



## MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

# NYHEDER, BAGGRUND OG BREAKING NEWS 2020

HVILKEN ROLLE SPILLER DE SOCIALE MEDIER I DANSKERNES NYHEDSFORBRUG?

HOVEDRESULTATER OG KONKLUSIONER



# 1 INTRODUKTION

Rapporten 'Nyheder, baggrund og breaking news – Hvilken rolle spiller de sociale medier i danskeres nyhedsforbrug' er opdelt i følgende afsnit:

- **Introduktion**  
Indledning til rapporten og dens tema.
- **Hovedresultater og konklusion**  
Præsentation af rapportens hovedresultater med oversigtsgrafikker og kort ledsagende tekst.
- **Indledende betragtninger om sociale medier og nyhedsforbrug**  
Hovedfakta om brugen af sociale medier i Danmark samt overvejelser om temaets relevans.
- **De foretrukne, de bedste og de mest troværdige medier?**  
Generelt kapitel der beskriver, hvilke medier og medieplatforme danskerne foretrækker til nyheder, baggrund og breaking news; hvilke de synes er bedst, og hvilke de synes er mest troværdige til at levere forskellige typer af nyheder. Hvor det er muligt og relevant bliver der sammenlignet med tidligere år for at afdække udviklingen på området. Kapitlet er generelt og vedrører en lang række medietyper -og platforme ikke kun sociale medier.
- **Nyhedsforbruget på konkrete sociale medier**  
Beskriver konkret i forhold til Facebook, YouTube, Twitter, Snapchat og Instagram, i hvilket omfang danskerne læser, deler, kommenterer m.v. historier fra medier og nyhedsmedier. Også her bliver der sammenlignet historisk for at afdække den udvikling, der finder sted.
- **Metode**  
Hvordan er undersøgelsens resultater indsamlet, afgrænsninger mm.
- **Brug af data og resultater**  
Hvad må du som bruger gøre med data, og hvad skal du oplyse i den forbindelse. Vigtigt at læse, hvis du vil benytte data.
- **Bilag: Tabeller og figurer i stort format**  
Tabeller til de figurer i rapporten, der indeholder mange dataserier samt store udgaver af de mest detaljerede/datatunge figurer i rapporten.

Tabeller og figurer er baseret på data fra Kantar Gallups undersøgelse Social Media Life, der er blevet gennemført årligt siden 2013. Social Media Life undersøger blandt andet danskernes generelle brug af sociale medier og motivationen herfor, samt samspelet mellem traditionelle og sociale medier. Undersøgelsen dækker den danske befolkning i alderen 12 år og derover. Data er bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. Oprindelsen af data vil fremgå af kildehenvisningen på den enkelte figur/tabel.

Det varierer over årene hvilke sociale medier, der indgår i undersøgelsen, og også hvilke spørgsmål, der er stillet af både mere medie-generel karakter og til konkrete sociale medier. Det betyder, at der kun er få deciderede tidsserier i rapporten, ligesom det varierer, hvilke år der bliver sammenlignet – for eksempel 2014 og 2019 eller 2017 og 2019.

Der er ikke stillet spørgsmål om nyhedsforbrug i forbindelsen med alle de sociale medier, der indgår i undersøgelsen. I rapportens afsnit om nyhedsforbrug på konkrete sociale medier bliver der derfor alene set på Facebook, YouTube, Twitter, Snapchat og Instagram i større eller mindre omfang afhængigt af socialt medie.

YouTube indgår i undersøgelsen på linje med de øvrige sociale medier. YouTube kan dog siges at ligge i spændingsfeltet mellem på den ene side at være en streamingtjeneste og på den anden side et socialt medie. Af den grund behandles YouTube i nogle rapporter som en streamingtjeneste og i andre som et socialt medie. YouTube indgår i denne rapport som et socialt medie.

---

Der er i rapporten en række figurer, der er meget detalje-/datarige og måske også uoverskuelige ved første øjekast. De er dog medtaget i den form dels for at illustrere de næsten overvældende mange valgmuligheder, der er på medieområdet i dag, dels for at vise, at der kan være stor variation mellem de forskellige befolkningsgruppers svar og præferencer. Der er til disse figurer både en tabel samt en stor udgave af grafikken i bilagene.

**Bemærk**, at universet for tabeller, figurer og analyser skifter i løbet af rapporten. Universet, der f.eks. kan være 'Den danske befolkning i alderen 12 år og derover' eller 'Den danske befolkning i alderen 12 år og derover med en profil på [x socialt medie]', eller "Den danske befolkning i alderen 25 år og derover", vil fremgå af de respektive tabeller og figurer.

# 2 HOVEDRESULTATER OG KONKLUSION

## LÆSNING AF FIGURER

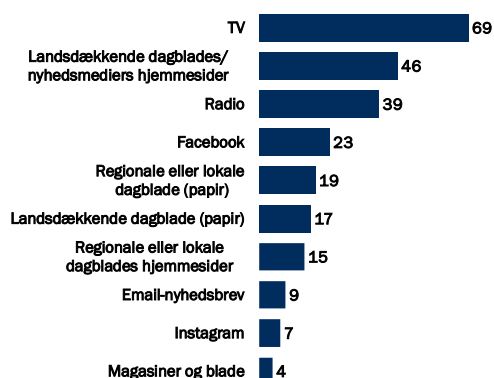
Tallene i grafikkerne er opgjort i andele i procent (%) af målgruppen/universet, der er angivet under figurene.

Når der i teksten skrives om **"brugere"** af de enkelte sociale medier, er der tale om de personer, der bruger det pågældende sociale medie minimum ugentligt.

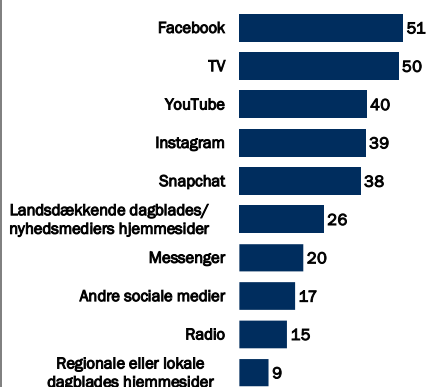
TV er trods tilbagegang stadig det medie, flest danskere foretrækker, når de skal følge med i nyheder og baggrund. Men der er stor forskel på, hvilke medier/kanaler de forskellige aldersgrupper foretrækker.

TOP 10: Foretrukne medier/kanaler, når man skal følge med i nyheder og baggrund. Andel af aldersgruppe i %. 2019.

### Befolkningen i alt



### 12-18-årige



Kilde: Kantar Gallup – Social Media Life 2019

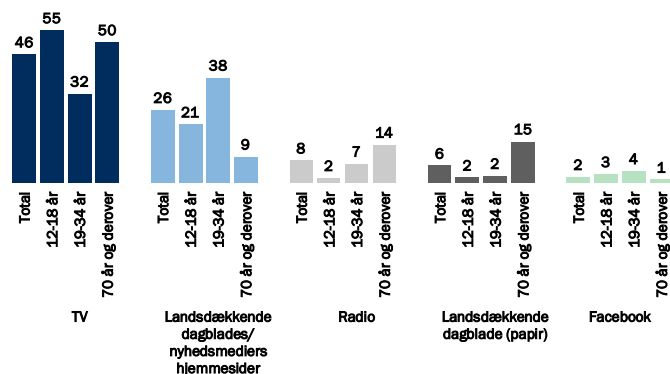
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

- 69 % af danskerne foretrækker i 2019 TV, når de skal følge med i nyheder og baggrund, 46 % foretrækker de landsdækkende dagblades/nyhedsmediers hjemmesider, og 39 % foretrækker radio. Knap en fjerdedel – 23 % – foretrækker Facebook.
- De fleste medier er gået tilbage siden 2014. Det gælder især TV (83 % i 2014) men også radio (45 % i 2014), printmedierne og Facebook (26 % i 2014). De eneste medier, der er gået frem, er dagbladenes hjemmesider og Instagram.
- Der er store forskelle i de forskellige aldersgruppers præferencer. Facebook er lige akkurat det mest foretrukne medie hos de 12-18-årige, men er ligesom TV gået en del tilbage siden 2014.
- Blandt de 19-34-årige er det mest foretrukne medie de landsdækkende dagblades/nyhedsmediers hjemmesider. I aldersgrupperne fra 35 år og op er TV det foretrukne medie.

## Danskerne synes stadig, det er TV, der informerer dem bedst om nationale og internationale nyheder. De mest 'overbeviste' er endda de 12-18-årige.

TOP 5: 'Medie som informerer mig bedst om nationale og internationale nyheder'. Andel af aldersgrupper i %. 2019.

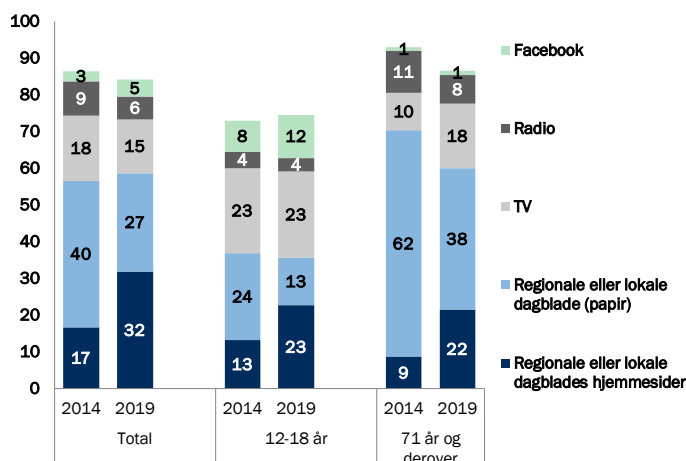


Kilde: Kantar Gallup – Social Media Life 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen  
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

- 46 % af danskerne synes, TV informerer bedst om nationale og internationale nyheder. Blandt de 12-18-årige er det 55 %, der synes, TV informerer bedst.
- De 19-34-årige har den laveste andel, der synes TV informerer bedst (32 %). Det medie, denne aldersgruppe mener informerer bedst, er de landsdækkende dagblades/nyhedsmediers hjemmesider (38 %).
- Radio (8%), landsdækkende dagblades papirudgaver (6%) og Facebook (2 %) kan ikke måle sig med hverken TV eller nyhedsmediernes hjemmesider.

## Det medie, danskerne synes informerer bedst om lokale nyheder, er skiftet fra at være de regionale eller lokale dagblades papirudgaver til at være deres hjemmesider. Blandt de ældste er der et tydeligt skifte mod det digitale.

TOP 5: 'Medie som informerer mig bedst om lokale nyheder'. Andel af aldersgrupper i %. 2014 og 2019

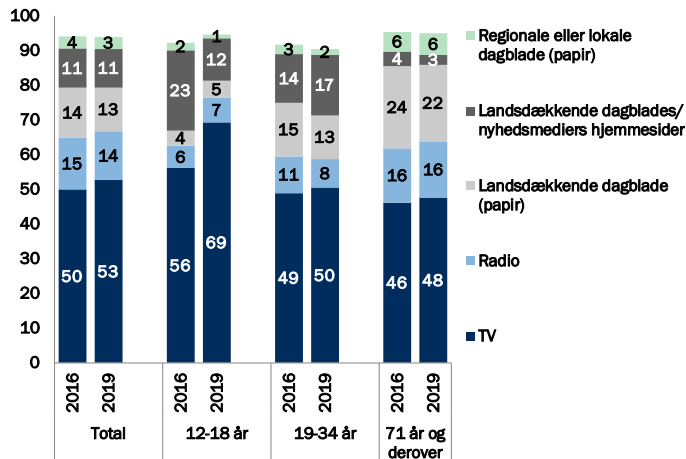


Kilde: Kantar Gallup – Social Media Life 2014 og 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen  
Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

- 32 % af danskerne synes i 2019, det er de lokale eller regionale mediers hjemmesider, der informerer bedst om de lokale nyheder. Det er næsten en fordobling fra 17 % i 2014. Papirudgaverne af de lokale/regionale medier er i samme periode faldet fra 40 % til 27 %.
- Der er fortsat flest af de ældste fra 71 år og derover, der synes, papirudgaven af de lokale/regionale medier informerer bedst om lokale nyheder, men andelen er faldet markant fra 2014 (62 %) til 2019 (38 %). Samtidig er hjemmesider steget fra 9 % til 22 %.

## TV bliver vurderet til at være det mest troværdige medie til at levere nyheder og baggrund af alle aldersgrupper. Især af de 12-18-årige.

**TOP 5: Mest troværdige medie til at levere nyheder og baggrund (1. prioritet). Andel af aldersgrupper i %. 2016 & 2019**

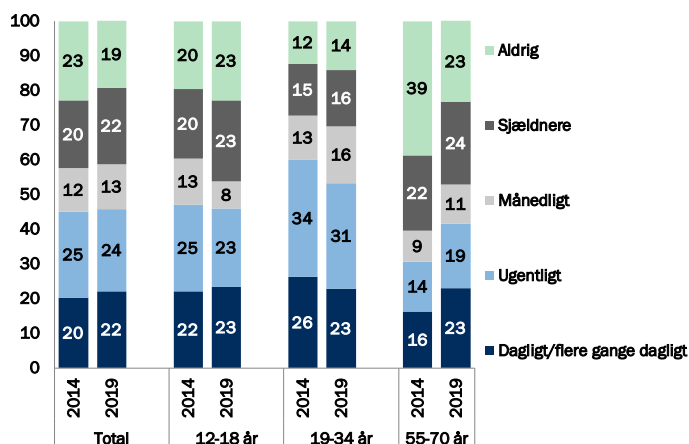


**Kilde:** Kantar Gallup – Social Media Life 2016 og 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen  
**Univers:** Den danske befolkning i alderen 12 år og derover

- TV bliver i alle aldersgrupper uden undtagelse vurderet som det mest troværdige medie til nyheder og baggrund og er gået frem fra 2016 til 2019 i alle aldersgrupper på nær hos de 35-54-årige.
- De 12-18-årige er den aldersgruppe, hvor langt den største andel (69 %) synes, at TV er mest troværdigt, og er også dem, der har haft den største stigning fra 2016 til 2019.
- De sociale medier er lavt rangeret i vurderingen af troværdighed. 0,5 % af danskerne synes, at Facebook er mest troværdigt.

## Knap halvdelen af Facebookbrugere ser nyhedsartikler eller videoklip fra danske nyhedsmedier mindst ugentligt på Facebook, men interessen stagnerer hos de yngre.

**Hvor ofte ser Facebookbrugere\*) nyhedsartikler/videoklip fra danske nyhedsmedier? Andel af aldersgrupper i %, 2014 og 2019.**



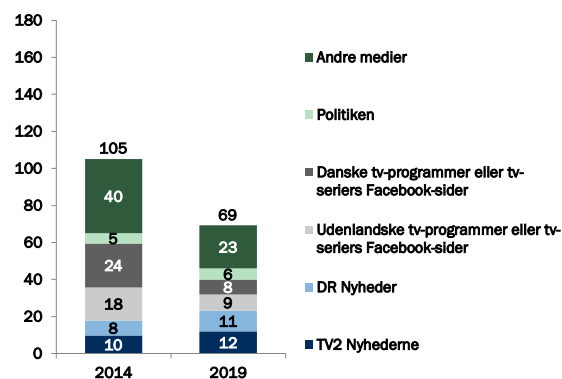
**Kilde:** Kantar Gallup – Social Media Life 2014 og 2019  
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen  
**\*) Univers:** Den danske befolkning i alderen 12 år og derover, som bruger Facebook minimum ugentligt

- Knap halvdelen (46 %) af Facebookbrugere ser nyhedsartikler eller videoklip fra nyhedsmedierne minimum ugentligt i 2019. Det er stort set samme andel som i 2014.
- Mens interessen for at se nyhedsmediernes artikler og videoklip via Facebook generelt er stigende i aldersgrupperne fra 35 år og op, er den vigende eller stagnerende hos de yngre.
- De 19-34-årige Facebookbrugere er trods nedgangen i, hvor ofte de ser nyhedsartikler eller videoklip fra danske nyhedsmedier, fortsat de hyppigste nyhedsbrugere på Facebook.

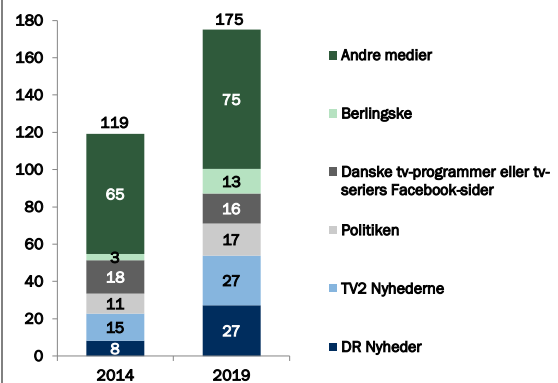
## De yngste reducerer deres relation til medierne på Facebook. Alle andre øger den. Nyheder fra DR og TV 2 går dog frem i alle aldersgrupper.

TOP 5: Er ven med eller følger medier på Facebook. Andel af aldersgruppe i %, 2014 og 2019.

### 12-18-årige Facebookbrugere<sup>\*)</sup>



### 19-34-årige Facebookbrugere<sup>\*)</sup>



Kilde: Kantar Gallup – Social Media Life 2014 og 2019

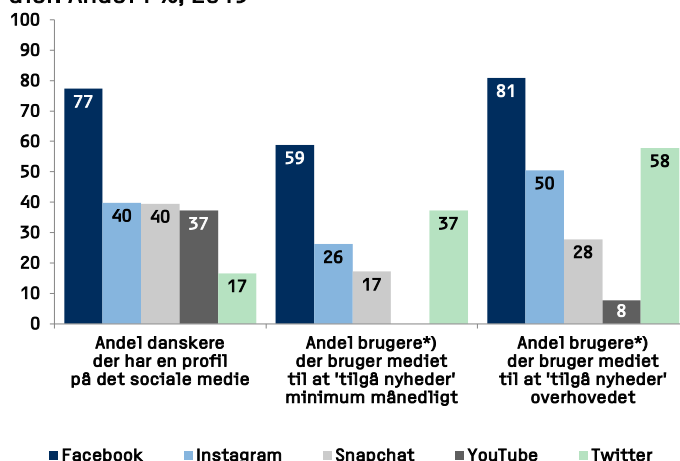
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

<sup>\*)</sup> Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover som bruger Facebook minimum ugentligt

- Blandt de 12-18-årige Facebookbrugere er det især interessen for at følge danske eller udenlandske tv-programmer eller tv-seriers Facebooksider, der går tilbage. TV 2 Nyhederne og DR Nyhederne har derimod en mindre fremgang blandt de yngste.
- I alle aldersgrupper fra 19 år og op bliver de danske Facebookbrugere i stigende grad ven med eller følger medier på Facebook.
- Især de 19-34-årige har en bred 'palette' af medier, de følger. Interessen for at følge danske eller udenlandske tv-programmer eller tv-seriers Facebooksider falder dog en del i aldersgruppen.
- Andelen, der følger DR Nyheder og TV 2 Nyhederne, er steget i alle aldersgrupper. Mest blandt de 19-34-årige.

## Facebook er det væsentligste sociale medie i forhold til danskernes nyhedsforbrug på de sociale medier: De har flest brugere og har også de flittigste nyhedsbrugere.

Andel af danskere med en profil på forskellige sociale medier og andel af brugerne<sup>\*)</sup>, der tilgår nyheder minimum månedligt og overhovedet via de respektive sociale medier. Andel i %, 2019



Kilde: Kantar Gallup – Social Media Life 2019

Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

<sup>\*)</sup> Univers: Den danske befolkning i alderen 12 år og derover som bruger de respektive sociale medier minimum ugentligt

- Sammenligner man Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube og Twitter, er Facebook langt det væsentligste sociale medie i forhold til danskernes nyhedsforbrug på sociale medier.
- 77 % af danskerne har i 2019 en profil på Facebook. Det er langt flere end de øvrige sociale medier.
- Selvom Facebook bliver vurderet ganske lavt i forhold til at være en troværdig leverandør af nyheder og baggrund, er det 59 % af Facebookbrugere, der minimum månedligt tilgår nyheder via Facebook og 81 %, der gør det nogensinde.