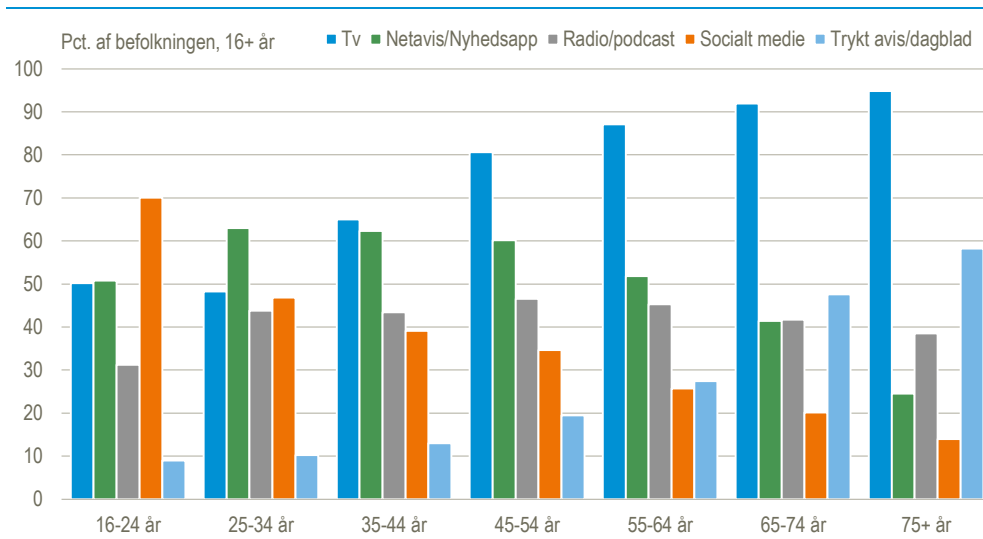


De unge ser især nyheder på sociale medier

70 pct. af de 16-24-årige fulgte nyheder på de sociale medier som Facebook, YouTube og andre sociale tjenester. Sociale medier var dermed de unges primære indgang til nyheder. De unges præference for sociale medier som nyhedsmedie kan ses i sammenhæng med deres udbredte og hyppige brug af sociale medier generelt. Næsten alle (97 pct.) af de 16-24-årige var på sociale medier i 2020. Det samme gjaldt 92 pct. af de 25-54-årige og 59 pct. af de 55-89-årige, ifølge undersøgelsen *It-anvendelse i befolkningen*. Hver anden 16-24-årige så nyheder på tv, og samme andel benyttede hjemmesider eller apps med nyhedsartikler og andre nyhedsindslag, fx netavisen. Hver tredje hørte nyheder på radio eller som podcast. Unge med en trykt avis i hænderne var et sjældent syn, da kun 9 pct. i aldersgruppen læste nyheder i papiravisen eller dagblade.

Adgang til nyheder fordelt på alder. 1. kv. 2021



Kilde: www.statistikbanken.dk/kvnyh01

Generationskløft i borgeres primære nyhedsmedier

Borgeres nyhedsmediebrug var forskelligt fra generation til generation. Der var størst forskel på de 16-34-årige og 65+ åriges nyhedsbrug. De 65+ åriges primære nyhedsmedie var de traditionelle i form af tv og trykt avis med hhv. 93 pct. og 53 pct., mens sociale medier var mindst udbredt i aldersgruppen med 17 pct. Omvendt var de 16-34-åriges primære nyhedsmedier sociale medier (57 pct.) og nyhedshjemmesider eller -apps (57 pct.). Det mindst udbredte nyhedsmedie blandt de 16-34-årige var trykt avis, med 10 pct. En andel, som var fem gange så høj blandt dem over 65 år. De to mest udbredte medier blandt 35-64-årige var tv og nyhedshjemmesider eller -apps med hhv. 78 pct. og 77 pct. Ligesom den yngste gruppe var den trykte avis det mindst anvendte nyhedsmedie blandt de 35-64-årige, som kun hver femte benyttede. Alle generationer lyttede til nyheder via radio eller podcast. Årsagen til, at det næsten er den samme andel brugere af podcast og radio som nyhedsmedie i de forskellige aldersgrupper, kan forklares ved, at et mere traditionelt format som radio er slået sammen med et nyere format som podcast i undersøgelsen.

Tv er det mest populære nyhedsmedie, mens trykte aviser er på vej ud

På landsplan er det tre ud af fire borgere over 15 år, der så nyheder på tv. Det gør tv til det mest udbredte medie til nyhedsformidling i befolkningen. Det næstmest

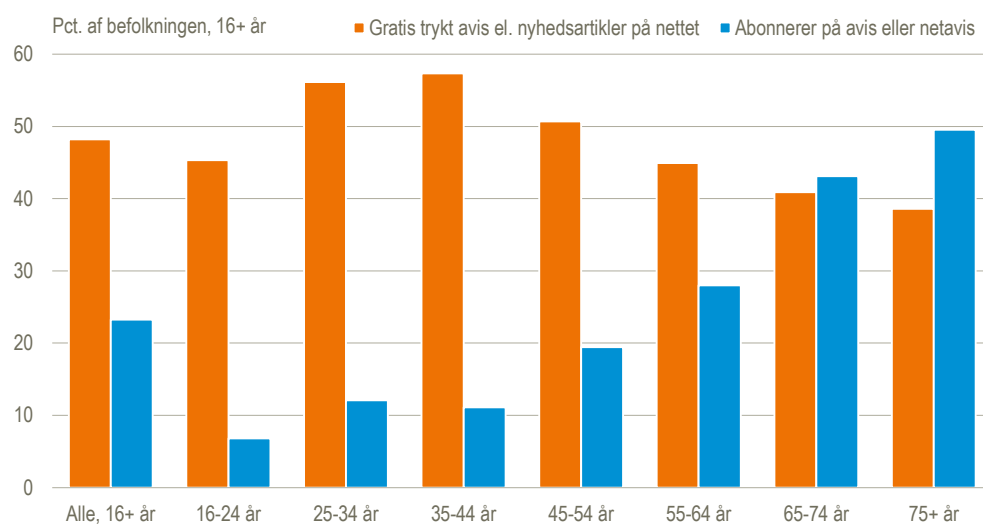
udbredte medie er nyhedshjemmesider eller -apps, som halvdelen af borgerne brugte. 42 pct. lyttede til radio og podcasts, der er det tredje mest anvendte nyhedsmedie. Sociale medier var også blevet en anvendt platform for nyheder især blandt den yngre del af befolkningen. På landsplan fik 36 pct. adgang til nyheder på fx Facebook, Twitter eller YouTube.

I Danmark læste hver fjerde nyheder i en trykt avis eller et dagblad. Andelen, der læser papiraviser, har været støt faldende siden den første kulturvaneundersøgelse i 1964, hvor 93 pct. af befolkningen fik deres nyheder fra en trykt avis.

Gratis aviser og nyhedsartikler er mere populære end abonnementer

Personer, som benyttede nyhedshjemmesider eller -apps eller trykt avis og dagblad blev spurgt til adgang via gratistjenester eller abonnement. Abonnement på netavis og trykt avis blev brugt af 23 pct. af befolkningen. Det var især de ældre, der trækker gennemsnittet op. Der var hhv. 43 pct. og 50 pct. af de 65-74-årige og 75+ årige, som abonnerede på trykt avis eller netavis. Til sammenligning var det kun 10 pct. af de 16-44-årige, der abonnerede på en fysisk avis eller netavis. Mens 23 pct. betalte abonnement, brugte to gange så mange (48 pct.) gratis aviser eller gratis nyhedsartikler online, når de skulle følge nyhedsstrømmen i ind- og udland. Flest 25-44-årige benyttede sig af gratis nyhedsindhold, med 57 pct.

Abonnement eller gratis aviser, netaviser eller nyhedssider på nettet fordelt på alder. 1. kv. 2021



Kilde: www.statistikbanken.dk/kvunyh02

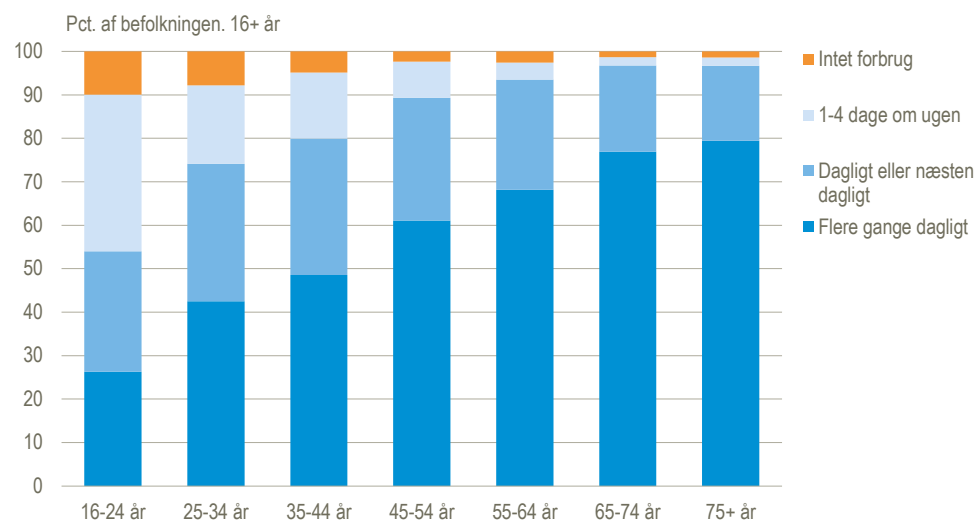
Landsdækkende begivenheder mest udbredt nyhedsindslag

Medier indeholder ofte en blanding af lokale, landsdækkende og internationale nyheder. Det fremgår af undersøgelsen, at 89 pct. af befolkningen læste, så eller hørte landsdækkende nyhedsindslag, mens 65 pct. var interesserede i nyheder om lokalområdet, provinsen eller kommunen. 70 pct. af befolkningen læste, så eller hørte nyhedsindslag om udenlandske begivenheder.

Nyhedsmedier i ind- og udland

De mest anvendte nyhedsmedier blandt befolkningen dækker nationale begivenheder, fx landsdækkende nyheder på tv, i radioen og aviser, som 85 pct. af borgerne brugte. Halvdelen svarede, at de benyttede lokale nyhedsmedier, der beskriver nyheder i kommunen, regionen eller landsdelen fx Lokalaviser eller Aarhus Stiftstidende. Udenlandske nyhedsmedier, såsom CNN, BBC eller The Guardian, blev tilgået af 24 pct. af befolkningen. Personer fra 55 år og opefter lå under landsgennemsnittet i brugen af udenlandske nyhedsmedier, men over landsgennemsnittet i brugen af lokale nyhedsmedier.

Hypighed af nyhedsforbrug inden for den seneste uge fordelt på alder. 1. kv. 2021



Kilde: www.statistikbanken.dk/kvunyh01

Otte ud af ti forbruger nyheder dagligt

83 pct. af befolkningen så, læste eller lyttede til nyheder dagligt eller næsten dagligt inden for den seneste uge, mens 12 pct. var opdateret med nyheder på ugentlig basis. Især borgere fra 65 år og opefter fulgte nyheder dagligt med 97 pct. Det samme gjorde sig gældende for 91 pct. af de 45-64-årige. 77 pct. af de 25-34-årige havde inden for den seneste uge set, læst eller lyttet til nyheder dagligt eller næsten dagligt. I den yngste adspurgte aldersgruppe fra 16 til 24 år svarede 54 pct., at de så, læste eller lyttede til nyheder dagligt eller næsten dagligt. Denne gruppe opsøgte altså sjældnere nyheder på daglig basis.

Mere information: Statistikbanken på www.dst.dk/stattabel/2559 og [emnesiden Kulturvaner](#).

Kilder og metoder: Oplysningerne kommer fra *Kulturvaneundersøgelsen 1. kv. 2021*. *Kulturvaneundersøgelsen* gennemføres hvert kvartal og begynder 1. juli 2018. Der spørges ca. 6.000 personer hvert kvartal. Statistikken for første kvartal 2021 er baseret på resultaterne fra 3.100 gennemførte interviews blandt et repræsentativt udsnit af befolkningen i alderen 16 år og over. Læs mere om kilder og metoder i [statistikdokumentationen](#).

Næste offentliggørelse: Kulturvaner 2. kv. 2021 udkommer 1. september 2021

Henvendelse: Agnes Tassy, tlf. 24 81 48 78, ata@dst.dk
Monika Bille Nielsen, 23 34 70 04, mbs@dst.dk