



Undersøkelse om
BETALING FOR NYHETER
2024

Informasjon om undersøkelsen

Feltperiode:	15.08 – 29.08 2024
Antall intervju:	1141
Målgruppe:	Befolkningen 18 år +

Metode:

Undersøkelsen er gjennomført i samarbeid med Kantar Media.

CAWI-intervju. Respondentene er trukket tilfeldig fra Kantars webpanel, *GallupPanelet*, Norges eneste ISO-sertifiserte panel (ISO 26362:2009).

Standard trekkeprosedyrer etter normalfordelingen i befolkningen (etter kjønn, alder og geografi). I tillegg er det tatt høyde for forventet svarprosent innenfor de ulike gruppene. Det vil si at det er sendt ut forholdsmessig høyere antall invitasjoner i grupper med erfaringsmessig lavere svarprosent.

Resultatene er vektet på kjønn, alder og utdanning.

Undersøkelsen er gjennomført som en selvstendig undersøkelse.



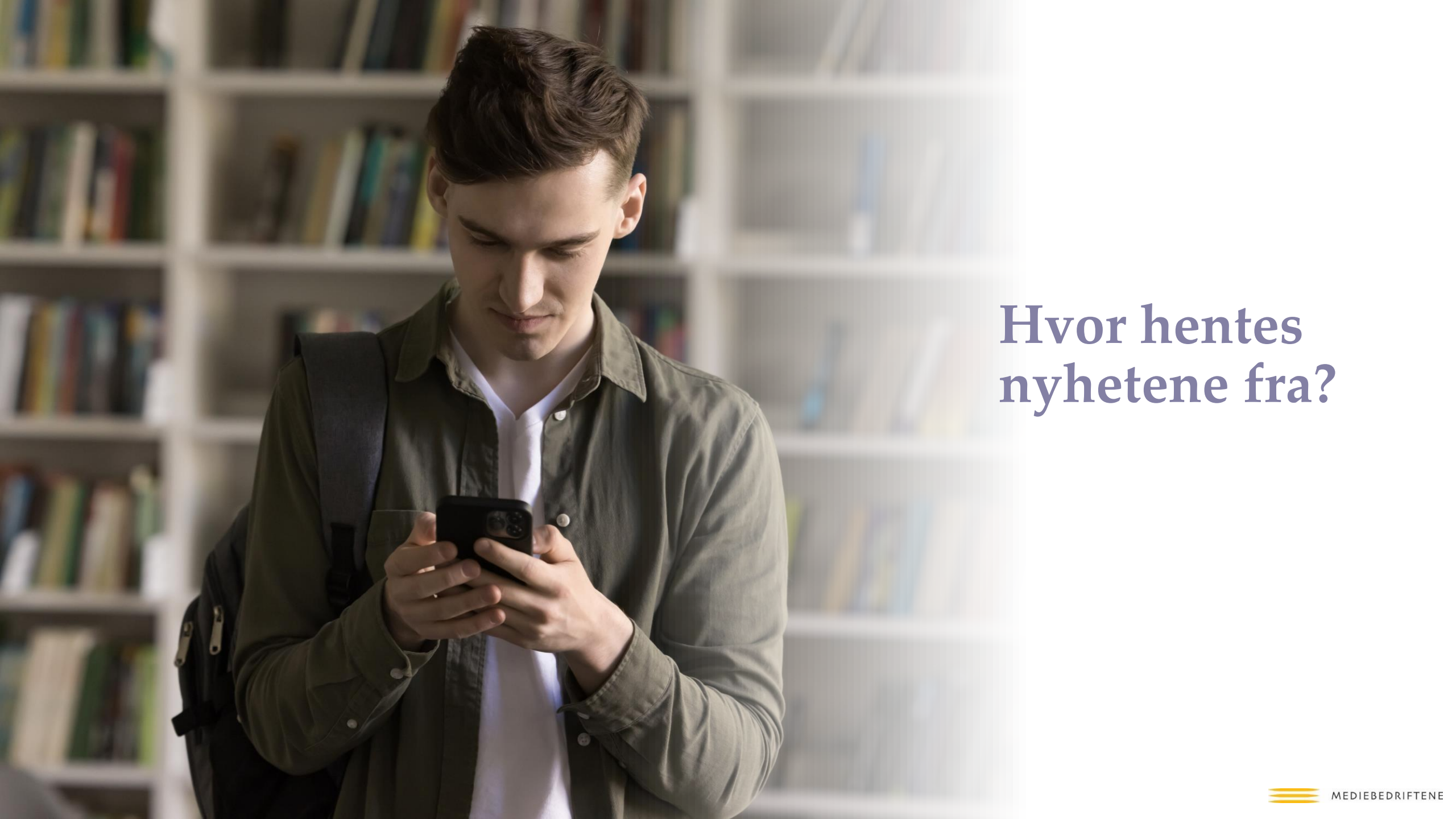
Bakgrunn

MBL dokumenterer utviklingen i nordmenns betalingsvilje og betalingsevne for nyheter gjennom undersøkelsen «Betaling for nyheter». Den ser blant annet nærmere på trender og hvordan folk forholder seg til nyheter og et mangfold av medier*, samt tanker og holdninger om fremtidig mediebruk. Undersøkelsen er i 2024 gjennomført for sjuende gang.

Det er stilt spørsmål om følgende hovedelementer:

- Hvor man henter nyheter fra
- Hvor mange og hvem som betaler for nyheter gjennom abonnement
- Avisabonnement sett i sammenheng med andre typer medieabonnement
- Foretrukne abonnementsmodeller
- De mest attraktive formatene og innholdstypene for nyheter
- Hvorfor man velger å betale eller ikke betale for nyheter
- Opplevd verdi av ulike tilbud og tjenester i avisabonnement
- Kjennskap til og bruk av kunstig intelligens
- Tillit til redaktørstyrte medier
- Befolkningens holdninger til nyheter og nyhetsmedier samt fremstilling av nyheter i mediene
- Personlig økonomi og fremtidige prioriteringer

* Undersøkelsen tar for seg nyheter innenfor et mangfold av kanaler (TV, radio, papirutgaver og digitale flater), tradisjonelle medier og sosiale medier. Spørsmål om strømmetjenester er inkludert fra 2020, podkast fra 2022 og KI fra 2024.



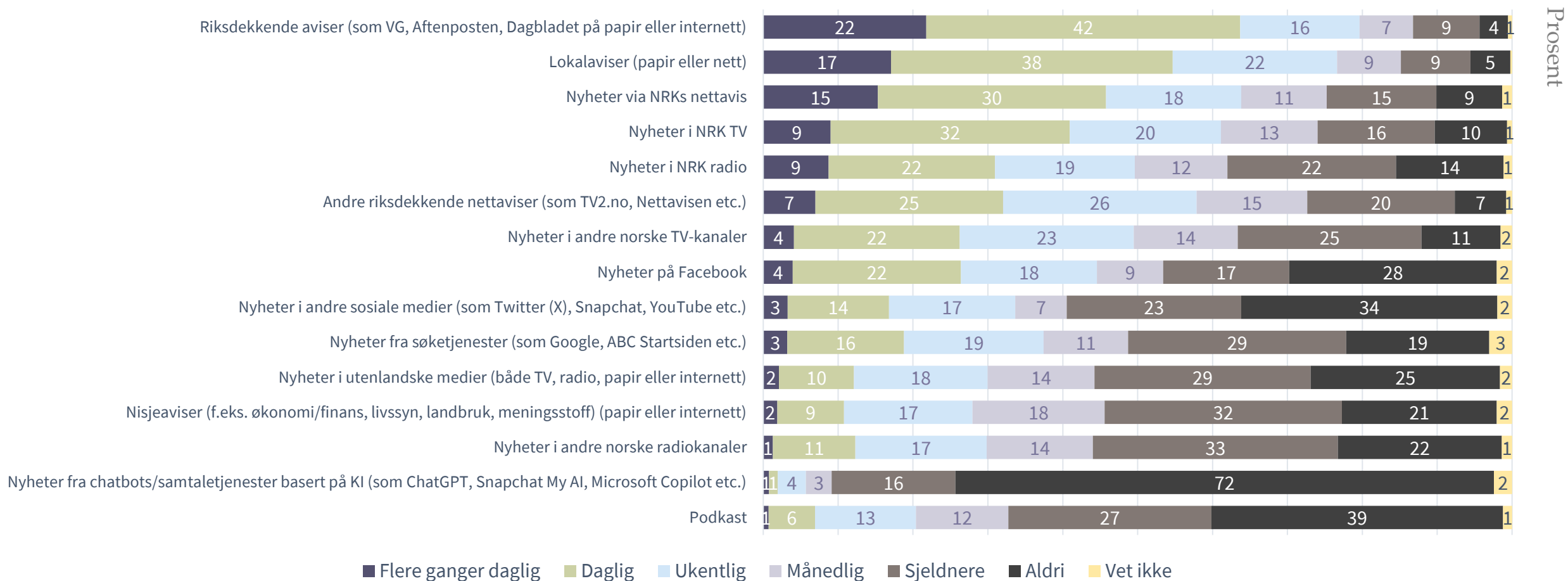
Hvor hentes
nyhetene fra?



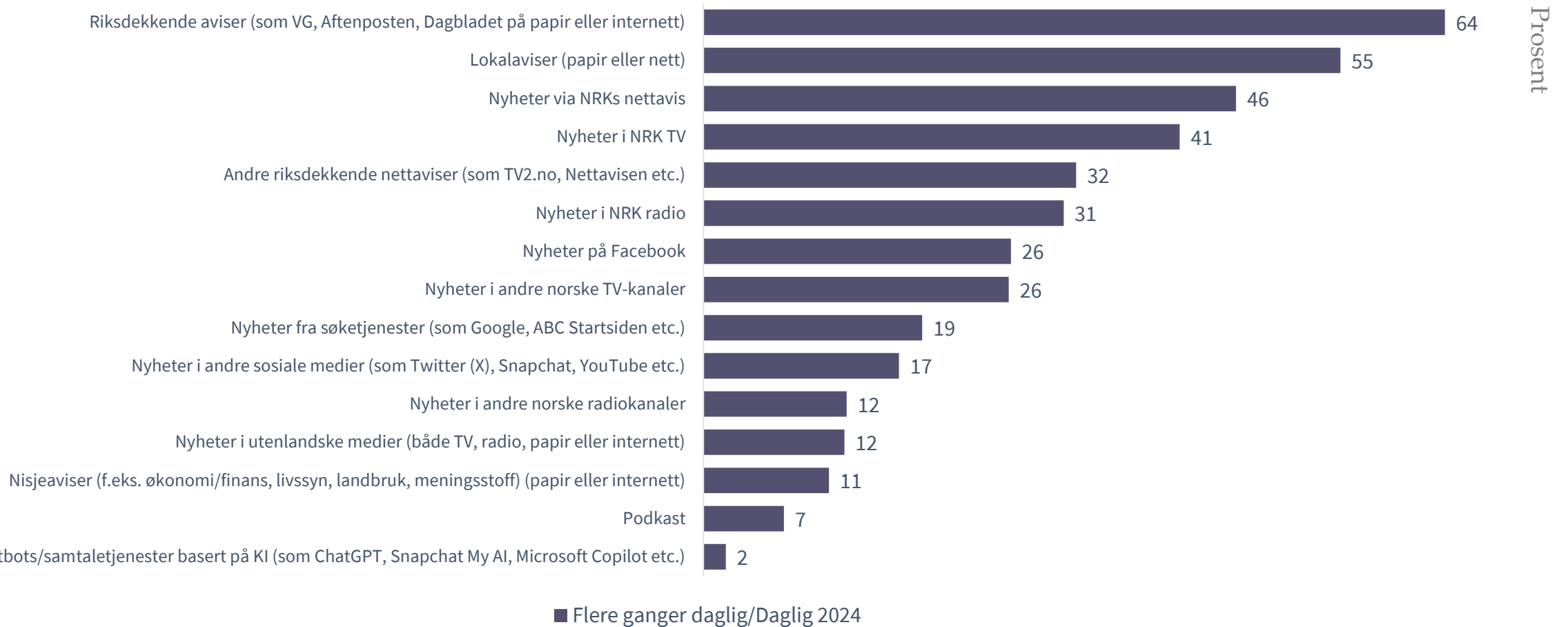
HVOR – oppsummering

- De riksdekkende avisene og lokalavisene står sterkest som nyhetskanaler blant befolkningen over 18 år når det gjelder daglig bruk.
- 64 prosent av de spurte oppgir at de leser riksdekkende aviser som VG, Aftenposten og Dagbladet daglig, mens 55 prosent leser innhold fra lokalaviser minst en gang om dagen. Til sammenligning får 46 prosent nyheter fra NRKs nettavis.
- NRK øker mest i daglig bruk med en vekst på 34 prosent fra 2018 til 2024, mens andelen som benytter seg av nyheter på Facebook går mest tilbake. Kvinner over 45 år er blant de ivrigste brukerne av nyheter på nettsamfunnet, og 4 av 10 i denne gruppen bruker daglig nyheter fra Facebook.
- 12 prosent leser, ser eller hører daglig nyheter fra utenlandske medier. Bruken av utenlandske medier har vært stabil over tid, med unntak av under covid-pandemien, hvor bruken økte.
- Riksdekkende aviser er folks viktigste nyhetskilde etterfulgt av NRKs nettavis og TV-kanaler fra NRK.
- Trenden viser at NRK over tid har styrket seg. I 2017 hadde 4 av 10 riksdekkende aviser som viktigste nyhetskilde, mens ca. 1 av 3 oppgav NRK enten på TV, radio eller nett. I dag er situasjonen motsatt og flest oppgir NRK som viktigst.
- Nyhetssakene folk får med seg på sosiale medier, deles oftest av norske nyhetsmedier som VG, NRK, TV 2 og lokalavisene. 3 av 4 blant de som finner nyheter på SoMe oppgir at innholdet kommer fra disse. Nærmere 3 av 10 blant de under 30 år sier at de får nyheter fra kjendiser, profiler eller influensere.
- 3 av 4 foretrekker at norske nettaviser deler innhold via nettavisenes egne nettsider og apper. 1 av 4 kvinner og mer enn 4 av 10 blant de under 30 år foretrekker at norske nettaviser deler innhold via sosiale medier. De yngste er også overrepresentert blant de som foretrekker nyhetsvarsler på mobil og via chatbots.

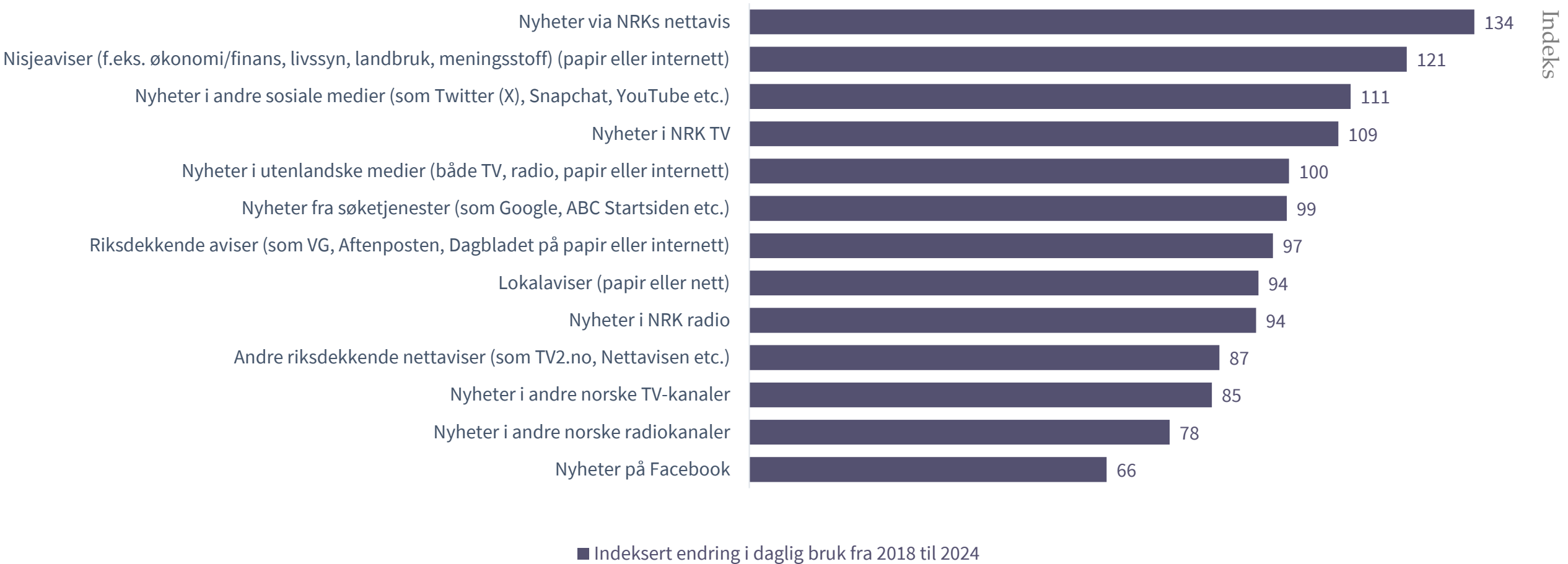
Bruk av nyheter fra ulike medier



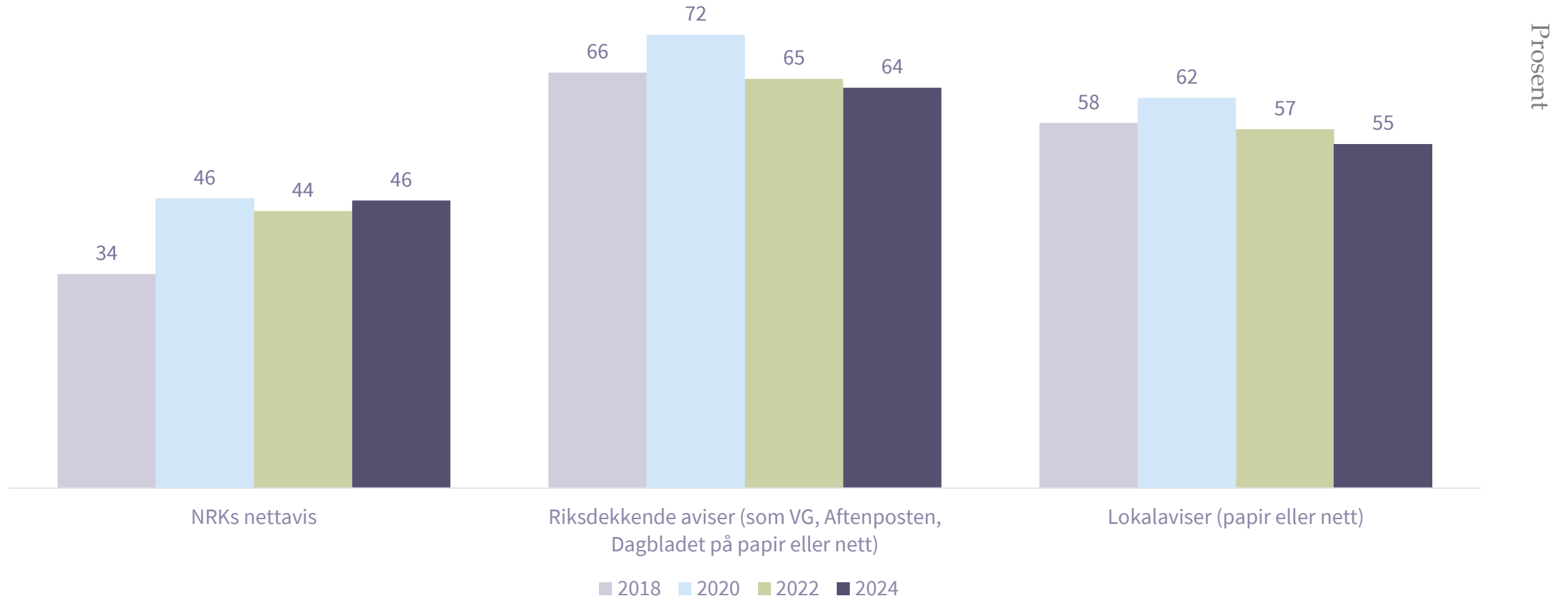
Riks- og lokalaviser brukes hyppigst



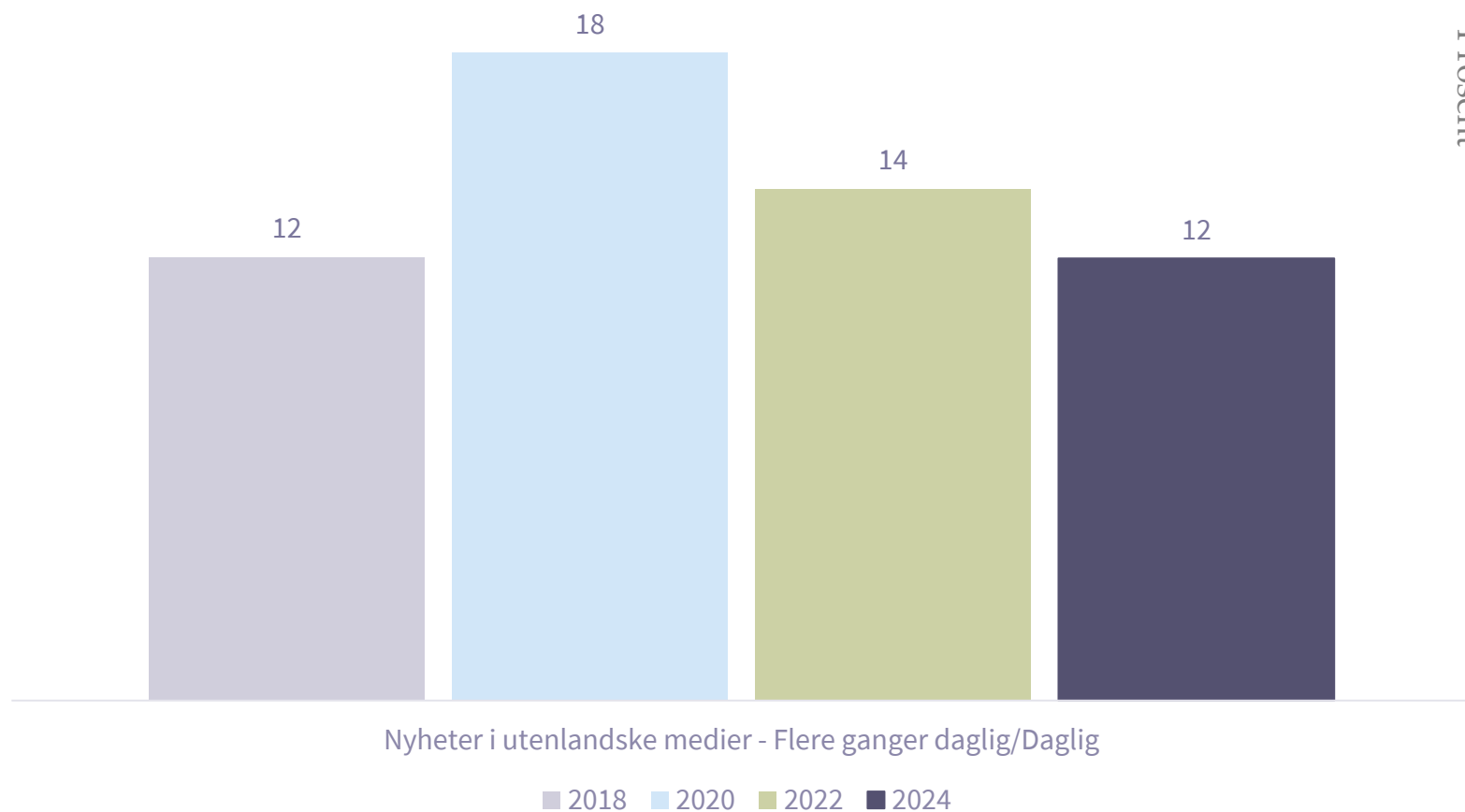
NRK.no øker mest i daglig bruk



Pandemiåret 2020



Stabil bruk av utenlandske medier



Prosent

12 % leser, ser eller hører daglig nyheter fra utenlandske medier.

Bruken av utenlandske medier var høyere under covid-pandemien, men er ellers stabil over tid.

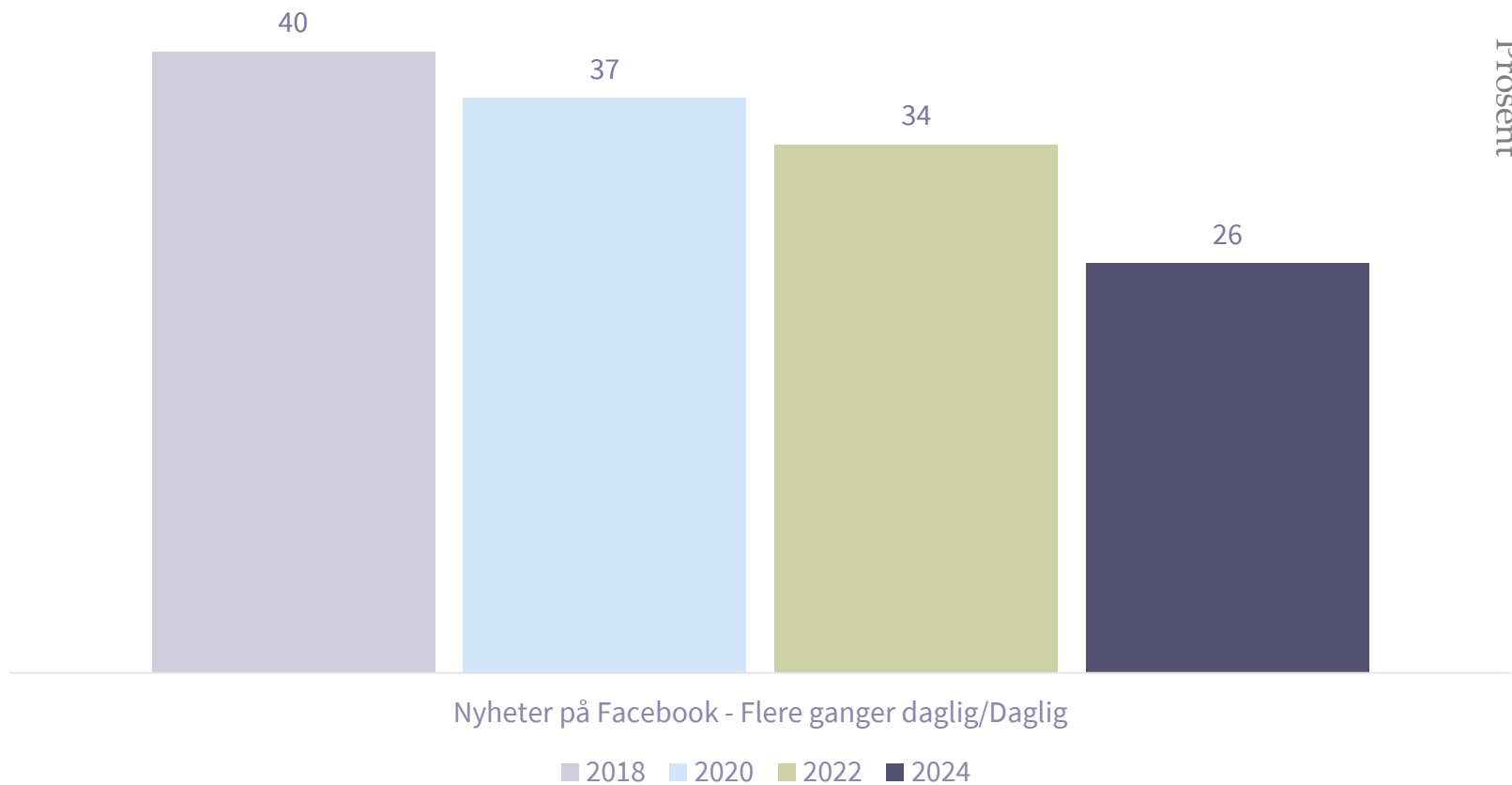
Menn og personer som er født utenfor Norge, eller som har foreldre som er født utenfor Norge, er overrepresentert blant brukerne av utenlandske medier.

Kun 2 % oppgir utenlandske medier (TV, radio, papir eller internett) som sin viktigste nyhetskilde.

Nyheter i utenlandske medier - Flere ganger daglig/Daglig

■ 2018 ■ 2020 ■ 2022 ■ 2024

Stadig færre henter nyheter fra Facebook



Prosent

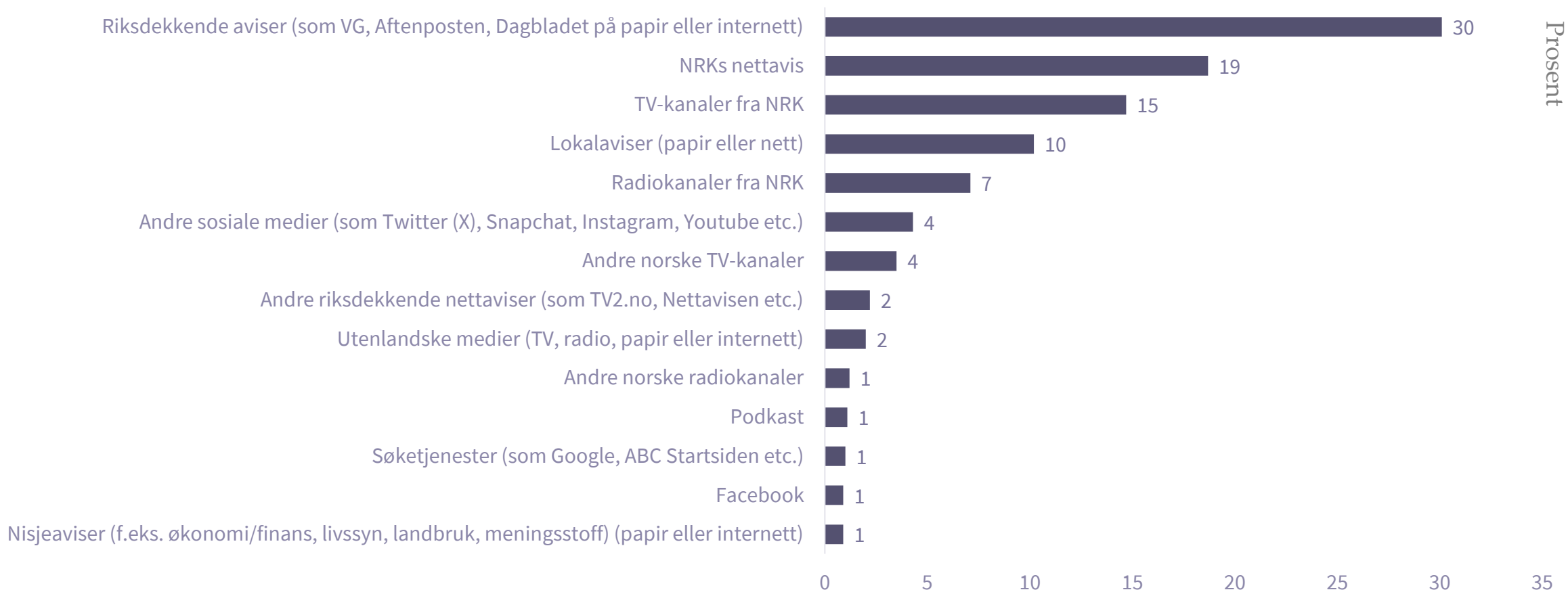
1 av 4 henter daglig nyheter fra Facebook.

Kvinner over 45 år er blant de ivrigste brukerne av nyheter på nettsamfunnet, og 4 av 10 i denne gruppen bruker daglig nyheter fra Facebook.

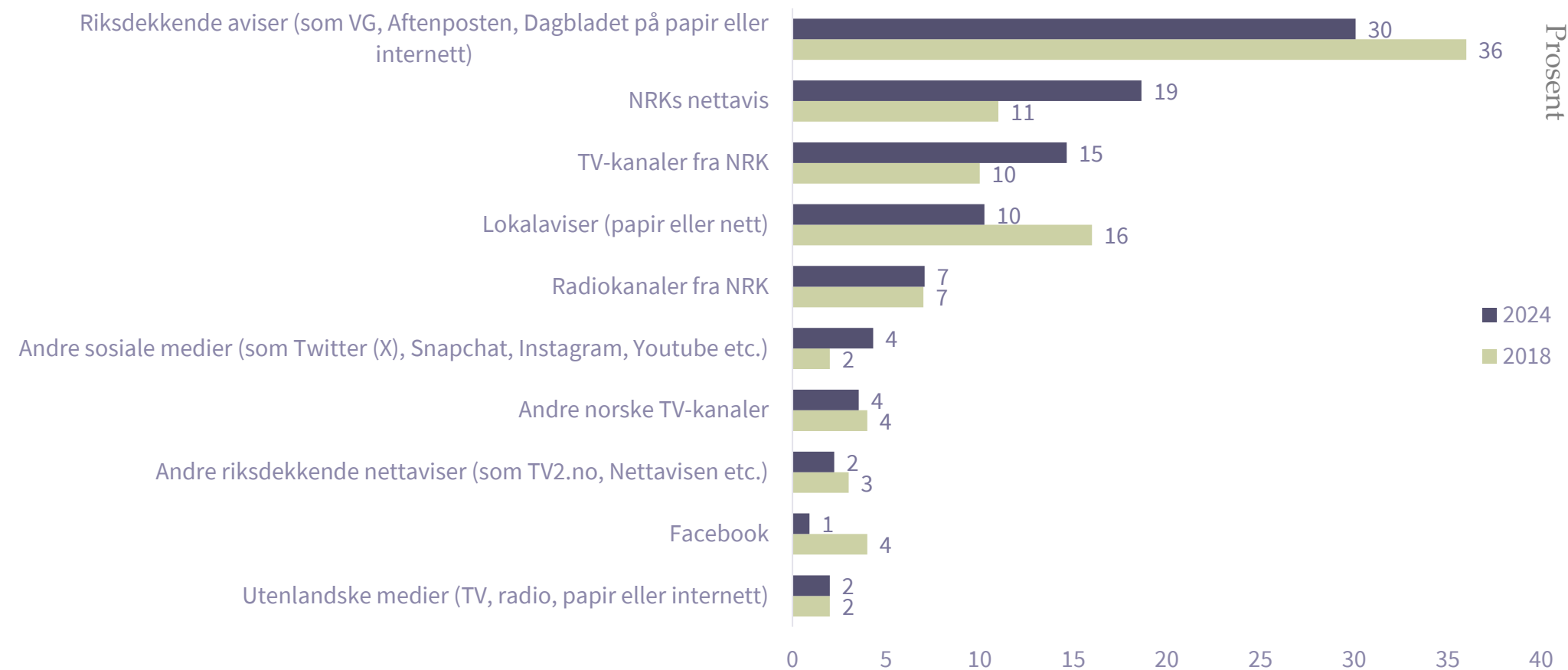
Kun 1 av 10 i alderen 18-29 år benytter nå Facebook som daglig kilde til nyheter. For bare to år siden, fant 3 av 10 i denne gruppen nyheter på Facebook og i 2017 fikk over halvparten av målgruppen daglig nyheter herfra.

Kun 1 % oppgir Facebook som sin viktigste nyhetskilde.

Riksdekkende aviser er folks viktigste nyhetskilde



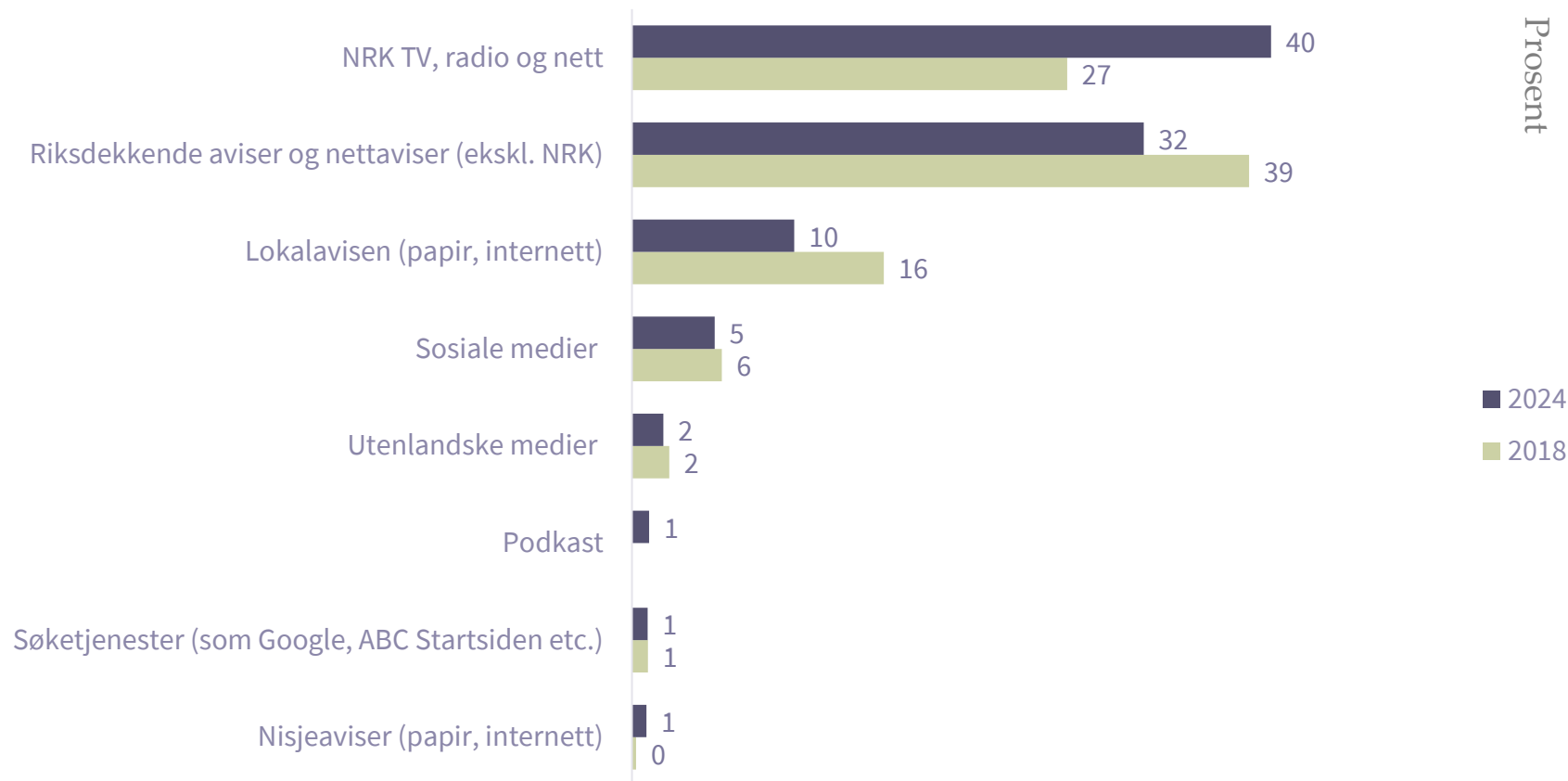
Endringer i viktigste nyhetskilde 2018 – 2024



NRK.no har styrket seg som viktigste nyhetskilde på TV og på nett siden 2018, mens riks- og lokalavisene går tilbake.

Facebook går tilbake, mens de andre sosiale mediene øker noe.

NRK viktigst på tvers av TV, radio og nett



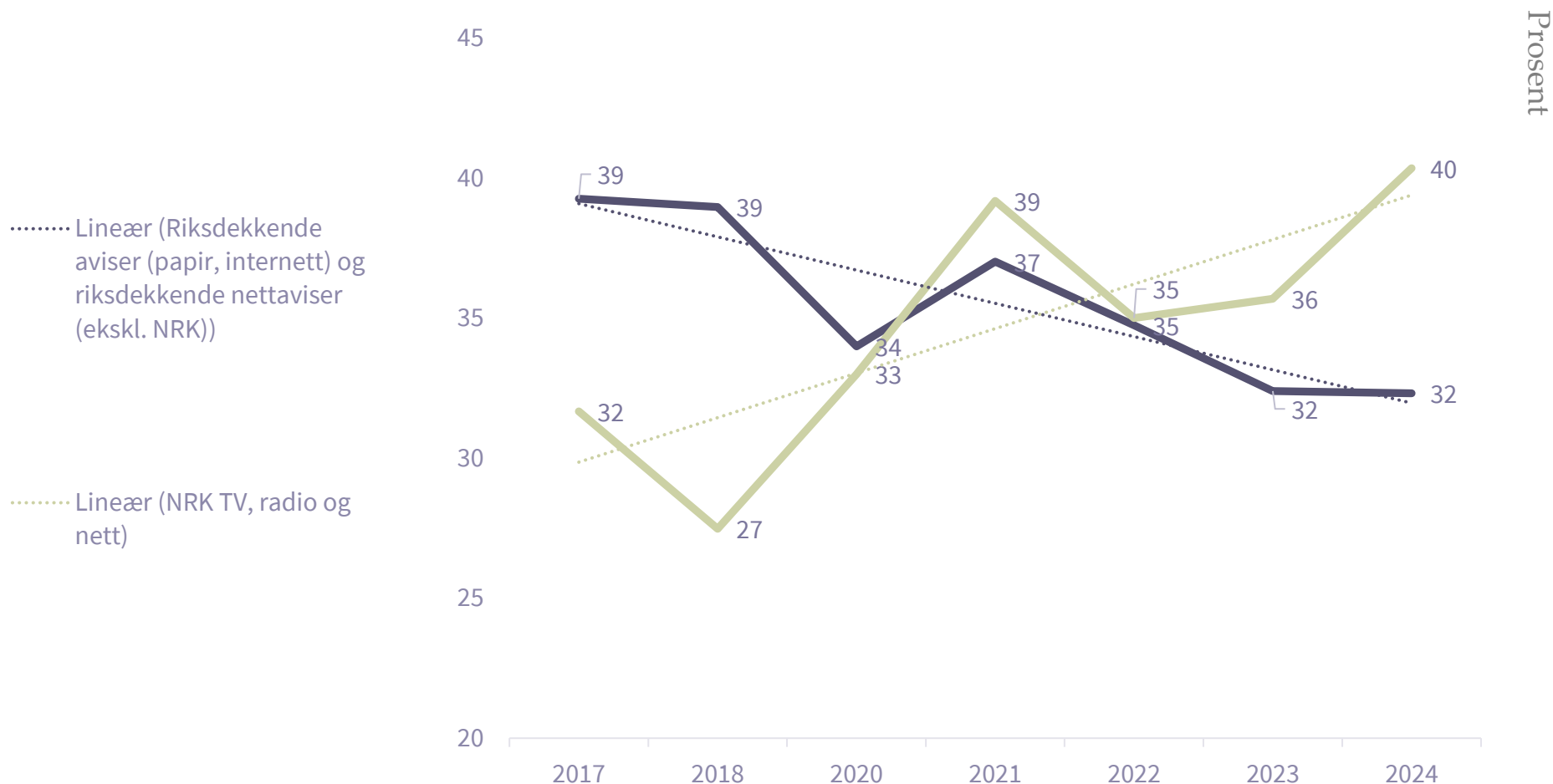
NRK.no har styrket seg som viktigste nyhetskilde på tvers av alle kanaler, mens riks- og lokalavisene går tilbake.

Blant personer over 60 år har over halvparten NRK som viktigste nyhetskilde, mens samme andel blant 18-29-åringene er 29 %.

Flest (32 %) blant de yngste oppgir riksdekkende aviser som viktigste nyhetskilde. Målgruppen er i tillegg overrepresentert blant de som har sosiale medier (18 %) og podkast (4 %) som sin viktigste nyhetskilde.

Avstanden mellom NRK og de riksdekkende avisene øker

- viktigste nyhetskilde

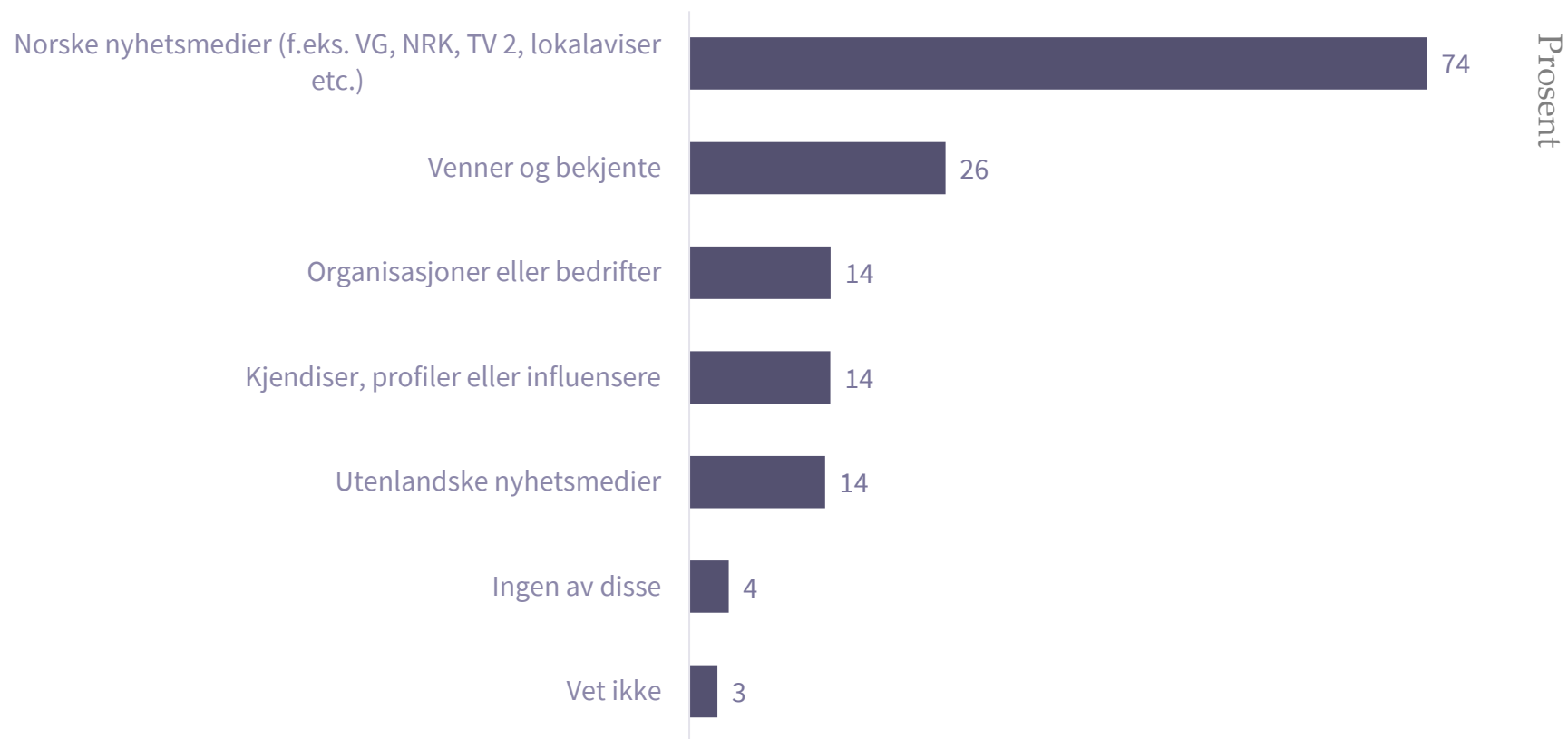


Trenden viser at NRK over tid har styrket seg som folks viktigste nyhetskilde.

Fra 2017 til 2020 var de riksdekkende avisene folks viktigste nyhetskilde, etterfulgt av NRK (på tvers av TV, radio og nett).

Under pandemien i 2020-2021 styrket NRK seg som nyhetskilde, og også det siste året ser vi en økning for NRK, mens de riksdekkende avisene på samme tid har en stabil utvikling.

Nyheter på SoMe kommer oftest fra norske nyhetsmedier

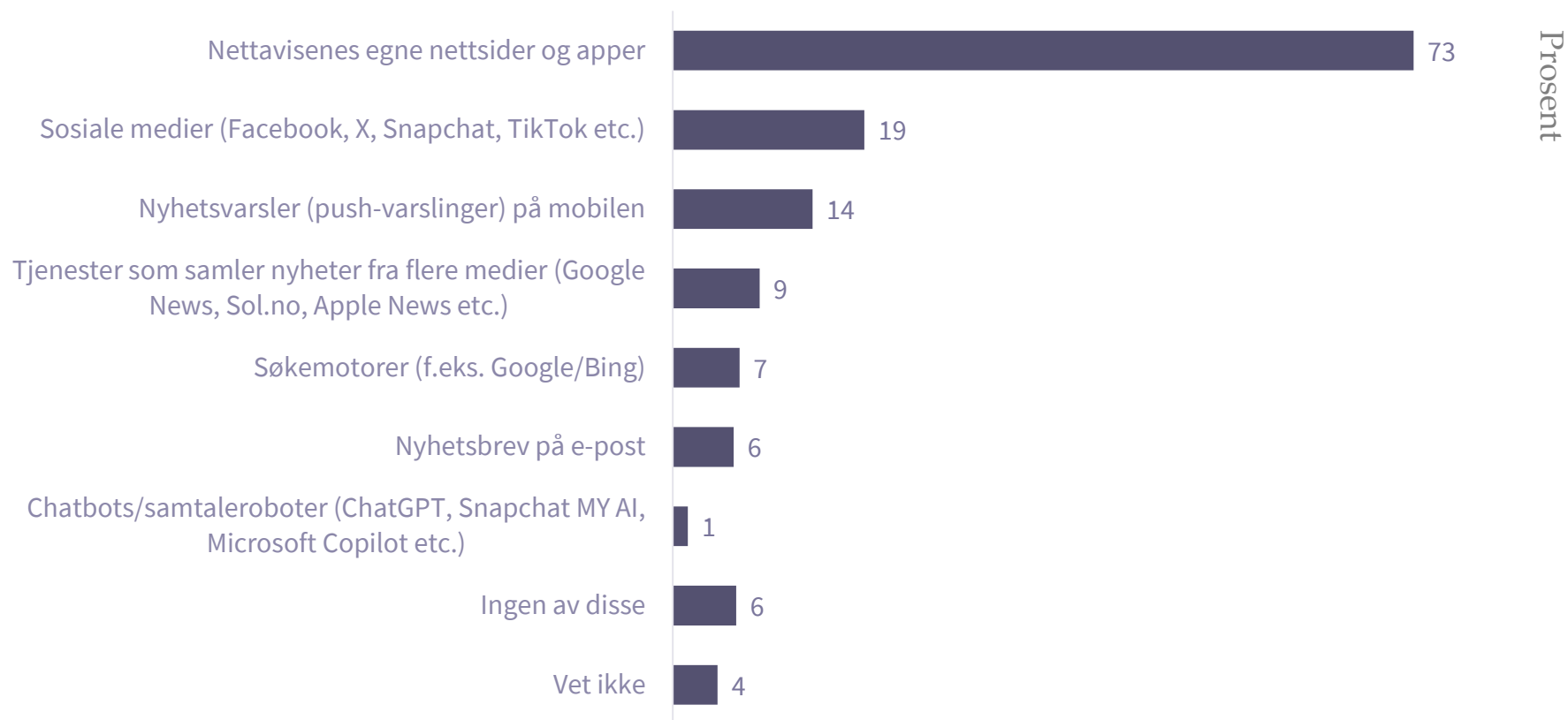


3 av 4 sier at det vanligvis er norske nyhetsmedier som deler nyhetssakene de får med seg i sosiale medier.

Kvinner får i større grad med seg nyheter delt av de norske nyhetsmediene via sosiale medier (84 %), mens menn i større grad følger utenlandske nyhetsmedier (17 %).

Nærmere 3 av 10 (28 %) blant de under 30 år får nyheter fra kjendiser, profiler eller influensere.

3 av 4 foretrekker nettavisenes egne nettsider og apper



Det store flertallet foretrekker at norske nettaviser deler innhold gjennom egne nettsider og apper.

1 av 4 kvinner og mer enn 4 av 10 blant de under 30 år foretrekker å få nyhetene via sosiale medier.

De yngste er også overrepresentert blant de som foretrekker nyhetsvarsler på mobil (19 %) og chatbots (5 %).

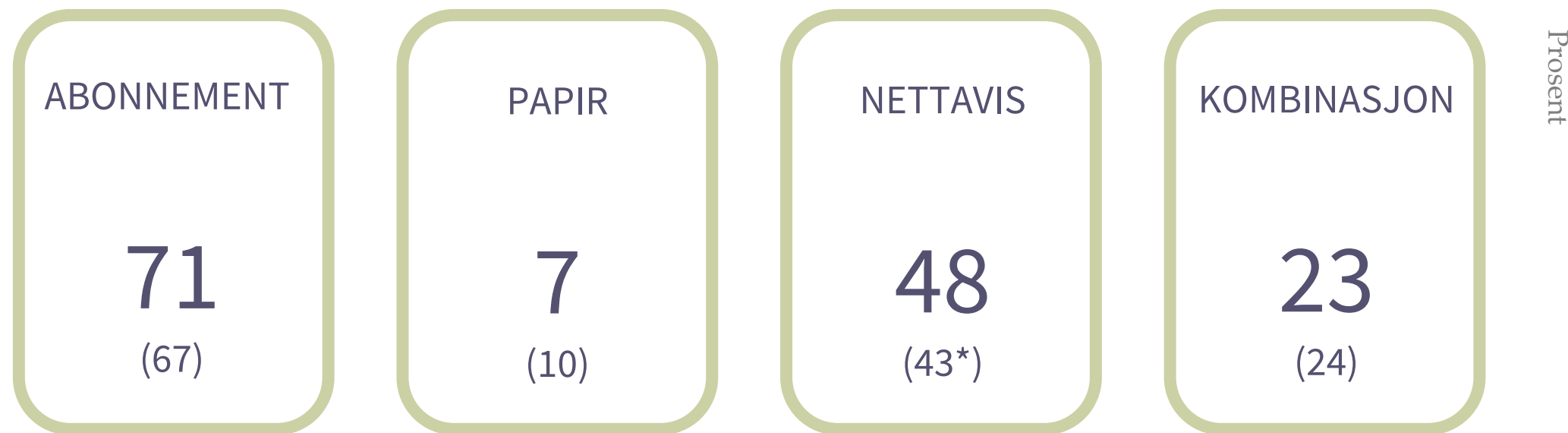
A close-up photograph of a person's hand holding a smartphone. The background is a blurred city street at sunset, with warm golden light and bokeh from streetlights. The overall mood is serene and modern.

Hvor mange og hvem betaler for nyheter?

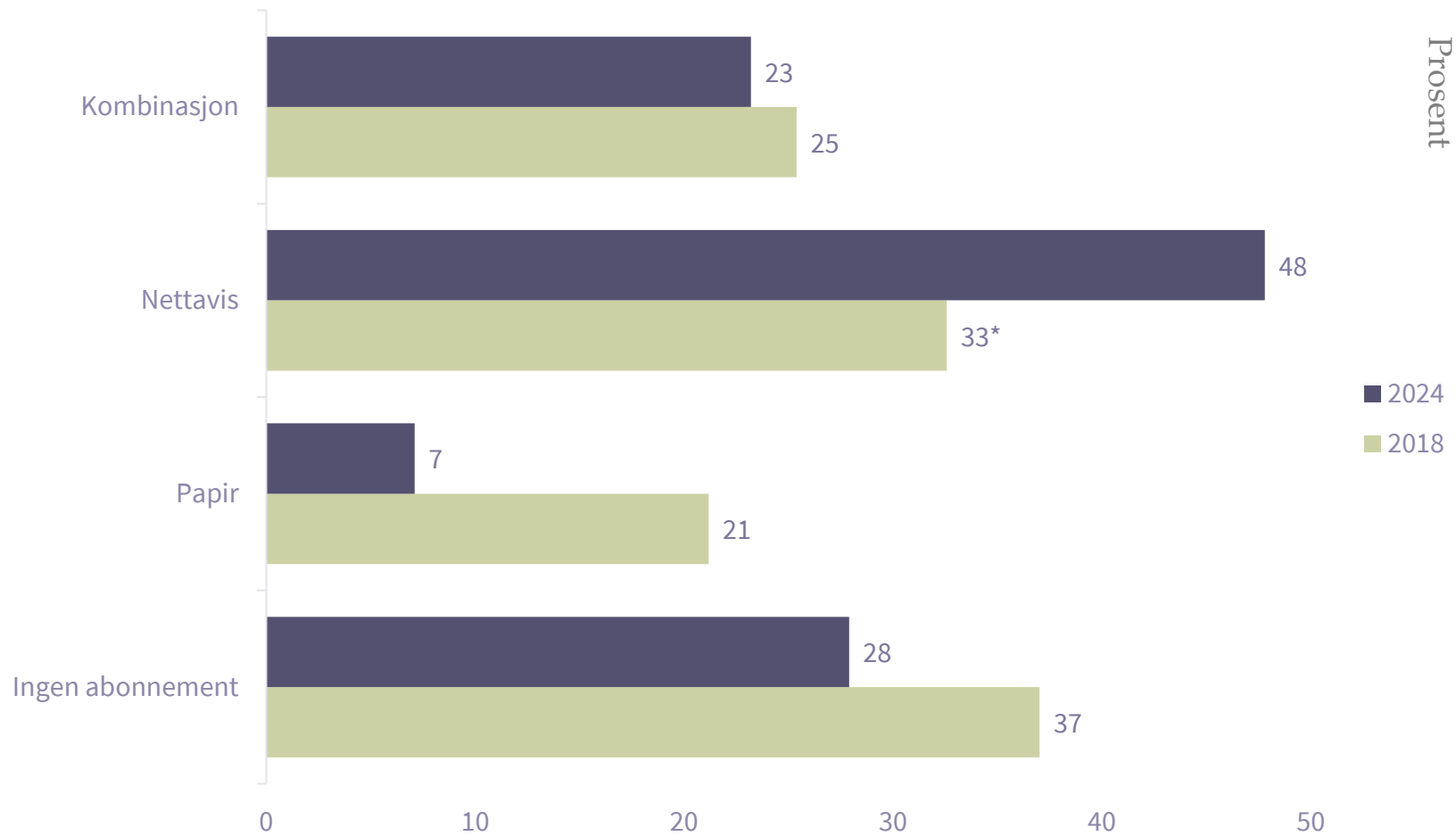
HVOR MANGE OG HVEM – oppsummering

- Andelen i befolkningen over 18 år som svarer at de har tilgang til avisabonnement i husstanden, uavhengig av om tilgangen skjer via papiraviser, nettaviser eller ulike kombinasjoner, har økt fra 62 prosent i 2018 til 71 prosent i 2024.
- Stadig flere unge, og nær 6 av 10 under 44 år oppgir å ha tilgang til avisabonnement. Samtidig er det en stabil tilgang blant personer over 60 år, hvor 9 av 10 har minst ett avisabonnement i husstanden.
- Veksten kommer fra tilgang til heldigitale abonnement, som øker med 47 prosent siden 2018. Tilgangen til papirutgaver utgjør i dag ca. en fjerdedel av det den gjorde i 2018. Samtidig er det en nedgang i «komplett-abonnement», som i årene før 2018 stod for mye av veksten.
- Nesten halvparten har tilgang til et heldigitalt abonnement, 23 prosent til et kombinasjonsabonnement og 7 prosent en papiravis.
- Høyere utdanning og inntekt sammenfaller med økt tilgang til avisabonnement, mens de som er eneforsørgere eller bor alene, og de som det siste året har fått en merkbart strammere økonomi, i mindre grad har tilgang til abonnement.
- 8 av 10 har tilgang til abonnement på lokal- eller regionaviser. I Oslo er det færre, og i overkant av halvparten, mens i resten av landet har rundt 9 av 10 tilgang til abonnement på lokal- eller regionavis i husstanden.
- 4 av 10 abonnerer på riksaviser og andelen har økt med 10 prosentpoeng siden 2018, mens 13 prosent har tilgang til nisjeaviser.

7 av 10 har tilgang til minst ett avisabonnement



Nær halvparten har tilgang til heldigitale avisabonnement



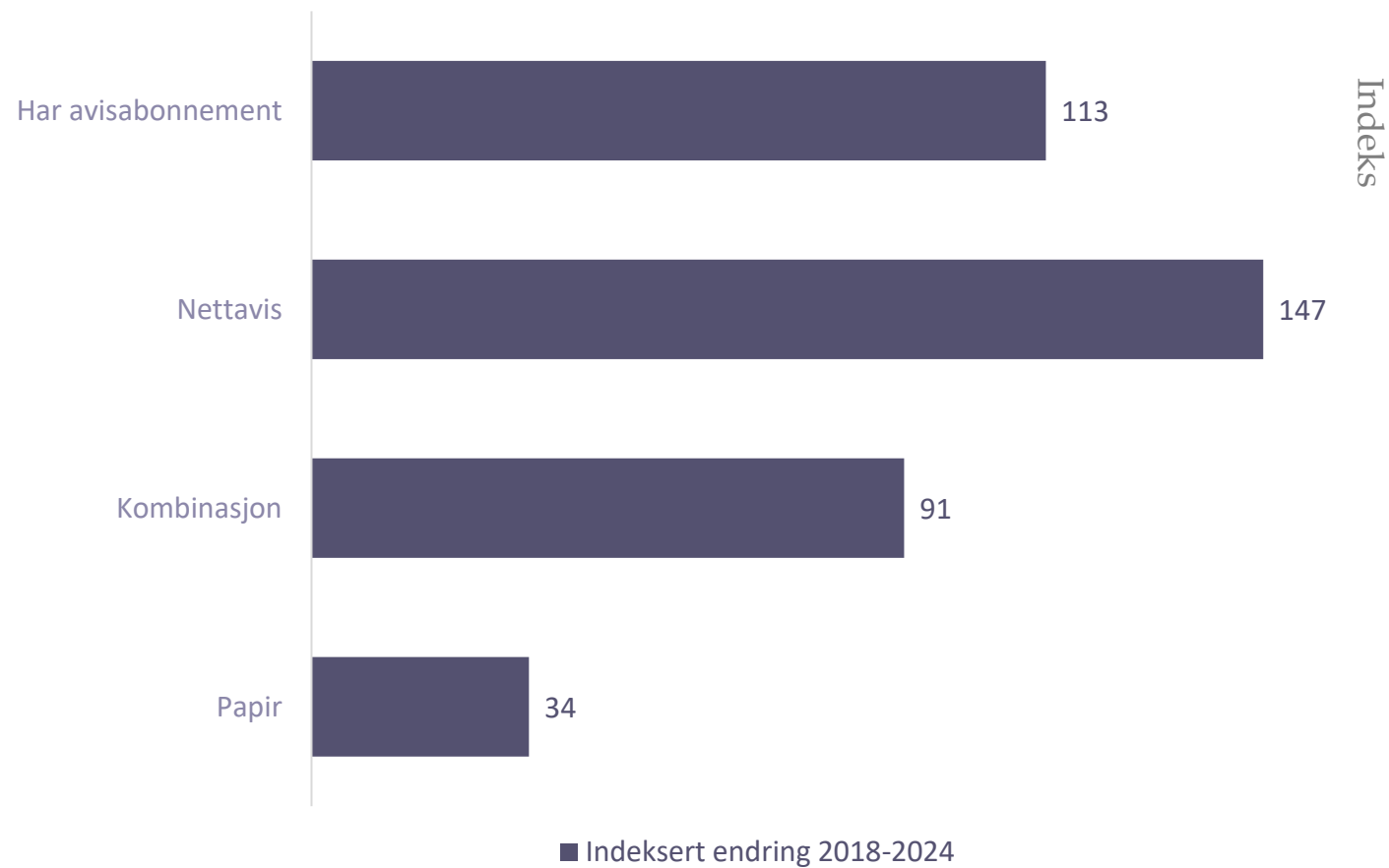
Prosent

71 % av befolkningen over 18 år oppgir å ha tilgang til minst én type avisabonnement i husstanden, uavhengig av om tilgangen skjer via papiraviser, nettaviser eller ulike kombinasjoner.

Flest, og nærmere halvparten, har tilgang til heldigitale abonnement.

Høyere utdanning og inntekt sammenfaller med økt tilgang til avisabonnement, mens de som er eneforsørgere eller bor alene, og de som det siste året har fått en merkbart strammere økonomi, i mindre grad har tilgang til abonnement.

Flere har tilgang i 2024 enn i 2018

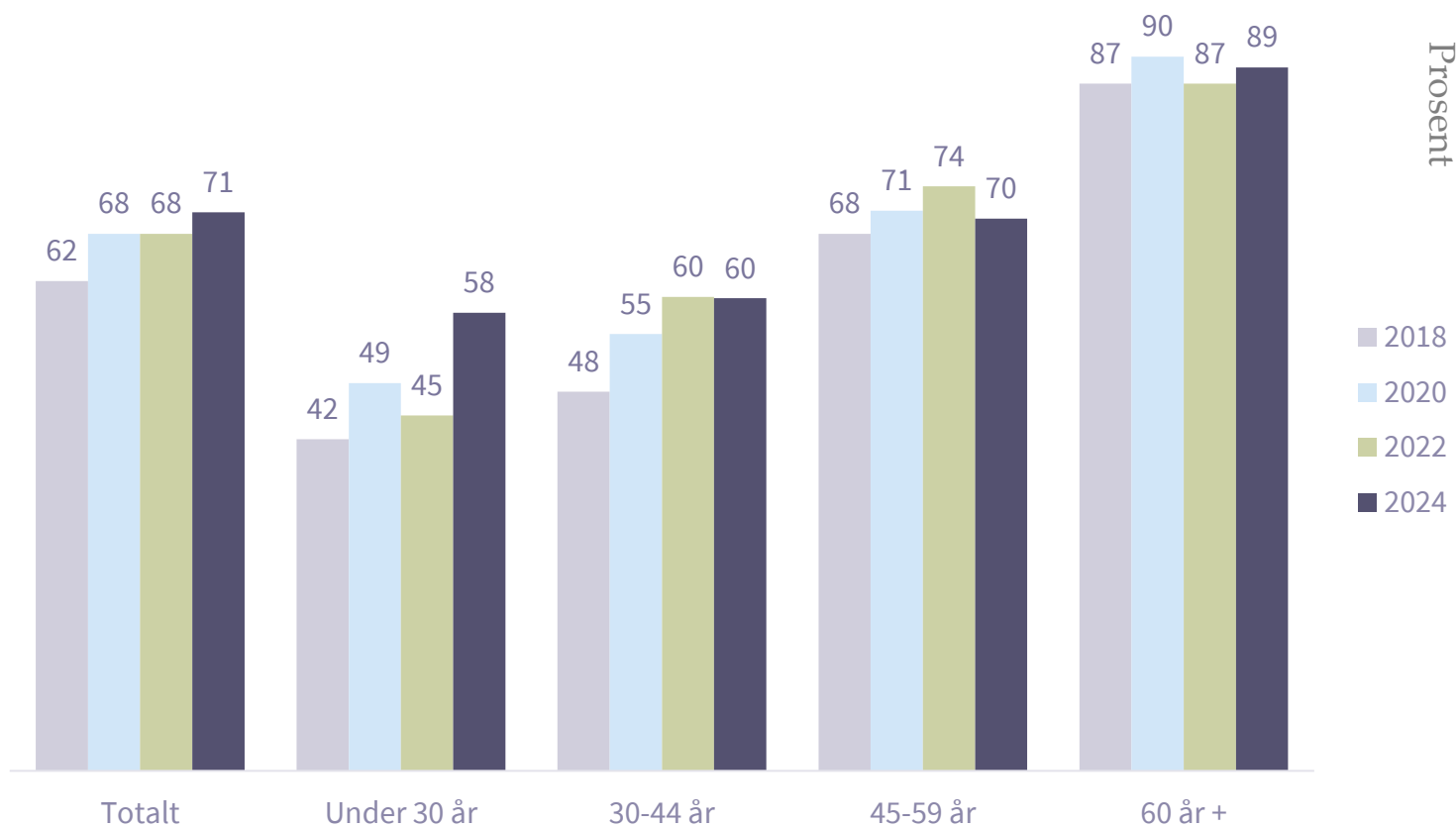


Fortsatt er det flere som har tilgang til avisabonnement i husstanden enn det var i 2018.

Veksten kommer fra tilgang til heldigitale abonnement, som øker med 47 % siden 2018.

Tilgangen til papirutgaver utgjør i dag ca. en fjerdedel av det den gjorde i 2018. Samtidig er det en nedgang i «komplett-abonnement», som i årene før 2018 stod for mye av veksten.

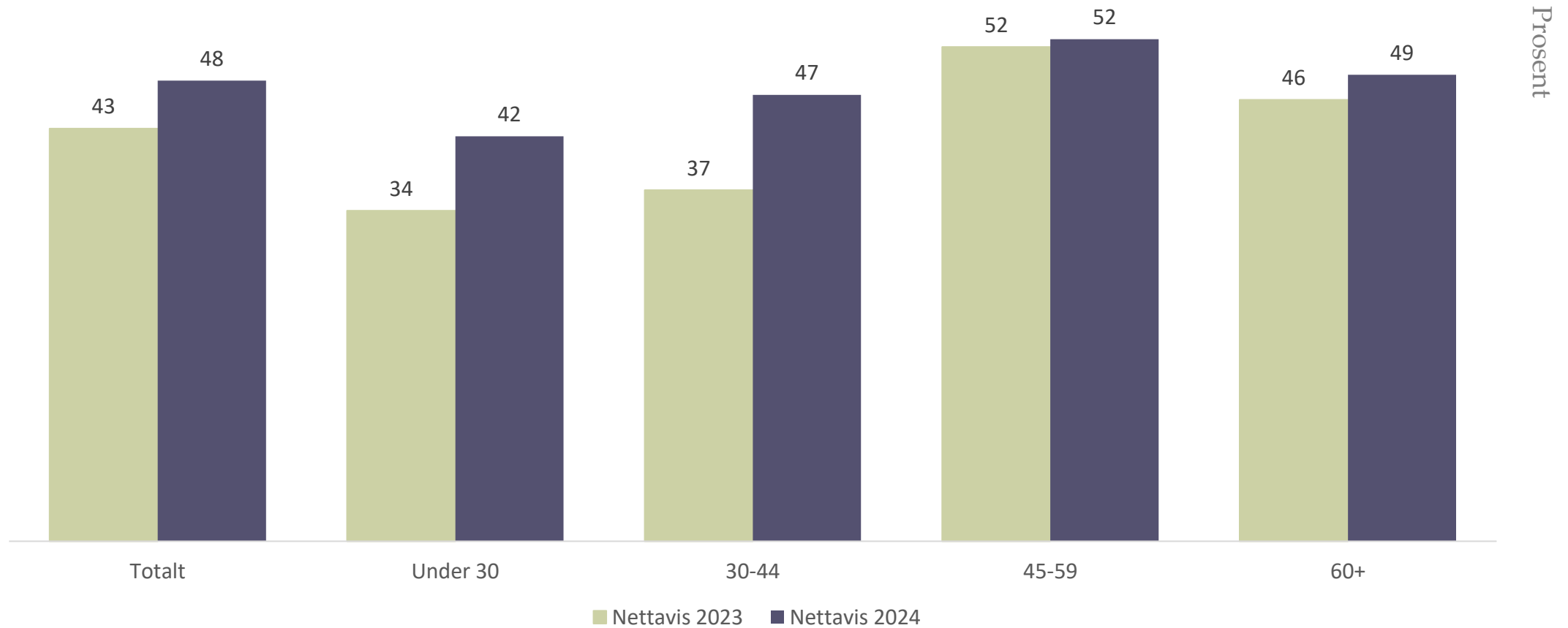
Sterkest vekst blant de yngste



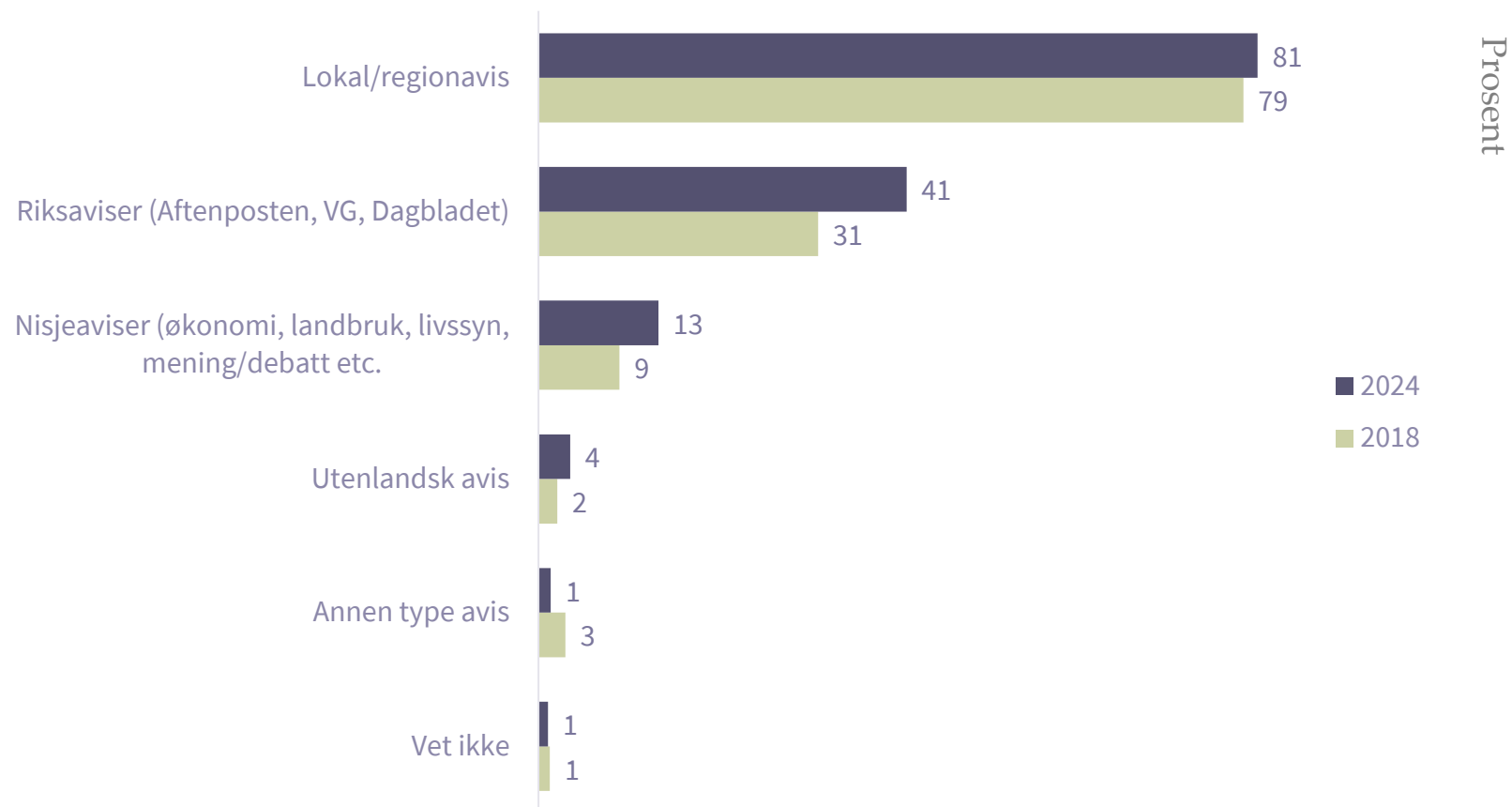
Stadig flere unge har tilgang til avisabonnement, og nær 6 av 10 under 44 år.

De siste seks årene er det en stabil tilgang blant personer over 60 år, hvor 9 av 10 har minst ett avisabonnement i husstanden.

Vekst i tilgang til nettaviser



Størst økning for riksavisene



8 av 10 har tilgang til abonnement på lokal- eller regionaviser. I Oslo er det færre, og i overkant av halvparten, mens i resten av landet har rundt 9 av 10 tilgang til abonnement på lokal- eller regionavis i husstanden.

4 av 10 abonnerer på riksaviser og andelen har økt med 10 prosentpoeng siden 2018, mens 13 % har tilgang til nisjeaviser.

A close-up photograph of a person's hands holding a silver smartphone. The phone is held vertically, showing the back with the camera lens. In the background, another person's hand is holding a credit card, suggesting a payment transaction. The background is blurred, focusing attention on the phone and the payment process.

Årsaker til å betale/ ikke betale



HVORFOR – oppsummering

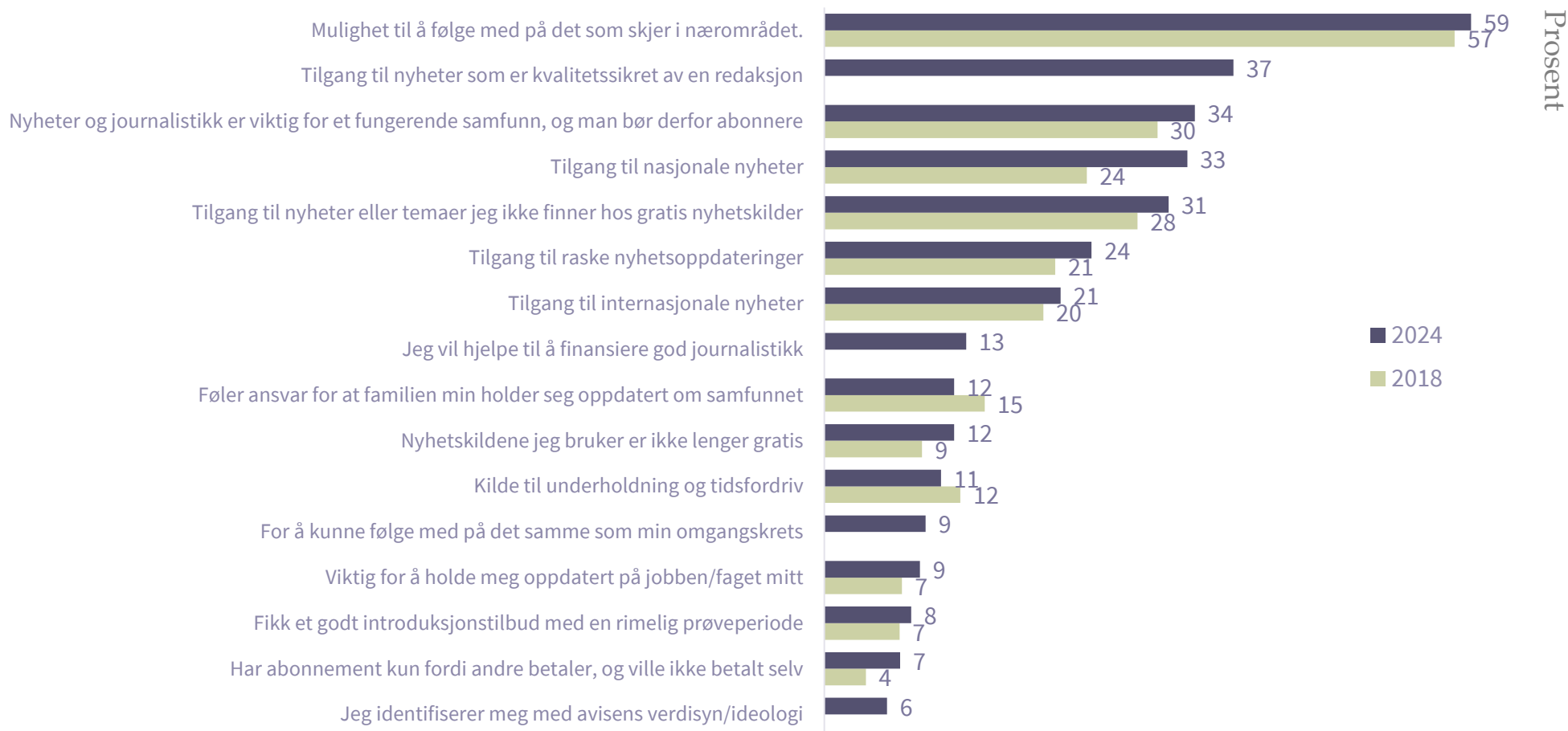
HVORFOR

- Å kunne følge med på det som skjer i nærområdet er hovedårsaken til å abonnere, spesielt på lokal- og regionavisene hvor 7 av 10 oppgir dette som en av de viktigste grunnene til at de abonnerer.
- Kvalitetssikret journalistikk er ettertraktet. Blant abonnentene på riksaviser oppgir over halvparten dette som årsak til at de abonnerer.
- 1 av 3 oppgir at de abonnerer fordi nyheter er viktig for et fungerende samfunn.
- Folk abonnerer i større grad på nisjeaviser for å få tilgang til nyheter eller temaer de ikke finner hos gratis nyhetskilder, for å holde seg oppdatert på jobben/faget sitt og fordi de identifiserer seg med avisens verdisyn.

HVORFOR IKKE

- Halvparten av ikke-abonentene får dekket sitt nyhetsbehov via gratis nyhetskilder på nett, mens 1 av 3 oppgir å få nok nyheter fra radio eller TV.
- Andelen som oppgir at de ikke har råd er økende og 36 prosent av de som har fått en strammere økonomi, sier nå at de ikke har råd til avisabonnement.
- 1 av 3 menn oppgir at de ikke synes det avisen tilbyr gir nok verdi for pengene, som årsak til å ikke abonnere.
- 1 av 4 blant de under 30 år sier at de ikke vil få brukt et abonnement nok. Kun 14 prosent i denne gruppen får nok nyheter fra radio eller TV, samtidig som de i noe større grad får nyheter via sosiale medier.

Viktigste grunner til å abonnere på aviser



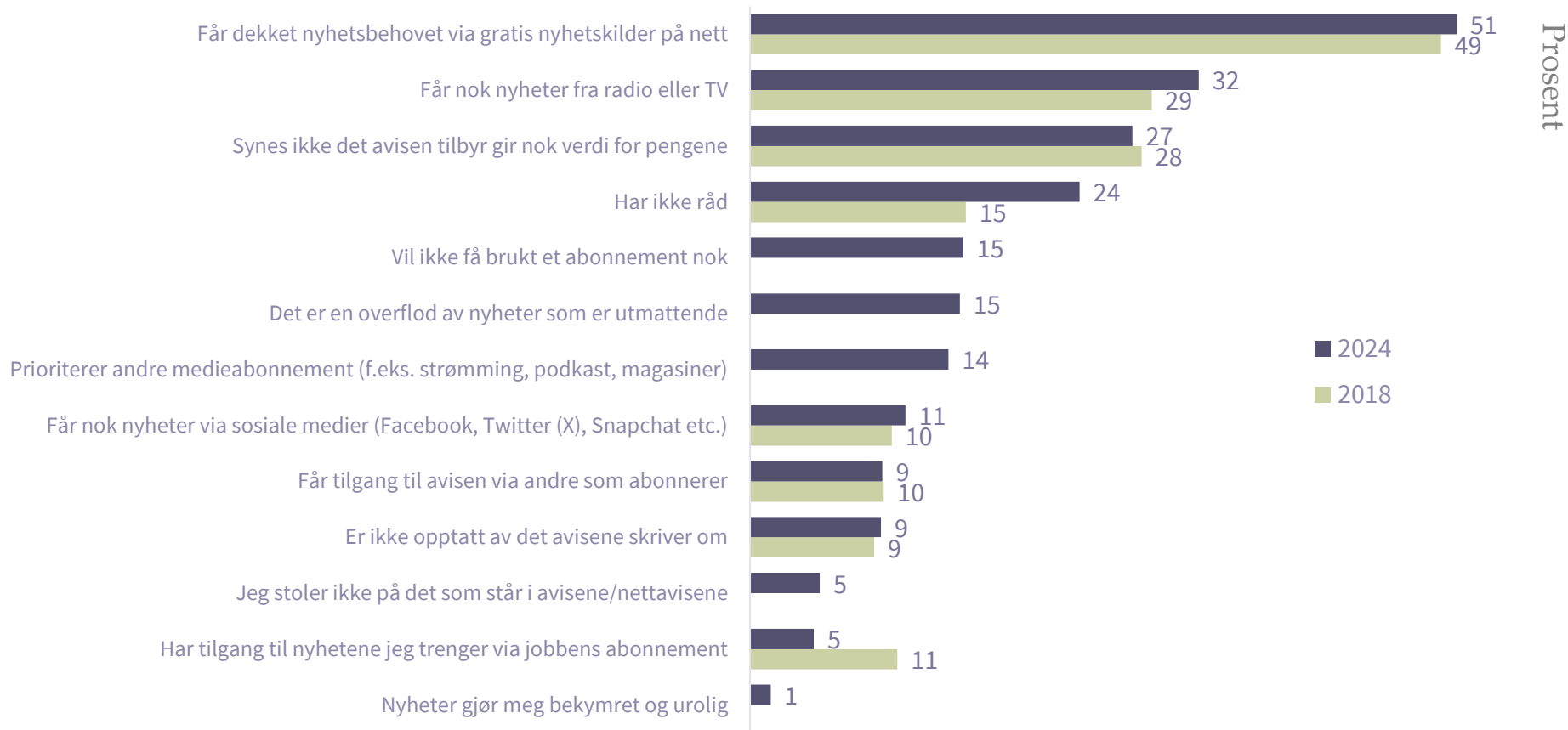
Å kunne følge med på det som skjer i nærområdet er hovedårsaken til å abonnere, spesielt på lokal- og regionavisene hvor 7 av 10 oppgir dette som den av de viktigste grunnene til at de abonnerer.

Kvalitetssikret journalistikk er ettertraktet. Blant abonnentene på riksaviser oppgir over halvparten dette som årsak til at de abonnerer.

1 av 3 oppgir at de abonnerer fordi nyheter er viktig for et fungerende samfunn.

Folk abonnerer i større grad på nisjeaviser for å få tilgang til nyheter eller temaer de ikke finner hos gratis nyhetskilder (46 %), for å holde seg oppdatert på jobben/faget sitt (25 %) og fordi de identifiserer seg med avisens verdisyn (21 %).

Årsaker til ikke å abonnere på aviser



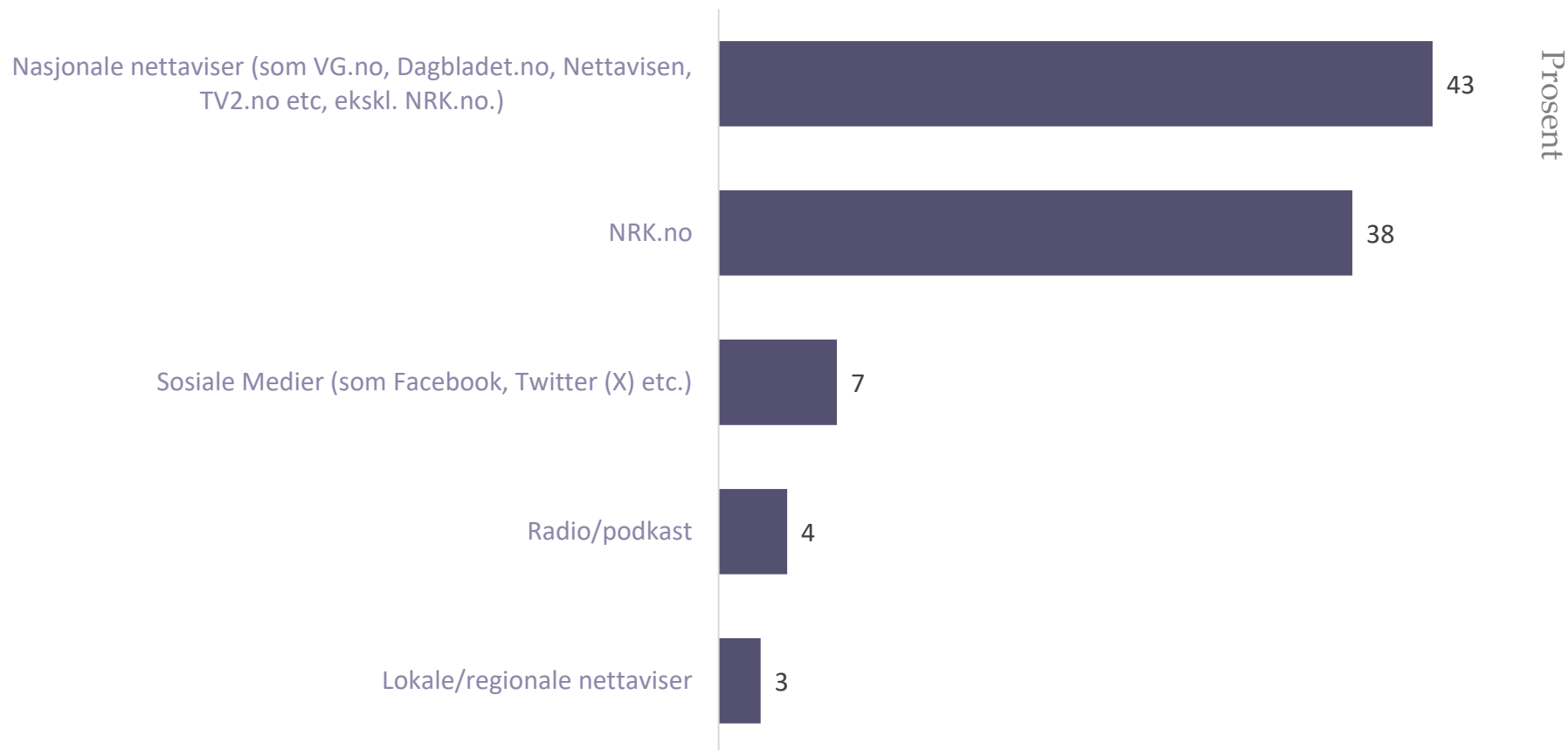
Prosent

Halvparten av ikke-abonentene får dekket sitt nyhetsbehov via gratis nyhetskilder på nett, mens 1 av 3 oppgir å få nok nyheter fra radio eller TV.

1 av 3 menn synes ikke det avisen tilbyr gir nok verdi for pengene, og andelen som oppgir at de ikke har råd til avisabonnement er økende. 36 % av de som har fått en strammere økonomi sier nå at de ikke har råd til avisabonnement.

1 av 4 blant de under 30 år sier at de ikke vil få brukt et abonnement nok. Kun 14 % i denne gruppen får nok nyheter fra radio eller TV, samtidig som de i noe større grad får nyheter via sosiale medier (17 %).

Viktigste gratis nyhetskilde på nett



Halvparten av de som ikke har abonnement i husstanden, oppgir at de får dekket nyhetsbehovet via gratis nyhetskilder på nett.

Nasjonale nettaviser og NRK.no er de viktigste gratis nyhetskildene på nett.

7 prosent trekker frem sosiale medier, mens andelen er over dobbelt så høy blant de under 30 år (16 %).

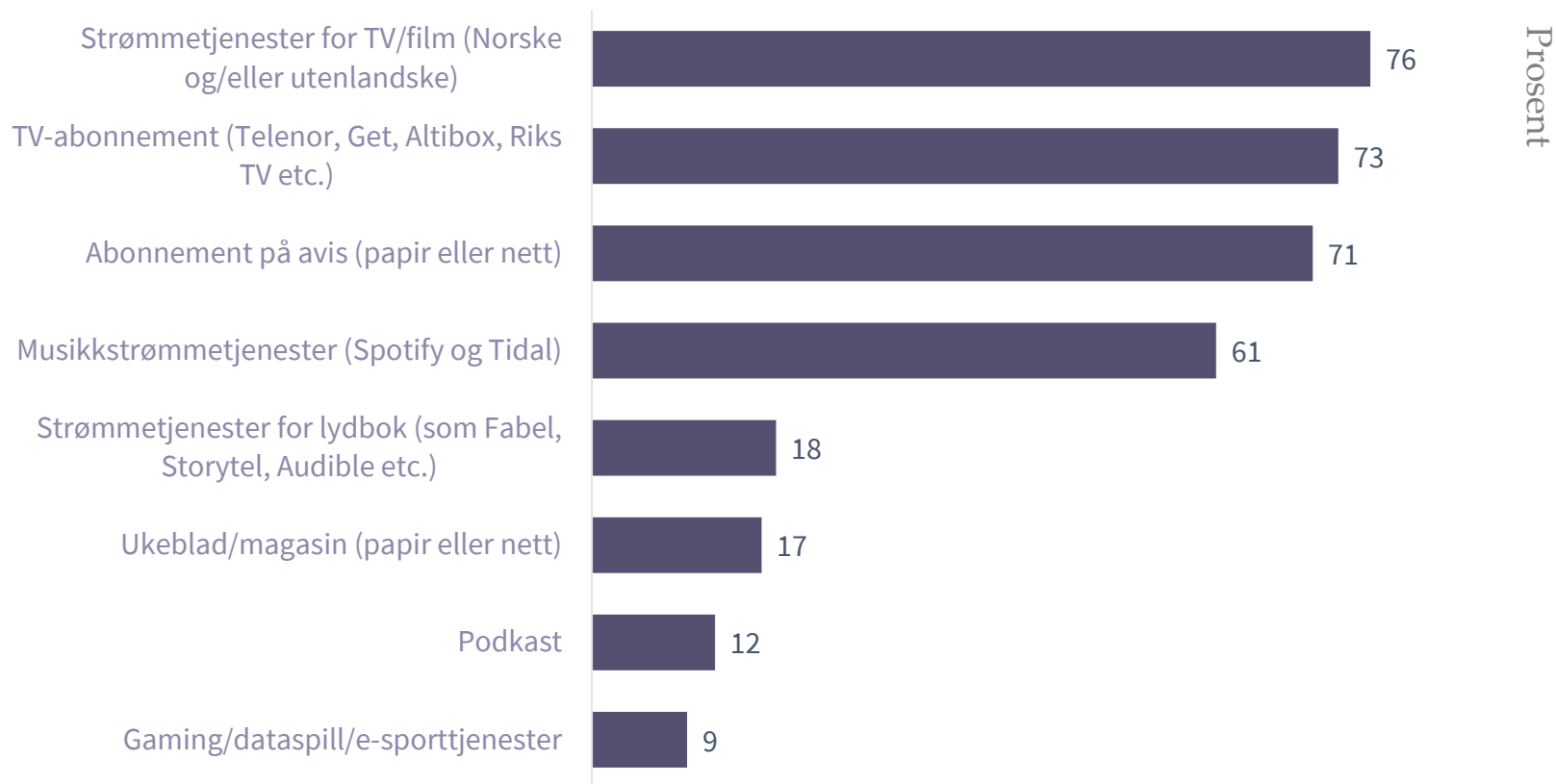


Avisabonnement og andre typer medieabonnement

Avisabonnement og andre typer medieabonnement – oppsummering

- Stadig flere mediekkanaler og abonnementsløsninger kjemper om folks oppmerksomhet, og ikke minst lommebok. «Betaling for nyheter» ser derfor også på det større mediebildet, hvor blant annet TV-abonnement, og ulike strømmetjenester er en viktig del av nordmenns mediehverdag.
- 97 prosent av befolkningen over 18 år har tilgang til minst ett av de nevnte medieabonnementene. Flest (76 %) oppgir å ha tilgang til minst én norsk eller utenlandsk strømmetjeneste for TV/film. Til sammenligning har 71 prosent tilgang til minst ett avisabonnement i husstanden. 6 av 10 har også abonnement på en musikkstrømmetjeneste.
- Alle kategorier er i vekst, med unntak av TV-abonnement. Norske strømmetjenestene har hatt den sterkeste veksten, med en økning på 20 prosentpoeng siden 2020. Musikkstrømmetjenester har i samme periode økt med 10 prosentpoeng.
- 1 av 5 oppgir at de har et bundling-abonnement, og andelen er relativt stabil siden fjoråret. Nærmere 1 av 10 har hatt et slikt abonnement.
- Den mest attraktive abonnementsmodellen er at abonnenten selv kan velge en kombinasjon av produkter. Over halvparten foretrekker dette når de tenker seg at de skal abonnere. Dette er også mest populært blant de som allerede har et avisabonnement i dag.
- Digital tilgang til flere aviser, samt tilgang til strømmetjenester for TV/film og musikk, er mest interessant å motta som en del av et avisabonnement. De som allerede er abonnenter ønsker seg i større grad tilgang til flere aviser, digitale PDF-utgaver og live-sendinger på sport.
- Mer innhold til bedre pris er det mest interessante med å få tilgang til flere medieprodukter som en del av et avisabonnement. Kvinner og yngre setter i større grad pris på innhold i ulike formater, mens de yngre i tillegg ser det som en fordel å få bedre oversikt over hva de abonnerer på.
- Det viktigste norske nettaviser kan gjøre på innholdssiden for å bli mer attraktive er å ha mindre reklame, etterfulgt av å trekke frem flere stemmer for å belyse saker. Kvinner og unge ønsker seg i større grad sammendrag/kortversjoner av saker, og personer under 30 år vil i større grad også få innhold tilpasset sine interesser, opplesning av artikler, podkaster og videoinnhold.
- Det viktigste norske nettaviser kan gjøre med sine abonnementsløsninger for å bli mer attraktive er å sette ned prisene på abonnementene, etterfulgt av å gi mulighet til å dele abonnement med andre. Større fleksibilitet er viktigere for yngre målgrupper, og lavere priser og mulighet for å pause abonnement er spesielt viktig for de som har fått en strammere økonomi.

Flere har strømmetjenester enn avisabonnement



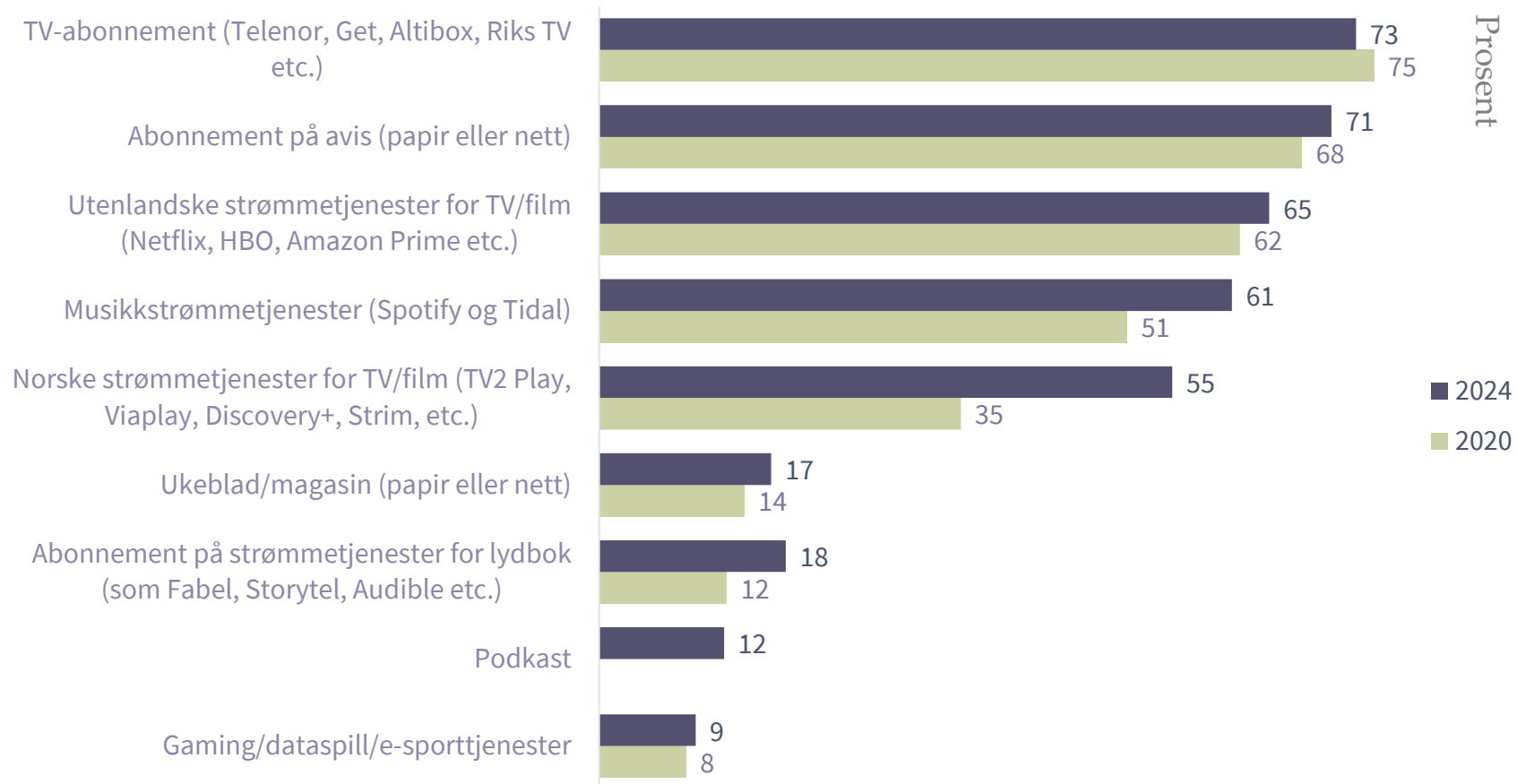
97 prosent av befolkningen over 18 år har tilgang til minst ett medieabonnement, utover avis.

Flest (76 %) oppgir å ha tilgang til minst én norsk eller utenlandsk strømmetjeneste for TV/film og 6 av 10 har også abonnement på en musikkstrømmetjeneste.

71 prosent har tilgang til mist ett avisabonnement i husstanden

2 av 10 kvinner har abonnement på strømmetjeneste for lydbøker, mens menn i større grad har abonnement på gaming og e-sport.

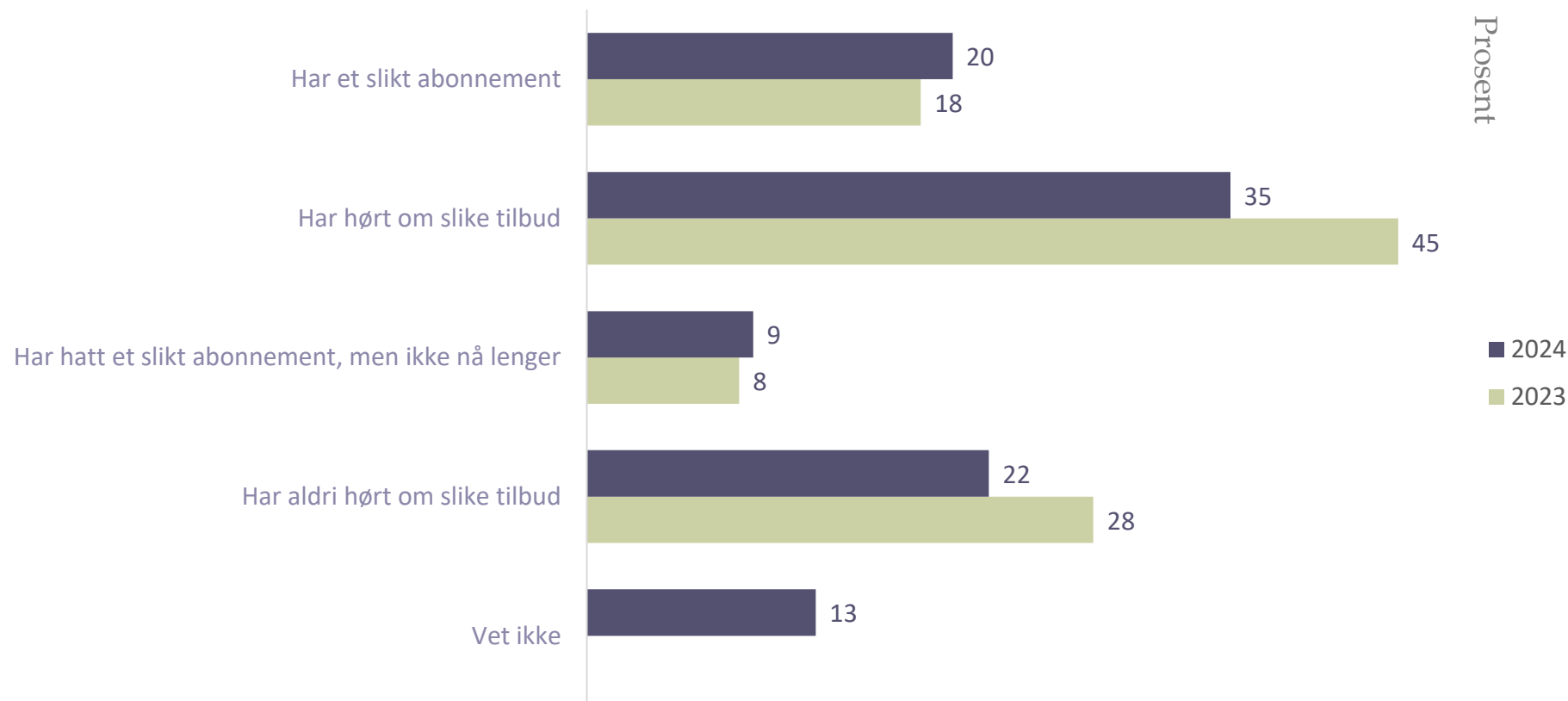
Sterk vekst for norske strømmetjenester



Alle kategorier er i vekst, med unntak av TV-abonnement.

Norske strømmetjenestene har hatt den sterkeste veksten, med en økning på 20 prosentpoeng siden de ble inkludert i målingen i 2020. Musikkstrømmetjenester har i samme periode økt med 10 prosentpoeng.

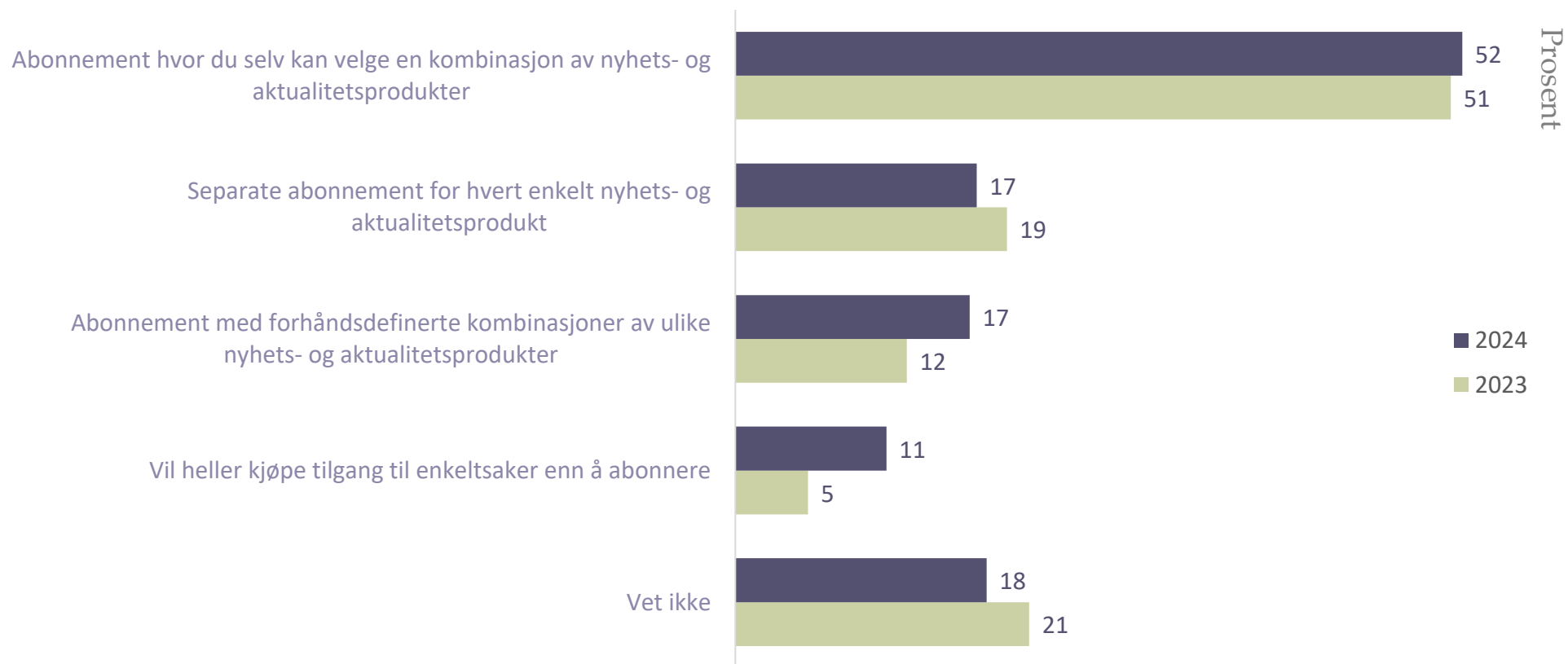
1 av 5 har et bundling-abonnement



Andelen som har et bundling-abonnement er relativt stabil siden fjoråret. 20 % oppgir nå å ha et abonnement som inkluderer flere nyhets- og aktualitetsprodukter som normalt sett kjøpes separat, mot 18 prosent året før. Nærmere 1 av 10 har hatt et slikt abonnement.

Nærmere 3 av 10 lokalavisabonnenter sier at de har et bundling-abonnement, mens noen flere oppgir dette blant abonnentene på riks- og nisjeaviser.

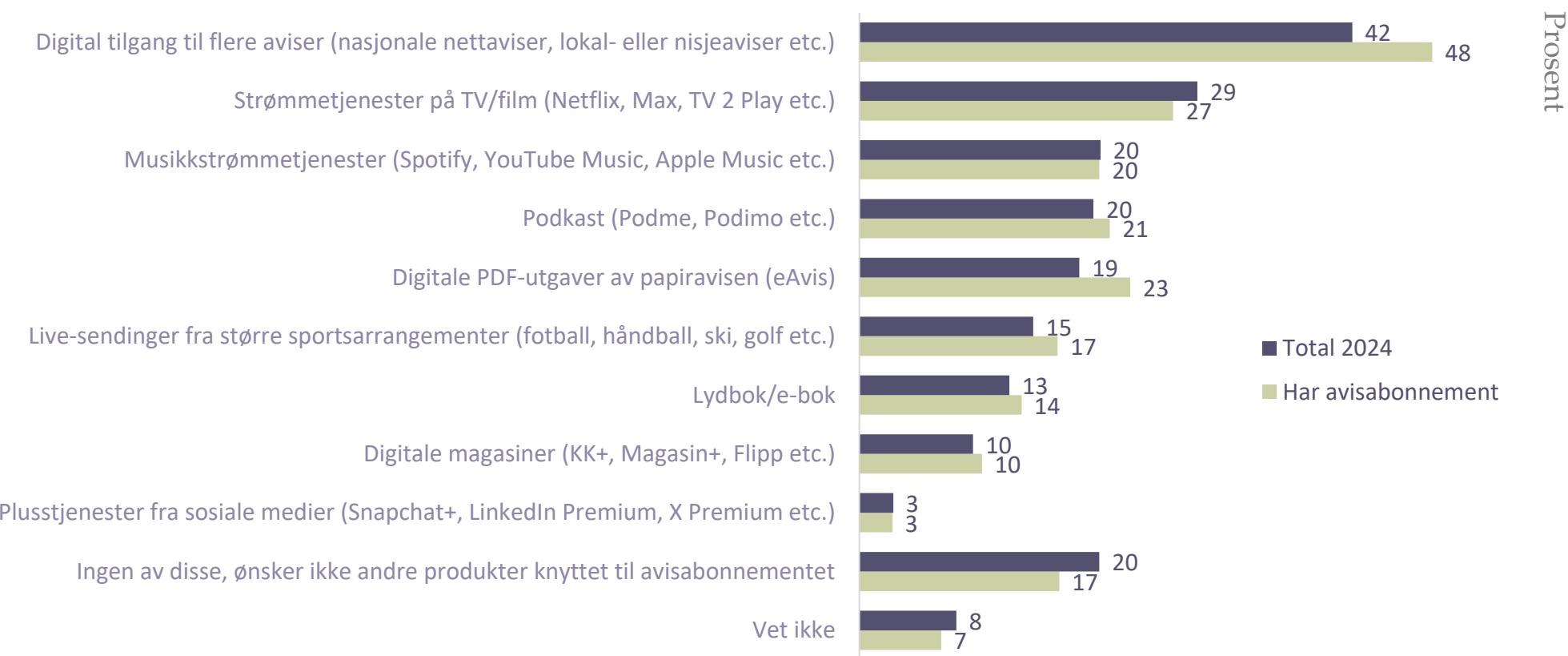
Abonnentene ønsker å velge selv



Den mest attraktive abonnementsmodellen for de som synes at det er aktuelt å abonnere på nyhets- og aktualitetsprodukter, er at abonnenten selv kan velge en kombinasjon produkter. Over halvparten foretrekker dette når de tenker seg at de skal abonnere. Dette er også mest populært blant de som allerede har et avisabonnement i dag.

Kvinner foretrekker dette i noe større grad enn menn, mens menn er noe overrepresentert blant de som ønsker separate abonnement og forhåndsdefinerte kombinasjoner.

Tilgang til flere aviser og strømmetjenester

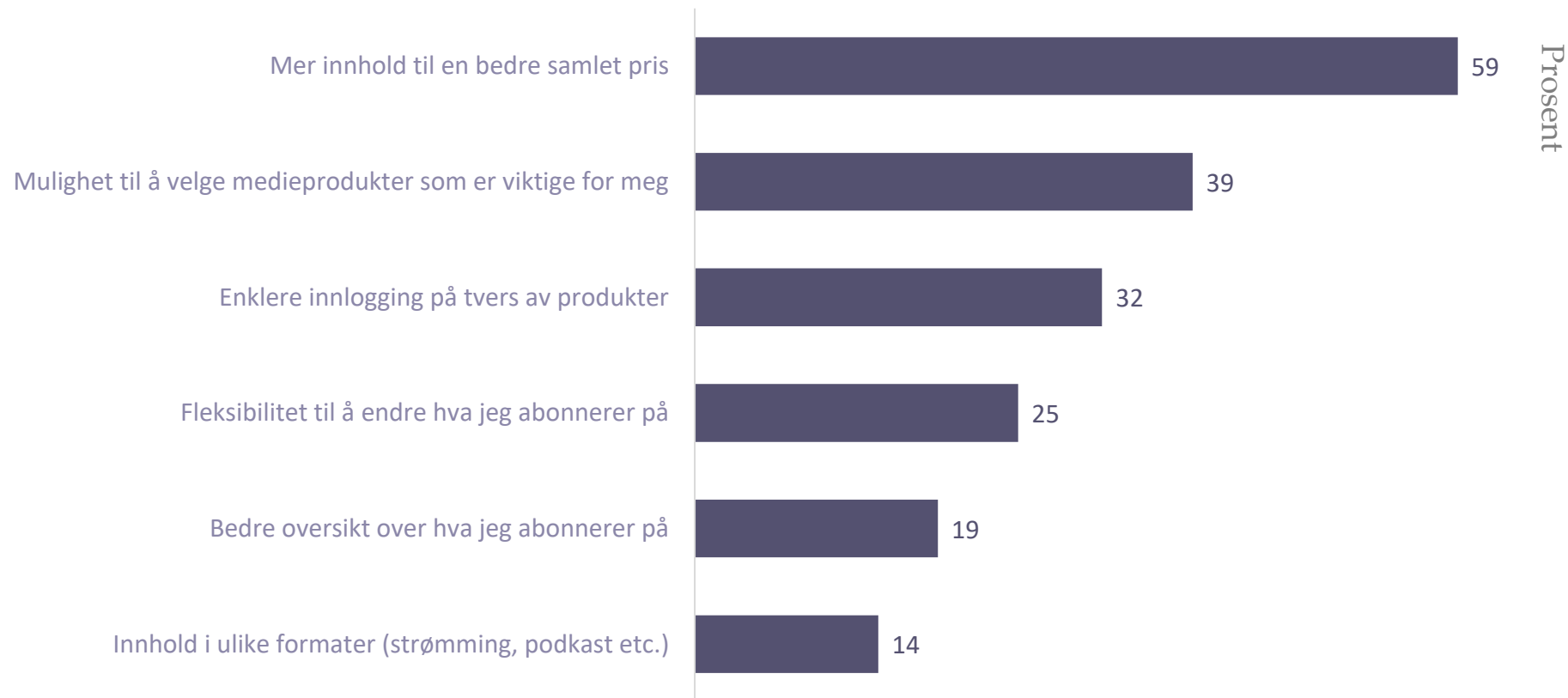


Digital tilgang til flere aviser samt tilgang til strømmetjenester for TV/film og musikk er mest interessant å motta som en del av et avisabonnement.

De som allerede er abonnenter ønsker seg i større grad tilgang til flere aviser, digitale PDF-utgaver og live-sendinger på sport.

Interessene varierer med kjønn og alder. 46 % blant de under 30 år synes det er interessant å inkludere strømmetjenester på TV/film og over 3 av 10 kan tenke seg podkaster.

Mer innhold til en bedre pris



Mer innhold til bedre pris er det mest interessante med å få tilgang til flere medieprodukter som en del av et avisabonnement.

Kvinner og yngre setter i større grad pris på innhold i ulike formater, mens de yngre i tillegg ser det som en fordel å få bedre oversikt over hva de abonnerer på.

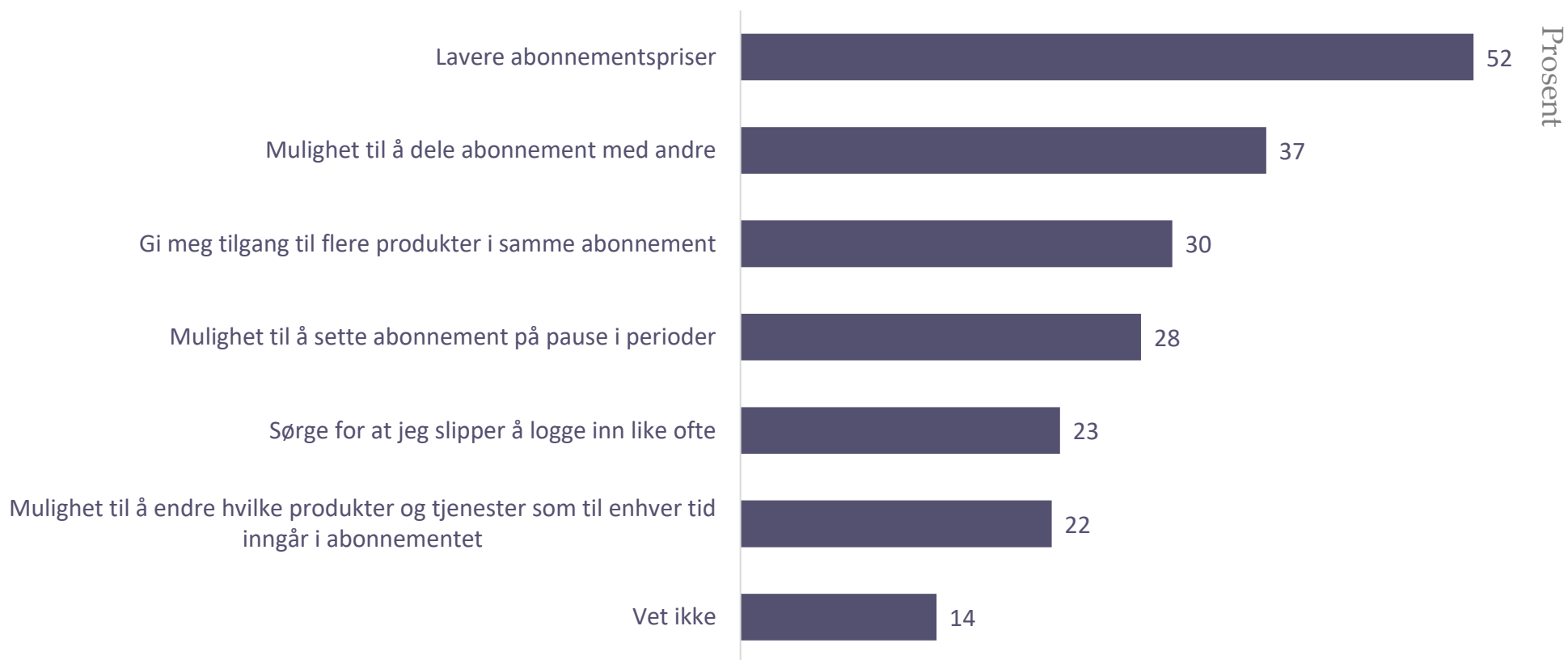
Innhold: Mindre reklame og flere stemmer



Det viktigste norske nettaviser kan gjøre på innholdssiden for å bli mer attraktive er å ha mindre reklame, etterfulgt av å trekke frem flere stemmer for å belyse saker.

Kvinner og unge ønsker seg i større grad sammendrag/kortversjoner av saker, og personer under 30 år vil i større grad også få innhold tilpasset sine interesser (27 %), opplesning av artikler (9 %), podkaster (8 %) og videoinnhold (5 %).

Abo: Lavere priser og mulighet til å dele



Det viktigste norske nettaviser kan gjøre med sine abonnementsløsninger for å bli mer attraktive er å sette ned prisene på abonnementene, etterfulgt av å gi mulighet til å dele abonnement med andre.

Større fleksibilitet er viktigere for yngre målgrupper, og lavere priser og mulighet for å pause abonnement er spesielt viktig for de som har fått en strammere økonomi.



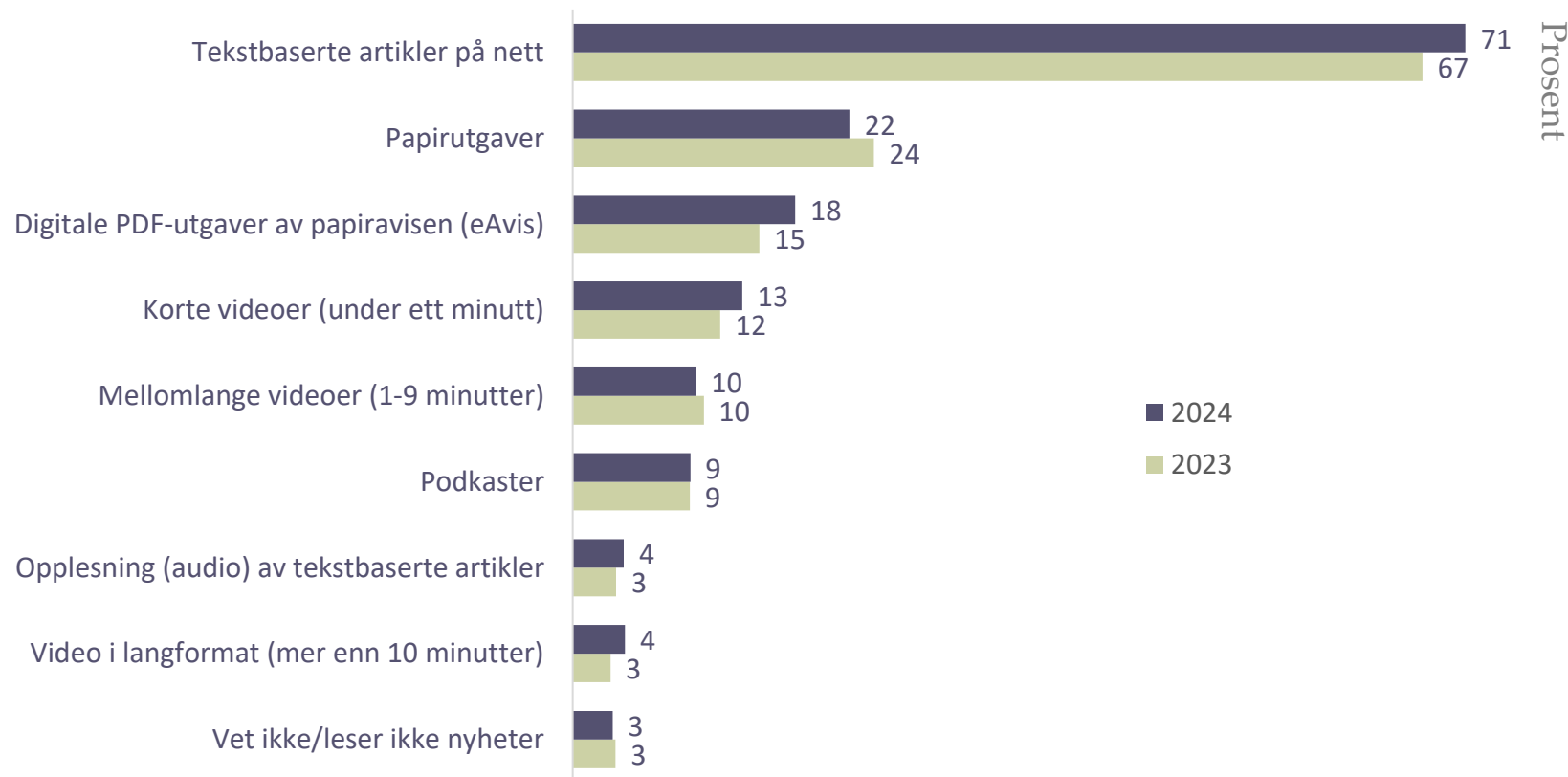
Holdninger til nyheter og abonnements- tjenester

FORMATER – oppsummering

PÅSTANDER – ENIG/UENIG

- Flest, 7 av 10, foretrekker tekstbaserte artikler på nett når de skal oppdatere seg på nyheter fra norske aviser og nettaviser, uavhengig av kjønn og alder.
- Det er nesten like mange som foretrekker digitale PDF-utgaver av papiravisen som papiravisen selv. 35 prosent av de over 60 år foretrekker digitale PDF-er, mens 41 prosent foretrekker papiravisen.
- 4 av 10 under 30 år foretrekker videoinnhold, og målgruppen foretrekker i større grad enn andre også podkaster og opplesning av artikler.
- 41 prosent av de som abonnerer på komplett eller papir, er negative til en reduksjon i antall utgivelser på papir. Abonnenter på nisjeaviser er mer positive til dette enn abonnentene på lokal- og regionaviser. Blant personer under 30 år er 44 prosent positive til en slik utvikling, mens samme andel blant de over 60 er på 17 prosent.

7 av 10 foretrekker tekstbaserte artikler på nett



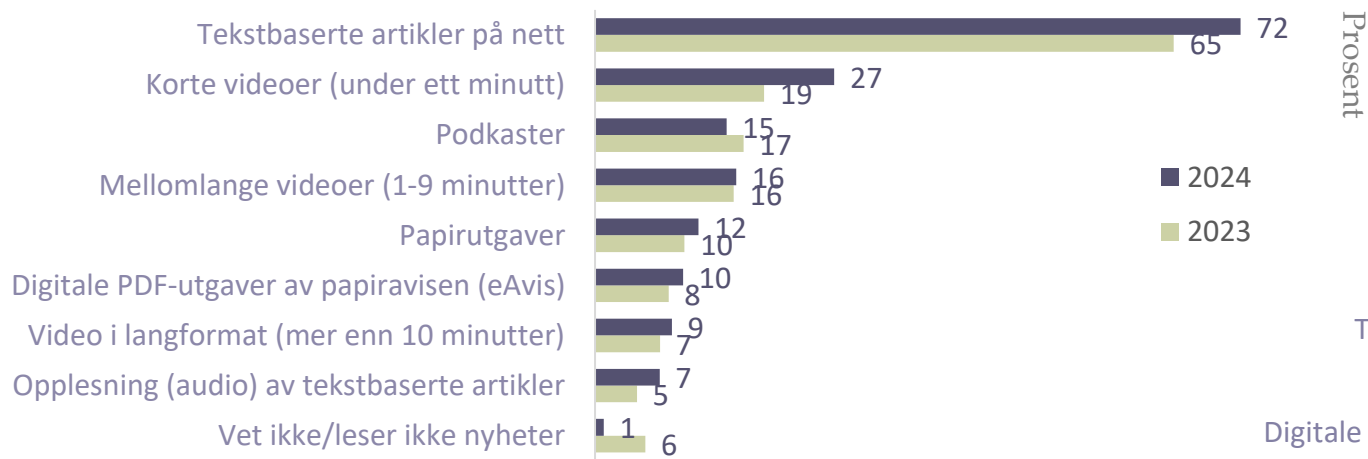
Flest foretrekker tekstbaserte artikler på nett når de skal oppdatere seg på nyheter fra norske aviser og nettaviser, uavhengig av kjønn og alder.

Det er snart like mange som foretrekker digitale PDF-utgaver av papiravisen som papiravisen selv. 35 % av de over 60 år foretrekker digitale PDF-er, mens 41 % foretrekker papiravisen.

4 av 10 under 30 år foretrekker videoinnhold, og målgruppen foretrekker i større grad enn andre også podkaster og opplesning av artikler.

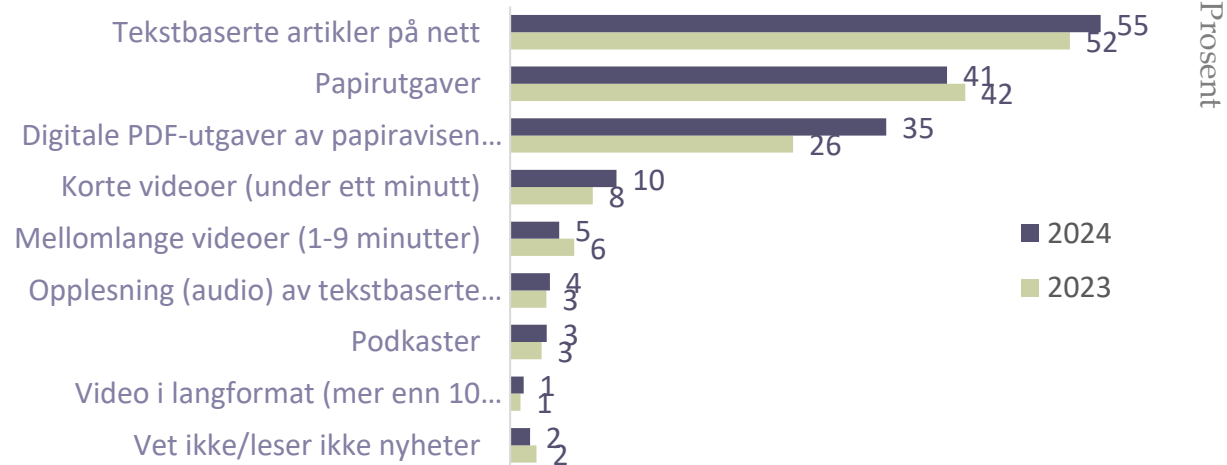
De yngste foretrekker i større grad video og podkaster

UNDER 30 ÅR

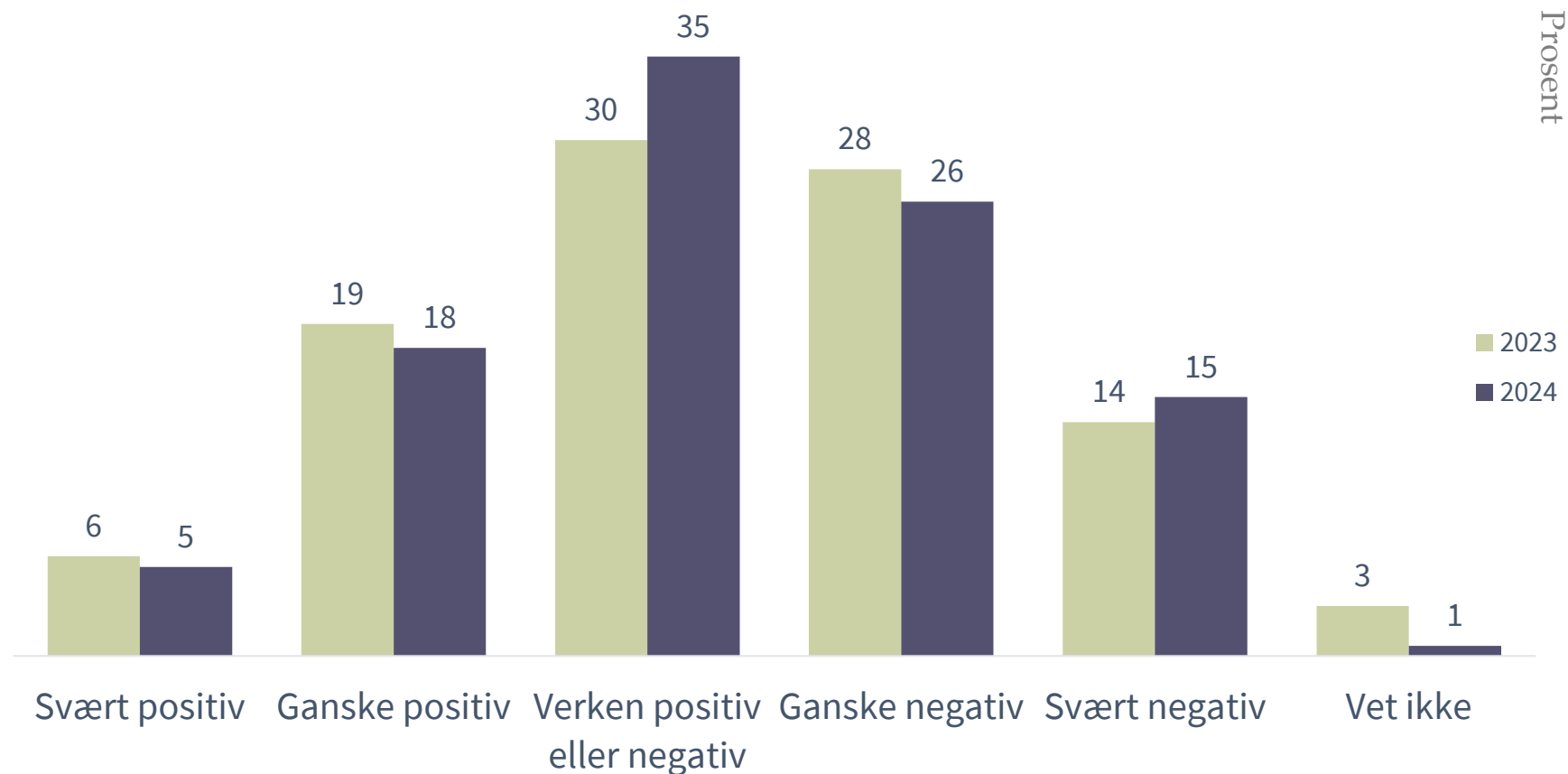


4 av 10 under 30 år foretrekker video (uavhengig av lengde), mot 14 prosent over 60 år. Målgruppen foretrekker i større grad enn andre også podkaster og opplesning av artikler.

OVER 60 ÅR



4 av 10 er negative til frekvensendringer



41 prosent av de som abonnerer på komplett eller papir, er negative til en reduksjon i antall utgivelser på papir. Det er omtrent likt som året før.

Abonnenter på nisjeaviser er mer positive til dette enn abonnentene på lokal- og regionaviser.

Her er det også store forskjeller i ulike aldersgrupper, og blant personer under 30 år er 44 % positive til en slik utvikling, mens samme andel blant de over 60 er på 17 %.

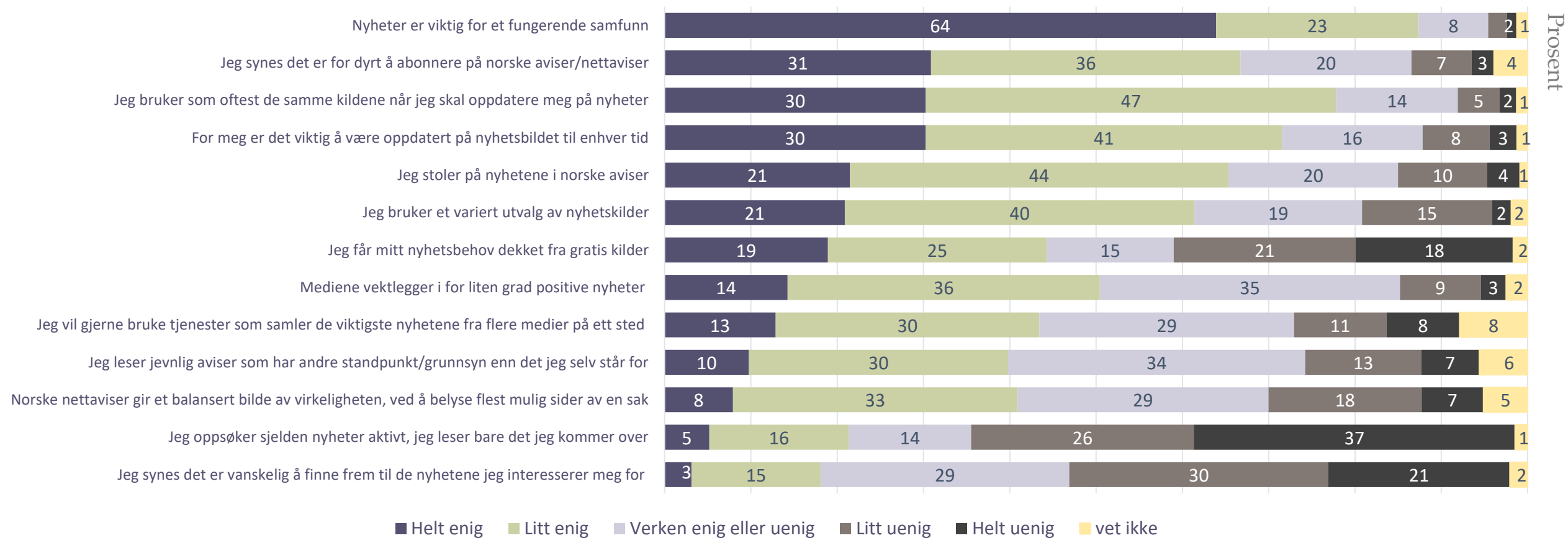


PÅSTANDER – oppsummering

PÅSTANDER – ENIG/UENIG

- 87 prosent er enige i at nyheter er viktig for et fungerende samfunn.
- 78 prosent bruker stort sett de samme kildene når de skal oppdatere seg på nyheter, mens 6 av 10 samtidig er enige i at kildene de bruker utgjør et variert utvalg av nyhetskilder.
- 7 av 10 er opptatt av å være oppdatert på nyhetsbildet til enhver tid.
- Stadig flere synes det er for dyrt å abonnere, 67 prosent i 2024 vs. 58 prosent i 2018. På samme tid får færre sitt nyhetsbehov dekket av gratis kilder (44 prosent).
- 65 prosent er enige i at de stoler på nyhetene i norske aviser, mens 14 prosent er uenige i dette.
- Halvparten av befolkningen over 18 år synes at mediene i for liten grad vektlegger positive nyheter.
- 43 prosent vil bruke tjenester som samler de viktigste nyhetene fra flere medier på ett sted.
- 4 av 10 er enige i at norske nettaviser gir et balansert bilde av virkeligheten, ved å belyse flest mulig sider ved en sak. 1 av 5 er uenige i dette.
- 4 av 10 leser jevnlig aviser som har andre standpunkt/grunnsyn enn det de selv står for.
- 21 prosent oppsøker sjelden nyheter aktivt, men leser heller bare det de kommer over.
- 2 av 10 synes det er vanskelig å finne frem til nyheter de interesserer seg for. Andelen har økt fra 11 til 18 prosent siden 2018.

Påstander om nyheter



Flere synes det er for dyrt å abonnere



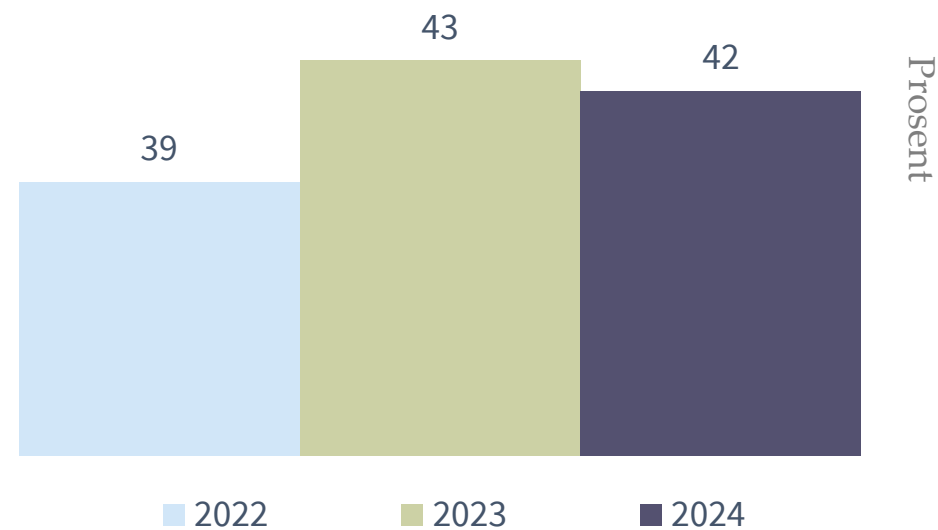


FORVENTNINGER

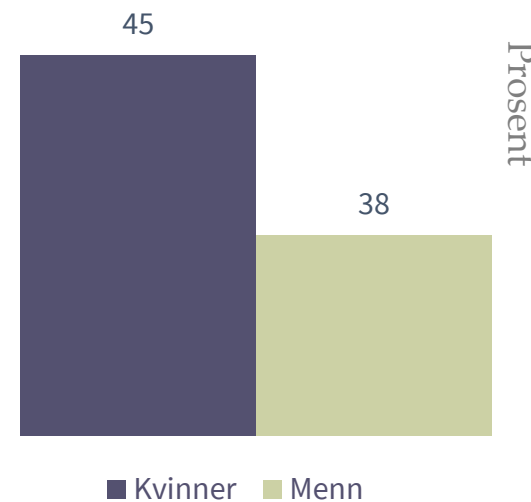
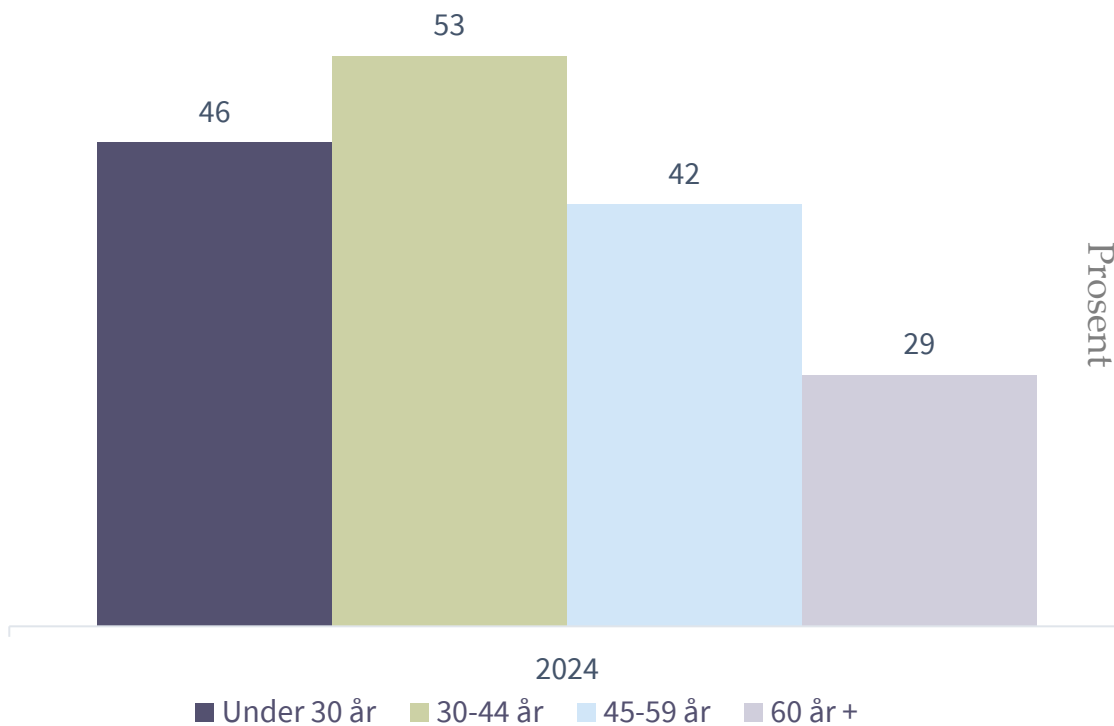
FORVENTNINGER – oppsummering

- 42 prosent svarer at de har fått en merkbart strammere økonomi i løpet av de siste 12 månedene. Kvinner og unge voksne er i større grad preget av dette. Eneforsørgere er hardest rammet, og 65 prosent av disse oppgir å ha fått en merkbart strammere økonomi.
- Avisabonnentene er i noe mindre grad berørt. 38 prosent av de som har et avisabonnement oppgir å ha fått dårligere råd, mens det gjelder halvparten av de som ikke har abonnement i dag.
- Andelen som sier at de har sagt opp minst ett abonnement som følge av strammere økonomi, har økt fra 37 til 55 prosent på to år, og med 6 prosentpoeng det siste året.
- Det er flest blant de under 45 år som sier at de har sagt opp et abonnement, og aldersgruppen er overrepresentert blant de som har sagt opp strømmetjenester for TV og film. Personer over 45 har i mindre grad sagt opp abonnement.
- Andelen som sier opp strømmeabonnement er økende, og det gjelder i størst grad utenlandske strømmetjenester.
- 4 av 10 abonnenter på strømmetjenester, som samtidig oppgir at de har fått dårligere økonomi, har sagt opp en strømmetjeneste på TV/film. 27 prosent av avisabonnenter med strammere økonomi har sagt opp et avisabonnement.
- Nær 9 av 10 av de som ikke har abonnement, mener det er usannsynlig at de vil abonnere i løpet av de neste 12 månedene.
- Blant de som har abonnement i dag, ser 8 av 10 for seg at de vil ha like mange abonnement om ett år som det de har i dag, og det er fortsatt flere som tror de vil ha færre abonnement enn det er som vil anskaffe nye abonnement.
- Abonnenter på nisjeaviser og personer under 30 år tenker i noe større grad at de vil ha flere abonnement.

42 % svarer at de har fått en merkbart strammere økonomi i løpet av de siste 12 månedene



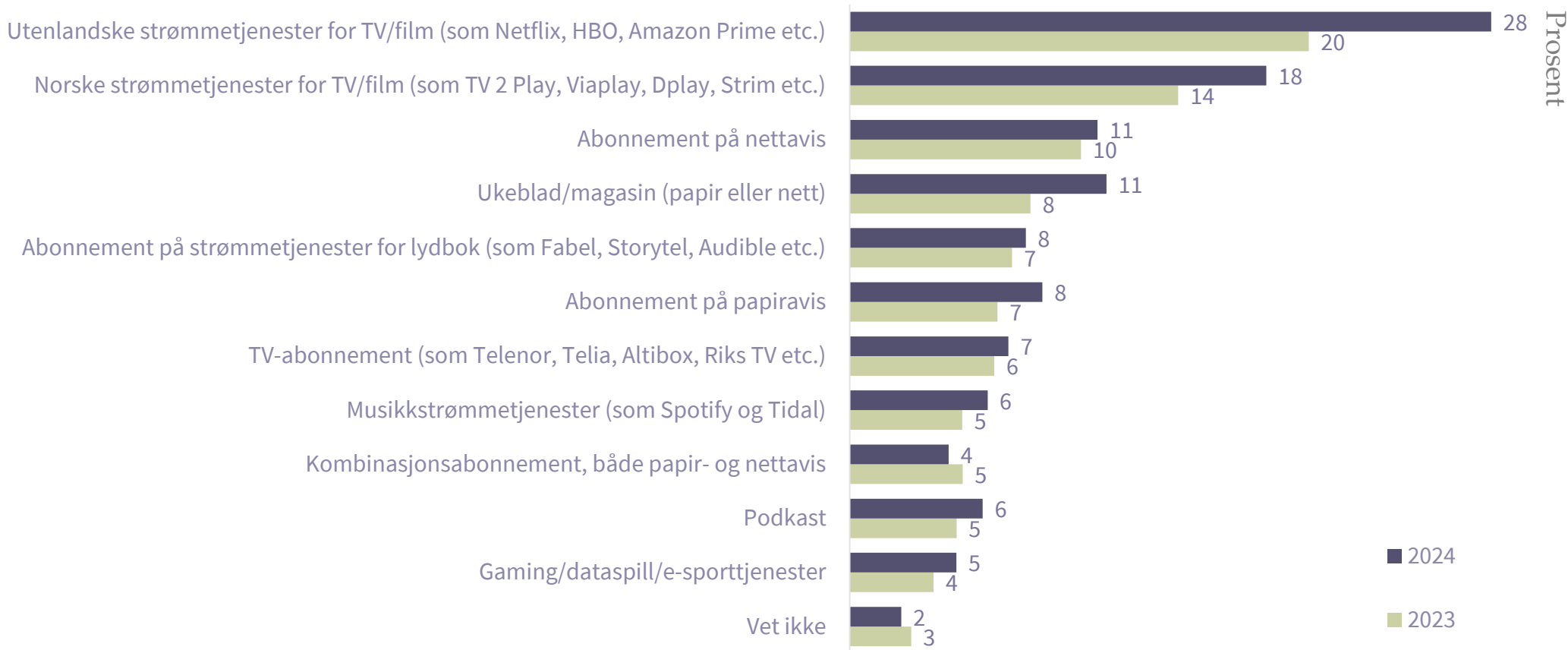
Kvinner og unge voksne har i større grad fått strammere økonomi



Eneforsørgere er hardest rammet og 65 % av disse oppgir å ha fått en merkbart strammere økonomi.

Avisabonntene er i noe mindre grad berørt. 38 % av de som har et avisabonnement oppgir å ha fått dårligere råd, mens det gjelder halvparten av de som ikke har abonnement i dag.

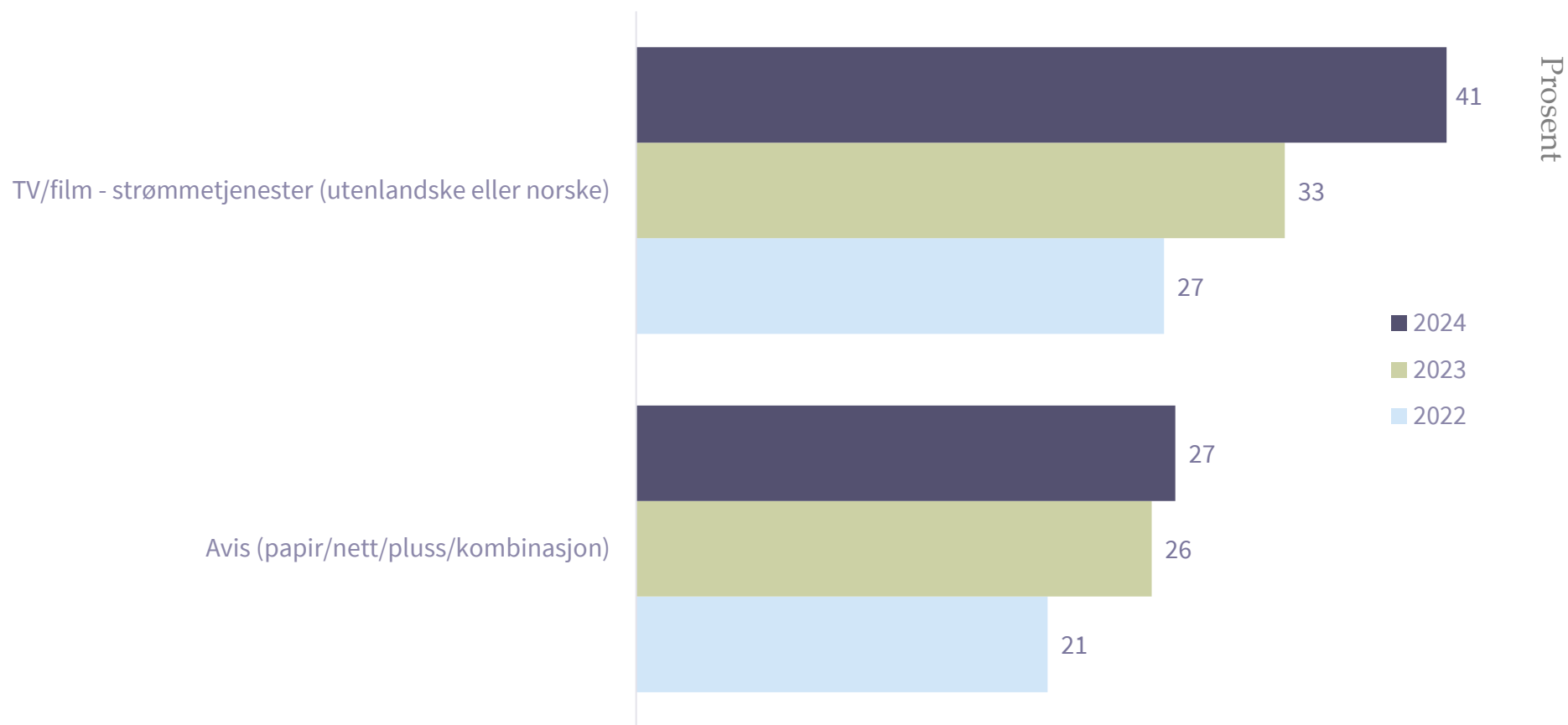
55 prosent har som følge av strammere økonomi sagt opp minst ett abonnement



Andelen som sier at de har sagt opp minst ett abonnement som følge av strammere økonomi, har økt fra 37 til 55 prosent på to år, og med 6 prosentpoeng det siste året.

Det er flest blant de under 45 år som sier at de har sagt opp et abonnement (65 %), og aldersgruppen er overrepresentert blant de som har sagt opp strømmetjenester for TV og film. Personer over 45 har i mindre grad sagt opp abonnement (43 %).

Flest sier opp strømmeabonnement

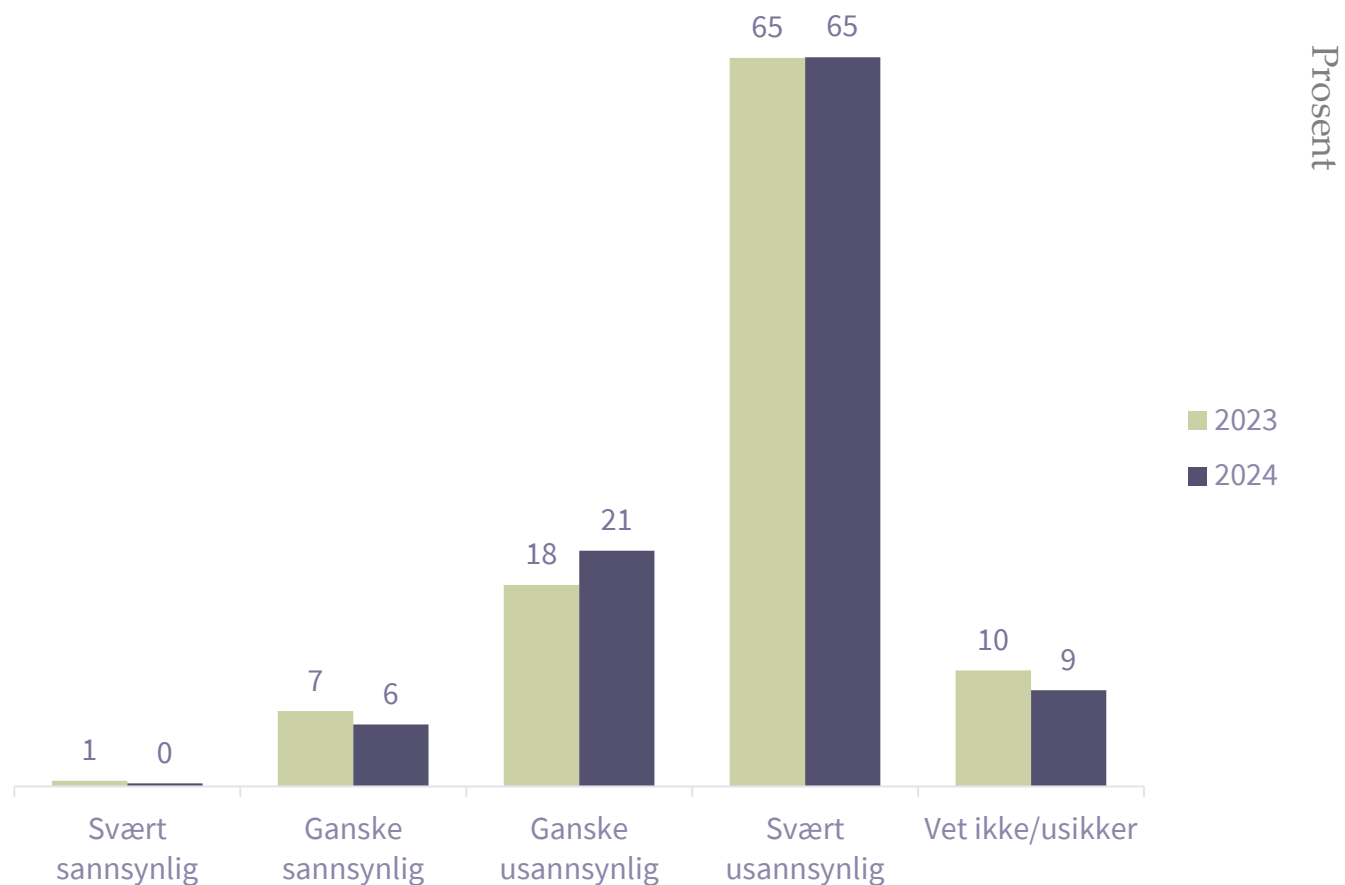


Andelen som svarer at de har sagt opp et strømmeabonnement er økende, og det gjelder i størst grad utenlandske strømmetjenester.

4 av 10 abonnenter på strømmetjenester, som samtidig oppgir at de har fått dårligere økonomi, har sagt opp en strømmetjeneste på TV/film.

27 % av avisabonnenter med strammere økonomi har sagt opp et avisabonnement.

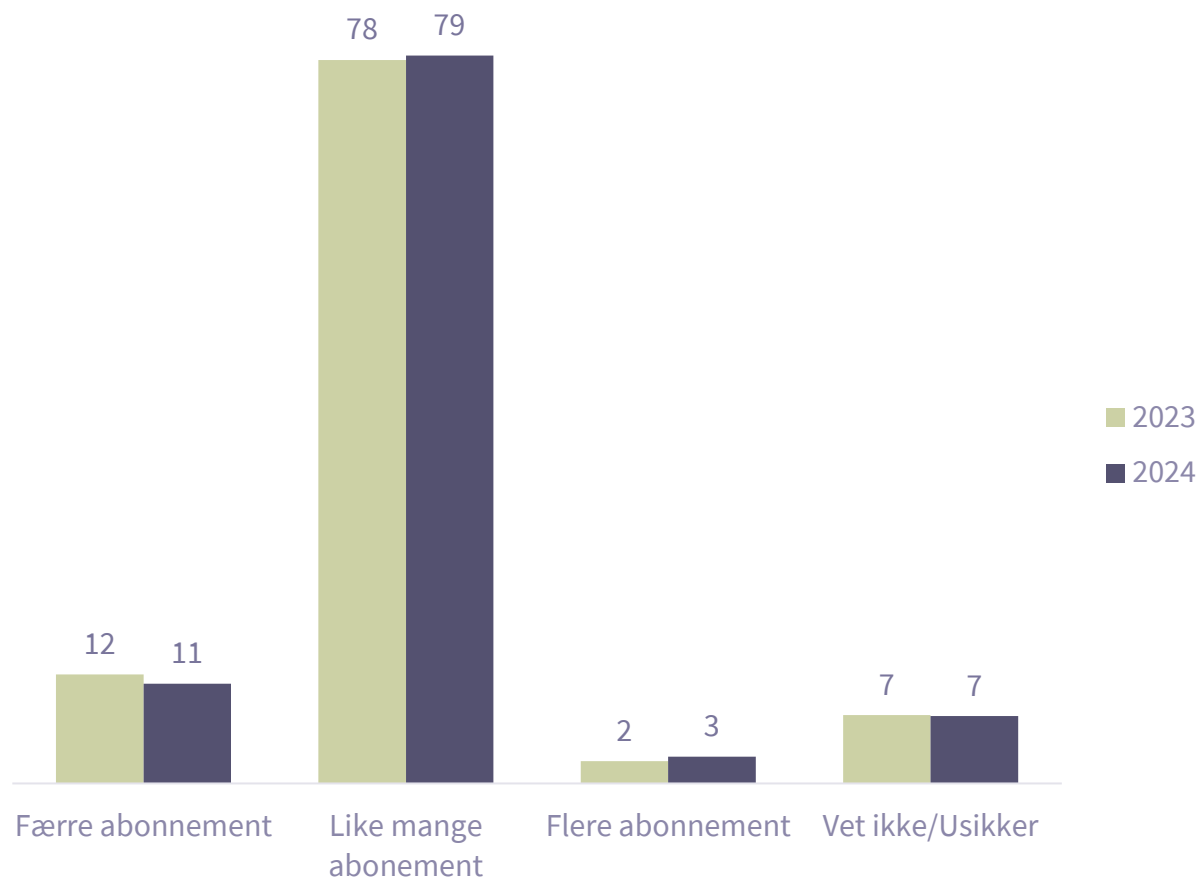
87 prosent av de som ikke har abonnement, mener det er usannsynlig at de vil abonnere



28 % av respondentene har ikke noen form for avisabonnement i dag, og nærmere 9 av 10 av ikke-abonnentene mener det er usannsynlig at de vil abonnere på en avis innen de neste 12 månedene (86 %).

6 % oppgir at det er sannsynlig at de vil abonnere på en avis det neste året, mens det er så godt som ingen som mener at dette er svært sannsynlig.

8 av 10 vil ha like mange avisabonnement



Blant de som har abonnement i dag, ser 8 av 10 for seg at de vil ha like mange abonnement om 12 måneder som det de har i dag. Andelen er stabil sammenlignet med fjoråret.

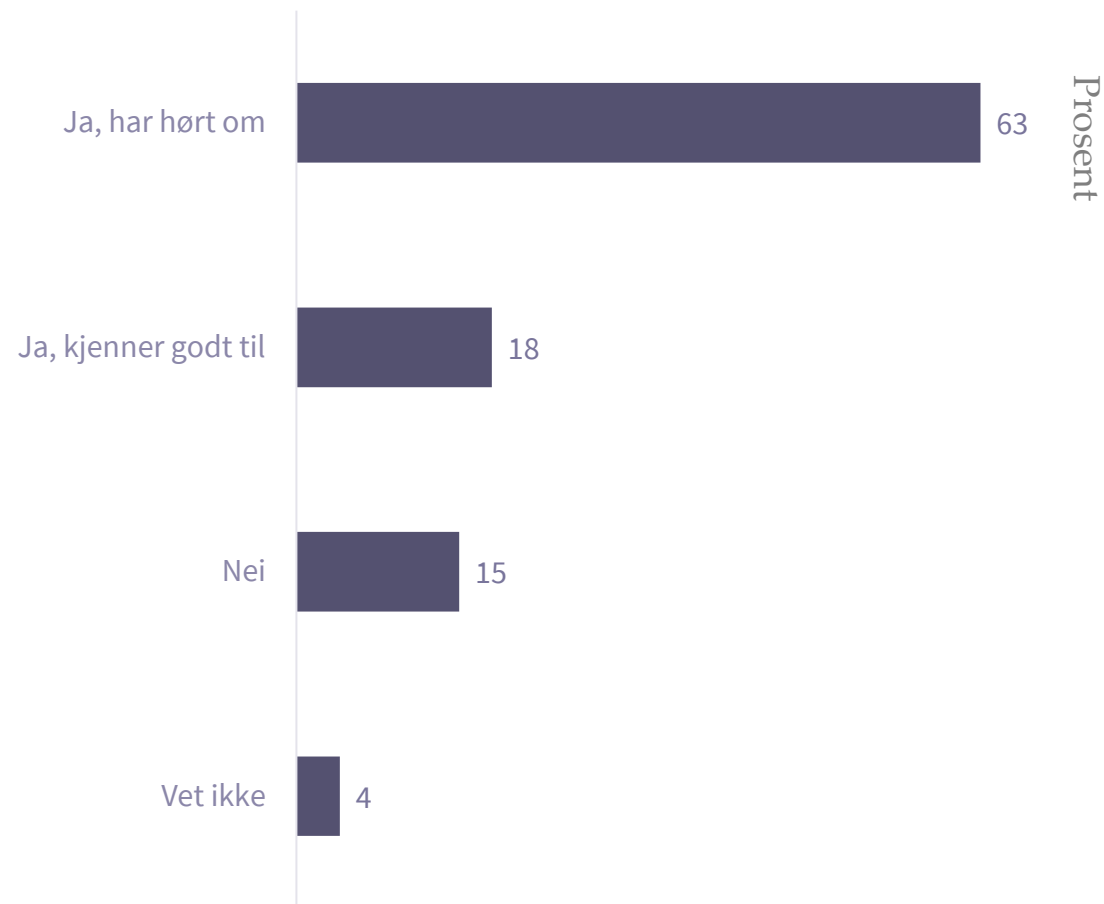
Det er fortsatt flere som tror de vil ha færre abonnement enn det er som vil anskaffe nye abonnement.

Abonnenter på nisjeaviser og personer under 30 år tenker i noe større grad at de vil ha flere abonnement (7 %).

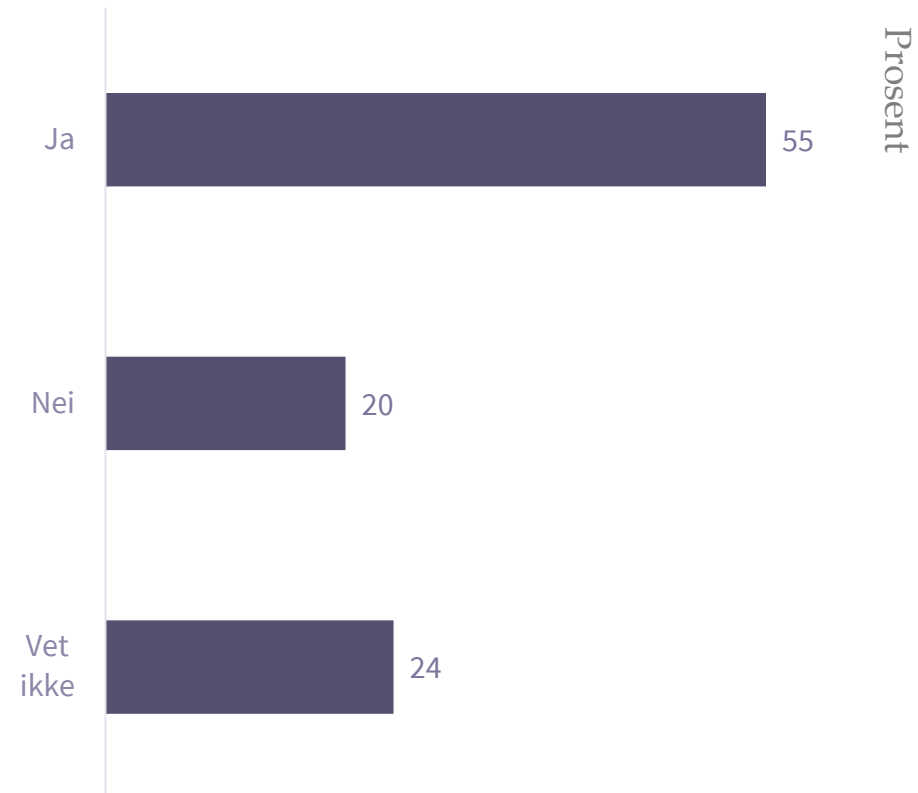
KUNSTIG INTELLIGENS – oppsummering

- 8 av 10 har hørt om eller kjenner godt til kunstig intelligens
- 55 prosent har sett nyheter i norske medier, helt eller delvis laget ved hjelp av kunstig intelligens. Andelen er høyere blant personer under 45 år.
- 46 prosent stoler mindre på innhold laget ved hjelp av kunstig intelligens. Personer under 30 år har noe høyere tillit til innhold laget ved hjelp av KI enn andre aldersgrupper.
- 11 prosent har benyttet chatbots/samtaleroboter for å oppdatere seg på nyhetsbildet (ChatGPT, Snapchat MY AI, Microsoft Copilot etc.). 14 prosent blant menn, 15 prosent blant personer i alderen 18-44 år og 17 prosent blant de som har fått en merkbart strammere økonomi.
- 2 av 10 har fått lavere tillit til norske nettaviser det siste året. 3 av 4 har uendret tillit, mens 2 prosent har fått høyere tillit. Flere blant de som har fått en merkbart strammere økonomi, oppgir lavere tillit til nettavisene.

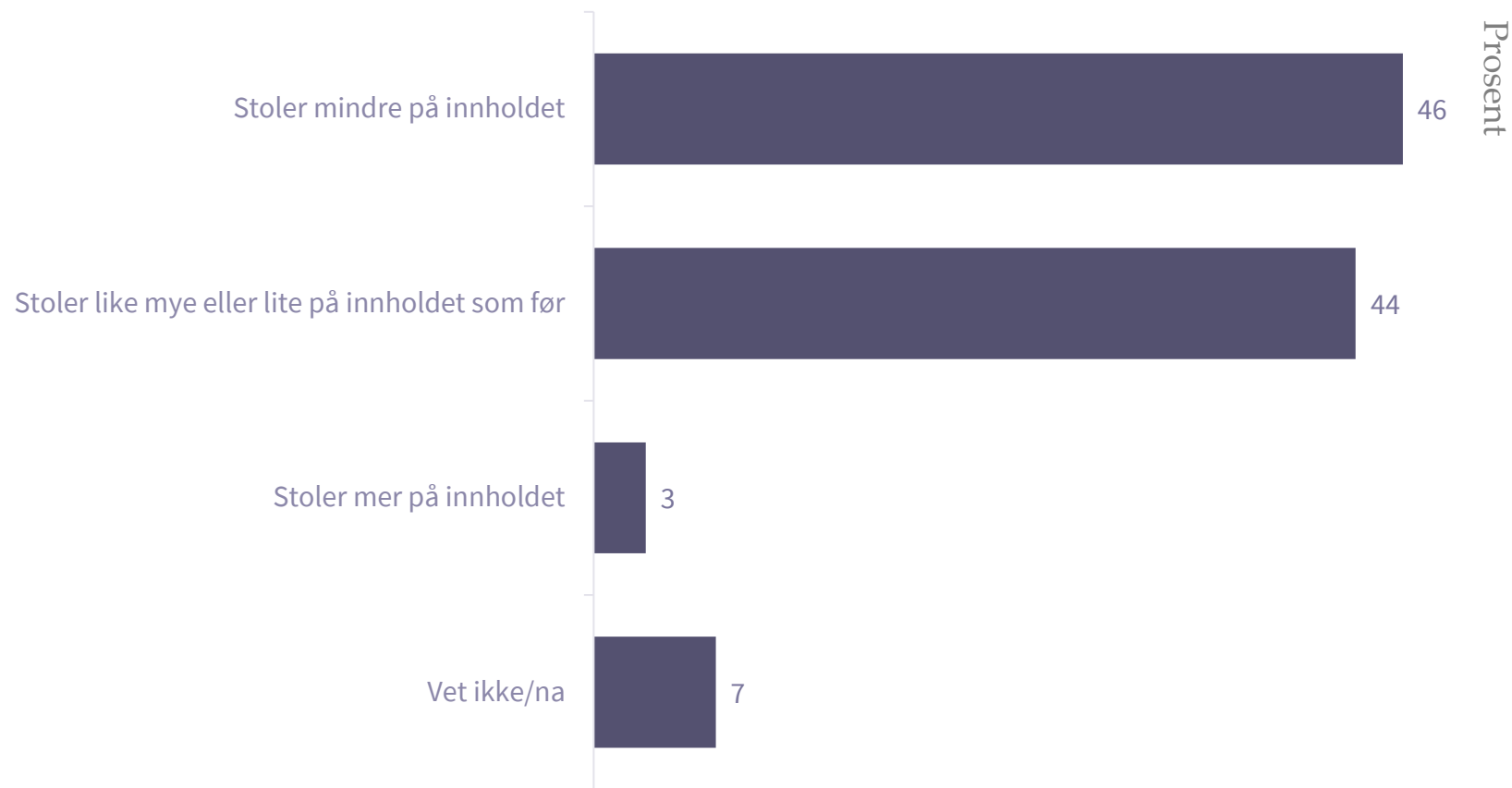
8 av 10 har hørt om eller kjenner godt til kunstig intelligens



55 prosent har sett
nyheter i norske
medier, helt eller
delvis laget ved hjelp
av kunstig intelligens
(65 % blant de under 45 år)



Nær halvparten stoler mindre på innhold laget ved hjelp av kunstig intelligens

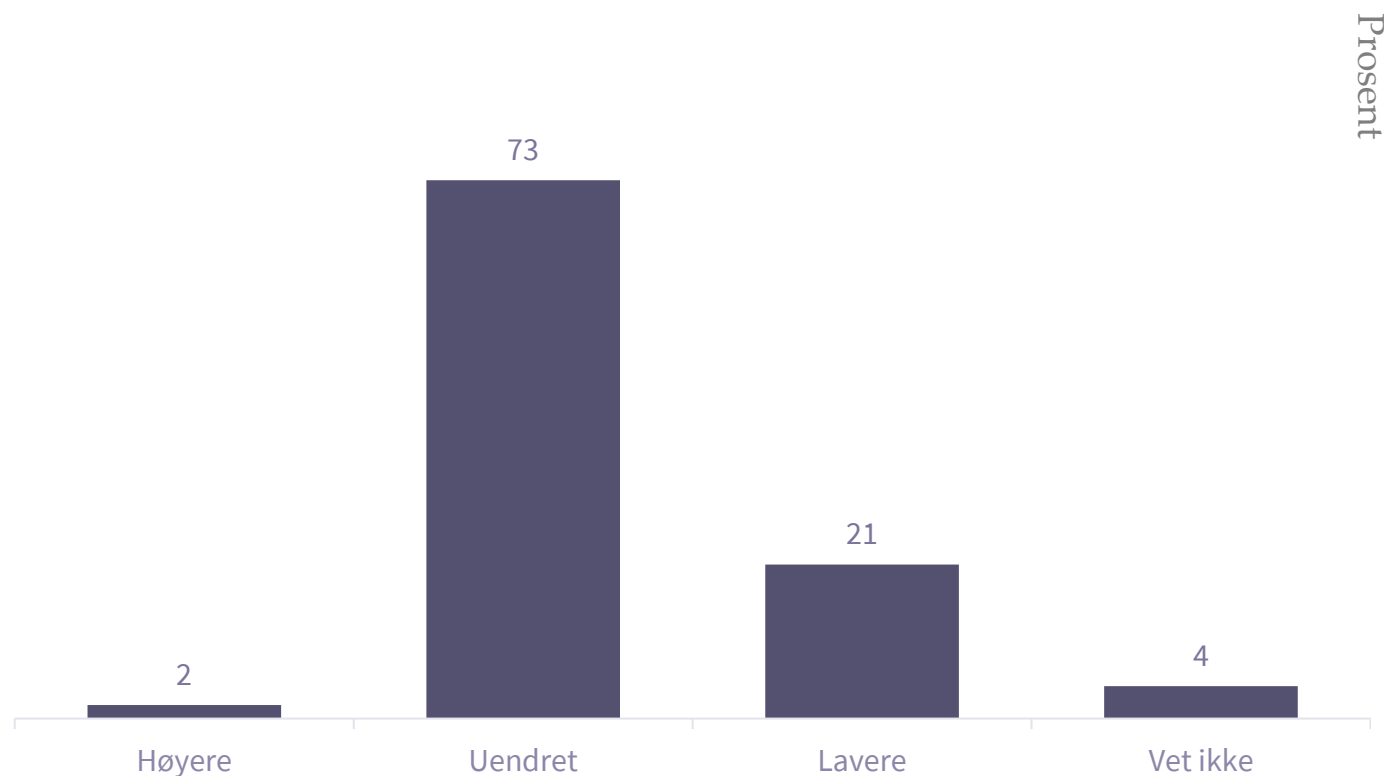


Personer under 30 år har noe høyere tillit til innhold laget ved hjelp av KI enn andre aldersgrupper.

11 prosent har benyttet chatbots/samtaleroboter for å oppdatere seg på nyhetsbildet (ChatGPT, Snapchat MY AI, Microsoft Copilot etc.)

- 14 prosent blant menn
- 15 prosent blant de i alderen 18-44 år
- 17 prosent blant de som har fått en merkbart strammere økonomi
- 18 prosent blant abonnenter på gaming, dataspill og e-sporttjenester.

2 av 10 med lavere tillit til norske nettaviser



3 av 4 har uendret tillit til norske nettaviser det siste året, mens 2 % har fått høyere tillit.

21 % har lavere tillit (19 % blant de som har avisabonnement i dag), og det skiller lite på kjønn og ulike aldersgrupper.

Flere, og 3 av 10, blant de som har fått en merkbart strammere økonomi, oppgir lavere tillit til nettavisene.

3 av 4 med uendret tillit til norske nettaviser

For mye kjendissaker som blir frontet, fremfor viktige nasjonale og internasjonale saker.

Ensidig vinkling av nyhetssaker

De fremstår som troverdige

Store headlines/overskrifter som ikke stemmer med innholdet. Blir irritert

De fleste nettsted gir informasjon med politisk baktanke, dvs. de er ikke nøytrale.

De virker mer sannferdige

De sjekker kilder og slipper ikke ut fake News

UTVALGET

landsrepresentativt



Hvem har besvart undersøkelsen?

KJØNN

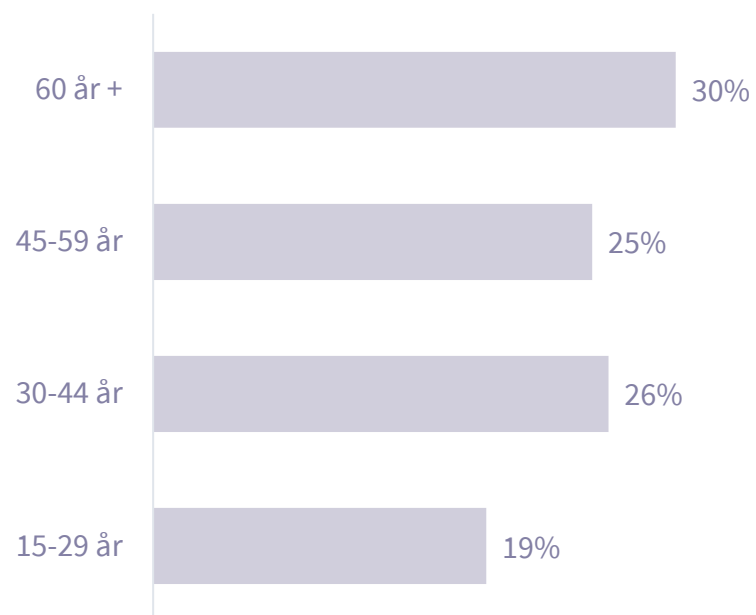


50%

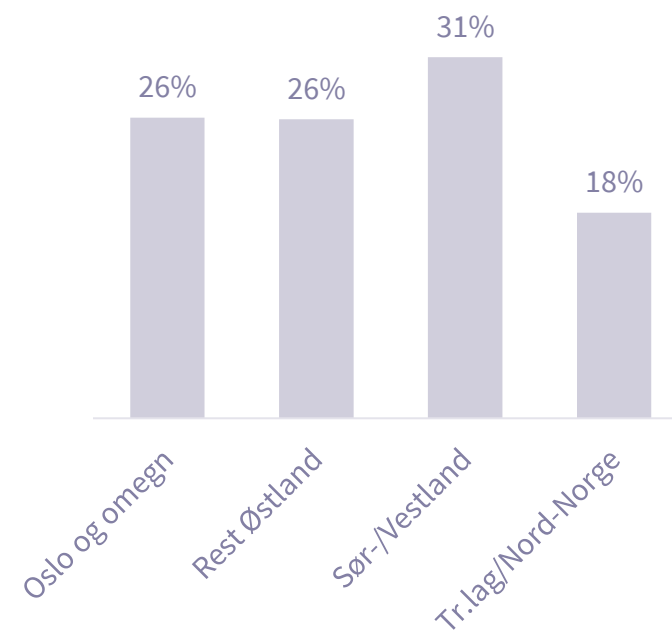


50%

ALDER

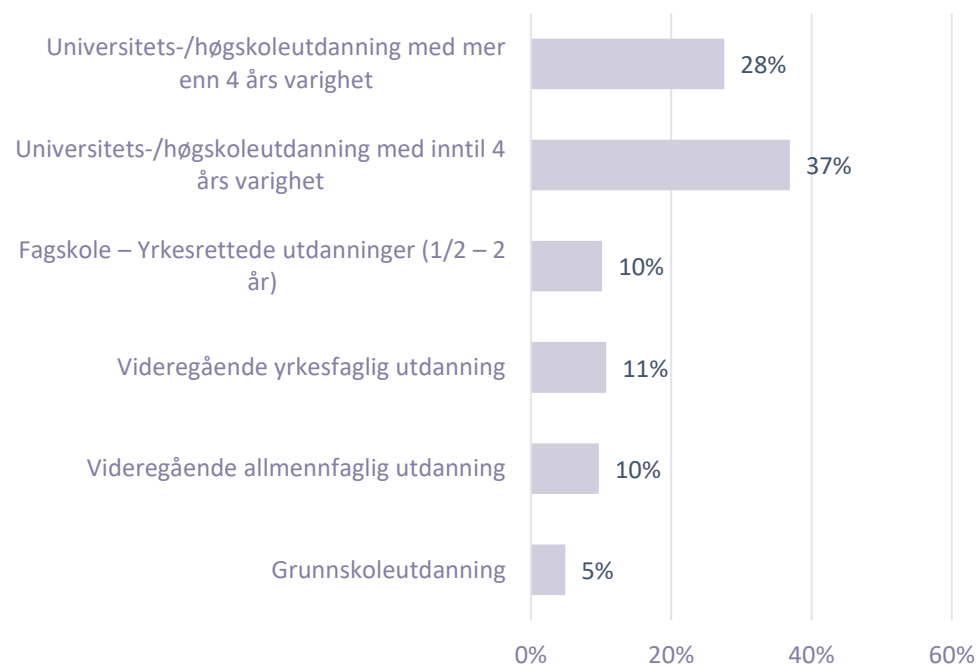


REGION

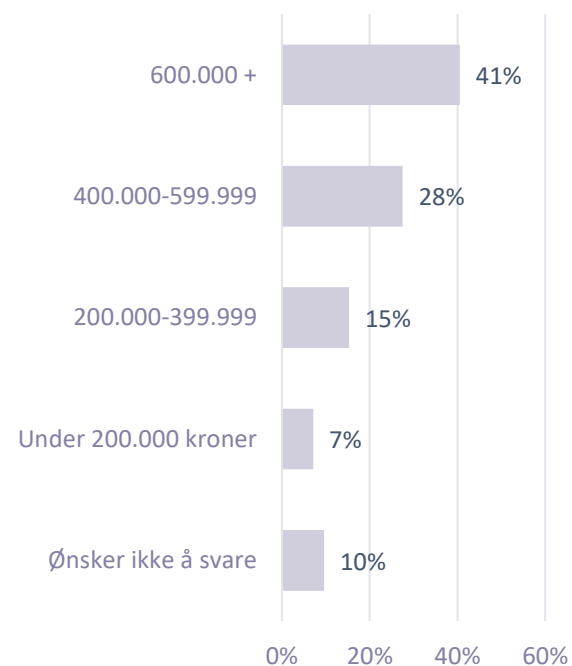


Hvem har besvart undersøkelsen?

UTDANNING



PERSONLIG INNTEKT



HOVEDKILDE TIL LIVSOPPHOLD

