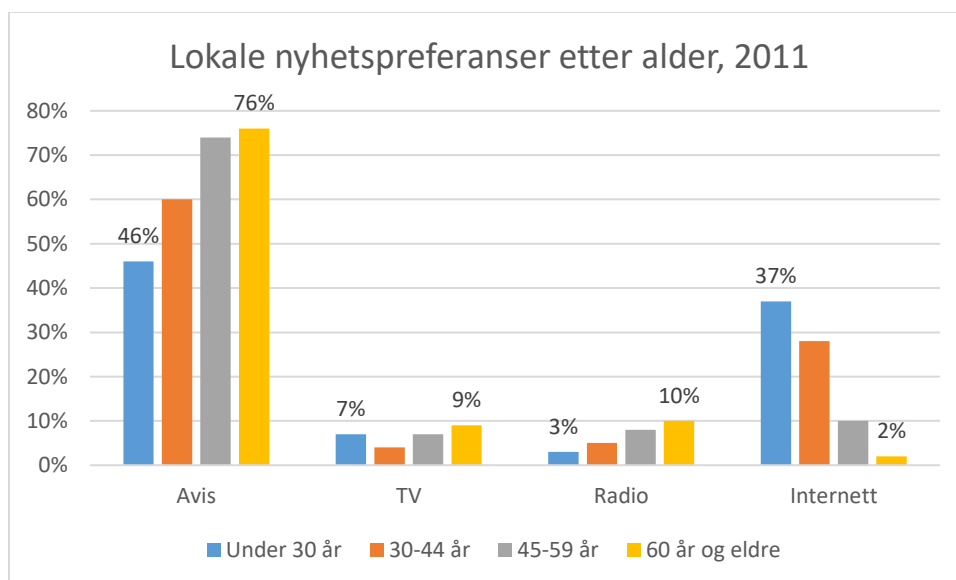


Figur 16: Viktigste kilde til lokale nyheter etter kjønn, 2017

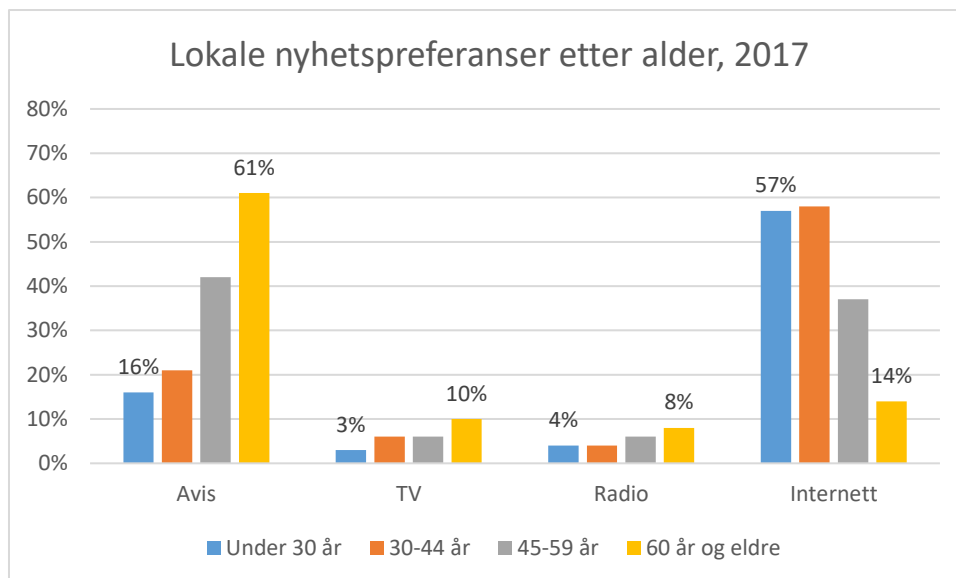
Vi ser at i 2011 var avisen den dominante kilde til lokale nyheter og det var ingen forskjell på kjønn. Dog registrerer vi at menn hadde en noe høyere internettpreferanse. Vi ser at for 2017 har svekkelsen vært omtrent lik for begge kjønn og menn ligger fortsatt foran kvinnene i internettbruk av lokale nyheter. I disse tallene kan vi lese ut den satsningen som lokale medier har gjort i sin nettutvikling både for PC, nettbrett og ikke minst mobil.

Lokale nyhetspreferanser etter alder

I 2011 var papiravisen den viktigste kilde til lokale nyheter i alle aldersgrupper og stigende etter alder. Likeledes var internett synkende med økende alder, og for gruppen 60+ var den helt nede på 2%.



Figur 17: : Viktigste kilde til lokale nyheter etter alder, 2011

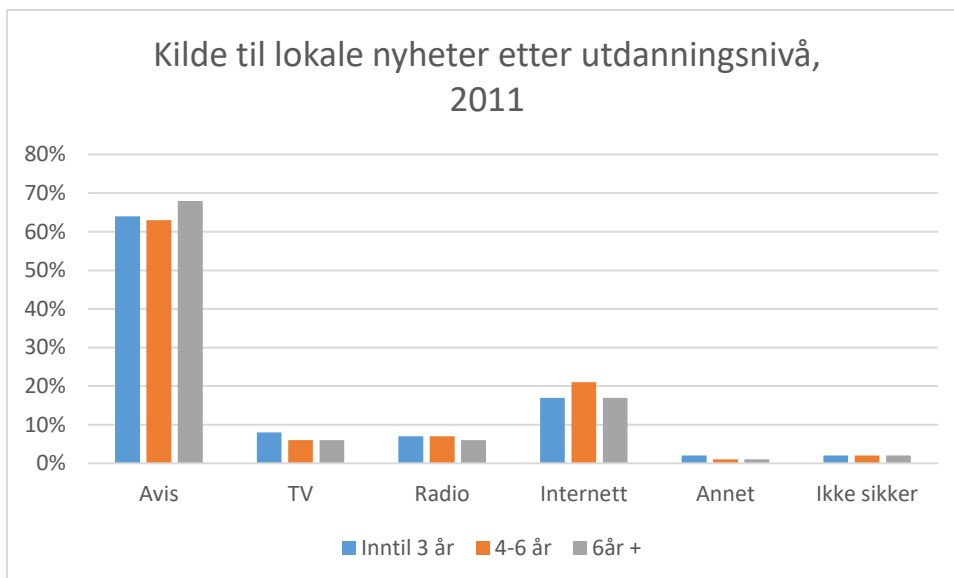


Figur 18: : Viktigste kilde til lokale nyheter etter alder, 2017

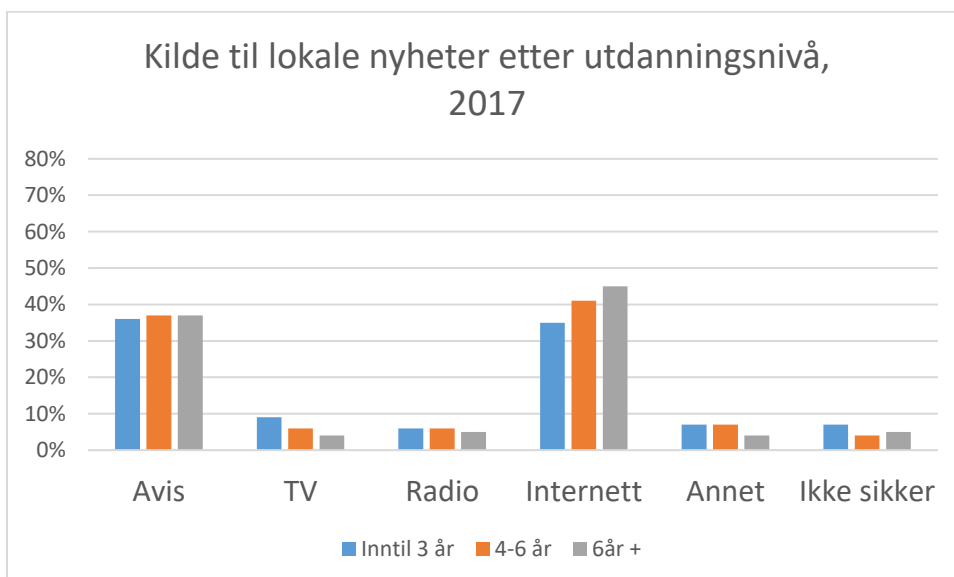
For året 2017 sammenliknet med 2011 er det interessant å se den sterke svekkelsen av papiravisen for de to aldersgruppene mellom 30 og 60. Her er det virkelig blitt det vi kan kalle «strekk i laget». Den yngste gruppen har gått ned 30 prosentpoeng for avis, og gruppen 30-44 år har gått ned med 39 prosentpoeng. Vi ser også at gruppen 45-59 har gått med med 32 prosentpoeng. Minst har nedgangen vært for de eldste med bare 15 prosentpoeng. Ser vi på Internett ser vi at det dominerer i de to yngste aldersgruppene, og har en helt klar kildepreferanser her. Igjen er det nok resultatet av produktutviklingen i lokalmediene som er en viktig faktor her.

Kildepreferanse og utdanning

I 2011 var det ingen signifikante forskjeller i kildepreferanse for lokale nyheter etter utdanningsnivå. Og avis lå klart i teten.



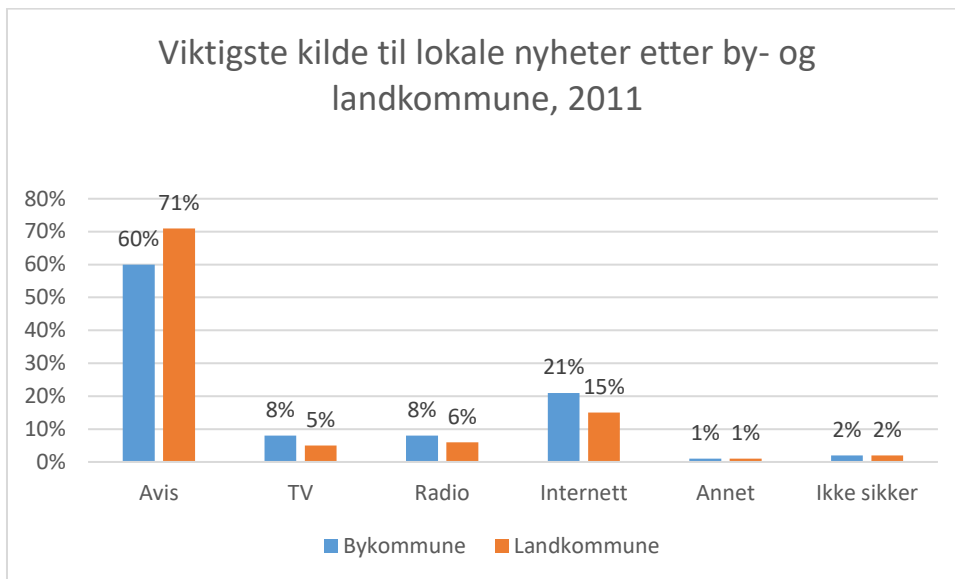
Figur 19: Viktigste kilde til lokale nyheter etter utdanning, 2011



Figur 20: Viktigste kilde til lokale nyheter etter utdanning, 2017

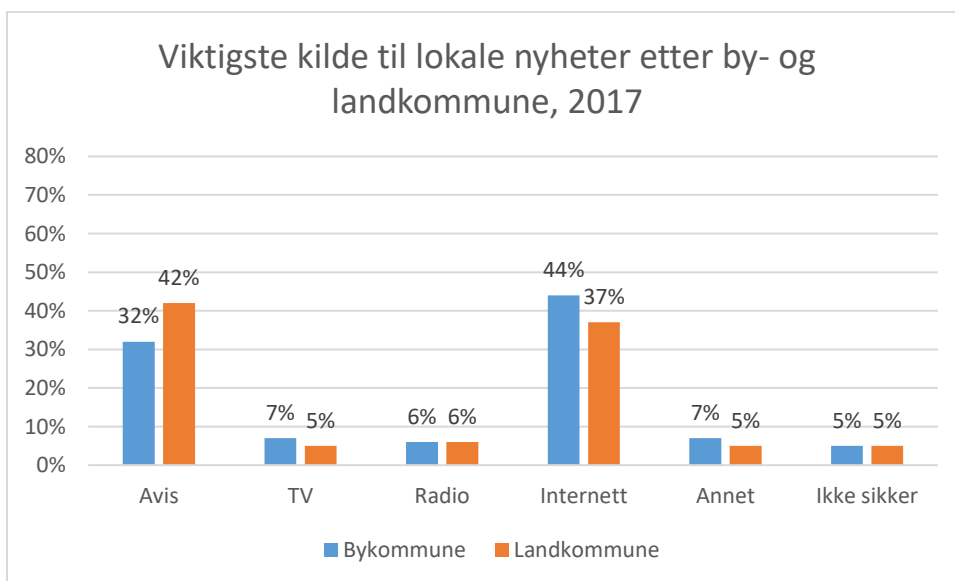
Dette bildet har forandret seg til 2017 der vi kan se at de med lavere utdanning blir «hengende etter» i digitaliseringen. Det er hele 10 prosentpoeng og signifikant forskjell mellom de med lavest og de med høyest utdanning i 2017. Og internett er blitt den viktigste faktoren for begge de øverste utdanningsnivåene.

Lokale nyhetspreferanser by og land



Figur 21: Viktigste kilde til lokale nyheter etter by og landkommune, 2011

Tallene for 2011 viser oss en signifikant forskjell for by og land. Det er større lokal tilknytning til avisen på landet enn i byene, og det er motsatt når det gjelder internett. Men i 2011 ser vi at det er sterk dominans av papiravisen som forankringsmedium for de lokale nyheter.

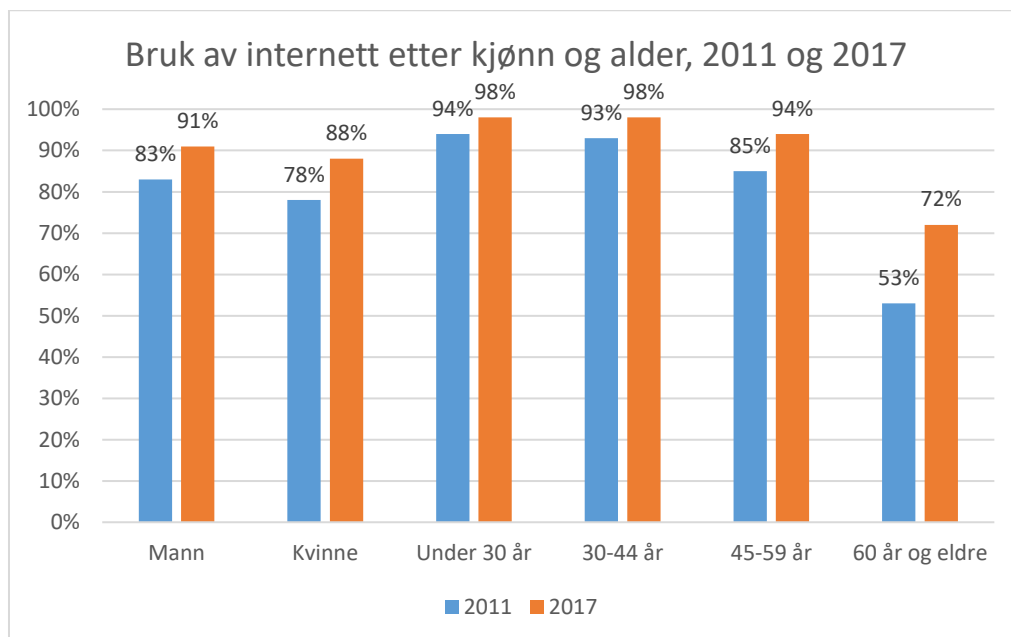


Figur 22: Viktigste kilde til lokale nyheter etter by og landkommune, 2017

For 2017 ser vi at det fremdeles er en signifikant forskjell for by og land på avis, men den posisjonen er vesentlig svekket. Nedgangen for avis i byene er på 28 prosentpoeng og på landet 29 prosentpoeng. Samtidig ser vi at nettet nå er større i byene og drar innpå på landkommunene. Avstanden i by og land på internett er omtrent den samme i 2017 som i 2011.

”Alle er på nett” – betydningen av internett i befolkningen

Det er ingen tvil om – hvordan vi enn snur og vender på det – at internett er en faktor som griper om seg i samfunnet. Digitaliseringen kommer nærmere på oss i det daglige livet enten det gjelder bank, forsikring, innkjøp, utdanning eller helse, og blir en viktig del av hvordan vi kommuniserer tjenester i dagliglivet. Om vi ser mer i detalj på bruken av internett og sosiale medier i den valgte perioden så får vi fram noen interessante nyanser.

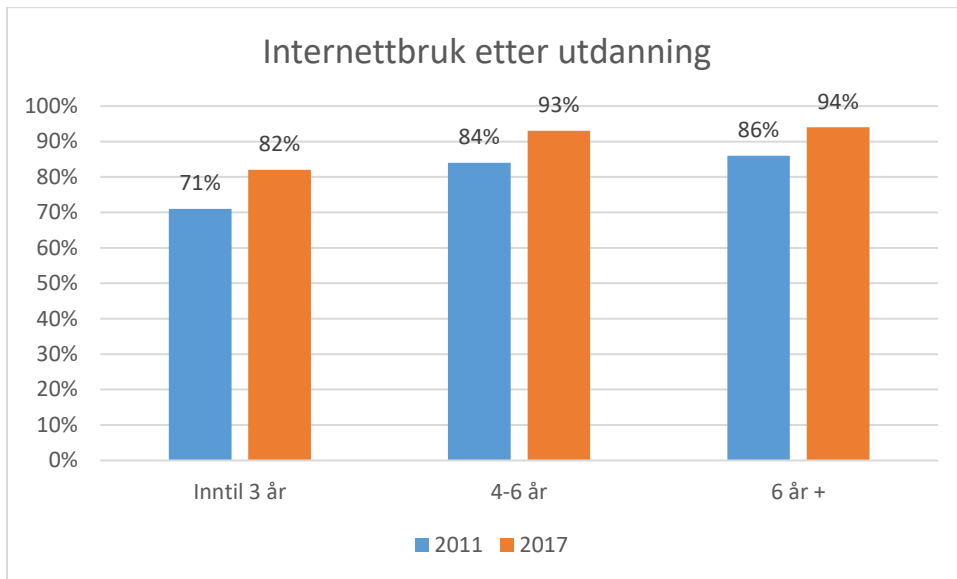


Figur 23: Bruk av internett etter kjønn og alder, 2011 og 2017

Bare på disse 6 årene har internettbruken pr dag økt fra 80% til 90%. Vi ser at det er forskjeller på kjønnene og denne forskjellen er signifikant mellom kjønnene for begge årene. Vi kan jo tenke oss hvilken betydning dette har for medieutviklingen framover når så stor andel av befolkningen er oppkoblet.

Ser vi på tallene etter alder ser vi at det har vært en vekst i alle grupper. For det første kan vi konstatere at internett er i alle manns bruk i aldersgruppene fra 18 og opp til 60 år. De aller eldste henger noe etter, men selv her i 60+ gruppen har det vært en vekst på 19 prosentpoeng i denne seksårsperioden, slik at nesten tre fjerdedeler blant det eldste nå bruker nettet daglig. I den grad vi kan snakke om en digital delelinje så opptrer denne nå etter fylte 60 år, men gapet til øvrige grupper minsker.

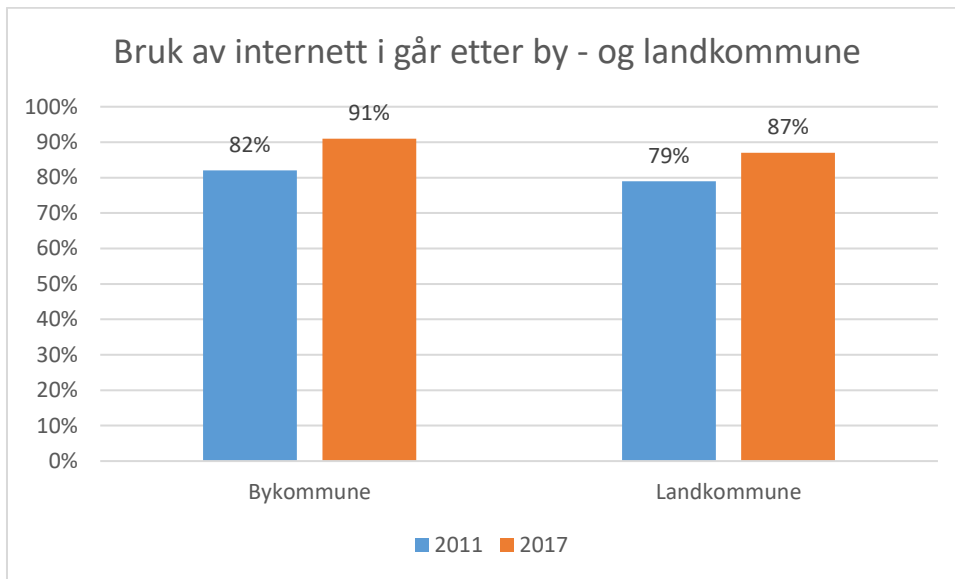
Internett og utdanningsnivå



Figur 24: Bruk av internett etter utdanning, 2011 og 2017

Det har vært en økning i internettbruken i alle grupper målt i år etter grunnskolen, men vi ser nok en gang at de med lavere utdanning blir hengende litt etter målt i totalt nivå. Selv om nivået i 2017 også for denne gruppen er 82% så ser vi at den her hele 94% for dem med midlere og høyere utdanning. Denne forskjellen er signifikant.

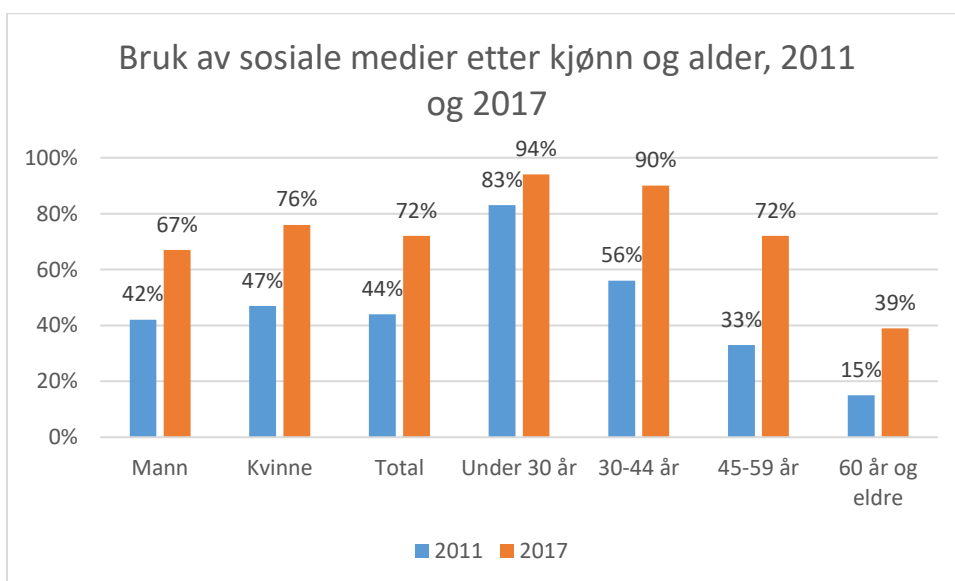
Internett og urbanitet (by- og landkommune)



Figur 25: Bruk av internett etter by- og landkommune, 2011 og 2017

Vi ser at nettbruken er høyere i byene enn i landkommunene. I 2011 var ikke denne forskjellen svært stor, men i 2017 er den så stor at den er blitt statistisk signifikant. I byene brukes nettet mer enn på landet.

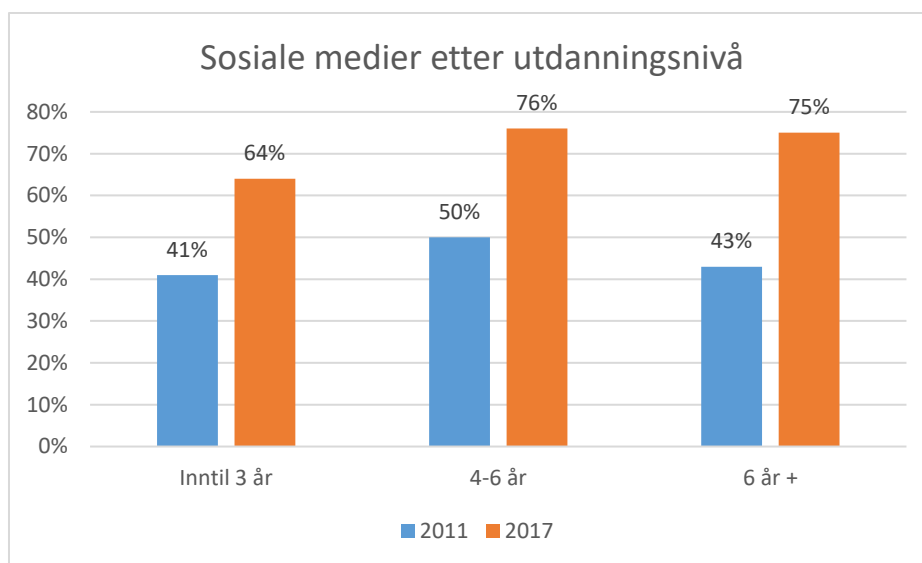
Utviklingen i bruk av sosiale medier



Figur 26: Bruk av sosiale medier etter kjønn og alder, 2011 og 2017

Vi ser at det har vært en økning på 28 prosentpoeng totalt i sosiale medier pr dag for vår seksårsperiode. Og i begge år er det kvinnene som har ledelsen og den er signifikant for begge årene, og avstanden har faktisk økt noe mellom kjønnene. Dette har nok sammenheng med kjønnsforskjeller knyttet til applikasjoner på mobilen så som blant annet Instagram og ikke minst Snapchat, hvor det på grunn av forbedringen av mobiltelefoner og applikasjoner har blitt en voldsom vekst.

Og veksten har også vært formidabel i alle aldersgrupper. Vi legger spesielt vekt på aldersgruppen 30-44 hvor veksten har vært på 34 prosentpoeng og gruppen 45-59 hvor veksten har vært hele 39 prosentpoeng. For den yngste gruppen var sosiale medier allerede sterkt utbredt allerede i 2011 men vi ser at den nå er blitt helt daglig for både denne gruppen og den mellom 30 og 44 år.



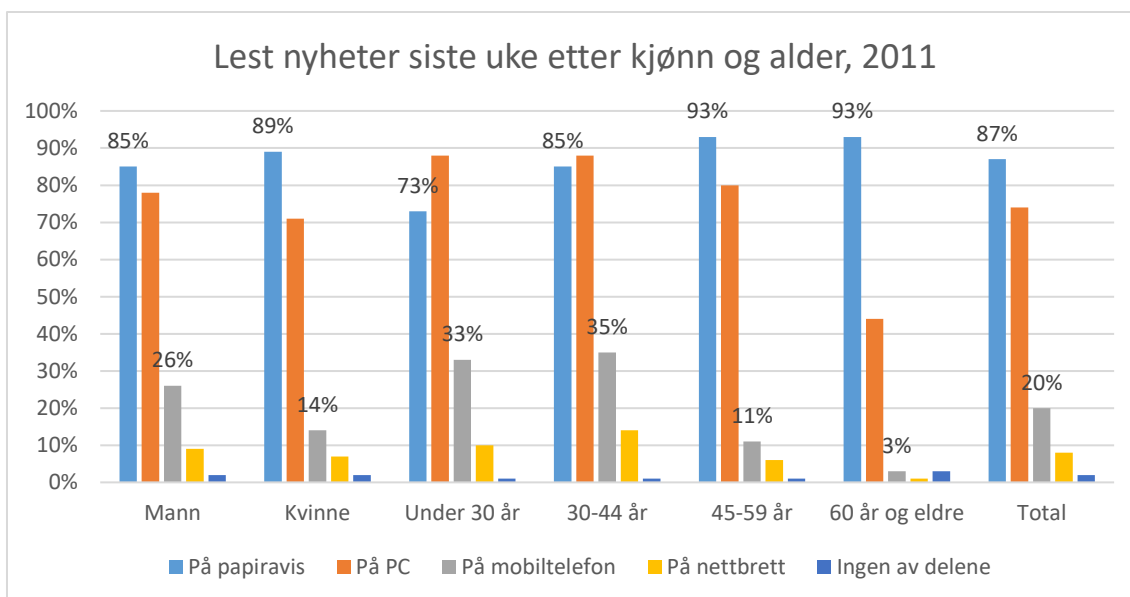
Figur 27: Bruk av sosiale medier etter utdanning , 2011 og 2017

Mens det i 2011 var den midlere (4-6 år) gruppen som var signifikant forskjellig fra de øvrige så er det nå i 2017 slik at det er signifikant forskjell mellom de med lavest utdanning og resten. Nok en gang ser vi at det er utdanning som er en viktig determinant for digital bruk.

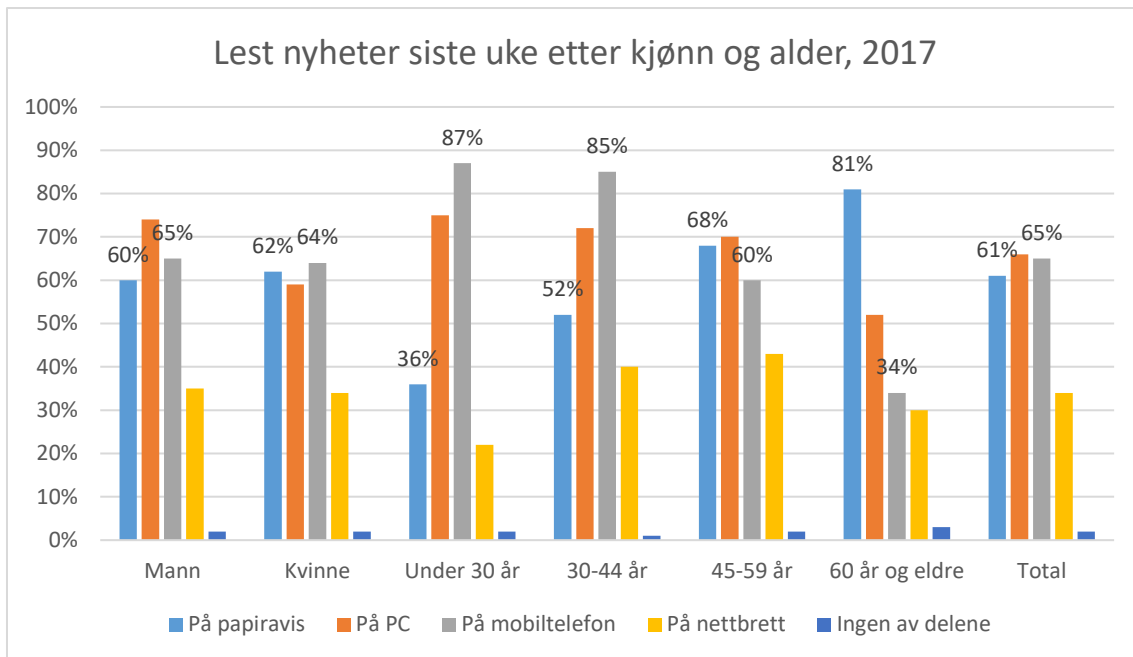
Nyhetslesning på ulike plattformer

Mens man tidligere konsumerte nyheter i en to- eller trekanals situasjon (for eksempel avis, radio og TV) er det nå langt flere medieplattformer å velge mellom for lesing av nyheter. Lesingen er heller ikke knyttet til spesielle tider av dagen. For å fange opp mediebruken litt bredere har vi sett på nyhetslesningen over en uke. Og vi har spesielt konsentrert oss om avis og mobiltelefon.

Plattformbruk og alder (ukelesning av nyheter på ulike medieplattformer)



Figur 28: Lesing av nyheter etter plattform, kjønn og alder, 2011

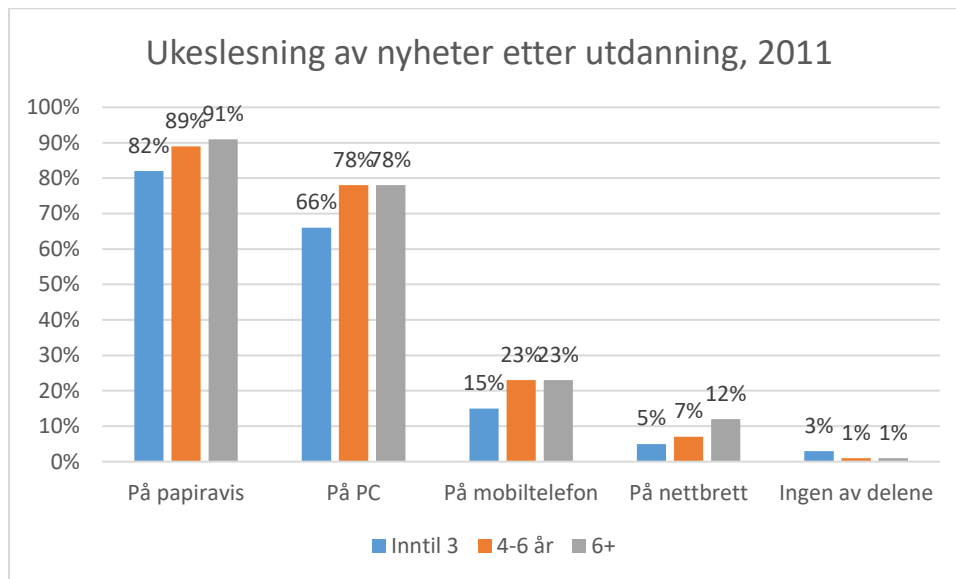


Figur 29: Lesing av nyheter etter plattform, kjønn og alder, 2017

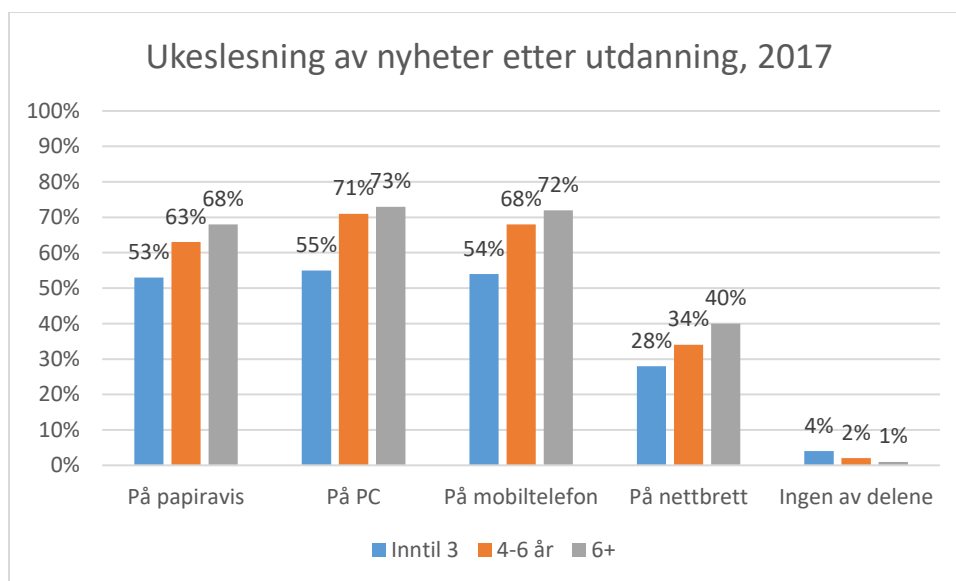
Vi ser at det har vært en svekkelse i nyhetslesningen på papir for begge kjønn. I 2011 var det spesiell forskjell på kjønnene i nyhetslesning på PC og mobil. I 2017 ser vi bildet er forandret: Mennene har mer lesning på PC enn kvinnene fortsatt, mens det har skjedd en utjevning på de andre kanalene. At mennene leser mer på PC kan ha sammenheng med lesning på jobben. Kvinner har ofte yrker (omsorg og service) der det ikke er like lett å lese nyheter på PC.

Vi ser tydelig hvilke sterke endringer som har skjedd. Papiravisene har sine tilhengere stort sett i den høyeste aldersgruppen (endring -12 prosentpoeng). I begge årene er det sterke skillelinjer etter alder, og det er stort sett de eldste som ikke er med i den digitale utviklingen. Ser vi på 2017 og de to yngste aldersklassene (opp til 45 år) ser vi at det er mobilen som er den sentrale plattformen for nyhetslesningen over en uke.

Plattform etter utdanning



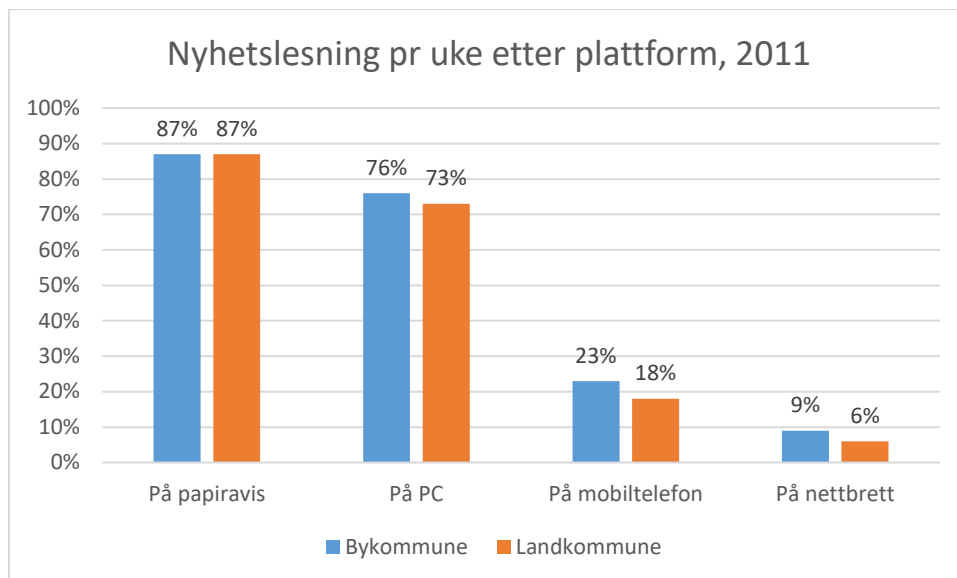
Figur 30: Lesing av nyheter etter plattform og utdanning, 2011



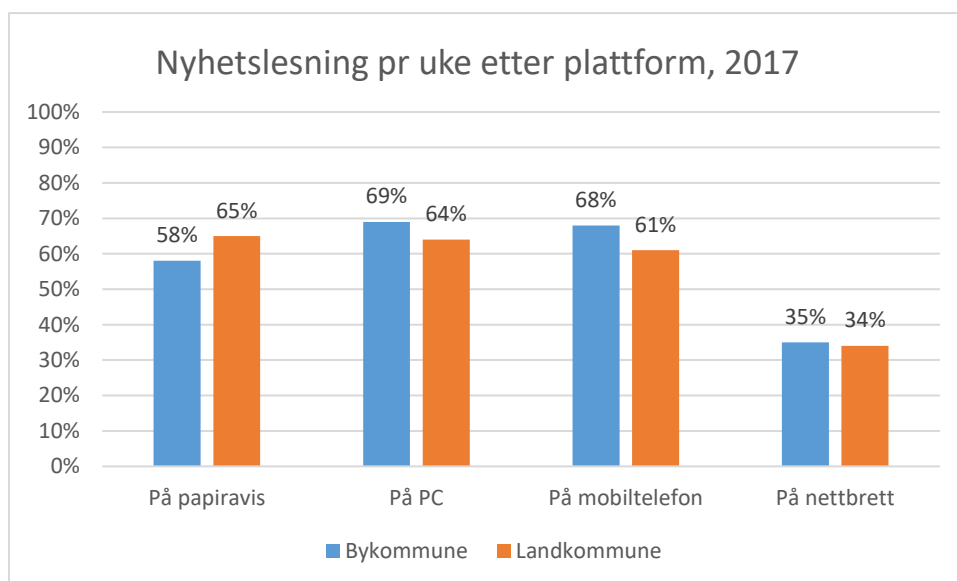
Figur 31: : Lesing av nyheter etter plattform og utdanning, 2017

Vi ser også av disse figurene at den utviklingen vi tidligere har beskrevet også gjelder for nyhetslesning på ulike plattformer: Det har blitt en forsterket trend at de med lavest utdanning blir hengende etter. I 2017 er det slik at de med inntil 3 år etter grunnskolen ligger signifikant under de to andre gruppene.

Plattformer for nyhetslesning og urbanitet.



Figur 32: Nyhetslesning etter plattform, by og landkommune, 2011



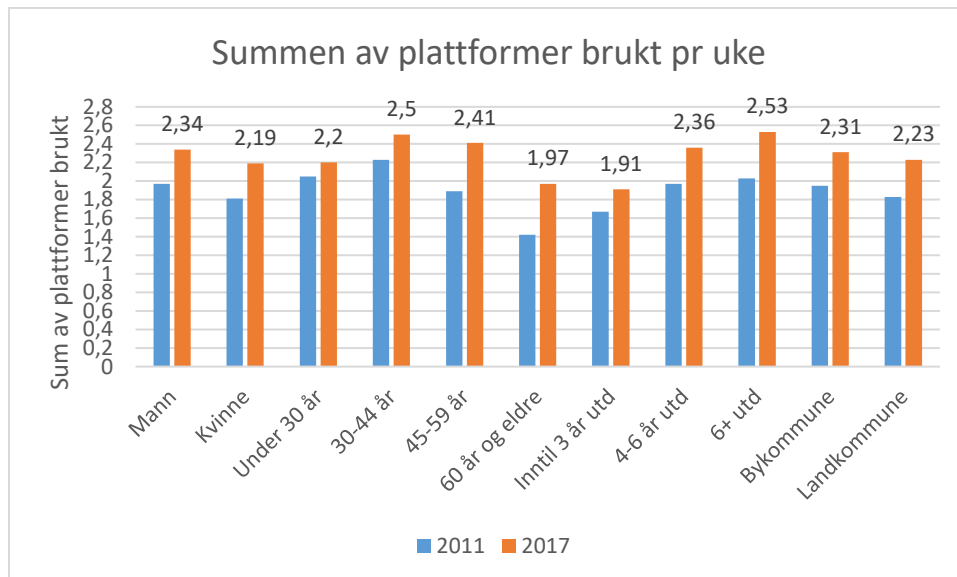
Figur 33: Nyhetslesning etter plattform, by og landkommune, 2017

I 2011 var det signifikant forskjell mellom by og land på mobiltelefon og nettbrett. I 2017 er det forskjell på papiravis, PC og mobil. Vi kan konstatere at selv om trenden er stort sett den samme så utvikles det forskjeller som har sammenheng med livsstil, selv om nivåene i stort er likt mellom by og land. Avisen holder seg bedre i landkommunene av flere grunner, hvorav kanskje den viktigste er at det er mindre og mer kjente lokalmiljøer med sterkere kontakt

mellom publikum og avisen. Det kan også ha sammenheng med at landbefolkningen er noe eldre enn bybefolkningen.

Hvor mange kanaler brukes?

Figuren nedenfor viser det vi har kalt et **plattformtrykk** – det vil si summen av hvor mange kanaler som man leser nyheter på i løpet av en uke.



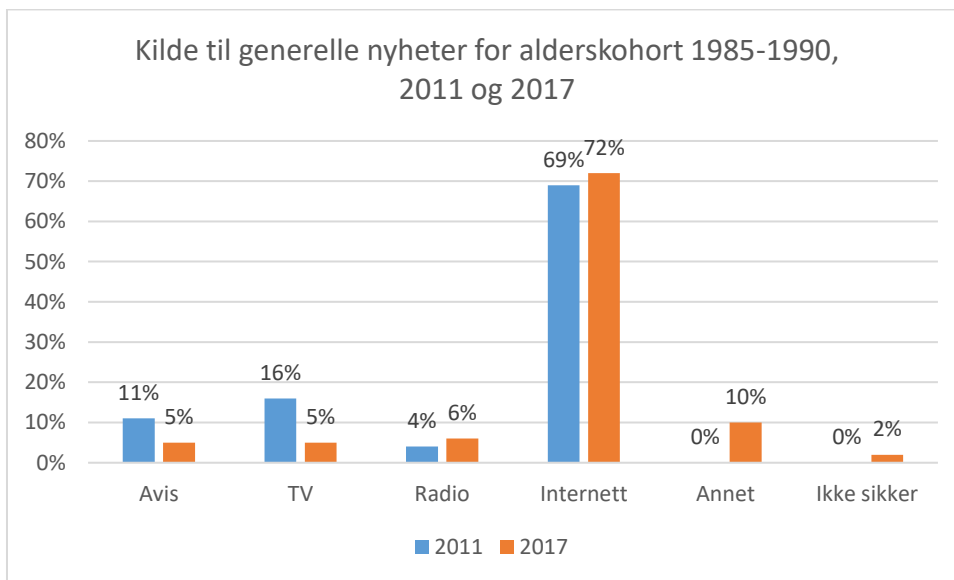
Figur 34: Antall plattformer i gjennomsnitt, 2011 og 2017

Resultatene i figuren ovenfor viser en signifikant økning av antall kanaler brukt for samtlige grupper fra 2011 til 2017. Vi ser at de tre gruppene som har høyest plattformtrykk i 2017 er:

De med høyest utdanning (2,53), aldersgruppen 30-44 (2,50), og aldersgruppen 45-59 (2,41).

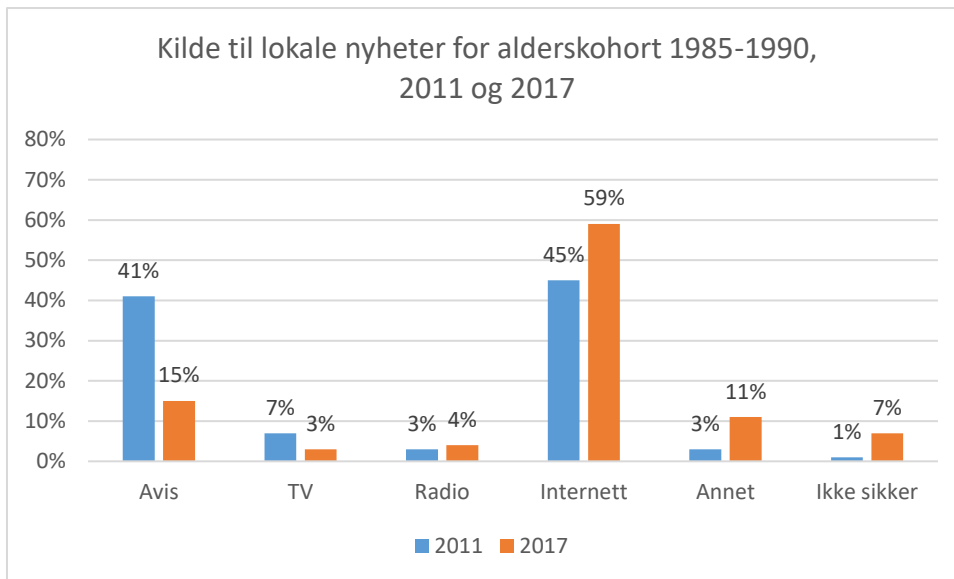
Kohortanalyse

Vi har skilt ut de som er født mellom 1985 og 1990 i en egen alderskohort. Dette for å kunne se i hvilken grad samme aldersgruppe har forandret seg fra 2011 til 2017 i sin mediebruk. I 2017 var denne aldersgruppen i gjennomsnitt mellom 27 og 32 år gamle, og er i en livsfase der mediebruken nok har ”satt seg” ved at man for det fleste er i jobb og kanskje også har stiftet familie.



Figur 35: Kilde til generelle nyheter, alderskohort, 2011 og 2017

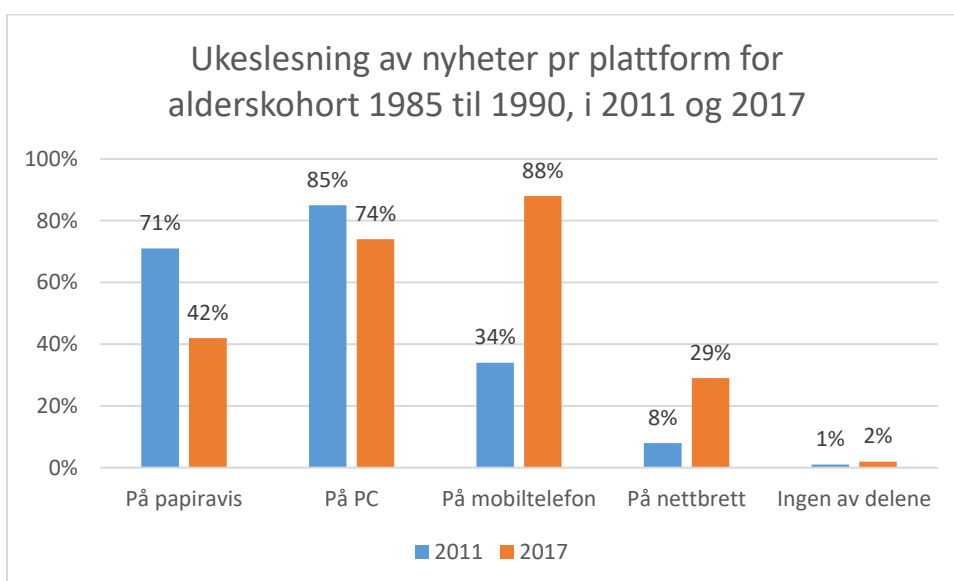
Det interessante ved å sammenlikne disse to søylene er at tradisjonelle medier som avis og TV nesten er borte i de generelle nyhetspreferansene for denne alderskohorten, og at i 2017 er internett den helt sentrale kilden til generelle nyheter. Vi ser også at gruppen «annet» har dukket opp med 10%, noe som kan ha sammenheng med sosiale medier, og at grensene mellom de ulike kanalene som bruker nettet kan være vanskelig å definere.



Figur 36: : Nyhetslesning lokale nyheter etter plattform, alderskohort,, 2011 og 2017

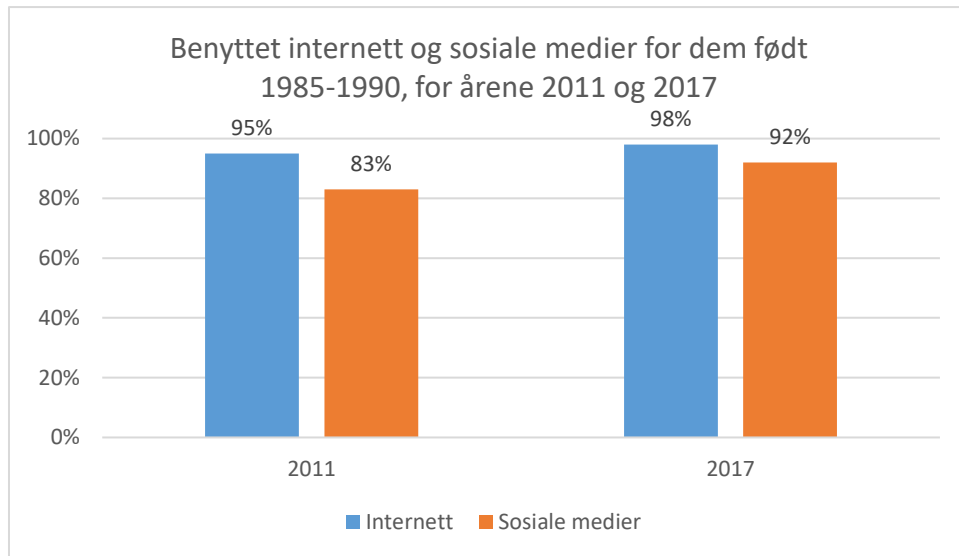
Vi ser her at internett for lokale nyheter lå høyt allerede i 2011 og det har blitt forsterket til 2017, samtidig som det har vært en kraftig svekkelse i papiravis. For 2017 ser vi også at gruppen annet har kommet fram med 11%. Dette mener vi kan skyldes at sosiale medier sees løsrevet fra internett (selv om det er plattformen).

Plattformbruk for dem født 1985 -1990



Figur 37: Nyhetslesning pr plattform, alderskohort, 2011 og 2017

Det er signifikante utvikling i alderskohorten - vi ser det også over tid spesielt ved at bruken av PC har gått ned og mobiltelefon opp. Interessant er det også å se at nettbrettet for alderskohorten ligger lavere enn det generelle nivået. Dette må sees i lyset av den sterke posisjonen som mobilen har tatt.



Figur 38: Bruk av plattform for nyhetslesning, alderskohort, 2011 og 2017

Det finnes ingen tvil om at denne alderskohorten, som i 2018 er mellom 28 og 33 år, har digitalisert seg fullt ut. I begge årene er denne gruppen signifikant forskjellig fra øvrige aldersgrupper.

Konklusjon

Så hva blir da konklusjonen på alle disse figurene?

For det første kan vi si at mediebildet er varig forandret og digitalisert. På disse 6 årene har det vært en rivende utvikling av de digitale plattformer, dels på grunn av et trykk fra nye teknologiske løsninger, og dels som følge av endrede sosiale mønstre (som også er i noen grad teknologidrevet).

Vi kan også konstatere at papiravisen er klart på vei ut, og at de digitale plattformer overtar. Vi ser også at dem som bor i byer er i noen grad mer ”digitalisert” enn de som bor i landkommuner. Det kan også ha sammenheng med at lokale medier i større grad er rent papirbasert i landkommunene.

Vi kan også se at det er store forskjeller i mediebruk etter alder – de som er i aldersgruppene opp til ca 45 år er vesentlig mer digitale i sin medieadferd enn de eldre. I den grad vi kan snakke om en analog/digital delelinje så opptrer denne først etter fylte 60 år.

Vi kan også se av undersøkelsen at de med lavere utdanning i mindre grad henger med i den digitale utviklingen. De leser mindre aviser og ser mer på TV.