

Rapport

Til: Lars Petter Øyen og Marita Bergtun ved mediemangfoldsutvalget

Kopi til: Toril Aalberg

Fra: Elisabeth Helene Omarhaug (elomarhaug@gmail.com)

Hva vet vi om unge og kvinners nyhetskonsument i dag?

En metastudie om nyhetskonsument og nyhetsavvik basert på kjønn og alder

FORORD

Trøndelag Forskning og Utvikling (TFoU) gjennomførte i 2016 en studie som analyserer variasjonene i den norske befolknings medievaner med særlig vekt på konsum av nyheter på oppdrag fra Mediemangfoldsutvalget. Intensjonen med undersøkelsen er å belyse i hvilken grad befolkningen gjennom mediene eksponeres for nyheter, aktualiteter og samfunnsdebatt slik at de kan ivareta sine demokratiske rettigheter og plikter.

Et funn som TFoU trakk fram som spesielt interessant og som «noe overraskende», var at unge kvinner har vesentlig lavere interesse for og kunnskap om (harde) nyheter enn menn. Mediemangfoldsutvalget tok kontakt med Toril Aalberg (som var rådgiver til TFoU sin undersøkelse) for å undersøke muligheten fr at en masterstudent eller doktorgradsstipendiat kunne gjennomføre en metastudie (oversikt over forskningslitteratur og studier av problemstillingen). Utvalget ønsket altså en oversikt over studier som belyser forskjeller mellom kjønnene når det gjelder konsum av nyheter, og ikke minst såkalt nyhetsunnvik. Dette ble presisert noe mer slik:

- Studier om unge menneskers nyhetskonsum
- Studier fra Norge og Norden, samt andre land vi kan sammenligne oss med
- Studier av nyere dato

Toril Aalberg videreformidlet kontakt mellom mediemangfoldsutvalget og Elisabeth Helene Omarhaug, som fikk i oppdrag å gjennomføre en slik metastudie, innenfor en gitt tidsfrist satt til 15. september 2016. Elisabeth Helene Omarhaug (som har en mastergrad i statsvitenskap fra NTNU i 2016) har i løpet av arbeidet fått noe veiledning av Toril Aalberg.

Denne rapporten viser resultatene fra denne metastudien, og presenterer resultater fra tidligere studier knyttet til (i) unges nyhetskonsum, og (ii) kjønnsforskjeller i nyhetskonsum og kunnskap om nyheter.

Trondheim, 15. september 2016

Elisabeth Helene Omarhaug

Innholdsfortegnelse

Rapport	I
FORORD.....	I
1. INNLEDNING	1
1.1. Definisjoner	1
1.2. Nyhetskonsum, demokrati og deltakelse	3
2. METODE	4
3. NYHETSKONSUM.....	5
3.1. Kjønnforskjeller i nyhetskonsum	5
3.2. Nyhetskonsum på TV	8
3.3. Unges nyhetskonsum	9
3.4. Økte forskjeller mellom nyhetssøkere og nyhetsunnvikere	14
4. FORKLARINGER PÅ NYHETSKONSUM.....	16
4.1. Kjønnforskjeller	16
4.1.1. Sosialisering	17
4.2. Påvirker politisk interesse nyhetskonsum?.....	19
5. KUNNSKAP OM (HARDE) NYHETER.....	21
6. OPPSUMMERING	25
7. REFERANSER	27

1. INNLEDNING

TFoU-rapporten fant at alder har størst betydning for om man følger med på nyheter, etterfulgt av utdanning og kjønn. De finner at interessen for å følge med på harde nyheter øker markant med alder, og andelen nyhetsunnvikere er størst blant personer under 30 år. Menn er betydelig mer interessert i harde nyheten enn kvinner, og kjønnsforskjellene er også store blant unge voksne, det vil si de under 35 år. Disse variablene har klart større betydning enn variabler for inntekt, bosted og minoritetsbakgrunn (Moe & Kleiven, 2016).

Et funn som TFoU-rapporten trekker frem som særlig interessant og noe overraskende i sin undersøkelse, er at unge kvinner har vesentlig lavere interesse for og kunnskap om (harde) nyheter. Forventningen var at unge kvinners overrepresentasjon på høyere utdanning muligens hadde fjernet eller redusert de tradisjonelle kjønnsforskjellene som tidligere studier også har avdekket. Denne antakelsen får altså ikke støtte i rapporten.

Metastudien som blir presentert fokuserer derfor på kjønns- og aldersforskjeller når det gjelder konsum av harde nyheter, og med fokus på nyhetsunnvik i samsvar med bestillingen fra mediemangfoldsutvalget.

Etter å ha spesifisert for definisjonsmessige og metodiske begrensninger vil denne rapporten være delt i to hoveddeler. Den første ser på hva som preger dagens nyhetskonsument, først i forhold til kjønn, deretter i forhold til unge mennesker. Den neste delen ser nærmere på hva som kan forklare kjønnsforskjellene og de unges nyhetsbruk.

Hovedfunnene i denne studien er at kvinner konsumerer mindre nyheter enn menn, og dette finner man på tvers av ulike studier. Denne kjønnsforskjellen har vært stabil, og gapet er fremdeles stort blant unge. Personlig interesse slår inn når man står overfor store valgmuligheter av medieinnhold, og i kombinasjon med sosialisering slår dette ut i at yngre konsumerer mindre nyheter enn eldre, og at kvinner konsumerer mindre nyheter enn menn. En annen faktor er at nyhetsbildet i dag preges av mye negativitet, og det kan være en av grunnene til at kvinner konsumerer mindre nyheter enn menn.

1.1. Definisjoner

Før vi går videre med å se på resultatene fra tidligere forskning, vil det være hensiktsmessig å komme inn på et par avklaringer og definisjoner med utgangspunkt i den opprinnelige TFoU-rapporten (Moe & Kleiven, 2016).

Moe og Kleiven studerer den norske befolkningens medievaner og mediekonsum. Her vektlegges særlig konsum av «harde nyheter». *Harde* nyheter blir definert som nyheter om politikk, økonomi og samfunnsforhold på internasjonalt, nasjonalt og lokalt nivå (Moe & Kleiven, 2016).

Nyhetsunnavikere defineres som de som er meget lite interessert i alle de harde nyhetstypene. De unngår ikke alle medietyper og nyheter, men interessen for å følge med er klart lavere enn i andre grupper. Nyhetsunnavikere besitter så lav kunnskap at det er grunn til bekymring mht. demokratisk deltakelse for mange av disse (Moe & Kleiven, 2016). «Mediedietten er begrenset, både med hensyn til bredde og dybde, noe som skyldes manglende interesse for å følge med på harde nyheter» (Moe & Kleiven, 2016, s. x). Mediediettens bredde innebærer antall kilder, mens dybde referer til dyp og grundig konsum hvor konsumenten bruker lengre tid på å sette seg inn i nyhetsstoffet. Moe og Kleiven mener at konsekvensen er lite deltakelse i dialoger knyttet til politikk, økonomi og samfunnsniv, både på internasjonalt, nasjonalt og lokalt nivå. Begrepet nyhetsunnavikere brukes også i den internasjonale litteraturen om nyhetskonsument, hvor de blir omtalt som «news avoiders».

Kunnskap. Moe og Kleiven har målt kunnskap om harde nyheter ut fra mediebildet de siste par ukene før spørreskjemaet ble besvart av respondentene. Det er viktig å understreke at denne måten å måle kunnskap på avviker fra mange tidligere studier. Kunnskap om politikk er vel så vanlig å måle, kanskje spesielt i forbindelse med studier som har vært opptatt av kjønnsforskjeller. Å måle kunnskap om harde nyheter er ikke spesielt vanlig, men har blitt brukt av flere studier de siste årene (se blant annet Aalberg og Curran, 2012).

Kjønnsforskjeller. Analysene i TFoU-rapporten viser at kvinner har betydelig lavere interesse for å følge med på harde nyheter enn menn, og de skårer i tillegg klart lavere på kunnskapstesten knyttet til nyhetsbildet. Moe og Kleiven fremsatte en hypotese om at slike forskjeller var mindre blant relativt unge voksne (under 25 år), siden denne generasjonen kvinner tar minst like høy utdanning som menn. Denne hypotesen får ingen støtte, de finner tvert imot at kjønnsforskjellene er minst like store i denne gruppen.

Alder: Mediemangfoldsutvalget ønsket primært å se på unges nyhetsvaner, og rapporten definerer her unge mennesker som de under 25 år.

1.2. Nyhetskonsument, demokrati og deltakelse

Det er flere forskere som peker på at det å følge med på nyheter er viktig. Blekesaune, Elvestad og Aalberg peker blant annet på det «å holde medlemmer av samfunnet informert om nyheter og aktuelle saker ikke bare er viktig for at demokratiet skal fungere, det er også viktig for medlemmers deltakelse i samfunnslivet og samfunnsintegrering forøvrig» (Blekesaune, Elvestad, & Aalberg, 2012, s. 111). De sier videre at

“We believe democracy functions best when its citizens are politically informed. Access to information is essential to the health of democracy for at least two reasons. First, it ensures that citizens make responsible, informed choices rather than acting out of ignorance or misinformation. Second, information serves as a ‘checking function’ by ensuring that elected representatives uphold their oaths of office and carry out the wishes of those who elected them” (Blekesaune, Elvestad, & Aalberg, 2012, s. 111)

På samme måte er den amerikanske forskeren Prior (2007) opptatt av at mediemangfoldet klart vil kunne påvirke hvor informert samfunnsborgere er, og ikke minst hvem som forblir informerte:

«Changes in the set of available media thus effect who follows the news, who learns about politics, and who votes – in short, they affect «the distribution of political power in democracy»» (Prior, 2007, s 6).

God tilgang til nyheter er altså viktig for demokratiet. TFOU-rapporten peker på at konsum av harde nyheter anses som særlig viktig for å gi befolkningen informasjon og kunnskap som kreves for blant annet politisk deltakelse. Dersom forskjellene mellom de som holder seg informert og de som ikke gjør det blir stor, kan dette få konsekvenser både for demokratiet og for at en selv skal ivareta sine egne demokratiske rettigheter og plikter.

2. METODE

Dette er en metastudie der formålet er å finne ut hva tidligere forskning har vist når det gjelder forskjeller mellom kjønnene (og aldersgrupper) når det kommer til nyhetskonsument og nyhetsnivå. Rapporten tar for seg studier som ser på nyhetsnivå, men også studier som studerer kjønnsforskjeller i kunnskap om aktuelle samfunnsforhold.

Det er få studier som spesifikt studerer kjønnsforskjeller i nyhetskonsument, og enda færre som utelukkende er opptatt av kjønnsdimensjonen i forhold til nyhetsbruk og kunnskap. Et unntak finnes i studien gjennomført av Christine Benesch (2012). Ellers finnes det meste av den relevante forskningen i studier som ikke primært handler om kjønnsforskjeller, men som inkluderer kjønn som en kontrollvariabel. Metodisk har det derfor vært utfordrende å finne forskning som er relevant, siden kjønnsperspektivet tidvis kan finnes i studier som har et annet hovedfokus. Det er også lite forskning som ser på alder og kjønnsforskjeller samtidig, noe som har gjort det utfordrende å finne relevant forskning på dette feltet. I dette arbeidet må vi derfor ta høyde for at det kan finnes relevante funn som er blitt oversett.

Vi vil i denne studien først se på hva som preger dagens mediebilde. Vi vil så se spesifikt på kjønnsforskjeller i nyhetskonsument og omfanget av dette spesielt, før vi kommer inn på unges nyhetskonsument, hvor også forskjellene mellom kvinner og menn ses på.

3. NYHETSKONSUM

I dag stilles man overfor en rekke muligheter til å følge med på nyheter, og man har langt flere muligheter enn tidligere til å velge både medieinnhold og mellom kanaler man kan følge med på. Unge som vokser opp i dagens medieverden stilles overfor disse mulighetene, og Prior (2007) beskriver det som at vi har gått fra et «lav-valg» til ett «høy-valgs» mediesamfunn. Her blir personlig interesse og preferanser essensiell for å forstå folks medie- og nyhetsbruk. Som en konsekvens av at man har svært mye medieinnhold å velge mellom, kan gapet i nyhetskonsum og kunnskap øke mellom de som er motivert til å søke etter nyheter og de som mangler denne interessen og motivasjonen (Aalberg & Curran, 2011; Bennett & Iyengar, 2008; Prior, 2007). Konsekvensene av dette beskrives ofte som en fragmentering av publikum, eller polarisering mellom nyhetssøkere og nyhetsunnvikere. Individ-faktorer som personlig motivasjon kan regnes som hovedkilde bak dette potensielle informasjonsgapet, selv om andre mener at en økende polarisering mellom disse gruppene er overdrevet (Shehata, 2016). Nyhetssøkere er de som følger nyhetene på ulike plattformer på grunn av interesse eller fordi de føler en slags borgerplikt. Nyhetsunnvikere tar i bruk muligheten de har til å unngå nyheter – ikke nødvendigvis fordi de har sterk motvilje mot politikk, men fordi dagens medielandskap gir dem mulighet til å velge andre former for innhold som samsvarer mer med deres preferanser og interesser (Shehata, 2016).

Prior (2007) argumenterer altså for at i tråd med de økte valgmulighetene har individuelle preferanser for innhold blitt mer viktig for å forklare bruk av nyhetsmedia, politisk kunnskap og deltakelse. Dette faller inn under det som han har referer til som «OMA»-rammeverket; opportunity, motivation and ability. Motivasjon, kan også sies å være politisk interesse – altså villigheten til å følge nyheter om politikk og aktuelle saker. Evne (ability) refererer til ulike kognitive, kulturelle og økonomiske ressurskarakteristikker, samtidig som mulighetene (opportunity) til å skaffe seg informasjon øker.

3.1. Kjønnforskjeller i nyhetskonsum

Det er tidligere ikke viet mye oppmerksomhet til kjønnforskjeller når det kommer til nyhetskonsum i Norge. Dette kan kanskje forklare forskernes (noe) overraskelse når de finner at det er betydelige kjønnforskjeller i konsum og kunnskap om harde nyheter, og ikke minst at denne forskjellen er størst blant de under 35 år. Forskernes overraskelse kan forklares ved at de antok et fortsatt mønster, og at forskjeller mellom kvinner og menn skulle ha blitt

reduisert, blant annet ettersom kvinner tar like mye utdanning som menn. TFoU-rapporten har riktignok ikke studert dette over tid, slik at de ikke kan si noe om forskjellene har blitt mindre. Det er uansett klart at kjønnsgapet i Norge fremdeles er betydelig. Det er gjort noe forskning på dette feltet internasjonalt, blant annet i USA og Sverige. Det er heller ikke mange studier som kun ser på kjønns- og aldersforskjeller når det kommer til nyhetskonsum, men en artikkel av Christine Benesch (2012) ser på kjønnsforskjellene og sammenligner dette på tvers av tre ulike datasett.

Benesch studerer forskjeller i nyhetskonsum mellom menn og kvinner og bruker data fra Pew Research Center, the European Social Survey og World Value Survey. På tvers av disse datasettene viser hun til at det er betydelige kjønnsforskjeller når det kommer til nyhetskonsum, og hvor kvinner konsumerer mindre politiske nyheter enn menn. Her viser hun blant annet til den fjerde bølgen fra European Social Survey (ESS) fra 2007 og 2008, hvor kvinner gjennomsnittlig rapporterer å bruke mindre tid på nyhetsprogrammer og programmer om politikk og aktuelle saker på TV, radio og aviser. Når det ble kontrollert for en rekke andre sosidemografiske karakteristikk som utdanning, inntekt og yrkesforhold, er denne forskjellen fortsatt statistisk signifikant (Benesch, 2012, s. 147). I USA finner man liknende resultater basert på the Pew Research Center's Biennial Media Consumption Survey (2008), som viser at menn følger nøyere med på internasjonale saker og «Washington politics». World Value Survey (WVS) viser et tilsvarende mønster. Benesch hevder, i likhet med forfatterne av TFoU-rapporten at kjønnsforskjellene er svært relevante i lys av nyere forskning effektene av medias spredning kan ha på politikk og samfunnsniv. Dette kjønnsgapet kan føre til at kvinner forblir mindre informert om politiske spørsmål, mindre politisk involvert og dårligere representert i de politiske prosessene (Benesch, 2012, s. 148).

De deskriptive dataene fra USA (The Pew Research Center) fra 2008 viser at kvinner, når de blir spurt om deres nyhetskonsum dagen før, indikerer at de generelt tilbringer mindre tid på nyhetskonsum enn menn. De tilbringer mindre tid til å høre på nyheter på radio, lese aviser og konsumere nyheter på nett. Benesch finner derimot ingen statistisk signifikante forskjeller når det kommer til konsumering av nyheter på TV. Dataene fra USA viser at kvinner i betydelig grad følger nyheter mindre enn menn, og kjønnsforskjellene er spesielt store når det kommer til nyheter om internasjonale saker, business og finans. Det er også statistisk signifikante forskjeller for nyhetetskunnskaper om politikk og Washington. Dette faller dermed innunder det som både Benesch og TFoU-rapporten beskriver som harde nyheter.

Tabell 1: Kjønnsforskjeller i nyhetskonsument og oppmerksomhet til harde nyheter (Benesch, 2012, s. 167).

TABLE A2
Gender Gap in Regular News Consumption and Attention to Hard News

Variable	TV (Regular)	Radio (Regular)	Newspapers (Regular)	Hard News
Female	-0.014 (0.050)	-0.124*** (0.044)	-0.133*** (0.046)	-0.306*** (0.041)
Socio-demographics	Yes	Yes	Yes	Yes
Observations	3,615	3,615	3,615	3,615

Note. Probit (columns 1–3) or ordered probit (column 4) estimates. Standard errors are in parentheses. Socio-demographic control variables are the same as in Table 1. Data source: Pew Research Center Biennial News Consumption Survey (Pew Research Center, 2008b).

*** $p < .01$.

Kvinner følger derimot med på andre ting, blant annet nyheter om religion, lokalsamfunnet, underholdning og kjendiser. Tilfellet er derfor ikke at kvinner generelt bruker mindre tid på nyheter enn menn, men at de vier lite oppmerksomhet til harde nyheter og nyheter om politikk¹. Når respondentene ble spurt om deres «glede av å holde seg oppdatert på nyheter», finner de ingen betydningsfulle kjønnsforskjeller, selv om det her kan tenkes at kvinner tenker på alle typer nyheter, og ikke bare de politiske eller harde nyhetene. Kvinner sier derimot at det er vanskeligere å finne tid til å følge med på nyhetene. Forskjellene mellom kvinner og menns nyhetskonsument kan derfor ikke (lett) forklares ved variabler som handler om sosiodemografiske forhold. Når slike variabler inkluderes, som utdanning, inntekt, alder osv., blir ikke forskjellene mellom kvinner og menn særlig endret. Benesch finner derimot at noe kan forklares ved den todelt byrden av betalt arbeid og husholdningsarbeid for kvinner, og at dette kan være *noe* av grunnen til gapet mellom kvinner og menn, men at det ikke forklarer alt (Benesch, 2012, ss. 157-160).

Når det kommer til Europa, finner Benesch at den fjerde bølgen av ESS viser at kvinner tilbringer mindre tid enn menn til å høre, lese eller se nyheter på radio, TV eller i aviser (i alle de 28 landene med unntak av Latvia og Island hvor resultatene ikke er statistisk signifikante). Verdiundersøkelsene (WVS) finner også et signifikant kjønns-gap i nyhetskonsument i 45 av 63 land (Benesch, 2012). Kjønns-gapet som Benesch demonstrerer i sin studie, er det flere

¹ En bekymring ved bruk av undersøkelesedata er at respondentenes svar (systematisk) kan være partisk. Innenfor rammen av denne studien kan der være av spesiell interesse hvis kvinner underrapporterte eller menn overrapporterte deres nyhetskonsument. Selv om en slik svar-atferd ikke fullstendig kan utelukkes, resultatet at kvinner følger flere nyhetskategorier i større grad enn menn gjør indikerer at undersøkelsesmålene ikke bare er et resultat av generelle ulikheter i menns og kvinners svar-atferd (Benesch, 2012).

forskere som viser til og som beskriver som anerkjent kunnskap (Soroka, Gidengil, Fournier, & Nir, 2016).

I en annen relevant studie fra USA finner Poindexter (2008) mye av det samme mønsteret. Det er klare forskjeller mellom menn og kvinner når det kommer til nyhetskonsumenter både ved lesing i aviser, konsum av TV-nyheter og lesing av nyheter på nett. Hun finner at menn og kvinner i mindre grad leser aviser, ser de oftere på nyheter på TV. Hun peker på at med utviklingen av internett som et nytt medium for konsumering av nyheter, kom forskjellene mellom kvinner og menn *tydeligere frem* ved at kvinner i mindre grad leser nyheter på nett. Poindexter benytter seg av data fra the Pew Research Center for the People & the press (2006) og viser at 19 prosent kvinner leste nyheter på nett dagen før, noe som er 9 prosentpoeng lavere enn for menn. Når kjønn og alder ses på samtidig finner de at blant de under 30 leste 21 prosent kvinner sammenlignet med 27 prosent menn nyheter på nett. Reuters Institute Digital News Report fra 2016 finner på en tilsvarende måte at kvinner i mindre grad går inn på en nyhetsnettside eller nyhetsapplikasjon for å finne nyheter, men i større grad bruker sosiale medier sammenlignet med menn.

3.2. Nyhetskonsumenter på TV

I en studie gjort av Aalberg, Blekesaune og Elvestad (2013) studerer de hvordan nyhetskonsumenter har endret seg fra 2002 til 2010 på tvers av ulike mediesystemer i Europa. De finner blant annet at nyhetskonsumenter på TV har hatt en signifikant nedgang i Norge, og noe nedgang også i Europa sett under ett. På individnivå finner de at menn bruker i gjennomsnitt et halvt minutt mindre enn kvinner på å se på TV, men at menn bruker nesten tre minutter mer til å se på nyheter eller programmer om politikk og aktuelle saker. De finner også at det er en positiv sammenheng mellom alder og tiden som brukes på TV generelt, og mellom alder og tid brukt til å se på TV-nyheter. Dette indikerer at yngre bruker mindre tid, ikke bare på nyhetsprogrammer på TV, men også TV generelt (Aalberg, Blekesaune, & Elvestad, 2013). De finner også at det er en sterk, positiv sammenheng mellom politisk interesse og tiden man bruker på nyheter og aktuelle hendelser på TV. Nedgangen i nyhetskonsumenter på TV mener de kan indikere at TV som nyhetskilde har mistet sin tidligere sterke posisjon som nyhetsmedium. De finner at informasjonsgapet til nordmenn har økt mest blant de 30 landene som er med i studien. I motsetning til USA og Prior (2007), finner Aalberg med flere at et høyere utvalg av TV-kanaler og programmer ikke har resultert i økt TV-eksponering i Europa

i løpet av det siste tiår, men at det har redusert tiden folk bruker på å se nyheter og programmer om politikk og aktuelle saker (Aalberg, Blekesaune, & Elvestad, 2013, s. 17). Resultatene viser også at det er betydelige forskjeller mellom de europeiske landene, hvor de nordiske landene bruker mest tid på TV-nyheter. Analysene deres indikerer også at lite interesserte nordmenn er mer eksponert for nyheter enn andre tilsvarende grupper i Tyskland og Storbritannia. Samtidig er gapet i nyhetskonsument og eksponering for underholdning på TV økende i Europa, slik det har vært i USA (Prior, 2007). Aalberg, Blekesaune og Elvestad peker på at ettersom det i Norge er de uinteresserte som trekker seg vekk fra nyheter vil det kunne være grunn til bekymring, ettersom det ikke er gitt at de i større grad vil oppsøke nyheter i fremtiden.

3.3. Unges nyhetskonsument

Sammenlignet med de fleste andre land i Europa og USA er nyhetsmediebruken i Norge høy (Elvestad, 2015). Studier viser også at internett og sosiale medier har blitt stadig viktigere som nyhetskilder, særlig blant unge både i Norge (Elvestad, 2015, s. 6) og internasjonalt (Newman, Fletcher, Levy, & Kleis Nielsen, 2016). Dette stemmer overens med funnene fra TFoU-rapporten som viser at andelen som oppgir å konsumere harde nyheter gjennom sosiale medier er 62 %, noe de anser som en betydelig andel (Moe & Kleiven, 2016, s. 30).

Figur 1: Kilde til nyheter etter kjønn og alder, alle land (Newman, Fletcher, Levy, & Kleis Nielsen, 2016, s. 86)

SOURCES OF NEWS BY GENDER AND AGE – ALL COUNTRIES

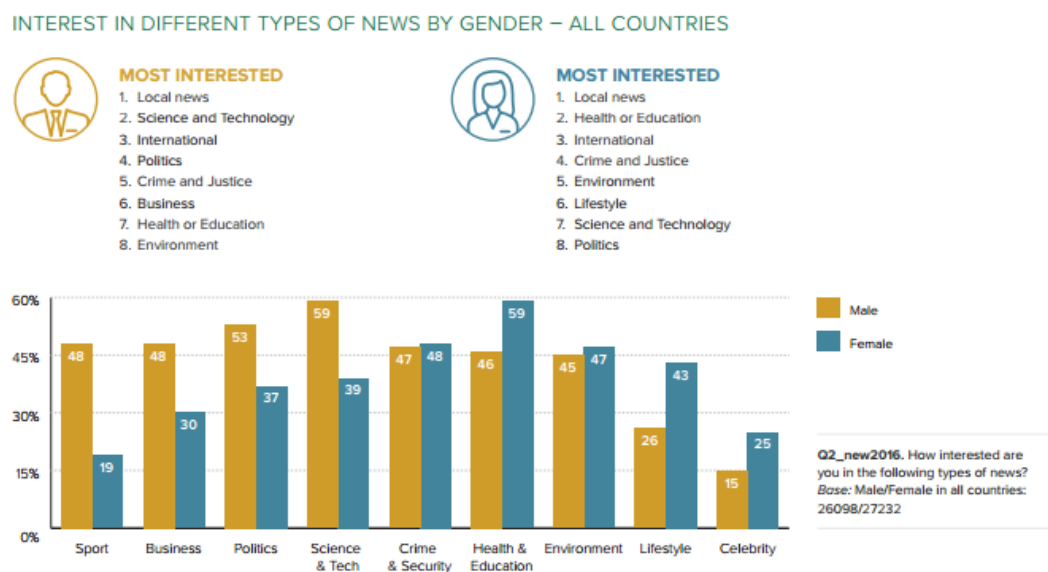
	MALE	FEMALE	18-24	25-34	35-44	45-54	55+
TV	75%	73%	58%	63%	71%	78%	85%
Radio	41%	33%	24%	30%	35%	40%	44%
Print	44%	38%	31%	33%	37%	41%	50%
Online*	83%	82%	88%	87%	84%	80%	77%
Social media	48%	55%	68%	59%	53%	46%	43%

*Incl Social media

Q3. Which, if any, of the following have you used in the last week as a source of news? Base: Male/Female/18-24s/25-34s/35-44s/45-54s/55+
All countries = 26098/27232/5790/9456/9941/9561/18582

Elvestad (2015) gjennomførte en studie av norske studenter og elevers forhold til nyheter i tradisjonelle og sosiale medier, hvor utvalget består av elever i alderen 18-25 år (majoritet på 20-22) og studenter i aldersgruppen 19-30 år (majoritet på 20-22 år). Resultatene viser at studenter og eldre ungdom i Elvestads utvalg er mer interessert enn elever og yngre ungdom i alle typer av nyheter, med unntak av sportsnyheter og underholdnings- og kjendisnyheter. Hun finner også at interessen for nasjonale og internasjonale nyheter er større enn interessen for lokale nyheter både blant studentene og elevene. Når det kommer til kjønnsforskjeller finner hun at kvinner er mer interessert i lokale nyheter, underholdnings- og kjendisnyheter og nyheter om helse, utdanning, kunst og kultur. Menn er mer interessert i nyheter om vitenskap og teknologi, sport, økonomi, og næringsnyheter (Elvestad, 2015, s. 31). Mye av det samme mønsteret i nyhetsinteresse finner vi også i studien av Newman med flere (2016).

Figur 2: Interesse i ulike typer nyheter etter kjønn (Newman, Fletcher, Levy, & Kleis Nielsen, 2016, s. 96)



I Sverige har Adam Shehata (2016) gjennomført en studie hvor han samlet paneldata blant unge mellom 13 og 17 år i tre bølger, og deres foreldre. Han studerte hvordan utvikling, stabilitet og innflytelse fra familien påvirker unge svenskere nyhetsvaner over tid. Den første panelanalysen til Shehata indikerer at nyhetsnivå er noe som er ganske stabilt. Majoriteten av de unge som ble karakterisert som nyhetsnivåvikere – dvs. de som sier de følger med på nyheter i tradisjonelle medier som aviser, TV eller radio mindre enn to dager i uken – er også nyhetsnivåvikere ett og to år senere. Dette viser klart at det er et vesentlig nivå av stabilitet i

nyhetsunnvik på individnivå (Shehata, 2016, s. 19). Shehata peker på at dette er viktige funn fordi det antyder at de økende gruppene av nyhetsunnvikere som er dokumentert i tidligere studier, utgjør en gruppe som permanent kan koble seg fra den daglige flyten av harde nyheter (Blekesaune, Elvestad, & Aalberg, 2012; Stömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013). Resultatene indikerer også at unge som unnviker tradisjonelle nyhetsmedier også sannsynligvis vil velge bort nyheter på nett (Shehata, 2016, ss. 19-20). Shehatas panelregresjoner viste konsekvent en positiv effekt av foreldres nyhetsbruk på unges nyhetsvaner, selv ett og to år senere. Disse funnene antyder, mener Shehata, at medievaner, rutiner og praksis dyrket i hjemmet fortsatt betyr noe for unges utvikling av nyhetsvaner, til tross utallige muligheter for medievalg som er tilgjengelig for unge som vokser opp i dag. Til syvende og sist er det mediene som foreldrene selv bruker som virker å spille en rolle (Shehata, 2016, s. 20). I kontrast til Priors (2007) argument om at individuell interesse og preferanser er hovednøkkelen for å forstå mediebruk i dag, mener Shehata at hans steganalyse dokumenterer at effekten av foreldres mediebruk bare *delvis* medierer effekten av en økning i politisk interesse blant unge. Det kan heller se ut til at foreldrenes mediebruk har en effekt på unges nyhetsvaner *utover* deres personlige motivasjon til å søke nyheter (Shehata, 2016, s. 20).

Hva som er de viktige faktorene som forklarer ens nyhetskonsument kan derfor se ut til både å være påvirket av foreldres nyhetsbruk, men også av individuelle faktorer, som blant annet interesse. Den oppvoksende generasjonen kan på mange måter sies å være en «nettgenerasjon». Tapscott (2009) peker på åtte karakteristikk eller normer som skiller nettgenerasjonen fra deres foreldre:

They prize freedom and freedom of choice. They want to customize things, make them their own. They're natural collaborators, who enjoy a conversation, not a lecture. They'll scrutinize you and your organization. They insist on integrity. They want to have fun, even at work and at school. Speed is normal. Innovation is part of life (Tapscott, 2009, ss. 6-7).

Det er med andre ord en generasjon preget av at man både skal ha det gøy, som vil at det skal gå fort, og som selv vil ha innflytelse (Elvestad & Fogt, 2010, s. 142). Elvestad og Fogt peker på at avisenes dilemma ved dette er at de både skal være underholdende og formidle nødvendig informasjon. For nettgenerasjonen er troverdighet viktig, og «de vil ha mest mulig åpenhet og informasjon» (Elvestad & Fogt, 2010, s. 146). De peker på at det er et skille mellom nett- og papiraviser: nettutgaver er ofte mer overfladiske og mindre informasjonstunge. Studier har også vist at de som leser nettaviser får med seg mindre

informasjon om nasjonale, internasjonale og politiske forhold enn de som leser papiraviser (Elvestad & Fogt, 2010). Dette peker også Aalberg med flere (2013) på som et viktig spørsmål – om nyhetskonsument på nett tilstrekkelig kan kompensere for nedgangen i nyhetskonsument gjennom tradisjonelle medier, spesielt blant unge, men kommer ikke med noe svar på dette spørsmålet. Elvestad og Fogt mener derfor det kan være utfordringer knyttet både til å få unge til å lese aviser, men også til å formidle informasjon via nettaviser. Dette viser seg kanskje også gjennom diskusjonene og det faktum at flere nettaviser i dag knytter seg opp mot såkalte «pluss-sider», hvor man må betale for å lese de mest ressurskrevende nyhetsartiklene. Dette er kanskje sider hvor spesielt unge ikke har tilgang, og derfor en tapt mulighet for unge til å lese og en tapt mulighet for mediene for å informere unge om nyheter og politikk. Her står selvsagt mediene overfor et dilemma mellom det at deres funksjon er å informere publikum, men de må også finne måter de kan finansiere sin journalistikk på. Internasjonalt ser Norge derimot ut til å være i toppen blant de landene som betaler for nyhetsinnhold på nett (Newman, Fletcher, Levy, & Kleis Nielsen, 2016, s. 24).

Elvestad og Fogt (2010) peker på det som i dag ofte refereres til som «bedroom culture», altså at unges mediebruk i mye større grad foregår uten foreldrenes påsyn, og at flere medier brukes parallelt. Dagens barn og unge, ofte kalt mediegenerasjonen, er ofte mediesjonglører. Det at barn og unges mediebruk blir mer og mer privatisert mener de har betydning for de voksnes innflytelse på barns mediebruk. Likevel ser man gjennom studier at barna påvirkes av hvilket forhold foreldrene har til nyhets- og media-bruk, mens andre argumenterer for at det er individuelle karakteristikk som politisk interesse som er en mer avgjørende faktor (Prior, 2007; Stömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013).

Elvestad og Fogt (2010) konkluderer med at andelen avislesere synker mest blant barn og unge, og at avislesing på nett ikke kan kompensere for denne nedgangen. For å fange unge peker de på at man må møte unge på deres hjemmebane, dvs. å la dem slippe til i avisene og besøke deres verden på nett. Samtidig peker de på at dersom avisene fortsatt skal være viktig for politisk sosialisering og integrering i samfunnet, kan de ikke gi etter for individenes behov for å underholdes (Elvestad & Fogt, 2010, s. 160). Det er altså en balanse mediene må finne mellom å informere og fange unges oppmerksomhet, samtidig som dette gjøres på en måte som ikke forringer nyhetene, og som setter fokus på viktig informasjon. Dagens mediekonsumenter har et bredt utvalg de kan velge mellom, og nyhetene fanger kanskje ikke alle.

Vi har til nå sett at det kan være flere faktorer som påvirker nyhetskonsument i et medielandskap preget av store og mange valgmuligheter, både når det kommer til valg av medieplattform, men ikke minst innhold. Brandtzæg (2015) studerte hvordan kjønnsulikhet kommer til uttrykk gjennom ulike former for samfunns- og politisk engasjement på tvers av flere land, og hvordan dette ble praktisert gjennom Facebook. Brandtzæg studerte altså hvordan Facebook knappen «liker» blir brukt i forhold til sider om politikere, politisk informasjon og humanitære forhold. Verba, Burns og L. Schlozman (1997) finner at kvinner er mindre politisk interessert, informert og effektive sammenlignet med menn, og Brandtzæg mener at dette fortsatt har innflytelse i litteraturen når det kommer til offline samfunnsengasjement. Senere forskning viser også at menn skårer høyere på interesse i politikk, politisk kunnskap og nyhetskonsument (Burns, 2007; Dalton, 2008; Paxton, Kunovich, & Hughes, 2007), mens kvinner har større sannsynlighet for å knytte seg til organisasjoner som driver med humanitært arbeid, utdanning (Verba et al., 1997) eller sosial aktivisme (Hooghe & Stolle, 2004).

Fra tidligere studier av Facebook peker Brandtzæg på at det kan se ut til at kvinner har oftere kommenterer personlige saker og holder kontakt med andre, mens menn oftere poster kommentarer om samfunnsmessige tema. Brandtzæg peker på at her er det viktig å ta med alder som en faktor når man forsøker å forstå forskjellene i uttrykk i samfunnsengasjement på nett blant kvinner og menn. Det kan være en naturlig forventning at kjønnsforskjellene er mindre blant unge. I analysen peker Brandtzæg på at det mest slående funnet var at menn er mer støttende til politiske Facebook-grupper enn kvinner. Menn hadde støtter også oftere informasjons- og fakta sider. Han finner også at kvinner i alderen 13 til 28, i det minste i Europa og Amerika, tenderer til å fokusere mer på saker knyttet til barn og miljø, når man sammenligner med menn i samme aldersgruppe. Dette tyder på at karakteren av samfunnsengasjement på nett ikke skiller seg særlig fra det man kan finne i den virkelige verden når det kommer til kjønnsforskjeller (Brandtzaeg, 2015, s. 15). Resultatene fra Brandtzægs studie viser derfor at kvinner bruker Facebook mer til sosial aktivisme, mens menn bruker det mer av uformelle og politiske grunner. Til Brandtzægs overraskelse virker kjønns-gapet å være noe bredere i land med større grad av likestilling, slik som Norge, enn i land som er assosiert med lavere likestilling, slik som Iran og Brasil. Dette funnet peker Brandtzæg på at delvis kan forklares av muligheten for at kvinner i land som Iran og Brasil som bruker Facebook har en høyere politisk bevissthet, enn i land hvor, uten hensyn til kjønn, både Facebook og høyere utdanning tas for gitt (Brandtzaeg, 2015, s. 15). Dette funnet står i overensstemmelse med funnet til Curran med flere (2014) som finner at kjønnsforskjeller i

politisk kunnskap er større i land som har jobbet mest for likestilling, om man sammenligner med mindre egalitære land. Kvinner og menn bruker Facebook ulikt, og Facebook kan ikke sies å være en større utjevner, i det minste med tanke på uttrykk relatert til politikk og informasjon, hvor menn fremdeles ser ut til å dominere. Brandtzæg finner at kjønnsforskjellene som finnes i det virkelige liv ser ut til å bli kopiert og muligens også forsterket på nett.

3.4. Økte forskjeller mellom nyhetssøkere og nyhetsunnavikere

Samtidig som man i dag har mange flere muligheter til å bli informert om nyheter, finnes det også et større omfang av underholdningsmedier som konkurrerer om seernes oppmerksomhet. Som vi tidligere har sett er resultatet at man i større grad enn tidligere aktivt kan søke etter nyheter, men man kan også i større grad unngå det totalt. Prior (2007, s. 46) skiller mellom det han kaller «news junkies» og «siteres», og estimerer at «switchers» er den største gruppen og noe yngre enn «junkies», men ellers demografisk like. Nyhetssøkere tenderer til å være eldre, ha mer utdanning, og høyere inntekt enn nyhetsunnavikere. 63 % av nyhetssøkerne var over 45 år, sammenlignet med 28 % av unnavikerne. Mens Prior (2007) fant at alder var hovedforskjellen mellom «news junkies» og «switchers», finner Ksiazek med flere (2010) at de som konsumerte nyheter og de som unngikk nyheter også var substansielt ulike på flere andre områder. De så på forholdet mellom nyhetskonsument og samfunnsdeltakelse. De finner at selv om det var statistisk signifikant, var lokale nyheter og internettbruk ikke så sterkt relatert til samfunnsdeltakelse som andre nyhetsmedier. Variablene alder, utdanning og inntekt var positivt relatert til deltakelse. Effekten av nyhetskonsument på deltakelse finner de er større for nyhetsunnavikere enn for nyhetssøkerne. Det vil si at dersom nyhetsunnavikere faktisk ser på nyheter er det større sannsynlighet for at de blir mobilisert av denne eksponeringen, enn av nyhetssøkere som er mer mobilisert fra før – og mer vant til å få med seg nyheter. Resultatene indikerer altså en klar positiv sammenheng mellom totalt nyhetskonsument og deltakelse. Innflytelse av nyhetseksponering er også signifikant høyere for unnavikerne enn for søkerne. Resultatene viser imidlertid, i samsvar med tidligere forskning, at styrken på forholdet mellom spesifikke nyhetsmedium og samfunnsdeltakelse viste betydelig variasjon. De mener derfor at nyhetskonsument ser ut til å tilby et stort potensiale for å aktivere de inaktive, både med tanke på deltakelse og kunnskap (Ksiazek, Malthouse, & Webster, 2010, s. 563). De peker på at dersom de som Prior refererer til som «switchers» er de samme som unnavikerne i deres studie, dvs. de som konsumerer mindre nyheter enn gjennomsnittet (s 556), kan man forvente at de har en (i) nedgang i nivå av politisk kunnskap, (ii) er motvillig til å

stemme og (iii) i stor grad uengasjert i tradisjonelle former for samfunnsdeltakelse. Dessuten likner unnvikerne også deler av befolkningen identifisert av statsvitere som «apolitiske», eller de som har liten eller ingen interesse i offentlig/politiske saker og virker å være uengasjert (Dalton, 2007; Neumann, 1986; Wattenberg, 1998) eller såkalte «know-nothings», de med liten kunnskap om offentlige hendelser (Bennet, 1996) 1986) (Ksiazek, Malthouse, & Webster, 2010, s. 564).

4. FORKLARINGER PÅ NYHETSKONSUM

4.1. Kjønnforskjeller

Økonomer og andre indentifiserer flere grunner til at borgere etterspør nyheter og informasjon om politikk, uavhengig av kjønn og alder, og Benesch trekker frem noen av disse. For det første kan konsumenter få en underholdningsverdi av nyheter, eller de kan bare være interessert i nyheter. For det andre kan individer søke til nyheter fordi det påvirker deres private handlinger eller velferd, og for det tredje kan nyheter være av interesse fordi individer bruker det når de skal stemme (Benesch, 2012, ss. 149,150). Disse motivene leder Benesch til flere hypoteser som kan forklare kjønnforskjellene i nyhetskonsument. For det første peker hun på at kjønnforskjellene i nyhetskonsument kan være preferansebasert. Det vil si at underholdningsverdien av eller interesse i politiske nyheter kan være *systematisk* lavere for kvinner enn for menn. Dette handler om deres interesse, og om det er en systematisk kjønnforskjell. For det andre kan de private fordelene av politisk informasjon være lavere for kvinner, spesielt dersom kvinner har yrker som ikke krever spesiell politisk kunnskap. Dersom kvinner har yrker som krever mindre politisk kunnskap vil kvinner kanskje ikke oppfatte fordelene med å holde seg oppdatert som like viktig som menn, som kanskje har yrker hvor politisk kunnskap er mer relevant for deres jobb. For det tredje kan kvinners etterspørsel etter nyheter være lavere fordi de oppfattede fordelene av politisk deltakelse er lavere. Det kan være at kvinner konsumerer kun en liten andel av politisk medieinnhold og utviser liten interesse i politikk fordi de ikke føler seg godt representerte i politikken og at de anser politikk som «a man's game». For det fjerde peker hun på bytteforholdet mellom fordelene av nyhetskonsument og at kostnadene assosiert med det kan være høyere for kvinner enn for menn, altså at kvinner føler de ikke får like mye igjen for å holde seg oppdatert som menn.

Hun går ikke særlig mer inn på disse hypotesene og forklaringer rundt dem. Så langt finnes det også lite empirisk bevis knyttet til årsakene og effektene av kjønnforskjeller i mediekonsument. Selv om selve kjønnforskjellen ser ut til å være veldokumentert (Benesch, 2012), har konsumentensiden av nyheter og kjønnforskjeller fått lite oppmerksomhet. Man antyder at kvinner preferer «myke» nyheter, underholdning og informasjon som de kan relatere til sine interesser, daglige behov og problemer, overfor mer abstrakt og politisk innhold. Utover dette sier ikke den foreliggende forskningen mye.

Et interessant unntak som forsøker å forklare dette kjønnsgapet finner vi imidlertid i en studie gjennomført av Soroka, Gidengil, Fournier og Nir (2016). De mener at det er rimelig å tro at dominansen av negativt nyhetsinnhold kan hjelpe til å forklare denne forskjellen mellom kvinner og menn, men at det til nå ikke er satt særlig mye fokus på. De viser hvordan kjønnsforskjellene i politisk kunnskap er relatert til forskjellen i oppmerksomhet kvinner og menn gir til nyheter, og at dette er en av de sentrale grunnene til at kvinner har mindre kunnskap om politikk. Soroka med flere (2016) argumenterer for at den gjennomtrengende negativiteten som preger nyhetsbildet kan være en av grunnene til at kvinner vier mindre oppmerksomhet til nyheter. De baserer dette på to funn. For det første domineres nyhetene av negativt innhold, og for det andre ser kvinner ut til å reagere annerledes på negative nyheter enn menn (Soroka, Gidengil, Fournier, & Nir, 2016). Undersøkelser viser at kvinner oftere oppgir at unødig fokus på krig og kriminalitet er en grunn til at de ikke følger internasjonale nyheter (Pew, 2002). Samtidig oppgir flere kvinner enn menn sier at de finner nyhetene deprimerende (Pew, 2004), og at nyhetene gjør dem bekymret. De oppgir i større grad enn menn at de heller ønsker å se «gode nyheter» (Klein, 2003; Soroka, Gidengil, Fournier, & Nir, 2016). Selv blant barn nede i åtteårsalderen finner man også at jenter oftere oppgir at nyheter gjør dem engstelige og redde (Lemish & Alony, 2014). Basert på disse tidligere studiene setter Soroka med flere i gang et eksperiment for å studere om kvinner og menn reagerer ulikt på negativt nyhetsinnhold. De måler både hudledningsevne og hjerterytme. Resultatene viser at negativitet påvirker hudresponsen og alle respondentene er mer vekket når nyhetsinnholdet er negativt. I forhold til hudresponsen er altså både kvinner og menn like sterkt påvirket av det negative nyhetsinnholdet. Når det gjelder hjerterytme er mønsteret imidlertid annerledes, hvor resultatene viser at kvinner er mer oppmerksomme på negativt innhold enn menn. Her er det viktig å påpeke at dette er et eksperiment hvor man ikke hadde noe valg på hvorvidt man så på innholdet eller ikke. Det har man imidlertid i den virkelige verden, og Soroka med flere viser til dette sannsynlig årsak til hvorfor kvinner velger bort nyheter etter hvert som valgmulighetene øker. Kvinner anser altså nyheter for å være for preget av negativt innhold, de reagerer sterkere på disse nyhetene, noe som i større grad gjør dem bekymret og deprimeret.

4.1.1. Sosialisering

Poindexter (2008) peker på ulike faktorer og krefter som kan være med på å bidra til å forklare hvorfor kvinner og menn, (i USA) har forskjellig nyhetskonsument. Man har individuelle forskjeller og sosialisering som påvirker dette. Innenfor sosialisering kan det være faktorer som holdninger, normativ tro, motivasjon og bestemmelse som kan påvirke

nyhetskonsumet. Hun peker på at kvinner og menn er produkter av deres «sosial-økonomiske kulturelle» bakgrunn, så vel som historiske og moderne saker som begrenser og frigjør dem. Ettersom alder, utdanning, inntekt og etnisk bakgrunn historisk har vært knyttet til nyhetskonsum generelt, er det forventet at disse variablene også vil være relatert til forskjellene i holdningene til nyheter mellom kvinner og menn (Poindexter, 2008, s. 10). Generasjon- og livssyklus kan også være faktorer som påvirker nyhetskonsum, og hvilke plattformer man benytter seg av. Poindexter peker på at gjennom USAs historie har mange regler og forventninger vært ulike for jenter og gutter, mens andre har vært uavhengig av kjønn. Slike kjønnsuavhengige regler og forventninger kan for eksempel være å opptre som en god borger, og en god borger er forventet å skulle stemme og være informert om nyheter. Hvis jenter og gutter er ulike eller indirekte sosialisert ulikt om *hvorfor* det er viktig å være informert om nyheter, kan denne forskjellen i sosialisering bidra til kjønnsforskjeller i motivasjon, som hun mener er en annen faktor i å forklare nyhetskonsum (Poindexter, 2008, ss. 11-12). Poindexter peker også på at sosialisering og kunnskap om teknologi også kan påvirke internett- og motivasjon, som til syvende og sist kan bidra til kjønnsforskjeller i lesing av nyheter på nett. Dette argumentet er derimot noe jeg ikke ser som spesielt relevant i Norge. Når TFoU-rapporten finner at gapet i nyhetskonsum er størst blant de under 35 år, er dette en generasjon som har vokst opp med internett som en del av hverdagen, og blitt daglige brukere av nettet. Samtidig er det åpenbart at det i løpet av norske barns sosialisering i dag, fremdeles er betydelige kjønnsforskjeller, ikke minst i forhold til lek, klær og forventninger om interesse.

Et annet relevant forhold i denne sammenheng er derimot om nyhetskonsum over nett er like informasjonseffektivt som andre, tradisjonelle former for nyhetskonsum. Dette spesielt ettersom unge i stor grad bruker både nett og sosiale medier til å konsumere nyheter. Dette har Blekesaune, Aalberg og Elvestad (2012) stilt spørsmål om, uten å gi noe konkret svar, mens Elvestad og Fogt (2010) mener at nyhetslesing på nett ikke kan kompensere for avislesing. En annen barriere som Poindexter peker på er mangel på tid. I likhet kan en negativ holdning eller vurdering av nyhetsmedia eller journalister som rapporterer nyhetene, forsterke avgjørelsen om å ignorere nyhetene, kanskje spesielt dersom media ikke rapporterer om nyheter kvinner anser som relevante. Som en mulig konsekvens peker Poindexter på:

“If women have a lesser amount of shared, relevant, information because they are less informed about the news, they will not be an equal shareholder in discussing, interpreting, and prioritizing issues that may be relevant to the goals of their community or country. Furthermore, if women know less about what is

reported in the news, they will be less capable of making sound recommendations about how best to respond to events and issues in the news” (Poindexter, 2008, s. 14)

4.2. Påvirker politisk interesse nyhetskonsument?

Strömbäck, Djerf-Pierre og Shehata har gjennomført en langtgående studie som ser på effekten av politisk interesse på ulike former for nyhetskonsument. De peker også på at med den økende tilgangen til ulikt medieinnhold og informasjon, tvinges konsumenter til å velge hvilket medieformat og innhold de konsumerer. De mener at dette kan ha store og langvarige konsekvenser for politisk læring og deltakelse, spesielt dersom dette fører til en økning i ulikhet i politisk kunnskap og deltakelse. Strömbäck med flere viser til at forskningen så langt antyder at forholdet mellom politisk interesse og nyhetsmediebruk er gjensidig, selv om mesteparten av litteraturen mener at innflytelsen av politisk interesse på mediekonsum er større enn vice versa. De peker også på OMA-rammeverket (opportunity, motivation and ability), og at dette i kombinasjon betinger nyhetsmediebruk. Mens «motivasjon» og «evner» handler om individuelle forhold, er «mulighet» en kontekstuell, mediemiljøbestemt faktor. Dette mener Strömbäck med flere er viktig av to grunner. For det første antyder det at folks nyhetskonsument ikke *kun* kan forklares av individnivå-faktorer. I tillegg er mediemiljøet viktig ikke bare i seg selv, men også for at endringer i mediemiljøet påvirker hvordan individnivåfaktorene fungerer. «Dette kan føre til at evnen og motivasjonen vil avhenge av medietilbudet i samfunnet» (Strömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013, s. 416). Ettersom valgmulighetene bare øker, vil folk også i økende grad velge det medieinnholdet de selv ønsker å følge. Strömbäck med flere har gjort en casestudie fra Sverige som omfatter data fra 1986-2010 (SOM Institute at University of Gothenburg). Som avhengig variabel ser de på totalt nyhetsmediebruk (TNMU-index), og på fire plattformer; morgenaviser, tabloide aviser, nasjonal TV og nasjonal radio. Som uavhengige variabler bruker de politisk interesse, utdanning, kjønn, alder og tid. Når alle typene mediebruk ses under ett kan man ikke se noen særlig nedgang eller økning, eller plutselige endringer i totalt nyhetsmediebruk (heretter TNUM). Men de peker på at ved å se på aggregerte nivåer kan man skjule underliggende endringer, og nærmere analyser avslører at det er noen viktige endringer over tid. I følge teori har endringer i mediemiljøet påvirket effektene av individfaktorene, slik som politisk interesse på nyhetsmediebruk. Ettersom medievalg og muligheter øker, blir motivasjon og evner mer viktig. De som er høyt politisk interessert i nyheter skrur oftere på, mens de som er mindre interessert skrur av. Dersom sammenhengen fortsetter vil andelen av både

nyhetssøkere og nyhetsunnavikere kunne øke over tid. Resultatene deres viser at begge gruppene faktisk økte i størrelse mellom 1986 og 2010. Regresjonsresultatene støtter opp om hypotesen om at totalt nyhetsmediebruk er positivt relatert med nivået av politisk interesse; desto høyere nivå av politisk interesse, desto høyere nivå av TNMU.

Sett under ett indikerer resultatene at (i) politisk interesse er en viktig forklaringsfaktor for nyhetsmediebruk, selv når man kontrollerer for utdanning, kjønn og alder, og (ii) mens politisk interesse er relatert til alder, har det også en substansiell unik effekt på TNMU. Med andre ord viser resultatene at ulik TNMU mellom et individ med lav eller ingen politisk interesse og et individ med høy politisk interesse har økt mellom 1986 og 2010, under ellers like forhold. Resultatene til Strömbäck med flere gir derfor støtte til deres hypotese om at effekten av politisk interesse på TNMU øker over tid (Stömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013, s. 427). I det store og hele tyder resultatene fra analysene til Strömbäck med flere på at politisk interesse faktisk har blitt mer viktig for og predikere nyhetsmediebruk over tid. Både effekten og forklaringsverdien av politisk interesse har økt, både for samlet nyhetsmediebruk og for alle typer medier bortsett fra tabloide aviser (Stömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013, s. 431). Det er ikke slik at de som ikke er politisk interessert unngår nyheter, mens den veldig politisk interesserte følger alle nyheter hele tiden, men medie-miljøfaktorer demper innflytelsen av individnivå faktorer. Individuell motivasjon i form av politisk interesse har derfor en signifikant sterkere innflytelse på folks nyhetsmediebruk i dag enn tidligere (Stömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013).

5. KUNNSKAP OM (HARDE) NYHETER

Når det kommer til måling av kunnskap om nyheter er det en vesentlig forskjell som er viktig å peke på. I TFoU-rapporten ser man på kunnskap om nyheter, mens mye av litteraturen som finnes går inn på forskjellene i *politisk* kunnskap. Kunnskap om politikk er kun en del av kunnskapen om nyheter, som også omfavner, ut fra definisjonen av harde nyheter, økonomi og samfunnsforhold.

Verba med flere (1997) finner at sammenlignet med kvinner er menn mer velinformert om og mer interessert i politikk. Curran med flere (2014) undersøker om kjønnsgapet i politisk kunnskap er mindre i land som er mer likestilte. De peker på at kjønnsforskjeller i politisk kunnskap har vært et tema preget av bekymring i studier av politisk kommunikasjon i mange år. Flere nasjonale studier, mange i Nord-Amerika, har gjentatte ganger funnet at kvinner vet mindre om politikk enn menn. Resultatene fra tidligere studier viser at det å være mindre informert om politikk forsterker likegyldigheten til politikk, og vice versa, og derfor kan opprettholde kjønnsbalansen i politisk deltakelse og representasjon. Hvorfor kvinner forblir mindre informert om politikk har vært mye debattert, men spørsmålet er i stor grad fortsatt ubesvart (Curran, et al., 2014). Currans studie inneholder et bredt utvalg av land som representerer stor variasjon i økonomi og kulturer, blant annet Norge, Storbritannia, Sør Korea, Colombia og Japan blant de ti landene som er med i studien. Disse landene har også ulike skår på Global Gender Gap indeksen fra World Economic Forum. På tvers av alle landene finner man at kvinner vet mindre om politikk enn menn, uten hensyn til hvor langt likestillingen i landet er kommet. De finner at kjønnsgapet i politisk kunnskap i egalitære Norge, og relativt egalitære Storbritannia og USA er store, eller større, enn forskjellene i Sør-Korea og Japan (Curran, et al., 2014, s. 3). Forskere har strevd med å finne ut hvorfor kjønnsforskjellene er vedvarende når kvinnene og mennene som blir kartlagt har lik alder, etnisk bakgrunn, utdanning, inntekt og eksponering for nyhetsmedia. Ulike grunner har blitt vist til, men de kan ikke forklare mer enn halvparten av kjønnsforskjellene (Curran, et al., 2014, s. 4).

Disse forklaringene faller i stor grad i to ulike grupper. Den første forklaringen handler om reliabiliteten til undersøkelsene har blitt stilt spørsmål ved. I følge dette argumentet er instrumentene som skal måle politisk kunnskap ikke kjønnsensitive nok og er konstruert på en måte som er gunstig for menn. Lizotte og Sidmand (2009) argumenterer for at kvinner har større riskaversjon og at deres frykt for å svare feil fører til underestimering av kvinners politiske kunnskap, relativ til menns, og mener ulike holdninger til risiko kan forklare 36.4 %

av kjønnsforskjellene i politisk kunnskap (Curran, et al., 2014, s. 4). I likhet med dette peker Curran med flere på Jamieson (2000), som finner at kvinner gir færre rette svar fordi de har større sannsynlighet for å svare «vet ikke» på spørsmål når de er usikre. Den andre forklaringen knytter seg til validiteten av spørsmålene. Det er flere som har pekt på at spørsmålene som stilles ikke er kjønnsnøytrale. Dolan (2011) finner at kjønnsgapet minker når spørsmål som er mer relevant for kvinner stilles. Et relatert argument hevder at kvinners politiske kunnskap er mer relatert til deres personlige erfaringer med lokal politikk og offentlige programmer. Stolle og Gidengil (2010) testet denne hypotesen og viser at størrelsen på kjønnsgapet avhenger av måten spørsmål stilles på, og fant at når spørsmål om statlige tjenester og programmer inkluderes, skårer kvinner like høyt eller høyere enn menn (Curran, et al., 2014, s. 5).

Banducci og Semetko (2002) undersøkte kjønnsforskjeller i politisk interesse i 15 europeisk land, og konkluderer med at kjønnsforskjellene i oppmerksomhet gitt til harde «maskuline» nyheter vedholder etter at de kontrollerte for faktorer som utdanning og ansettelsesforhold. De finner derimot verken kjønnsforskjeller eller forskjeller som favoriserer kvinner når det kommer til «feminine» nyheter, som sosiale og lokale nyheter. De finner her altså bare kjønnsforskjeller når det kommer til harde, «maskuline» nyheter.

Den komparative studien til Curran med flere bekrefter at kvinner har mindre politisk kunnskap, og at dette er et globalt fenomen. I tillegg til høyere utdanning, viser studien også at kjønn og alder er viktige indikatorer for den politiske kunnskapen en person har. Den generelle konklusjonen kan forklares, men ikke helt, av det de mener er kjønnspartiske harde nyheter i alle landene og mindre eksponering av kvinner i media enn menn. Som tidligere nevnt, finner de også at kjønnsforskjellene er større i land hvor likestilling er mer fremskyndt, enn i land med mindre likestilling. Spesielt menn i land som Norge skårer mye høyere enn kvinner. For å forstå dette gjennomførte de multiple regresjonsanalyser, og fant at grunnleggende forklaringsvariabler som kjønn og alder, ikke variabler som bruk av massemedia eller politisk interesse, er hva som bestemmer mengden, og innholdet, i politisk kunnskap (Curran, et al., 2014, s. 19). I tillegg til utdanning, er alder og kjønn de variablene som best kan forklare en persons politiske kunnskap. Eldre menn og eldre kvinner har mer politisk kunnskap enn yngre menn og kvinner. De fant derimot at kvinner i blant annet Norge tilegner seg politisk kunnskap mye senere i livet enn menn, og at menn i avanserte demokratier jevnt over klarer å tilegne seg mer politisk kunnskap ettersom de blir eldre. Curran med flere viser til at utdanning er en annen faktor som er viktig for tilegnelse av

politisk kunnskap. De konkluderer med at politisk kunnskap er noe som i hovedsak er tilpasset livsstilen og normene til menn i etablerte demokratier, mens kvinner henger etter med tanke på tilegnelsen av kunnskap (selv i slike demokratier), og dette skaper et bredere gap mellom kjønnene (Curran, et al., 2014, s. 19). Undersøkelsene deres viser også at kvinner ikke går inn på nyheter like ofte som menn via alle typer media. De mener at det lave nivået av konsum antyder at kvinner har mindre tid til å tilegne seg kunnskap om aktuelle saker fordi de gjør mer i hjemmet. I tillegg kan være at de ikke legger like mye vekt på den type informasjon som etterspørres når politisk kunnskap måles som menn. Kvinner gjør det like bra, eller bedre enn menn når det kommer til å svare på spørsmål som handler om «feminin» politisk kunnskap, som lokalpolitikk som er mer relevant for hverdagen, eller om spesifikk politikk som kvinnelige politikere forfølger (Curran, et al., 2014, s. 21). De peker derfor på at man ikke kan konkludere med at streben etter å skape et likestilt samfunn har vært forgjeves. Likevel kan man se av resultatene, at kjønnsforskjellene i politisk kunnskap er større enn i land som er mindre likestilte, og at kvinner bruker mindre tid på nyheter.

Dersom man kobler dette sammen med å se på de unges nyhetskonsument, og forskning som viser at både gruppen av nyhetssøkere og nyhetsunnvikere blir større, kan man se en tendens til at det er flere som vender seg bort fra nyhetene. På den måten vil det også være naturlig at den gruppen av unge som ikke konsumerer nyheter blir hengende igjen når det kommer til kunnskap om aktuelle saker og politikk. På en annen side, finner Elvestad (2015) at nyhetsmediebruken i den norske befolkningen fortsatt er høy sammenlignet med USA de fleste land i Europa. Currans data viser også at kvinner i nasjoner med etablert likestilling gjorde det generelt bedre enn menn i nye demokratier (Curran, et al., 2014, s. 20). Norske kvinner skårer blant annet høyere enn menn i USA, Hellas og Italia, noe som viser at norske kvinner, sammenlignet med andre skårer høyt på politisk kunnskap.

Fraile (2014) studerte kjønnsforskjellene i politisk kunnskap i Europa. Hun peker på at på tross av en større likestilling i politisk orientering mellom kjønnene, har kjønnsforskjellene i politisk deltakelse og kunnskap vist seg å være relativt vedvarende over tid. Kvinner ser ut til å delta og kjenne til politikk i en mindre grad enn menn, selv om det har vært en stor økning i graden av likestilling i politisk makt og ressurser i industrialiserte demokratier (Fraile, 2014). Kjønnsforskjellene i politisk kunnskap ser ut til å være den mest varige og sterkeste, selv om noen forskere har funnet at forskjellene er små, sammenlignet med andre ulikheter som utdanning, sosial klasse eller alder (Burns, 2007; Fraile, 2014).

Flere studier har også funnet at forskjeller i kunnskap er en funksjon av de ulike tilbøyelighetene til menn og kvinner til å gjette (Mondak & Anderson, 2004), likhet med hva Curran med flere peker på. Kvinner har en høyere grad av riskaversjon, noe som betyr at kvinner generelt sett er mer redd for å svare feil, og velger helle å svare at de ikke vet. Menn har en lavere grad av riskaversjon, og er derfor mer tilbøyelig til å gjette hva de tror er det riktige svaret (Lizotte & Sidman, 2009). Når det kommer til tema som dekkes når man skal måle politisk kunnskap er det argumentert for at den tradisjonelle måten å måle politisk kunnskap på er kjønns- partiske eller skjev. Dette argumentet hevder at kjønnsforskjellene i politisk kunnskap derfor bare er tilsynelatende og derfor et produkt av den smale definisjonen av politisk kunnskap. Dette begrenset til kunnskap om institusjoner og politiske partier, og ekskluderer det som kvinner er mest opptatt av (Smiley, 1999) som spørsmål som er mer relevante for ens dagligliv.

Kjønnsforskjellene i politisk kunnskap er vel etablert i litteraturen, og er derfor også en del av forklaringen på politisk kunnskap. Denne forskjellen mellom kjønnene åpner opp for en rekke bekymringer. Dersom kvinner systematisk har lavere nivå av politisk kunnskap enn menn, kan de være mindre (vel) representerte i det demokratiske systemet. Dette vil implisere en klar ulempe i kvinners kapasitet til å gi uttrykk for deres politiske behov og ønsker, og kan derfor påvirke politiske beslutningstakingsprosesser.

6. OPPSUMMERING

På tvers av ulike studier finner man at kvinner konsumerer mindre nyheter enn menn, og det beskrives i dag som anerkjent fakta (Benesch, 2012; Poindexter, 2008; Soroka, Gidengil, Fournier, & Nir, 2016). Grunnen til at det er slik, også blant de yngre generasjonene hvor kvinner tar like mye utdanning som menn, er derimot ikke like enkelt å forklare og litteraturen kan se ut til ikke å være helt enig på dette punktet. En begrensning ved denne studien er at mye av litteraturen på dette feltet finnes i forskning med et annet hovedfokus. Det kan derfor ikke utelukkes at det finnes annen forskning som vil være relevant for problemstillingen.

En forklaring på kjønnsforskjellene som Soroko med flere (2016) peker på, kan være grunnet i selve nyhetsinnholdet, og det store fokuset på negative nyheter. Deres studie viser at kvinner reagerer sterkere, og har større aversjon mot negative nyheter enn menn, noe man også kan finne hos jenter nede i åtteårsalderen. En av grunnene til at kvinner konsumerer mindre nyheter enn menn kan derfor være grunnet i at nyhetsbildet i dag preges av negative nyheter, krig og elendighet.

Prior (2007) argumenter for at nyhetskonsument bestemmes av det som han omtaler som OMA-rammeverket; mulighet, motivasjon og evne. Vi har sett at den medie verden vi lever i i dag, og som unge vokser opp i består av mange valg, både med hensyn til hvilken plattform man bruker, men ikke minst med tanke på medieinnhold. Mediesystemene legger med andre ord til rette for stor grad av selektiv eksponering, og da hvor kvinner og unge ser ut til å velge bort nyheter. Men vi ser også tendenser til norsk ungdom bruker sosiale medier og internett mer til å konsumere nyheter. Spørsmålet blir da om dette gir tilstrekkelig informasjon, et spørsmål som i noen grad kan sies å være ubesvart, men hvor Elvestad (2015) mener at det ikke gjør det. Dette vil være et punkt for relevant forskning fremover, da man ser at mye av nyhetskonsument foregår på internett.

Man har utallige muligheter til å velge, og kan derfor velge bort det man ikke har interesse av. Prior argumenterer derfor for at politisk interesse er en av de faktorene som er bestemmende for om man konsumerer nyheter eller ikke. Shehata (2016) peker derimot på at foreldrenes mediebruk og nyhetskonsument i stor grad påvirker og former barn og unges nyhetskonsument. Sosialisering er dermed også en viktig faktor som påvirker ens nyhetskonsument, og om jenter og gutt sosialiseres ulikt kan dette føre til ulikt nyhetskonsument ettersom man blir eldre. Shehata finner at de unge som i stor grad karakteriseres som nyhetsunnvikere fremdeles er det etter ett og to år, og om de som anses for å være nyhetsunnvikere fortsetter å unngå nyheter,

vil dette kunne gi grunn til bekymring. Elvestad (2015) mener derimot at det vil kunne være mulig å droppe nyheter i en periode uten at man for alltid blir en nyhetsunnviker, men det finnes foreløpig ingen forskning på om nyhetsunnvikere i ung alder forblir det. Det er samtidig en rekke studier som argumenterer for at det i dag skapes et større skille mellom de som aktivt søker etter nyheter, og de som ikke gjør det (Stömbäck, Djerf-Pierre, & Shehata, 2013; Ksiazek, Malthouse, & Webster, 2010; Blekesaune, Elvestad, & Aalberg, 2012).

De som er unge i dag har vokst opp i et medielandskap som preges av store valgmuligheter. Økt tilgang til både nyheter og underholdning har ført til at individuelle interesse og preferanser i større grad enn tidligere er bestemmende for om man følger med i nyhetene eller ikke. Interessefeltene slår inn når man står overfor valgmuligheter, og i kombinasjon med sosialisering gir dette utslag i at yngre konsumerer mindre nyheter enn eldre, og at kvinner konsumerer mindre (harde) nyheter enn menn. Likevel har vi sett at nyhetskonsumet i Norge er relativt høyt sammenlignet med andre land. Norske kvinner konsumerer relativt mye nyheter, og har sammenlignet med menn i andre etablerte demokratier (blant annet USA og Hellas), et høyt kunnskapsnivå (Curran, et al., 2014).

Når det kommer til alder vil det alltid være slik at yngre vil være mindre integrert og sosialisert inn i nyhetsmediebruk og kunnskap om nyheter og politikk. Det er likevel grunn til å være oppmerksom på at i den yngste gruppen så kan valgmulighetene føre til at nyheter velges bort. Ettersom det er kjønnsforskjeller når det kommer til nyhetskonsum er det kanskje enda større grunn til å være oppmerksom på nyhetskonsum og nyhetsunnvik blant yngre fremover, og hvordan dette utvikler seg ettersom de blir eldre. Det kan få konsekvenser dersom deler av befolkningen stiller seg utenfor flyten av nyheter, og føre til at kvinner og yngre er mindre informert om politiske spørsmål, mindre politisk involvert og dårligere representert i politiske prosesser. Videre bør det derfor sørges for lett tilgjengelig informasjon, slik at terskelen for å oppsøke nyheter ikke blir større og forskjellene i nyhetskonsum øker.

7. REFERANSER

- Aalberg , T., Blekesaune, A., & Elvestad , E. (2013, May 2). Media Choice and Informed Democracy: Toward Increasing News Consumption Gaps in Europe? *The International Journal of Press/Politics*, ss. 1-23.
- Aalberg, T., & Curran, J. (2011). *How Media Inform Democracy. A Comparative Approach* . London, UK : Routledge .
- Banducci, S., & Semetko, H. (2002). Gender and context: Influences on political interest in europe. *Paper presentet at the annual meetings of the Midwest Political Science Association, Chicago, IL*.
- Benesch, C. (2012). An Empirical Analysis of the Gender Gap in News Consumption. *Journal of Media Economics*, 25(3), ss. 147-167.
- Bennet, S. (1996). "Know-nothings" revisited again. *Political Behavior*, 18(3), ss. 219-233.
- Bennett, L. W., & Iyengar, S. (2008). A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*(58), ss. 707-731.
- Blekesaune, A., Elvestad , E., & Aalberg , T. (2012). Tuning out the World of News and Current affaires – An Empirical Study og Europe’s Disconnected Citizens. *European Sociological Review*, 28(1), ss. 110-126.
- Brandtzaeg, P. B. (2015). Facebook is no "Great equalizer": A big data approach to gender difference in civic engagement across countries. *Social Science Computer Review*(Lastet ned fra ssc.sagepub.com, 11 august 2016), ss. 1-23.
- Burns, N. (2007). Gender in the aggregate, gender in the individual, gender and political action. *Politics & Gender*(3), ss. 104-124.
- Curran, J., Hayashi, K., Soroka , S., Aalberg , T., Iyengar, S., Coen, S., et al. (2014). Gender Matters Globally: Gaps in Political Knowledge in a Ten-Nation Comparative Study. *upublisert* , ss. 1-23.
- Dalton, R. (2007). Partisan mobilization, cognitive mobilization and the changing American electorate. *Electoral Studies*, 26(2), ss. 274-286.

- Dalton, R. (2008). Citizenship norms and the expansion of political participation. *Political Studies*, 56, ss. 76-98.
- Dolan, K. (2011). Do women and men know different things? Measuring gender differences in political knowledge. *The Journal of Politics*, 37(4), ss. 97-107.
- Elvestad, E. (2015). Barn av informasjonsrike medieomgivelser. En studie av norske elever og studenter sitt forhold til nyheter i tradisjonelle og sosiale medier. *Skriftserien fra Høgskolen i Buskerud og Vestfold*, 23(201).
- Elvestad, E., & Fogt, A. (2010). *Trenger vi aviser når vi har Facebook? Barn og unges forhold til avis under omstilling*. Kristiansand : IJ-forlaget .
- Fraile, M. (2014). Do women know less about politics than men? The gender gap in Political Knowledge in Europe. *Social Politics*, 21(2), ss. 1-35.
- Hooghe, M., & Stolle, D. (2004). Good girls go to the polling booth, bad boys go everywhere: Gender differences in anticipated political participation among American fourteen-year-olds. *Women & Politics*, 26, ss. 1-23.
- Jamieson, K. H. (2000). *Everything you think about politics - and why you're wrong*. New York : Basic Books.
- Klein, R. (2003). Audience Reactions to Local TV News. *American Behavioral Scientist*, 46(21), ss. 1661-1672.
- Ksiazek, T., Malthouse, E., & Webster, J. (2010). News-seekers and Avoiders: Exploring Patterns of Total News Consumption Across Media and the Relationship to Civic Participation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), ss. 551-568.
- Lemish, D., & Alony, R. (2014). The Gendered Nature of News Consumption by Children and Youth. *Journal of Audience and Reception Studies*, 11(1), ss. 174-198.
- Lizotte, M.-K., & Sidman, A. (2009). Explaining the gender gap in political knowledge. *Politics & Gender*, 5(2), ss. 127-151.
- Moe, A., & Kleiven, H. H. (2016). *Bruksmangfold. En analyse av normenns nyhetskonsument*. Trøndelag Forskning og Utvikling.

- Mondak, J., & Anderson, M. (2004). The Knowledge Gap: A Reexamination of Gender-Based Differences in Political Knowledge. *Journal of Politics*, 66(2), ss. 492-512.
- Neumann, W. (1986). *The paradox of mass politics: Knowledge and opinion in the American electorate*. Cambridge, Mass: Harvard University Press .
- Newman, N., Fletcher, R., Levy, D. A., & Kleis Nielsen, R. (2016). *Reuters Institute Digital News Report 2016*. Hentet September 12, 2016 fra reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/: <http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital-News-Report-2016.pdf>
- Paxton, P., Kunovich, S., & Hughes, M. (2007). Gender in Politics. *The Annual Review of Sociolog*(33), ss. 263-284.
- Poindexter, P. (2008). Trouble in the News Media Landscape . I P. Poindexter, S. Meraz, & A. S. Weiss, *Women, Men, and the News. Divided, Disconnected in the News Media Landscape* (ss. 3-17). New York: Routledge .
- Prior, M. (2007). *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. New York : Cambridge University Press .
- Shehata, A. (2016). News Habits Among Adolescents. The Influence of Family Communication on Adolescents' News Media Use - Evidence From a Three-Wave Panel Study. *Mass Communication and Society*, 1(24).
- Smiley, M. (1999). Democratic Citizenship: A Question of Competance? . I S. Elkin, & K. Stolan, *Citizen Competence and Democratic Institutions*. University Park, PA: The Pennsylvania State University Press.
- Soroka, S., Gidengil, E., Fournier, P., & Nir, L. (2016). Do Women and Men Respond Differently to Negative News? . *Politics and Gender* , ss. 1-25.
- Stolle, D., & Gidengila, E. (2010). What do women really know? A gender analysis of varieties of political knowledge. *Perspectives on Politics*, 8(1), ss. 93-109.
- Stömbäck, J., Djerf-Pierre, M., & Shehata, A. (2013). The Dynamics of Political Interest and News Media Consumption: A Longitudinal Perspective. *International Journal of Public Opinion Research*, 25(4), ss. 414-435.

Tapscott, D. (2009). *Growing Up digital: how the net generation is changing your world* .
New York : McGraw-Hill.

Verba, S., Burns, N., & Lehman Schlozman, K. (1997). Knowing and caring about politics:
Gender and political engagement. *Journal of Politics*, 59, ss. 1055-1072.

Wattenberg, M. (1998). *The decline of American political parties, 1952-1996*. Cambridge,
Mass: Harvard University Press.