

Avislesing ikke lenger for alle

Vi kjøper og leser aviser i mindre grad nå enn før. Samlet opplag går ned, og færre leser aviser regelmessig. Siden slutten av 1990-tallet har nedgangen vært størst blant de unge og de med lavest utdanning. Siden midten av 1990-tallet er Internett blitt en stadig viktigere kilde til oppdaterte nyheter. Men de fleste av oss fortsetter å lese papiraviser samtidig som vi leser aviser på nett. 70 prosent av oss abonnerte på avis i 2009. Gifte og samboende med barn abonnerer oftere enn enslige uten barn.

Siden slutten av 1990-tallet har det norske avisforbruket vært synkende. Dette gjelder både for samlet opplag, for solgte aviser per 1 000 innbyggere, og for daglig lesing. Det er foreløpig ingen tegn til at nedgangen er i ferd med å stoppe, tvert i mot har nedgangen de siste fem årene vært sterkere enn i de fem foregående årene.

Gjennom 1990-tallet var samlet avisopplag stabilt på et nivå mellom 3,1 og 3,2 millioner. Toppen kom i 1994 med 3 172 000, men tallet for 1998 var bare noen få tusen lavere. Senere er det bare gått nedover. 2004 var det siste året der samlet opplag var over 3 millioner, og i 2009 var det bare 2 659 000 (Høst 2010). Dette er en nedgang på 500 000 (16 prosent) siden 1998. Opplysningene om avislesing i Norsk mediebarometer (se tekstboks) viser en lignende overgang fra stabilitet til nedgang. Frem til og med 1997 var det rundt 84 prosent (personer 9-79 år) som svarte at de hadde lest avis på en gjennomsnittlig dag. Deretter begynte nedgangen, fra 81 prosent i 1998-1999 til 65 prosent i 2009. Også her begynte nedgangen forsiktig, for deretter å øke.

Nedgang for de fleste aviser

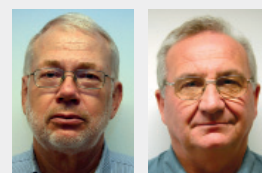
Dagsaviser med en lokal forankring utgjør selve ryggraden i det norske avis-systemet. Dette er de viktigste avisene i de byene og tettstedene der de kommer ut, og normalt har de også en sterk stilling i det distriktet som sogner til utgivelsesstedet. Dette gjelder både den gruppen som er kalt storbyaviser, det vil si Aftenposten, Adresseavisen, Bergens Tidende, Stavanger Aftenblad og deres lokale konkurrenter, og vanlige lokale dagsaviser.

Om undersøkelsene

Medieundersøkelsene er gjennomført årlig i Statistisk sentralbyrå siden 1991, og viser nordmenns bruk og tilgang til ulike massemedier. Undersøkelsene er gjennomført blant et representativt utvalg av befolkningen i alderen 9-79 år. De dekker månedene mars, juni, september og desember og alle dager i uka. Siste utgave av disse undersøkelsene er publisert i Norsk mediebarometer 2009 (Vaage 2010). For de figurer og tabeller som viser aldersfordeling og familiefase, er 1994 og 1995 slått sammen for å få et større utvalg. Det samme gjelder 2008 og 2009.

Vi har valgt å se på aldersgruppen 15-79 år. Barn leser lite aviser, så de er tatt ut, da det kan virke forstyrrende inn på forståelsen av avislesing i den voksne befolkningen. I tabeller/figurer der utdanningsvariabelen er brukt, ser vi på aldersgruppen 30-79 år. Dette er gjort for å holde unge under utdanning utenfor sammenligningene. Vi har også stort sett valgt å se på avislesing fra mandag til lørdag. Dette er gjort for å eliminere søndagslesing, som har variert i forhold til tilbudet på aviser som kommer ut på søndager.

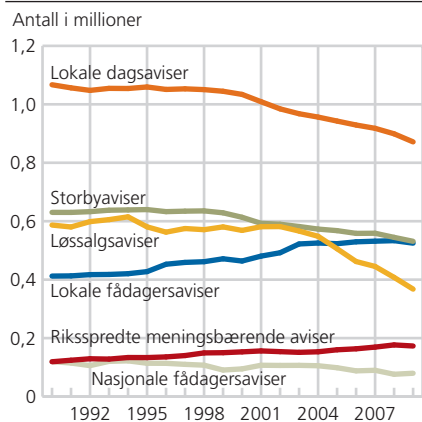
*Sigurd Høst og
Odd Frank Vaage*



Sigurd Høst (t.v.) er samfunnsvitenskapelig medieforsker og professor II ved Avdeling for mediefag, Høgskulen i Volda. (sigurd.host@hivolda.no)

Odd Frank Vaage er sosiolog og statistikkrådgiver i Statistisk sentralbyrå, Seksjon for leveårsstatistikk. (odd.vaage@ssb.no)

Figur 1. Samlet opplag for forskjellige grupper av aviser. 1990-2009. Antall



Kilde: Sigurd Høst: Avisåret 2009, Arbeidsrapport nr. 6/2010, Høgskulen i Volda/Møreforskning Volda.

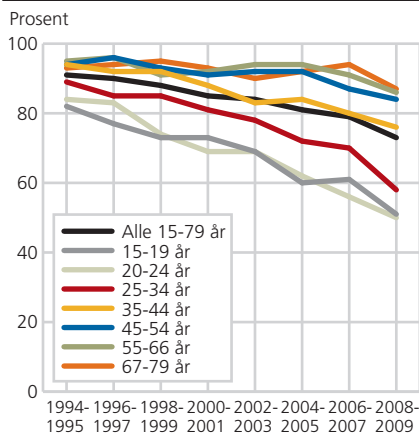
Storbyavisene og de andre lokale dagsavisene har hatt omtrent samme opplagsutvikling som alle aviser under ett, med stabilitet fra 1990 og frem til 1999 og deretter en jevn nedgang (se figur 1). Nedgangen har riktignok vært ekstra sterk i 2008 og 2009. Noe av den ekstra nedgangen i 2009 skyldes at mange aviser økte løssalgspisen fra 15 til 20 kroner. De fleste abonnementsavisene selger mindre enn 10 prosent av opplaget i løssalg, men virkningen av prisøkningen var likevel så sterk at det fikk betydning for totalen.

Løssalgsavisene VG og Dagbladet har hatt en helt annen utvikling. Etter en markert nedgang rett etter OL- og folkeavstemningsåret 1994, klarte de seg godt helt frem til 2004. Deretter har det gått raskt nedover. Fra 2004 til 2009 har samlet opplag for løssalgsavisene sunket fra 548 000 til 368 000, det vil si en nedgang på 33 prosent.

Selv om den generelle tendensen er nedadgående, er det to grupper av aviser som har gått frem. Den ene er de daglige nisjeavisene, det som i offisielle utredninger kalles «riksspredte meningsbærende aviser». Fremgangen skyldes først og fremst økonomiavisene Dagens Næringsliv og Finansavisen, men etter 2004 har også Klassekampen hatt en positiv utvikling.

Den andre gruppen med fremgang er de lokale fådagersavisene, det vil si aviser med 1-3 utgaver per uke. Økningen i samlet opplag var sterkest rett etter 1994 og fra 2000 til 2003. Veksten skyldes både opplagsøkning blant de gamle fådagersavisene, og en omfattende nyetablering. Mens det var 104 lokale fådagersaviser ved utgangen av 1990, var det 142 i 2009. De siste årene er opplagsveksten for denne gruppen erstattet av en stagnasjon som ligner den som de lokale dagsavisene hadde gjennom 1990-tallet.

Figur 2. Andel som har lest papiravis en gjennomsnittsdag mandag-lørdag, etter alder. 15-79 år. 1994-1995 til 2008-2009. Prosent

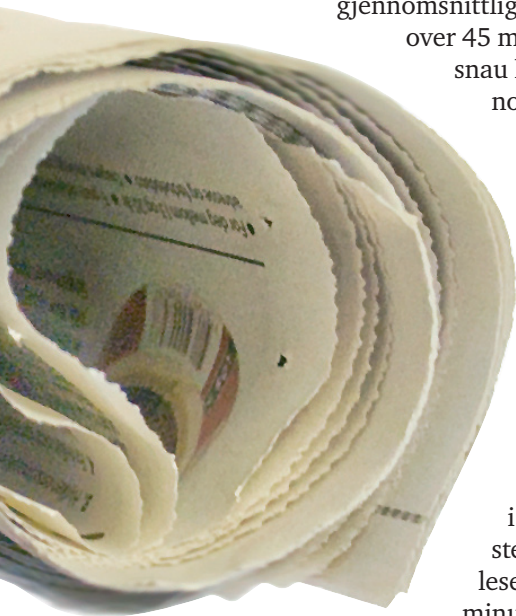


Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Mindre lesing blant de unge

Avisbransjen har lenge fryktet utviklingen blant unge lesere. Det gjorde den på 1980-tallet, da medietilbudet ble utvidet med video, satellittfjernsyn og lokalkringkasting (Høst 1984), og det har den gjort hele tiden siden. Frem til første halvdel av 1990-tallet gikk det mye bedre enn pessimistene fryktet. Norsk mediebarometer for 1994 viste at mer enn 80 prosent av personer mellom 15 og 24 år hadde lest avis på en gjennomsnittlig hverdag. Dette var mindre enn 10 prosentpoeng lavere enn blant de etablerte voksne, de i alderen 35 år og oppover. Forskjellen mellom aldergruppene var praktisk talt den samme som i leserundersøkelser fra 1970-tallet og begynnelsen av 1980-tallet.

Etter midten av 1990-tallet har det vært en omfattende endring i lesevanene, med en meget sterk nedgang blant de yngste (15-19 år og 20-24 år), og en litt svakere nedgang i aldergruppene 25-34 år og 35-44 år. Lesingen har også gått litt tilbake blant dem over 45 år, men her er andelen daglige lesere fremdeles over 80 prosent. Resultatet er blitt en stadig større forskjell mellom aldergruppene (se figur 2).



Frem til midten av 1990-tallet var det «tid brukt på avislesing» som utgjorde den største forskjellen mellom unges og eldres avisvaner. I 1994/95 var gjennomsnittlig lesetid blant dem som hadde lest avis, litt over 45 minutter. De yngste leserne brukte bare en snau halvtime, mens de eldste hadde et gjennomsnitt på over en time (se tabell 1). Litt av forskjellen skyldes at de unge leste litt færre aviser (1,7), men den viktigste årsaken var at de brukte kortere tid på hver avis. Den høye lesetiden blant de eldste kan forklares med at mange av dem har god tid, og da er en langsom og grundig gjennomgang av avisen en meningsfull måte å fylle tiden på.

Samtidig med at det er blitt færre som leser aviser, har det også vært en liten nedgang i antall aviser som leses, fra 1,9 i 1994-1995 til 1,7 i 2008-2009, og en litt sterkere nedgang i den gjennomsnittlige lesetiden, fra 47 minutter i 1994-1995 til 39 minutter i 2008-2009. Både for lesetid og antall aviser har nedgangen vært sterkest blant de unge.

Endring i avislesing fordelt over døgnet ...

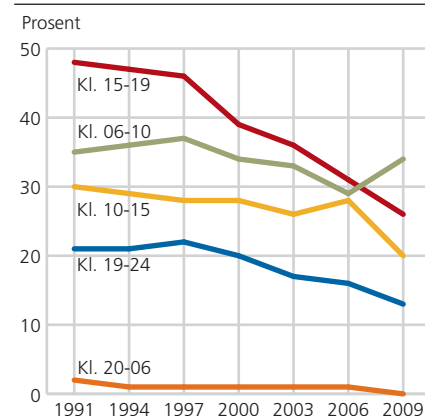
Noe av nedgangen i avislesing skyldes konkurranse fra andre medier, både et økende fjernsynstilbud og Internett. Dette kan gjenspeiles i det faktum at nedgangen i avislesing ikke er jevnt fordelt over døgnet. Det har vært liten nedgang i avislesingen om morgenen. I 1991 var det 35 prosent av befolkningen i alderen 15-79 år som leste avis mellom kl. 6 og kl. 10. I 2009 var andelen 34 prosent (se figur 3). I 1997 var andelen oppe i 37 prosent. Det ser derfor ut til at avislesing før man drar på arbeid/skole og mens man reiser til sine daglige oppgaver, har holdt seg nokså stabil i hele perioden fra 1991 til 2009. Det vi ser at omtrent en av tre har lest og fremdeles leser avis i denne perioden av døgnet. Papiravisen er nok fremdeles et holdepunkt for nyhetsoppdatering om morgenen og på reise til jobben med offentlige transportmidler.

Avislesing i perioden fra kl. 10 til kl. 15 har holdt seg stabil på i underkant av 30 prosent av befolkningen fra 1991 til 2006. Deretter har det vært en nedgang. I 2009 var andelen avislesere nede i 20 prosent. Et økende fjernsynstilbud i denne tidsperioden de seinere årene er nok noe av forklaringen på nedgangen.

... størst nedgang på ettermiddagen

Færre leser aviser i perioden mellom kl. 15 og kl. 19 nå enn før, med en nedgang fra 48 prosent i 1991 til 26 prosent i 2009. Mens ettermiddagen tidligere var den perioden på døgnet da flest leste avis, er dette nå blitt morgenen.

Figur 3. Andel som har lest papiravis på ulike tider av døgnet, mandag-lørdag. 15-79 år. 1991-2009. Prosent



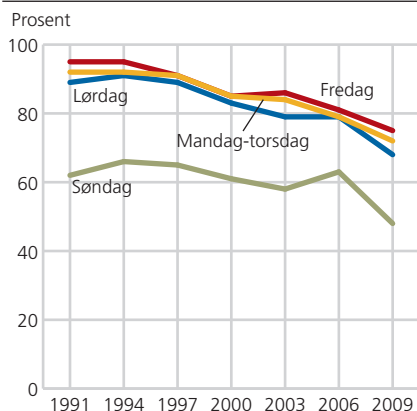
Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Tabell 1. Andel som har lest papiravis, antall aviser og lesetid blant lesere, en gjennomsnittsdag, mandag-lørdag, etter alder. 15-79 år. 1994-1995 og 2008-2009. Prosent

	Andel som leste. Prosent		Antall aviser lest, blant lesere		Minutter lest, blant lesere	
	1994-1995	2008-2009	1994-1995	2008-2009	1994-1995	2008-2009
Alle, 15-79 år	91	73	1,9	1,7	47	39
15-19 år	82	51	1,7	1,3	29	19
20-24 år	84	50	1,8	1,6	37	28
25-34 år	89	58	1,9	1,5	40	27
35-44 år	94	76	2,0	1,7	48	31
45-54 år	94	84	2,1	1,8	51	38
55-66 år	95	86	1,9	1,9	53	50
67-79 år	93	87	1,9	1,9	70	64
Antall personer	2 987	2 733	2 723	2 002	2 723	2 002

Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Figur 4. Andel som har lest papiravis på ulike ukedager. 15-79 år. 1991-2009. Prosent



Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Nedgangen på ettermiddagen kan nok også i stor grad knyttes til økt fjernsynstilbud og dermed økende fjernsynsseing. For eksempel viser Statistisk sentralbyrås tidsbruksundersøkelser at 2 prosent av personer i alderen 16-19 år så på fjernsyn kl. 16.30 en gjennomsnittsdag i 1990. I 2000 var andelen 16 prosent (Vaage 2002). Ellers har det vært en tendens til at stadig flere fritidsaktiviteter skal presses inn i denne perioden av døgnet, noe avislesingen får lide for. I perioden fra kl. 19 til kl. 24 har det også vært en nedgang i avislesingen, fra 21 prosent i 1991 til 13 prosent i 2009.

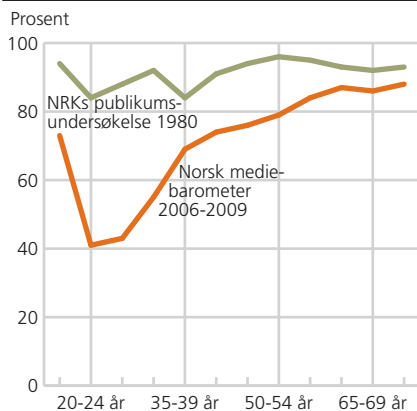
Omtrent like mange kvinner og menn leser avis om morgenen. På formiddagen, ettermiddagen og kvelden har nedgangen vært størst blant menn. Nedgangen i avislesing i ulike perioder av døgnet gjelder for alle aldersgrupper. Ser vi på perioden fra kl. 15 til kl. 19, hvor nedgangen i andelen avislesere har vært størst, har andelen papiravislesere særlig sunket blant de yngre. I gruppen 15-19 år var leserandelen 59 prosent i 1991 og 20 prosent i 2009. For dem i alderen 20-24 år var andelen 42 prosent i 1991 og 12 prosent i 2009.

Nedgang alle dager i uka

Andelen som leser avis, er ikke lik for alle dager i uka (se figur 4). Skiller vi mellom hverdagslesing, det vil si avislesing fra mandag til torsdag, og avislesing på fredag, lørdag og søndag, finner vi en liten overvekt av fredagslesere og færrest søndagslesere. Nedgangen i avislesing fra 1991 til 2009 gjelder for alle dager i uka. I 1991 var det 95 prosent som hadde lest avis på fredag, mot 75 prosent i 2009. 92 prosent hadde lest avis fra mandag til torsdag i 1991, andelen var 72 prosent i 2009. Videre var det i 1991 89 prosent som hadde lest avis på lørdag, mot 68 prosent i 2009. Tilsvarende tall for søndagsavislesing var 62 prosent i 1991 og 48 prosent i 2009.

Noe av avislesingen på søndager gjelder egentlig avis som utkommer dagen før, altså lørdag, fordi mange aviser satser på såkalte helge- eller weekendtutgaver. De første avisene begynte med egen søndagsutgave i 1990 (Høst 2009). Dette året var opplaget for søndagsaviser på 699 000. Det økte til 1 004 000 i 2005. Deretter har mange aviser sluttet med egen søndagsutgaver (Høst 2010). Dette er den viktigste årsaken til at søndagslesingen har sunket så sterkt de siste årene.

Figur 5. Andel som har avisabonnement, etter alder. 15-79 år. 1980 og 2006-2009. Prosent



Kilde: NRKs publikumsundersøkelse 1980 og mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Avisabonnement er ingen selvfølge

Da Norsk mediebarometer ble utarbeidet på begynnelsen av 1990-tallet, tok man det nærmest for gitt at de fleste husholdninger abonnerte på avis. Det ble derfor ikke stilt spørsmål om abonnement i undersøkelsen. Dette spørsmålet kom først med i undersøkelsen for 2006, og viste da at 70 prosent av befolkningen bodde i en husholdning som abonnerte på avis. Etter 2006 har andelen vært stabil, med 71 prosent i 2007, 72 prosent i 2008 og 70 prosent i 2009.

I dag er det en meget sterk sammenheng mellom avisabonnement og alder. For å kunne beskrive sammenhengen mest mulig detaljert er resultatene fra mediebruksundersøkelsene 2006-2009 slått sammen samtidig som det er brukt en findelt aldersinndeling (se figur 5). Andelen som abonnerer på avis, er svært lav, omtrent 40 prosent, i de to aldersgruppene 20-24 og 25-29 år. Deretter er det en meget rask økning til nesten 70 prosent abonnenter i aldersgruppen 35-39 år, og en svakere økning til et toppnivå på nesten 90 prosent blant dem over 60 år.



Opplysninger om avisabonnement er ikke kjent fra andre landsdekkende utvalgsundersøkelser. Derfor er det ikke mulig å beskrive hva slags utvikling som har ledet frem til dagens nivå med 70 prosent abonnenter og 30 prosent ikke-abonnenter. Det nærmeste vi kommer, er den lytter- og seerundersøkelsen som Statistisk Sentralbyrå gjennomførte for NRK i 1980. Resultatene fra denne undersøkelsen tilsier at det for 30 år siden var nesten 90 prosent som abonnerte på en avis.

Som sammenligning er opplysningene fra 1980-undersøkelsen også lagt inn i figur 5. Den gangen var det bare en svak sammenheng mellom avisabonnement og alder, det vil si at 20- og 30-åringene abonnerte på avis i nesten samme utstrekning som de etablerte voksne.

Flest abonnenter over 45 år

Forskjeller etter alder kan både skyldes at unge og eldre har forskjellige erfaringer og interesser, og at deres livssituasjon er forskjellig. Når man diskuterer forskjeller i medievaner, er det den første forklaringsmåten som dominerer. Dagens unge er vokst opp med PC og Internett, og kan lett oppfatte papiravisene som en gammeldags og langsom måte å formidle nyheter på.

Tabell 2. **Andel som har avisabonnement, avislesing og lesing av abonnert avis en gjennomsnittsdag, mandag-lørdag, etter familiefase. 15-79 år. 2008-2009. Prosent**

	Har abonnement	Lest avis i går (ikke søndag)	Lest abonnementsavis i går (ikke søndag)	Antall personer (alle dager)
Alle 15-79 år	71	73	68	3 194
Personer 15 til 24 år som bor hos foreldre	79	53	48	363
Enslige ellers 15-44 år	32	54	47	331
Enslige 45-79 år	67	78	72	331
Enslige forsørgere	50	68	57	121
Par under 45 år med barn	72	74	68	686
Par 45 år og over med barn	87	88	85	310
Par under 45 år uten barn	43	59	52	263
Par 45 år og over uten barn	90	88	85	790

Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.



For å undersøke om aldersforskjellene også har noe med livssituasjon til unge og eldre å gjøre, bruker vi en inndeling etter familiefase (se tabell 2).

For personer under 45 år er det en klar sammenheng mellom livssituasjon og abonnement. Blant ungdom som fremdeles bor hos foreldrene, var det i 2008-2009 79 prosent som hadde en abonnert avis i husholdningen. Blant dem som hadde flyttet hjemmefra og bodde alene, var andelen bare 32 prosent. Sannsynligheten for å abonnere øker litt når man blir gift eller samboer (43 prosent), og enda mer når man får barn (72 prosent). Blant barnefamilier under 40 år var andelen 67 prosent.

Tidligere var det en etablert sannhet at barn og avishold hørte sammen. Om man ikke hadde gjort det før, så begynte man i hvert fall å abonnere når man fikk det første barnet. Nå er det en tredjedel av de unge barnefamiliene som klarer seg uten en avis i postkassa.

Blant personer over 45 år er andelen som abonnerer, høyere, og familiesituasjonen betyr ikke like mye. Enslige 45 år og over abonnerer riktignok i mindre utstrekning enn gifte og samboere, men andelen abonnenter er likevel like høy som blant de unge barnefamiliene.

Opplysningene om avisabonnement i tabell 2 er supplert med opplysninger om lesing. Dette gjelder både avislesing totalt og lesing av en eller flere abonnementsaviser. En sammenligning av disse tallene viser mange interessante tendenser. Etablerte par har gammel-dagse avisvaner, med en høy andel som abonnerer, og en nesten like høy andel som har lest en abonnementsavis dagen i forveien. De unge som bor hos foreldrene, har et mye løsere forhold til avisen. Selv om de fleste har en abonnert avis hjemme, er det bare halvparten som har lest den. Blant unge enslige og unge par uten barn er forholdet motsatt – her er det atskillig flere som leser avis enn som abonnerer.

Avis for alle?

Norge har tradisjonelt hatt det vi kan kalle en sosialdemokratisk avistradisjon. Det betyr at de aller fleste avisene er laget for alle, og at det ikke finnes noen klare sammenhenger mellom avisvaner og sosial status. Vi har altså ikke det skillet mellom kvalitetsaviser og populæraviser som finnes i mange andre land. For ikke å bli ekskluderende, har mange norske lokalaviser en tenkt person som de bruker som kontroll.

I Sandefjords Blad het hun «Fru Hansen i Bjerggata» (Tollnes 1992). Man skal ikke lenger enn til Danmark for å finne en helt annen innstilling – der skriver journalistene for «folk som kan lese», det vil si den mest kvalifiserte delen av befolkningen.

Siden det har vært så store endringer de siste årene, er det grunn til å spørre om også vi er i ferd med å få et avismarked som er preget av sosiale forskjeller. Vi har valgt å se på utdanningsnivå i denne sammenhengen.

I 1994 var det en viss, men ikke særlig sterk, sammenheng mellom utdanningsnivå og avislesing. De viktigste forskjellene var at de høyutdannede skåret ekstremt høyt (99 prosent) på daglig lesing, og at antall aviser lest økte med utdanningsnivået (se tabell 3). Mens avisleserne med ungdomsskole som høyeste utdanning leste 1,7 aviser i løpet av dagen, var gjennomsnittet 2,4 blant de med høyest utdanning. Forskjellen skyldes særlig at de med høy utdanning leste løssalgaviser og storbyaviser i større grad enn andre. Gjennomsnittlig tid til lesingen var praktisk talt den samme i alle utdanningsgrupper.

Den største endringen fra 1994 til 2009 er at andelen som leste avis, har gått ned. Nedgangen er tydelig i alle utdanningsgruppene, men forskjellen er minst blant dem med høyest utdanning. Det som opprinnelig var en svak sosial forskjell, er altså blitt forsterket. Likevel er det langt frem til man kan snakke om avis som et elitemedium.

Det er også en tydelig sammenheng mellom utdanningsnivå og avisabonnement (se tabell 4). Litt overraskende er det at utslagene er omtrent like sterke blant dem over 45 år (78-94 prosent som abonnerer) som blant dem under 45 år (58 til 76 prosent). Rent umiddelbart ville man trodd at de sosiale forskjellene var mindre blant de eldste, som har etablert sine avisvaner den gangen avisene var for alle, enn blant de yngste.

Avis på papir eller på nett?

Fra 1995 og fremover har stadig flere papiraviser laget en egen internettutgave. Figur 6 viser utviklingen i lesing av papiraviser fra 1991 og frem til i dag i forhold til det å lese nyheter på papiravisers internettutgaver fra 2001. Det er dette året bruken av Internett spredte seg til store deler av befolkningen (Vaage 2010).

I perioden fra 1991 til 2009 sank andelen som leste papiravis en gjennomsnittsdag, mandag-lørdag, fra 92 prosent til 72 prosent. Samtidig økte andelen som leser nyheter på papiravisenes nettsider, fra 12 prosent i 2001 til 45 prosent i 2009. Dette betyr at papiravislesing har sunket mindre enn det nettavislesing har økt.

Tabell 3. **Avislesing, etter utdanningsnivå for personer 30-79 år, mandag-lørdag. 1994 og 2009. Minutter og prosent**

	Andel som leste. Prosent		Antall aviser lest, blant lesere		Minutter lest, blant lesere	
	1994	2009	1994	2009	1994	2009
Alle 30-79 år	95	80	2,0	1,7	51	42
Ungdomsskole	91	75	1,7	1,5	50	44
Videregående	95	78	2,0	1,7	50	42
Universitet/høgskole, kort	96	80	2,1	1,8	55	41
Universitet/ høgskole, lang	99	89	2,4	2,0	52	43
Antall personer	1 068	1 013	1 012	811	1 012	811

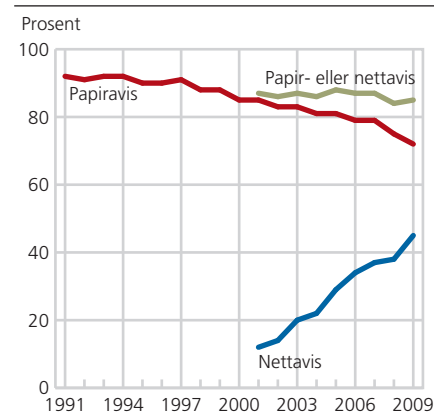
Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Tabell 4. **Andel som har avisabonnement, etter utdanningsnivå og alder. 30-79 år. 2009. Prosent**

	30-44 år	45-79 år	Alle 30-79 år	Antall personer
Alle 30-79 år	65	84	77	1 178
Ungdomsskole	-	78	73	148
Videregående	58	82	74	514
Universitet/høgskole, kort	69	87	78	311
Universitet/ høgskole, lang	76	94	85	205

Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Figur 6. **Andel som har lest papiravis og/ eller avis på Internett en gjennomsnittsdag, mandag-lørdag. 15-79 år. 1991-2009. Prosent**



Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Stort sett er artiklene i nettavisen forkortede utgaver av papirutgaven, og mye av det mer dyptpløyende stoffet og kommentarstoffet er utelatt. Dessuten legges det mer vekt på å få frem kuriøst stoff. Derfor er det ikke uten videre riktig å sette disse to utgavene opp som likeverdige avistilbud. Når papiravislesingen synker og nettavislesingen stiger, kan det dermed bety at viktige deler av det som tradisjonelt har vært avislesing, forsvinner for stadig større deler av avisleserne.

En sammenslåing av papiravislesing og lesing av nyheter på papiravisenes nettsider en gjennomsnittsdag viser at avislesing totalt har holdt seg nokså konstant i hele perioden fra 1991 til 2009, 92 prosent i 1991 og 85 prosent i 2009. Nedgangen er altså på bare 7 prosentpoeng. Det kan likevel være problematiske sider ved en slik sammenslåing. På den måten setter man likhetstegn mellom lesing av papiravis og å taste seg innom en nettavis.



Kvinner og menn leser i omtrent like stor grad trykte aviser og trykte aviser/nettavis totalt en gjennomsnittsdag. Derimot er det en større andel menn som leser bare nettavis, enn kvinner, henholdsvis 53 og 36 prosent i 2009. Andelen som leser bare trykte aviser i løpet av døgnet, er derimot størst blant kvinner. Blant dem er andelen 49 prosent, mot 33 prosent blant menn. Denne forskjellen i nettavislesing er nok en gjenspeiling av internettbruk generelt. I 2009 var det 78 prosent av menn og 67 prosent av kvinner som brukte Internett en gjennomsnittsdag (Vaage 2010).

De eldre er mer tradisjonelle enn de yngre. Mens 16 prosent av personer i aldersgruppen 67-79 år leste nettavis en gjennomsnittsdag i 2009, var andelen 66 prosent blant personer i alderen 25-34 år. 19 prosent i denne aldersgruppen hadde kun lest trykte aviser en gjennomsnittsdag. Blant 67-79-åringene var andelen 71 prosent. For øvrig var det personer i gruppen 35-44 år som i størst grad leste både trykt avis og nettavis i løpet av dagen, 44 prosent.

De fleste nettavislesere leser også papiraviser

Etter at papiravisene har etablert egne sider på Internett, gir det mulighet til å lese både papirutgaver av aviser og nettutgaver av aviser i løpet av en dag. Andelen som bare leser papiraviser i løpet av en dag, har sunket betydelig, fra 75 prosent i 2001 til 41 prosent i 2009 (se figur 7). Samtidig har andelen som leser både papiravis og nyheter på papiravisenes nettutgaver, økt fra 10 til 31 prosent i samme periode. Andelen som bare holder seg til papiravisenes nettutgaver, har ikke økt i samme grad, fra 2 prosent i 2001 til 13 prosent i 2009. De som verken leser papiraviser eller papiravisenes nettutgaver, har holdt seg på mellom 12 og 16 prosent i hele perioden.

Dette viser at det ikke først og fremst er slik at folk forlater papiravisen når de begynner å lese avisenes nettutgaver, selv om en god del også gjør det, og da særlig de unge. De fleste fortsetter å bruke papiravisen samtidig med at de går over til å lese avisen på nett. For dem blir nettutgavene et supplement til papiravisene. De fører til en utvidelse av mediebruken snarere enn en konkurranse der det ene utelukker det andre. Og til tross for at det har kommet et nytt

avistilbud som blir formidlet via Internett, har dette ikke rokket ved grunnfjellet av personer som ikke leser aviser. Det holder seg på omtrent samme nivå.

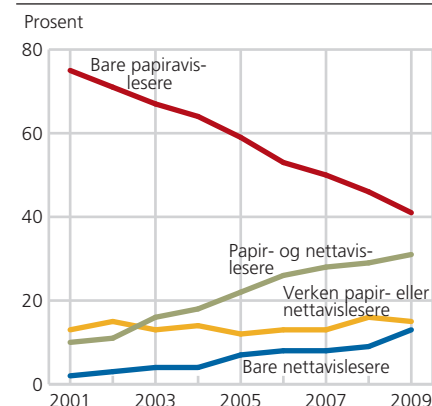
Det er tydelige forskjeller i bruk av avismediene ut fra utdanningsnivå. De i alderen 30-79 år med lav utdanning leser i mindre grad aviser enn dem med høyere utdanning (se tabell 5). Dette gjelder særlig avisenes nettutgaver, men også de trykte avisene. Bare en firedel av dem med ungdomsskole som høyeste utdanning leser nettaviser i forhold til dem med lang universitets- eller høgskoleutdanning. Forskjellen er minst like stor i andelen som leser både trykt avis og nettavis, det vil si de som får med seg nyheter fra begge avisemedier.

Noen få nettaviser fanger opp det meste av nyhetslesingen

I mediebruksundersøkelsene har det siden 2001 blitt stilt spørsmål om nyhetslesing på Internett. De som har svart at de har lest nyheter på nettet, er videre blitt spurt om hvilke nettsider de har lest. Nettavislesingen viser seg å være mye mer ensrettet, det vil si konsentrert om noen få aviser, enn det papiravislesingen er. Undersøkelsen viser at det er de store landsomfattende avisene Aftenposten, VG og Dagbladet som oftest blir lest (se tabell 6). Særlig gjelder det løssalgsvisen VG, som i 2009 daglig fikk besøk av mer enn en tredjedel av alle som leste nyheter på nett. Dagbladet ble besøkt av en av fem.

Til sammenligning hadde alle andre nettutgaver av papiraviser en andel lesere på 9 prosent av befolkningen. Dette er mye mindre enn den andelen distriktsaviser og lokalaviser har av papiravislesingen. I 2009 hadde 44 prosent lest en distriktsavis på papir, og 10 prosent hadde lest en lokalavis på papir en gjennomsnittsdag. (Vaage 2010).

Figur 7. Andel som har lest papiravis og nyheter på papiravisers internettsteder en gjennomsnittsdag, mandag-lørdag, 15-79 år. 2001-2009. Prosent



Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Tabell 5. Andel som har lest papiravis og/eller nyheter på papiravisers internettutgaver en gjennomsnittsdag, mandag-lørdag, etter utdanningsnivå. 30-79 år. 2009. Prosent

	Lest papiravis ¹	Lest papiravisers nettutgave ²	Lest enten papiravis eller avisers nettutgave	Lest bare papiravis	Lest bare avisers nettutgave	Lest både papiravis og avisers nettutgave	Antall personer
Alle	80	40	88	48	8	31	1 016
Ungdomsskole	75	13	78	64	3	10	124
Videregående skole	78	35	87	51	9	26	438
Universitet/høgskole, kort	80	53	91	37	11	43	258
Universitet/høgskole, lang	89	50	97	46	7	43	188

¹ Andelen som har lest papiravis. Disse kan også ha lest papiravisers nettutgave.

² Andelen som har lest papiravisers nettutgave. Disse kan også ha lest papiravis.

Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.

Tabell 6. Andel som har lest nyheter fra ulike internettsteder en gjennomsnittsdag mandag-lørdag, 2001-2009. 15-79 år. Prosent

	Aftenposten på nett	VG på nett	Dagbladet på nett	Andre nettutgaver av papiraviser	Nettavisen	NRK	TV2	Andre nettsteder	Antall personer
2001	3	9	6	4	0	1	3	7	1 389
2003	6	14	9	7	1	1	4	9	1 417
2005	8	24	15	8	2	1	7	12	1 393
2007	10	30	20	10	2	1	13	16	1 390
2009	12	37	21	9	4	1	14	22	1 367

Kilde: Mediebruksundersøkelsene, Statistisk sentralbyrå.



VG er den av papiravisene som har flest lesere av sine nyhetsnettsider. Den har særlig stor oppslutning blant de unge. I 2009 hadde 59 prosent av personer i gruppen 20-24 år vært innom denne avisens nettsider i løpet av dagen. I gruppen 25-34 år var andelen 52 prosent. I gruppen 67-79 år, der andelen brukere av Internett var mye lavere enn blant de unge, var det 14 prosent som hadde vært innom VGs nyhetssider en gjennomsnittsdag i 2009. Aftenpostens og Dagbladets nettsider har også høy oppslutning blant personer i aldersgruppen 25-34 år, 41 prosent for Dagbladet og 23 prosent for Aftenposten. Andre nettutgaver av papiraviser har sammenlagt en daglig oppslutning blant 13 prosent av befolkningen i denne gruppen.

Tabell 6 viser også at det er en større andel av befolkningen som har lest nyheter på TV2s nettsider, enn på NRKs nettsider. Nettavisen har også en større oppslutning enn NRK.

Store endringer for avisene

De norske avisene er inne i en periode med store endringer og stor usikkerhet. Samlet opplag går ned, det er færre som leser avis regelmessig, og nedgangen er sterkest blant de unge. Samtidig er det en sterk vekst for bruken av Internett. Den gamle spådommen om «papiravisens død» ble trukket frem allerede på slutten av 1990-tallet, og senere har det fått følge av slagordet «fra papir til nett». Slike spådommer kan lett bli selvpåfylgende profetier. Hvis aviseierne ikke tror at de trykte avisene har noen fremtid, er det nærliggende å kutte kostnader og å ta ut mest mulig fortjeneste. For avisene har det også vært et mål å posisjonere seg på nettet, siden det er dette mediet som står for vekst og utvikling.

Slagordet «fra papir til nett» er imidlertid en usikker fremtidsoppskrift. Foreløpig er det lenge til nedgangen for de betalte papiravisene blir så sterk at den truer deres eksistens. 2010-utgaven av rapporten *World Press Trends* viser at Norge fremdeles ligger på verdenstoppen med et dagsavisopplag på 538 aviser per 1 000 innbygger. Til sammenligning har Sverige 422, Storbritannia 285, Danmark 235 og USA bare 192. Avisene i Danmark og USA er i krise, og det er lenge til vi er nede på samme nivå.

Det er heller ikke slik at nyhetene fra nettet erstatter papiravisene. De fleste som får nyheter fra nettet, kombinerer dem med lesing av en eller flere papiraviser. Nettet som nyhetskanal har egenskaper som papiravisene ikke kan konkurrere med, men samtidig har papiravisene kvaliteter som nettet ikke kan erstatte.

En vesentlig forskjell mellom de to kanalene er den geografiske profilen og antallet selvstendige nyhetsprodusenter. Norge har omtrent 225 aviser, alle med selvstendig redaksjon, egenprodusert innhold og en egen leserkrets. De aller fleste av dem er lokale, og det er den lokale nyhetsproduksjonen som er grunnlaget for virksomheten. Nyhetsformidlingen på nettet er derimot dominert av noen få store, nasjonale redaksjoner, med VG, Dagbladet og Aftenposten som de viktigste. Slagordet «fra papir til nett» kan, litt satt på spissen, erstattes med «fra papir til vg.no», men nyhetsproduksjonen hos vg.no og de andre store nettredaksjonene kan aldri erstatte det redaksjonelle arbeidet i lokalavisene.

Referanser

Høst, Sigurd (1984): *Avislesing i dagens og morgendagens Norge*. Pressens Årbog 1984, Institutt for Journalistikk, Fredrikstad.

Høst, Sigurd (2009): *Mye mer enn Akersgata*. Norsk pressestruktur 1945-2009, Pressehistoriske skrifter nr. 12, 2009, Norsk pressehistorisk forening, Oslo.

Høst, Sigurd (2010): *Avisåret 2009*, Arbeidsrapport nr. 6/2010, Høgskulen i Volda/Møreforskning Volda.

Tollnes, Ivar (1992): *Aviser og avisfolk i Vestfold*, Vestfold Journalistklubb.

Vaage, Odd Frank (2002): *Til alle døgnets tider*. *Tidsbruk 1971-2000*, Statistiske analyser 52, Statistisk sentralbyrå.

Vaage, Odd Frank (2010): *Norsk mediebarometer 2009*, Statistiske analyser 113, Statistisk sentralbyrå.

World Press Trends: World Association of Newspapers (2010), Paris, World Association of Newspapers.