

Elise Wedde

Mediebruksundersøkelsen 2003
Dokumentasjonsrapport

Innhold

1. Innledning	3
2. Utvalg	3
3. Datafangst	4
3.1 Innsamlingsmåte: PC-assistert telefonintervju	4
3.2 Feltperiode og feltarbeid	4
4. Datakvalitet	6
4.1 Utvalgsskjevhet	6
4.2 Analyse av frafallet	8
4.3 Usikkerhet og feilmarginer.....	11
4.4 PC-assistert intervjuing, innsamlingsfeil og bearbeidingsfeil	12
Vedlegg	
A. Foresattebrev	13
B. IObrev	15
C, Instruks	17
De sist utgitte publikasjonene i serien Notater	31

Figurregister

1. Antall gjennomførte intervju pr. uke	4
2. Svarprosent i årene 1991- 2003.....	10

Tabellregister

1. Nøkkeltall	3
2. Antall intervju etter faktisk intervjudag fordelt på kvartal i 2000, 2001, 2002 og 2003. Antall og prosent av nettoutvalg.....	5
3. Antall intervju etter referansedag, fordelt på kvartal i 2003. Antall og prosent av nettoutvalg	6
4. Avgang etter årsak	6
5: Bruttoutvalget, frafallet og nettoutvalg etter kjønn, alder og landsdel. Prosent	7
6: Svarprosent og frafall etter årsak fordelt på kjønn, alder og landsdel. Alle kvartaler	8
7. Svarprosent og frafall etter årsak blant referansedager og kvartal. Prosent	9
8. Svarprosent og frafall etter årsaker blant kvartal i 1999, 2000, 2001, 2002 og 2003. Prosent	11
9. Forventet standardavvik for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser.....	12

1. Innledning

I dette notatet legger Statistisk sentralbyrå (SSB) frem en metodisk dokumentasjon fra Norsk mediebarometer 2003. Seksjon for intervjuundersøkelser (SSB) stod for innsamlingen av dataene i undersøkelsen, som ble gjennomført på oppdrag fra seksjon for levekårsstatistikk (SSB) og Institutt for Journalistikk. Undersøkelsen er finansiert med midler fra Statens medieforvaltning, Rådet for anvendt medieforskning og Telenor. Odd Frank Vaage ved seksjon for levekårsstatistikk var ansvarlig for undersøkelsen.

Ved seksjon for intervjuundersøkelser i SSB var Elise Wedde planlegger for prosjektet. Gunnar Fodnesbergene, Jan Haslund og Jytte Duemark tilrettela utvalget, laget edb-programmet og foretok filetableringen. Grete Korsvoll, Hajar B. Livary og Lillian Flekke var intervjuerkontakt og Øyvin Kleven fungerte som rådgiver.

SSB har siden 1967 gjennomført flere undersøkelser om bruk av massemedier. Fra og med 1991 har SSB årlig gjennomført kvartalsvise undersøkelser blant et tverrsnittsutvalg av personer mellom 9 og 79 år. Hovedandelen av intervjuene ble foretatt i de tre første ukene av mars, juni, september og desember. Intervjuene er fordelt på alle ukedagene. Opplegg og spørsmål for undersøkelsen er utarbeidet av Odd Frank Vaage i Statistisk sentralbyrå og Sigurd Høst ved Institutt for Journalistikk. Formålet med undersøkelsen er å kartlegge omfanget av folks bruk av massemedier, gi et bilde av sesongmessige variasjoner i massemediebruken, finne ut hva slags medier og kanaler ulike befolkningsgrupper velger, samt måle hva slags mediekkanaler ulike befolkningsgrupper har tilgang til.

Tabell 1. Nøkkeltall

	Feltperiode	I alt	Nettoutvalg	Frafall	Bruttoutvalg	Avganger	Utvalg
Alle kvartal		100	70,3	29,7	2582	24	2606
1 kvartal	3 - 29 mars	100	68,2	31,8	644	8	652
2 kvartal	26 mai - 7 juni	100	69,3	30,7	648	2	650
3 kvartal	1 - 27 sept.	100	73,7	26,3	646	6	652
4 kvartal	24 nov. - 20 des.	100	69,9	29,8	644	8	652
Intervjutid i gjennomsnitt: 30 minutter							
Innsamlingsmetode: telefonintervju							

2. Utvalg

Til undersøkelsen ble det trukket et landsomfattende utvalg på 2 606 personer i alderen 9-79 år. Utvalget er trukket som et sannsynlighetsutvalg i ett trinn og er selvveiende. For å få et mest mulig oppdatert utvalg er det hensiktsmessig å trekke utvalget så nært intervjustart som praktisk mulig. Delutvalgene ble trukket i februar, mai, august og november og fordelt tilfeldig med lik proporsjonalitet på ukedagene.

3. Datafangst

3.1 Innsamlingsmåte: PC-assistert telefonintervju

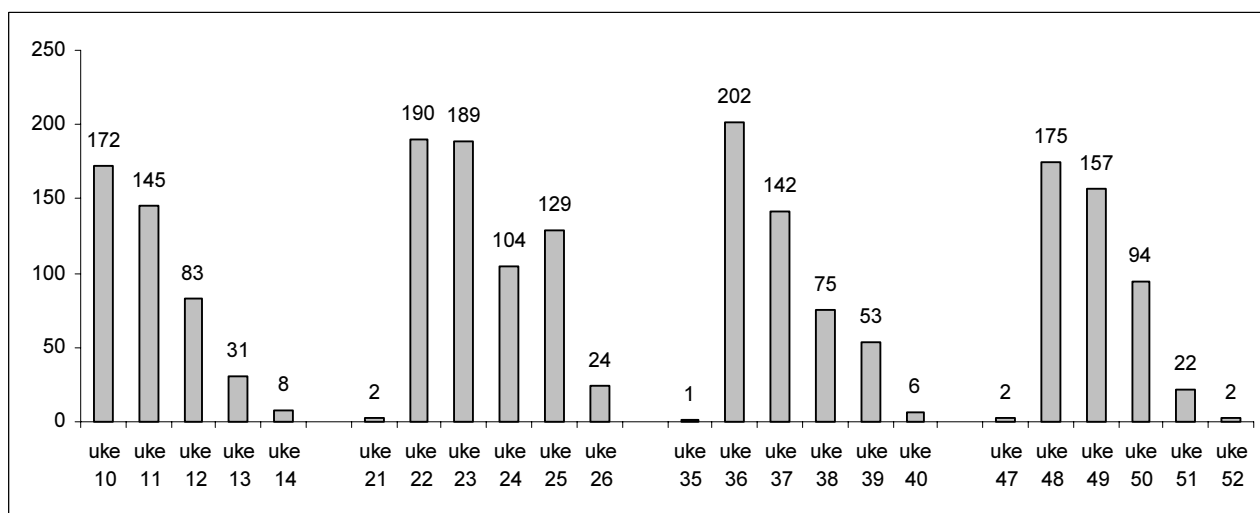
Undersøkelsen er gjennomført ved intervju over telefon. Alle intervjuene ble foretatt av SSBs intervjukorps. Ved intervju med mindreårige har foreldre eller andre foresatte vært tilgjengelig og svart på spørsmål om husholdningen og forsørgers kjennetegn. Intervjuet inneholdt ikke spørsmål av en karakter som gjorde det nødvendig å foreta besøksintervju. Spørsmålene er stilt ved PC-assistert intervjuing. Det blir gjort nærmere rede for denne teknikken under avsnitt 4.4.

3.2 Feltperiode og feltarbeid

Som det fremgår av figur 1 (og tabell 1) ble intervjuene foretatt i fire perioder, hovedsakelig á fire uker.

For å få et godt datagrunnlag i målinger av mediebruk, blir intervjuene fordelt på de forskjellige dagene i uken. Hvert intervjuobjekt får tildelt én bestemt ukedag som de skal intervjues om. For at intervjuobjektet skal huske hva han eller hun har hørt eller sett i mediene, bør intervjuingen aller helst foretas dagen etter, i nødsfall to dager etter den aktuelle dagen. Personer som det ikke blir foretatt intervju med den første uken blir dermed kontaktet på nytt den aktuelle dagen en uke senere. Personer som det ikke oppnås intervju med ved første kontaktforsøk blir, med mindre de har gitt uttrykk for at de ikke ønsker å delta, kontaktet på nytt av en seniorintervjuer. Intervjuere som foretar oppfølging er spesielt trent i å spore opp og motivere personer til å delta.

Figur 1. Antall gjennomførte intervju pr. uke



I Tabell 2 presenterer vi en mer detaljert oversikt over hvordan intervjuene er fordelt etter faktisk intervjudag, altså den dagen selve intervjuet er foretatt. For å kunne studere stabilitet og endringer over tid har vi også tatt med tall fra 2000, 2001 og 2002.

Tabell 2. Antall intervju etter faktisk intervjudag fordelt på kvartal i 2000, 2001, 2002 og 2003. Antall og prosent av nettoutvalg

	I alt		1. Kvartal		2. Kvartal		3. Kvartal		4. Kvartal	
	antall	prosent	antall	prosent	antall	prosent	antall	prosent	antall	prosent
2000										
I alt	2186	100,0	597	100,0	514	100,0	543	100,0	532	100,0
mandag	554	25,3	148	24,8	124	24,1	150	27,6	132	24,8
tirsdag	370	16,9	105	17,6	99	19,3	95	17,5	71	13,3
onsdag	339	15,5	87	14,6	82	16,0	79	14,5	91	17,1
torsdag	314	14,4	87	14,6	65	12,6	81	14,9	81	15,2
fredag	280	12,8	67	11,2	77	15,0	63	11,6	73	13,7
lørdag	284	13,0	88	14,7	56	10,9	67	12,3	73	13,7
søndag	45	2,1	15	2,5	11	2,1	8	1,5	11	2,1
2001										
I alt	1804	100,0	468	100,0	442	100,0	440	100,0	454	100,0
mandag	434	24,1	132	28,2	93	21,0	118	26,8	92	20,3
tirsdag	338	18,7	69	14,7	100	22,6	76	17,3	93	20,5
onsdag	276	15,3	73	15,6	67	15,2	65	14,8	71	15,6
torsdag	277	15,4	64	13,7	69	15,6	69	15,7	75	16,5
fredag	221	12,3	62	13,2	51	11,5	39	8,9	69	15,2
lørdag	246	13,6	63	13,5	56	12,7	73	16,6	54	11,9
søndag	11	0,6	5	1,1	6	1,4	0	0	0	0
2002										
I alt	1856	100,0	479	100,0	458	100,0	466	100,0	451	100,0
mandag	418	22,5	101	21,1	87	19,0	114	24,5	116	25,7
tirsdag	311	16,8	93	19,4	82	17,9	67	14,4	69	15,3
onsdag	301	16,2	73	15,2	75	16,2	82	17,6	71	15,7
torsdag	290	15,6	88	18,2	64	14,0	77	16,5	61	13,5
fredag	241	13,0	54	11,3	75	16,4	54	11,6	58	12,9
lørdag	281	15,2	71	14,8	76	16,6	63	13,5	71	15,7
søndag	14	0,8	-	-	-	-	9	1,9	5	1,1
2003										
I alt	1814	100,0	439	100,0	449	100,0	476	100,0	450	100,0
mandag	454	25,0	114	26,0	110	24,5	115	24,2	115	25,6
tirsdag	310	17,1	72	16,4	86	19,2	86	18,1	66	14,7
onsdag	280	15,4	64	14,6	67	14,9	71	14,9	78	17,3
torsdag	267	14,7	65	14,8	60	13,4	69	14,5	73	16,2
fredag	261	14,4	59	13,4	74	16,5	71	14,9	57	12,7
lørdag	212	11,7	57	13,0	47	10,5	56	11,8	52	11,6
søndag	30	1,7	8	1,8	5	1,1	8	1,7	9	2,0

Hvis det i undersøkelser av mediebruk systematisk blir foretatt uforholdsmessig flere intervju en spesiell ukedag (f.eks. lørdager) eller en spesiell dag (f.eks. lørdag 13. mars) kan dette gi et fordreid bilde av mediebruken. I SSBs medieundersøkelser har en derfor valgt å på forhånd fordele intervjuene på faste dager (referansedager). Intervjuerne foretar intervjuet om referansedagen dagen etter, i nødsfall to dager etter. Som vist i tabell 2 er det en ulik spredning blant intervjudagene. Det vesentlige er likevel om dette introduserer skjevheter med hensyn til antall referansedager i materialet. Tabell 3 viser at det er en god spredning av referansedager i 2003. Vi anbefaler likevel at brukere av datamaterialet venter etter referansedagens inverse responsansynlighet. I tall som publiseres i Norsk mediebarometer fra 1991 til 2003 tar en hensyn til eventuelle skjevheter som introduseres med hensyn til ukedag, ved at det vektet slik at de forskjellige ukedagene teller like mye (se Vaage 2003:81-83).

Tabell 3. Antall intervju etter referansedag, fordelt på kvartal i 2003. Antall og prosent av nettoutvalg

	I alt		1. kvartal		2. kvartal		3. kvartal		4. kvartal	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
I alt	1814	100,0	439	100,0	449	100,0	476	100,0	450	100,0
mandag	274	15,1	68	15,5	70	15,6	74	15,5	62	13,8
tirsdag	267	14,7	60	13,7	64	14,3	74	15,5	69	15,3
onsdag	267	14,7	62	14,1	70	15,6	64	13,4	71	15,8
torsdag	247	13,6	62	14,1	57	12,7	70	14,7	58	12,9
fredag	234	12,9	54	12,3	56	12,5	64	13,4	60	13,3
lørdag	267	14,7	69	15,7	70	15,6	63	13,2	65	14,4
søndag	258	14,2	64	14,6	62	13,8	67	14,1	65	14,4

4. Datakvalitet

I en utvalgsundersøkelse er kvaliteten på dataene som samles inn betinget av en rekke forhold. Vi skal her se nærmere på noen forhold som kan ha betydning for kvaliteten av dataene i denne undersøkelsen.

4.1 Utvalgsskjevhet

I både totaltelling og utvalgsundersøkelser kan det oppstå utvalgsskjevhet. Utvalgsskjevhet innebærer at fordelingen etter et bestemt kjennemerke er annerledes blant de som svarte enn de som ble forsøkt intervjuet. I en utvalgsundersøkelse kan skjevhet introduseres på tre forskjellige måter. For det første kan vi snakke om skjevhet når fordelingen av et bestemt kjennemerke er annerledes i utvalget enn i populasjonen som undersøkelsen omfatter. Slik utvalgsskjevhet kan oppstå i utvalgstrekkningen, hvor tilfeldigheter kan føre til at forekomsten av enkelte kjennemerker er ulikt fordelt i utvalget og populasjonen. Denne skjevheten skyldes tilfeldigheter i trekkingen, og en kan forvente at de personer som trekkes ut i hver befolkningsgruppe ikke skiller seg systematisk fra de som ikke trekkes ut. Det blir kontrollert for utvalgsskjevhet når det gjelder alder, kjønn og fylke under trekkerutinen og vi kan derfor se bort fra dette i Mediebruksundersøkelsen.

For det andre kan det oppstå skjevhet i forbindelse med avganger. Med avgang menes personer som ikke lenger er i målgruppen for undersøkelsen, herunder døde og personer som er utvandret til utlandet. Av tabell 4 ser vi at det kun er 24 personer av det opprinnelige utvalget på 2 606 personer som er avganger. Siden utvalget er trukket fra BEBAS¹ så nært opp til intervjustart som mulig for alle de fire kvartalene er avgangene så få at det ikke kan innføre utvalgsskjevheter når utvalget er på denne størrelsen.²

Tabell 4. Avgang etter årsak

Avgang	Antall personer	Prosent av avgang	Prosent av utvalg
Avgang i alt	24	100	0,92
Død	6	25	0,23
Bosatt i utlandet i over 6 måneder	16	66,7	0,46
Andre årsaker	2	8,3	0,07

Andelen personer vi står igjen med etter at avganger er fjernet kalles bruttoutvalg. Bruttoutvalget er det utvalget vi faktisk forsøker å intervju. Andelen personer vi oppnådde intervju med kalles nettoutvalget. Den andelen som består av differansen mellom brutto- og nettoutvalget kalles frafall. Frafall kan føre til skjevhet mellom bruttoutvalget og nettoutvalget når fordelingen av et bestemt kjennemerke er annerledes blant de som svarte, enn blant de som ble forsøkt intervjuet. Skjevhet innebærer at nettoutvalget ikke er statistisk representativt for målgruppen. Skjevhet i forhold til ett kjennemerke medfører ikke nødvendigvis at

¹ BEBAS er den sentrale demografi-/befolkningsdatabasen i SSB. Den oppdateres flere ganger i måneden med opplysninger fra Det sentrale folkeregisteret.

² Avganger gir utvalgsskjevhet stort sett hvis utvalgsplanen er gammel eller hvis en ikke kjenner populasjonen en trekker fra.

nettoutvalget er skjevt i forhold til andre kjennemerker. På den annen side gir godt samsvar mellom fordelingene i nettoutvalget og bruttoutvalget for ett eller flere kjennemerker ingen garanti for at utvalget ikke er skjevt på andre kjennemerker.

I vurderingen av utvalgsskjevhet bør en derfor analysere avvikene mellom netto- og bruttoutvalget. Tabell 5 gir mulighet for å belyse eventuelle skjevheter på grunn av frafallet for kjønn, alder og landsdel. Dette kan en gjøre ved å sammenlikne fordelingene i bruttoutvalget med fordelingene i nettoutvalget. Dersom det er stort avvik mellom disse to, viser dette at det foreligger utvalgsskjevhet for disse gruppene. Tabellen viser at de eneste tallene i nettoutvalget som avviker mer enn ± 1 prosentpoeng fra tallene i bruttoutvalget er tallene for Oslo og Akershus med en differanse på 1,4 prosentpoeng samt aldersgruppen 9 - 24 år med 1,1 prosentpoeng. Sett bort fra dette relativt sett lille avviket, er nettoutvalget representativt for bruttoutvalget når det gjelder kjennetegnene kjønn, alder og landsdel.

Tabell 5. Bruttoutvalget, frafallet og nettoutvalg etter kjønn, alder og landsdel. Prosent

	Bruttoutvalg	Nettoutvalg	Frafall	Netto - brutto
I alt	100	100	100	
Kjønn				
Kvinner	49,8	49,1	51,3	-0,7
Menn	50,2	50,9	48,7	0,7
Alder				
9-24 år	24,5	25,6	21,7	1,1
25-44 år	35,1	34,2	37	-0,9
45-66 år	28,5	29,2	27,1	0,7
67-79 år	11,8	10,9	13,9	-0,9
80 +	0,2	0,1	0,3	-0,1
Landsdel				
Oslo og Akershus	21,9	20,5	25,3	-1,4
Hedemark og Oppland	8,4	8,2	9,1	-0,2
Østlandet ellers	18,9	18,4	19,9	-0,5
Agder/Rogaland	14,4	15,3	12,4	0,9
Vestlandet	17,5	18,2	16	0,7
Trøndelag	8,6	8,8	8,1	0,2
Nord-Norge	10,3	10,7	9,2	0,4
Antall personer	2582	1814	768	

4.2 Analyse av frafallet

Som tidligere nevnt bør en i vurderingen av utvalgsskjevhet knytte større oppmerksomhet til skjevhet som skyldes frafall, enn til andre former for utvalgsskjevhet. Dette skyldes at de personene som deltar kan skille seg systematisk fra de som ikke deltar. Tabell 6 gir en oversikt over de viktigste årsakene til frafall.

Tabell 6. Svarprosent og frafall etter årsak fordelt på kjønn, alder og landsdel. Alle kvartaler

	I alt	Intervju	Nekter	Forhindret	Ikke truffet	Annet frafall	Antall personer
I alt	100,0	70,3	14,4	2,3	11,8	1,3	2582
Kjønn							
Kvinner	100,0	69,3	16,5	2,3	10,7	1,2	1285
Menn	100,0	71,2	12,3	2,2	12,9	1,4	1297
Aldersgruppe							
9-24 år	100,0	73,6	12,8	1,6	11,2	0,8	632
25-44 år	100,0	68,6	13,8	2,3	13,5	1,8	905
45-66 år	100,0	71,8	14,9	1,8	10,9	0,7	737
67-79 år	100,0	64,8	17,8	4,9	10,2	2,3	304
80 +	100,0	50,0	50,0	-	-	-	4
Landsdel							
Oslo og Akershus	100,0	65,7	13,6	4,4	15,9	0,4	566
Hedmark og Oppland	100,0	67,9	15,6	1,4	12,8	2,3	218
Østlandet ellers	100,0	68,6	17,5	2,3	10,7	1,0	487
Agder og Rogaland	100,0	74,5	12,6	1,6	11,0	0,3	372
Vestlandet	100,0	72,8	15,5	1,8	7,1	2,9	453
Trøndelag	100,0	71,9	12,7	0,9	14,0	0,5	221
Nord-Norge	100,0	73,2	11,7	1,5	11,3	2,3	265

Andelen som er forhindret fra å delta i undersøkelsen er relativt lik både for menn og kvinner (tabell 6). Det er likevel en langt større andel kvinner enn menn som nekter å delta i undersøkelsen. Samtidig er det en større andel menn enn kvinner som ikke er truffet. Når det gjelder fordelingen på aldersgrupper, ser vi at andelen som nekter å delta i undersøkelsen øker med alder. Den høyeste andelen som var forhindret fra å delta i undersøkelsen finner vi blant personer i gruppen 67 - 79 år. Samtidig har denne aldersgruppen lavest andel "ikke truffet". Når det gjelder fordelingen av de som nekter å delta i undersøkelsen i de ulike landsdelene, finner vi at Østlandet har den største andelen "nektere" og Nord-Norge har den laveste. Tabellen viser også at Oslo og Akershus har høyest andel personer som var forhindret fra å delta og høyest andel som ikke ble truffet.

Siden mediebruksundersøkelsen er en dagbestemt undersøkelse er det nødvendig å ha jevn inntekt av intervjuer alle dager. I tabell 7 vises svarprosent og frafallsårsaker fordelt på referansedager og kvartal i 2003.

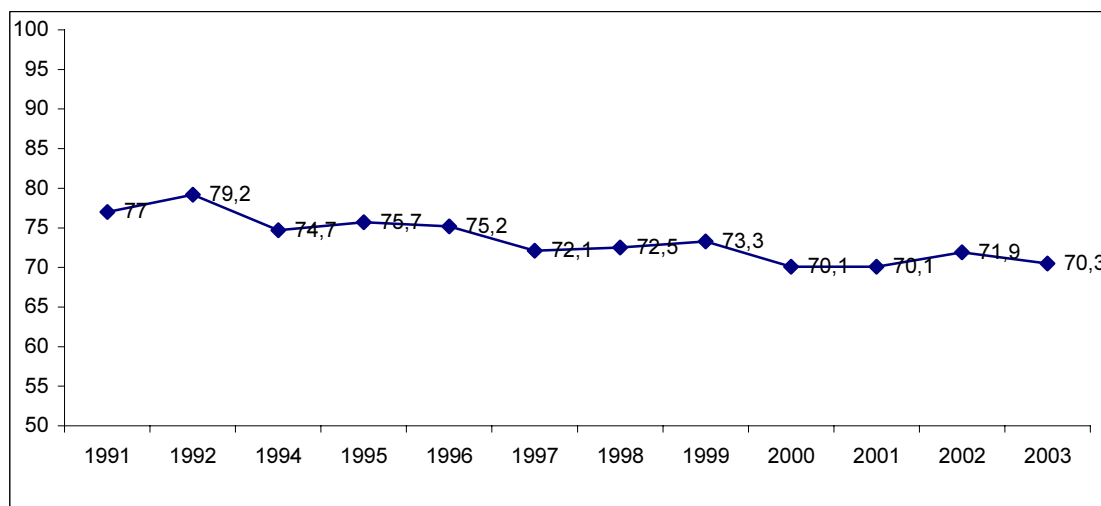
Tabell 7. Svarprosent og frafall etter årsak blant referansedager og kvartal. Prosent

	I alt	Intervju	Nekter	Forhindret	Ikke truffet	Annet frafall	Antall personer	
	I alt	70,3	70,3	14,3	5,4	8,1	1,90	2582
Alle kvartal								
mandag	100,0	73,5	12,9	5,1	5,9	2,68	373	
tirsdag	100,0	72,6	14,7	3,5	7,3	1,90	368	
onsdag	100,0	72,6	15,2	6,0	4,3	1,90	368	
torsdag	100,0	67,5	12,8	7,4	10,1	2,19	366	
fredag	100,0	63,6	15,8	5,4	13,0	2,17	368	
lørdag	100,0	72,4	13,0	5,7	7,9	1,08	369	
søndag	100,0	69,7	15,9	4,6	8,4	1,35	370	
1 kvartal								
mandag	100,0	72,3	11,7	5,3	8,5	2,13	94	
tirsdag	100,0	65,9	16,5	4,4	9,9	3,30	91	
onsdag	100,0	68,1	12,1	5,5	9,9	4,40	91	
torsdag	100,0	66,7	10,8	9,7	8,6	4,30	93	
fredag	100,0	58,7	22,8	5,4	8,7	4,35	92	
lørdag	100,0	75,0	13,0	5,4	5,4	1,09	92	
søndag	100,0	70,3	14,3	8,8	5,5	1,10	91	
2 kvartal								
mandag	100,0	75,3	15,1	5,4	3,2	1,08	93	
tirsdag	100,0	69,6	15,2	3,3	9,8	2,17	92	
onsdag	100,0	75,3	15,1	4,3	4,3	1,08	93	
torsdag	100,0	62,6	14,3	11,0	11,0	1,10	91	
fredag	100,0	59,6	10,6	4,3	24,5	1,06	94	
lørdag	100,0	76,1	7,6	6,5	6,5	3,26	92	
søndag	100,0	66,7	16,1	4,3	10,8	2,15	93	
3 kvartal								
mandag	100,0	78,7	12,8	3,2	3,2	2,13	94	
tirsdag	100,0	79,6	14,0	3,2	3,2	0,00	93	
onsdag	100,0	69,6	20,7	5,4	3,3	1,09	92	
torsdag	100,0	76,1	14,1	3,3	4,3	2,17	92	
fredag	100,0	71,1	15,6	3,3	7,8	2,22	90	
lørdag	100,0	68,5	18,5	5,4	7,6	0,00	92	
søndag	100,0	72,0	20,4	2,2	3,2	2,15	93	
4 kvartal								
mandag	100,0	67,4	12,0	6,5	8,7	5,43	92	
tirsdag	100,0	75,0	13,0	3,3	6,5	2,17	92	
onsdag	100,0	77,2	13,0	8,7	0,0	1,09	92	
torsdag	100,0	64,4	12,2	5,6	16,7	1,11	90	
fredag	100,0	65,2	14,1	8,7	10,9	1,09	92	
lørdag	100,0	69,9	12,9	5,4	11,8	0,00	93	
søndag	100,0	69,9	12,9	3,2	14,0	0,00	93	

Det er relativ stor variasjon med hensyn til dager (tabell 7). Mandag, tirsdag, onsdag og lørdag er dagene med høyest svarprosent, mens torsdag og fredag er dagene med dårligst svarprosent. Dette har sammenheng med at intervjuene ble foretatt på fredag og lørdag, dager hvor folk tradisjonelt er mindre interessert i å delta. Dette er i tråd med tidligere erfaringer.

En målsetting med mediebruksundersøkelsen er å måle utviklingen av mediebruk over tid. I den forbindelse er det viktig å se på utviklingen av svarprosenten over tid. Grafen i figur 2 viser utviklingen i svarprosent fra 1991 til og med 2003³. I 1991, 1994, 1997 og 2000 var kulturbruk et tilleggstema. Et gjennomgående trekk er at svarprosenten er noe lavere i de årene spørsmål om kulturbruk er med. Den viktigste årsaken til dette er sannsynligvis at lengre intervjuetid gir økt frafall. Videre viser figuren at frafallet økte gjennom hele nittitallet, men at svarprosenten nå ser ut til å ha stabilisert seg på rundt 70 prosent.

Figur 2. Svarprosent i årene 1991- 2003



I en årlig undersøkelse som mediebruksundersøkelsen kan en og bør en også følge med i utviklingen av frafallet over tid. Hvis en får en annen type frafall over tid kan dette øke usikkerheten i estimatene. I denne dokumentasjonsrapporten har vi derfor med ytterligere en analyse av frafallet.

Variasjonen i frafallsårsaker fra 1999 til 2003 er relativt liten (Tabell 8, neste side). Gjennom hele nittitallet har en registrert at svarprosenten er lavest for 2. kvartal. I 2001 var imidlertid svarprosenten i andre kvartal på samme nivå som tredje kvartal og i 2002 var andre og fjerdekvartal på samme nivå. Forsøk på å forklare den relativt lave svarprosenten i andre kvartal går på at folk i mindre grad er å treffe på grunn av sommerlige sysler. Denne antakelsen får bare begrenset støtte når vi ser flere år ganger i sammenheng. For 1999, 2000 og 2002 øker også nekteandelen for andre kvartal. Dette kan likevel ha sammenheng med at folk i mindre grad ønsker å delta på grunn av sommerlige aktiviteter. I annet kvartal 2003 ble det lagt ved et flaxlodd med informasjonsbrevet til alle intervjupersonene som et forsøk på å høyne svarprosenten. Det er imidlertid lite som tyder på at dette har hatt noen effekt på svarprosenten. Samtidig er andelen "nekte" noe lavere i 2003 enn i de tidligere årene. Det kan derfor hende at flaxloddene kan ha hatt en dempende virkning på intervjupersonenes tilbøyelighet til å nekte. Andelen nekte er likevel enda lavere i 4 kvartal 2003. Ettersom flaxlodd kun ble vedlagt i 2 kvartal, indikerer dette at det også er andre faktorer som påvirker intervjupersonenes tilbøyelighet til å nekte å delta i undersøkelsen. I tabellen fremgår det også at andelen "ikke truffet" er noe høyere i kvartal 2 enn i de andre kvartalene. Dette styrker antakelsen om at folk i større grad er vanskelig å treffe på denne årstiden, muligens på grunn av sommerlige aktiviteter. For 2003 var svarprosenten likevel lavere i 1 kvartal, mens den var høyest i 3 kvartal med 73,3 prosent (Tabell 8).

³ Mediebruksundersøkelsen ble ikke gjennomført i 1993.

Tabell 8. Svarprosent og frafall etter årsaker blant kvartal i 1999, 2000, 2001, 2002 og 2003. Prosent

	I alt	Intervju	Nekter	Forhindret	Ikke truffet	Annet frafall	Antall personer
1999							
I alt	100,0	73,3	13,6	2,2	8,7	2,2	2589
1. kvartal	100,0	74,5	10,6	1,7	10,5	2,6	648
2. kvartal	100,0	71,3	16,5	2,0	7,7	2,5	647
3. kvartal	100,0	74,9	12,6	2,5	8,7	1,4	645
4. kvartal	100,0	73,0	14,8	2,6	7,7	1,8	649
2000							
I alt	100,0	70,1	16,5	3,0	8,9	1,6	3120
1. kvartal	100,0	72,9	14,7	3,5	7,9	1,0	819
2. kvartal	100,0	67,0	17,6	2,1	11,6	1,7	767
3. kvartal	100,0	71,0	15,6	3,0	8,2	2,2	765
4. kvartal	100,0	69,2	18,2	3,3	7,9	1,4	769
2001							
I alt	100,0	70,1	16,1	2,6	10,5	0,6	2573
1. kvartal	100,0	72,8	14,9	3,1	8,1	1,1	643
2. kvartal	100,0	68,7	14,2	2,3	14,2	0,6	643
3. kvartal	100,0	68,6	20,9	2,3	8,0	0,2	641
4. kvartal	100,0	70,3	14,6	2,8	11,9	0,5	646
2002							
I alt	100,0	71,9	14,2	3,0	6,9	4,1	2580
1. Kvartal	100,0	74,5	13,1	3,6	5,0	3,9	643
2. Kvartal	100,0	70,6	16,3	2,5	5,4	5,2	649
3. Kvartal	100,0	72,4	14,4	2,0	7,6	3,6	644
4. Kvartal	100,0	70,0	12,9	3,9	9,5	3,7	644
2003							
I alt	100,0	70,3	14,3	2,3	11,8	1,3	2582
1. kvartal	100,0	68,2	14,4	2,5	12,4	2,5	644
2. kvartal	100,0	69,3	13,4	2,0	14,8	0,5	648
3. kvartal	100,0	73,3	16,6	2,2	6,3	1,2	646
4 kvartal	100,0	69,9	13,2	2,5	13,5	0,9	644

4.3 Usikkerhet og feilmarginer

Fordi resultatene bygger på opplysninger fra et utvalg av den befolkningen undersøkelsen dekker, er det knyttet en viss usikkerhet til dem. Denne usikkerheten kalles utvalgsvarians. I og med at utvalget er trukket etter reglene for tilfeldig trekking, er det mulig å beregne hvor stor utvalgsvariansen kan forventes å bli.

Et hyppig brukt mål på usikkerheten i resultatet for et kjennemerke, er standardavviket til den observerte verdien av dette kjennemerket. Størrelsen på dette standardavviket avhenger av tallet på observasjoner i utvalget, måten utvalget er trukket på og av fordelingen til det aktuelle kjennemerket i befolkningen. Fordelingen i befolkningen kjenner vi ikke, men det er mulig å anslå standardavviket i utvalgsfordelingen ved hjelp av observasjonene i utvalget.

Det er ikke foretatt egne beregninger av slike anslag for denne undersøkelsen. Tabell 9 viser likevel tilnærmet størrelse på standardavviket for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser. Av tabell 9 går det fram at usikkerheten minker når antall observasjoner øker, og at usikkerheten øker når observasjoner minker og når prosenttallet nærmer seg 50.

Ved hjelp av standardavviket er det mulig å beregne et intervall som med en bestemt sannsynlighet inneholder den sanne verdi av en beregnet størrelse (den verdien vi ville ha fått dersom vi hadde foretatt en totaltelling i stedet for en utvalgsundersøkelse). Slike intervaller kalles konfidensintervaller hvis de er konstruert på en bestemt måte: La M være den beregnede størrelsen og S være et anslag for standardavviket til M . Konfidensintervallet blir da intervallet med grenser $(M-2*S)$ og $(M+2*S)$. Denne metoden vil med omtrent 95 prosents sannsynlighet gi et intervall som inneholder den sanne verdien.

Tabell 9. Forventet standardavvik for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser

Antall observasjoner	Prosent									
	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	35/65	40/60	50/50	
25	5,4	7,5	8,9	10,0	10,8	11,5	11,9	12,2	12,5	
50	3,8	5,2	6,2	7,0	7,6	8,0	8,3	8,6	8,7	
100	2,7	3,7	4,4	4,9	5,3	5,6	5,9	6,0	6,2	
200	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,1	4,3	4,3	
300	1,5	2,1	2,5	2,8	3,1	3,2	3,4	3,5	3,5	
500	1,2	1,6	2,0	2,2	2,4	2,5	2,6	2,7	2,7	
1000	0,8	1,2	1,4	1,5	1,7	1,8	1,8	1,9	1,9	
1200	0,8	1,1	1,3	1,4	1,5	1,6	1,7	1,7	1,8	
1814	0,6	0,9	1,0	1,2	1,2	1,3	1,4	1,4	1,4	

For å illustrere hvordan en kan bruke tabell 9 for å finne konfidensintervaller kan vi ta utgangspunkt i antall personer som så TV. 85 prosent av den norske befolkning mellom 9 og 79 år så på TV en gjennomsnittsdag i 2002 (Vaage 2003:13). Anslaget på standardavviket til et observert prosenttall på 85 er 1,0 når antall observasjoner er 1814. Konfidensintervallet for den sanne verdi får grensene $85 \pm 2 * 1,0$. Det vil si at intervallet som strekker seg fra 83 til 87 prosent med 95 prosent sannsynlighet inneholder den tallstørrelsen en ville fått om hele befolkningen mellom 9 og 79 år hadde vært med i undersøkelsen.

Ofte er det ønskelig å sammenlikne prosenttall for flere grupper. Når to usikre tall sammenliknes, vil usikkerheten på forskjellen mellom dem vanligvis bli større enn usikkerheten knyttet til hvert enkelt tall. Standardavviket til forskjeller mellom to prosenttall er lik kvadratroten av summen av kvadratene av standardavvikene til enkelttallene. Når en har anslag for standardavviket til slike forskjeller, kan en konstruere konfidensintervall for den sanne verdi på samme måte som beskrevet ovenfor.

4.4 PC-assistert intervjuing, innsamlingsfeil og bearbeidingsfeil

I enhver undersøkelse, både i totaltelling og utvalgsundersøkelser, vil det forekomme svar som er feil. Feilene kan oppstå både i forbindelse med innsamlingen og under bearbeidningen.

Datainnsamlingen i denne undersøkelsen foregikk ved hjelp av pc. Intervjuerne ringte opp respondentene, leste opp spørsmålene fra dataskjermen og registrerte svarene direkte på maskinen. En fordel med PC-assistert intervjuing er at en øker mulighetene for å tilpasse spørsmålene i overensstemmelse med respondentens situasjon og svar på tidligere spørsmål, i forhold til det som er mulig ved bruk av papirskjema. Videre gir PC-assistert intervjuing mulighet for direkte kontroll av svarkonsistens mellom ulike spørsmål. For hvert spørsmål er det lagt inn grenser for gyldige verdier. I tillegg er det bygget inn et omfattende feilmeldingssystem dersom intervjueren taster inn et svar som er inkonsistent i forhold til tidligere svar.

Alle disse sidene ved PC-assistert intervjuing fører til økt datakvalitet. Innsamlingsfeil som skyldes intervjuerens feilregistreringer, blir langt mindre enn ved bruk av papirskjema. Vi unngår registrering av ugyldige verdier og vi oppnår et redusert frafall på enkeltspørsmål ved at mulighetene for hoppfeil reduseres. PC-assistert intervjuing hindrer likevel ikke alle feil. Redusert datakvalitet kan for eksempel være et resultat av dårlig formulerte spørsmål, eller at det er dårlig samsvar mellom spørsmål og svaralternativer.

Innsamlingsfeil kan også komme av at intervjupersonen avgir feil svar. Det kan skyldes vansker med å huske forhold tilbake i tiden. Det kan også skyldes misforståelser av spørsmål. Når det blir spurt om forhold som folk erfaringsmessig finner kompliserte, må en regne med å få en del feilaktige svar. Bearbeidingsfeil er avvik mellom den verdien som registreres inn og den verdien som til slutt rapporteres ut. Gjennom ulike kontroller har man søkt å finne feil og rette dem opp.

Når en har rettet opp feil så langt det er mulig, er erfaringen at de statistiske resultatene i de fleste tilfeller påvirkes forholdsvis lite av både innsamlingsfeil og bearbeidingsfeil. Virkningen av feil kan likevel være av betydning i noen tilfeller. Det gjelder særlig hvis feilen er systematisk, det vil si at den samme feilen gjøres relativt ofte. Tilfeldige feil har forventningen 0, og medfører ikke skjevhet i estimatene. En tenker seg at feil som ikke er systematiske trekker like mye i hver retning, og at de derfor har svært liten effekt.

Foresattebrev

F

Oslo, november 2003
Saksbehandler: Elise Wedde
Telefon: 800 83 028 (grønt nummer)

Mediebruksundersøkelsen 2003

I løpet av de nærmeste dagene vil en intervjuer fra Statistisk sentralbyrå kontakte sønnen/datteren din i forbindelse med en undersøkelse om bruk av massemedier. Undersøkelsen gjennomføres i samarbeid med Telenor og med støtte fra Statens medieforvaltning. Formålet med undersøkelsen er å lage offentlig statistikk over tilgang til og bruk av massemedier. Slik informasjon er nyttig for myndigheter og andre som legger til rette slike tilbud. I tillegg vil resultatene bli brukt i våre egne publikasjoner, i forskning og undervisning.

Til undersøkelsen er det trukket et tilfeldig utvalg fra hele landet på om lag 2 600 personer i alderen 9-79 år. Du har barn under 18 år som er kommet med i utvalget. Barn som er 16 år eller eldre, får eget brev om undersøkelsen. Dere vil om kort tid bli kontaktet av en av våre intervjuere. **Intervjuet foregår på telefon.** Det er frivillig å delta, men for at vi skal få gode resultater er vi avhengig av at de som er trukket ut deltar. **Vi kan ikke erstatte en som ikke svarer med en annen.**

Når personer under 16 år er trukket ut vil intervjueren be om foresattes samtykke til å stille spørsmålene. Intervjuet bør helst gjennomføres ved at barnet og intervjueren får snakke uforstyrret sammen. Vi ser gjerne at foresatte er tilgjengelig under intervjuet. Noen spørsmål som gjelder husholdningen skal stilles til en av de foresatte. Det kan også hende at barnet trenger hjelp av foresatte til å besvare noen av de andre spørsmålene.

Alle som arbeider i Statistisk sentralbyrå har taushetsplikt. Undersøkelsen gjennomføres etter lovpålagte regler og SSB er underlagt kontroll både fra Datatilsynet og vårt eget personvernombud. Det vil aldri bli kjent utenfor Statistisk sentralbyrå hva enkeltpersoner har svart på spørsmålene. Man kan når som helst trekke seg fra undersøkelsen. Innen 31. mars 2004 vil alle navn og adresser fjernes fra datamaterialet. Den som ringer, kan fortelle deg hvordan du får bekreftet at vedkommende arbeider for Statistisk sentralbyrå. Dersom du ønsker flere opplysninger om undersøkelsen, eller vil melde fra at du ikke ønsker at sønnen/datteren din skal delta, kan du ringe oss gratis på telefon 800 83 028 eller sende en e-post til elise.wedde@ssb.no. Generelle spørsmål vedrørende personvern i SSB kan rettes til SSBs personvernombud, tel 21 09 00 00 eller e-post personvernombud@ssb.no.

Med vennlig hilsen

Svein Longva
administrerende direktør

Ole Sandvik
seksjonssjef

F

Oslo, november 2003
Sakshandsamar: Elise Wedde
Telefon: 800 83 028 (grønt nummer)

Undersøking om bruk av massemedium 2003

I løpet av dei næraste dagane vil ein intervjuar frå Statistisk sentralbyrå kontakte sonen/dottera di i samband med ei undersøking om bruk av massemedium. Undersøkinga blir utført i samarbeid med Telenor og med støtte fra Statens medieforvaltning. Føremålet med undersøkinga er å lage offentleg statistikk over tilgangen til og bruken av massemedier. Slik informasjon er nyttig for styresmaktene og andre som legg til rette slike tilbod. I tillegg vil resultatane bli nytta i våre egne publikasjonar, i forskning og undervisning.

Til undersøkinga er det trekt eit tilfeldig utval frå heile landet på om lag 2 600 personar i alderen 9-79 år. Du har barn under 18 år som er med i utvalet. Barn som er 16 år eller eldre, får eige brev om undersøkinga frå Statistisk sentralbyrå. De vil om kort tid bli kontakta av ein av intervjuarane våre. **Intervjuet vil bli teke over telefon.** Det er frivillig om ein vil vere med, men for at vi skal få gode resultat er det viktig at dei som er trekte ut svarar på spørsmåla våre. **Vi kan ikkje erstatte dei som ikkje svarar med andre personar.**

Når personar under 16 år er trekte ut, vil intervjuaren be føresette om samtykke til å stille spørsmåla. Intervjuet bør helst bli gjennomført ved at barnet og intervjuaren får snakke uforstyrra saman. Vi ser gjerne at føresette er tilgjengelege under intervjuet. Nokre spørsmål som gjeld hushaldet skal stillast til ein av dei føresette. Det kan og hende at barnet treng hjelp av føresette til å svare på nokre av dei andre spørsmåla.

Alle som arbeider i Statistisk sentralbyrå har teieplikt. Undersøkinga gjennomførast etter lovpålagte reglar og SSB er underlagt kontroll både frå Datatilsynet og vårt eige personvernombod. Opplysningane vil bli handsama etter lovfesta reglar. SSB vil aldri offentleggjere eller gje vidare opplysningar om kva den enkelte har svart. Ein kan når som helst trekke seg frå undersøkinga. Innan 31. mars 2004 vil alle navn og adresser bli fjerna frå datamaterialet. Dei som ringjer, vil fortelje deg korleis du kan få stadfesta at vedkomande arbeider for Statistisk sentralbyrå. Dersom du skulle ønske fleire opplysningar om undersøkinga, eller vil melde frå om at du ikkje ønsker at sonen/dottera di skal delta, kan du ringje oss gratis på telefon 800 83 028, eller senda ei e-post til elise.wedde@ssb.no. Generelle spørsmål om personvern i SSB kan rettast til SSB sitt personvernombod, tlf 21 09 00 00 eller e-post personvernombud@ssb.no.

Med vennlig hilsen

Svein Longva
administrerende direktør

Ole Sandvik
seksjonssjef

IObrev

S

Oslo, november 2003

Saksbehandler: Elise Wedde

Telefon: 800 83 028 (grønt nummer)

Mediebruksundersøkelsen 2003

I løpet av de nærmeste dagene vil en intervjuer fra Statistisk sentralbyrå kontakte deg i forbindelse med en undersøkelse om bruk av massemedier. Undersøkelsen gjennomføres i samarbeid med Telenor og med støtte fra Statens medieforvaltning. Formålet med undersøkelsen er å lage offentlig statistikk over tilgang til og bruk av massemedier. Slik informasjon er nyttig for myndigheter og andre som legger til rette slike tilbud. I tillegg vil resultatene bli brukt i våre egne publikasjoner, i forskning og undervisning.

Til undersøkelsen er det trukket et tilfeldig utvalg fra hele landet på om lag 2600 personer i alderen 9-79 år. Du er kommet med i dette utvalget og vil om kort tid bli kontaktet av en av våre intervjuere. **Intervjuet foregår på telefon.** Det er frivillig å delta, men for at vi skal få gode resultater er vi avhengig av at de som er trukket ut deltar. **Vi kan ikke erstatte deg med en annen.**

Alle som arbeider i Statistisk sentralbyrå har taushetsplikt. Undersøkelsen gjennomføres etter lovpålagte regler og SSB er underlagt kontroll både fra Datatilsynet og vårt eget personvernombud. Det vil aldri bli kjent utenfor Statistisk sentralbyrå hva enkeltpersoner har svart på spørsmålene. Man kan når som helst trekke seg fra undersøkelsen. Innen 31. mars 2004 vil alle navn og adresser fjernes fra datamaterialet. Den som ringer, kan fortelle deg hvordan du får bekreftet at vedkommende arbeider for Statistisk sentralbyrå. Dersom du ønsker flere opplysninger om undersøkelsen, kan du ringe oss gratis på telefon 800 83 028 eller sende en e-post til elise.wedde@ssb.no. Generelle spørsmål vedrørende personvern i SSB kan rettes til SSBs personvernombud, tel 21 09 00 00 eller e-post personvernombud@ssb.no.

Vi håper du vil delta, og takker på forhånd for hjelpen.

Med vennlig hilsen

Svein Longva
administrerende direktør

Ole Sandvik
seksjonssjef

Oslo, november 2003

Sakshandsamar: Elise Wedde

Telefon: 800 83 028 (grønt nummer)

Undersøking om bruk av massemedium 2003

I løpet av dei næraste dagane vil ein intervjuar frå Statistisk sentralbyrå kontakte deg i samband med ei undersøking om bruk av massemedium. Undersøkinga blir utført i samarbeid med Telenor og med støtte fra Statens medieforvaltning. Føremålet med undersøkinga er å lage offentleg statistikk over tilgangen til og bruken av massemedier. Slik informasjon er nyttig for styresmaktene og andre som legg til rette slike tilbod. I tillegg vil resultat bli nytta i våre eigne publikasjonar, i forskning og undervisning.

Til undersøkinga er det trekt eit tilfeldig utval frå heile landet på om lag 2600 personar i alderen 9-79 år. Du er med i dette utvalet, og vil om kort tid bli kontakta av ein av intervjuarane våre. **Intervjuet vil bli teke over telefon.** Du står fritt om du vil vere med i undersøkinga, men skal vi få brukbare resultat er det avgjerande at dei som er trekte ut, blir med. **Det er ikkje mogleg å erstatte deg med ein annan.**

Alle som arbeider i Statistisk sentralbyrå har teieplikt. Undersøkinga gjennomførast etter lovpålagte reglar og SSB er underlagt kontroll både frå Datatilsynet og vårt eige personvernombod. Opplysningane vil bli handsama etter lovfesta reglar. SSB vil aldri offentliggjere eller gje vidare opplysningar om kva den enkelte har svart. Du kan når som helst trekke deg frå undersøkinga. Innan 31. mars 2004 vil alle navn og adressar bli fjerna frå datamaterialet. Dei som ringjer vil fortelje deg korleis du kan få stadfesta at vedkomande arbeider for Statistisk sentralbyrå. Dersom du skulle ønskje fleire opplysningar om undersøkinga kan du ringje oss gratis på telefon 800 83 028, eller senda ei e-post til elise.wedde@ssb.no. Generelle spørsmål om personvern i SSB kan rettast til SSB sitt personvernombod, tlf 21 09 00 00 eller e-post personvernombud@ssb.no.

Vi vonar du vil vere med, og takkar på førehand for hjelpa.

Med venleg helsing

Svein Longva
administrerende direktør

Ole Sandvik
seksjonssjef

Instruks

Mediebruk 2003

Produktnummer 5904

Instruks

Orientering og veiledning for intervjuere

2. GENERELL INSTRUKS	18
2.1 Utvalg	18
2.2 IO-listen.....	18
2.3 Innsamlingsmetode: telefonintervju	18
2.4 Innsamlingsperiode	19
2.5 Tid til forberedelse og prøveintervju. Godtgjøring for arbeid på lørdager.....	19
2.6 IO-brev	20
2.7 Første kontakt med IO og innledningstekst.....	20
2.9 Forhåndsavtale om intervju	20
2.10 Frafall og avgang.....	20
3. Oversikt over mulige problematiske spørsmål.....	21
3.1 Generelt	21
3.2 De enkelte spørsmål	21

Intervjuerkontakt:	Grete Korsvoll	21 09 46 96
IT-ansvarlig:	Jytte Duemark	21 09 42 08
Planlegger:	Elise Wedde	21 09 42 23

Avdeling for personstatistikk/Seksjon for intervjuundersøkelser

INNLEDNING

Undersøkelsen utføres i samarbeid med Telenor og med støtte fra Statens medieforvaltning. Formålet med undersøkelsen er:

- å kartlegge omfanget av folks bruk av massemedier,
- å gi et bilde av sesongmessige variasjoner i massemediebruken,
- å finne ut hva slags medieinnhold ulike befolkningsgrupper velger.
- å måle egenaktiviteten på massemedieområdet og studere disse sidene ved mediebruken

Slike data vil være nyttige for offentlige myndigheter og andre som ønsker å delta i utformingen av landets medietilbud. Dessuten vil medieforskere og forskere som studerer norsk kultur bruke datamaterialet.

Fra og med 1991 har SSB gjennomført årlige mediebruksundersøkelser. I 1991, 1994, 1997 og 2000 gjennomførte vi både kultur- og mediebruk. I år skal vi igjen ha en ren mediebruksundersøkelse. Bruk av Internett og mobiltelefon har fått betraktelig økt utbredelse i de senere år. I årets undersøkelse har vi derfor tatt med noen flere spørsmål om dette. Vi regner med at resultatene vil bli viet stor offentlig oppmerksomhet.

2. GENERELL INSTRUKS

2.1 Utvalg

Til undersøkelsen er det trukket et utvalg på 2600 personer i alderen 9-79 år. Dette er et tilfeldig utvalg fra hele landet. Utvalget er fordelt med 650 IO i henholdsvis mars, juni, september og desember.

2.2 IO-listen

Personer som skal intervjues - dvs. IO - er merket med **den ukedagen de skal intervjues om**. Dersom IO ikke er husholdningens referanseperson, er referansepersonen tatt med helt til høyre på IO-listen, for å lette intervjuernes arbeid med å finne IO. IO's alder kommer automatisk fram i neste bilde når du har valgt IO fra listen. IO's alder skal være til hjelp for intervjuerne, da det er en del spørsmål der foresatte skal svare i stedet for IO **9-15 år** (Fra "AntPers". til spørsmål B31) eller for IO **16-18 år** (spørsmål B29-B31).

2.3 Innsamlingsmetode: telefonintervju

Det skal bare foretas intervju over telefon, og intervjutiden er i gjennomsnitt i underkant av 30 minutter. IO som har flyttet til annen adresse enn den som står på IO-lista, skal bare intervjues hvis de kan nås over telefon, og du skal selv ta intervjuet.

2.4 Innsamlingsperiode

Innsamlingsperioden for Mediebruksundersøkelsen 2003 er to uker i hver periode. I **nødsfall** kan også den påfølgende uken i hver periode benyttes til intervjuing, hvis det er enkelte IO du ikke har fått intervju med i de to første ukene. **Utsett ikke starten av undersøkelsen uten at det er tvingende nødvendig.** (Da skal det gis beskjed til kontoret). "Nødsfalluken" står i parentes nedenfor.

Intervjuperiodene er:

1. periode: 3/3-15/3 (17/3-22/3) 3. periode: 1/9-13/9 (15/9-20/9)
2. periode: 26/5-7/6 (10/6-16/6) 4. periode: 24/11-6/12 (8/12-20/12)

	Uke 1 Ordinær intervjuing	Uke 2 Ordinær intervjuing	Uke 3 "Nødsfallsuke"	Uke 4 Oppfølging*
1 periode	3 - 8 mars	10 - 15 mars	17 - 22 mars	24 - 29 mars
2 periode	26 - 31 mai	2 - 7 juni	10 - 14 juni	16 - 21 juni
3 periode	1 - 6 september	8 - 13 september	15 - 20 september	22 - 27 september
4 periode	24 - 29 november	1 - 6 desember	8 - 13 desember	15 - 20 desember

*) Dersom noen pga. sykdom eller andre uforutsette ting ikke har blitt ferdige kan de etter avtale med kontoret intervju i denne uken.

Første intervjudag i hver periode er en mandag. Den dagen skal du intervju IO som på IO-lista har lørdag og søndag. Den siste intervjudagen blir da en lørdag. Den dagen skal du intervju om dagen før, altså IO merket fredag.

For at radio- og fjernsynsbruk ikke skal bli dominert av en bestemt programuke, er det viktig at du fordeler de IO'ene du får så godt som mulig mellom de to ukene i perioden.

For at vi skal få så godt datagrunnlag som mulig når det gjelder mediebruk, må intervjuene fordeles på de forskjellige dagene i uka. Hvert IO får tildelt en bestemt ukedag som de skal intervjues om. For at IO skal huske hva han eller hun har hørt eller sett i mediene, bør **intervjuingen foretas dagen etter**. Bare i nødsfall kan du bruke dagen etter der igjen til intervjuing.

IO som skal intervjues om medier de har brukt lørdag, bør helst intervjues den påfølgende mandag. **Intervjuingen både for lørdag og søndag bør altså gjennomføres på mandag.**

2.5 Tid til forberedelse og prøveintervju. Godtgjøring for arbeid på lørdager

Det er satt av **en time** til lesing av instruksen og prøveintervju.
Godtgjøring påføres av kontoret.

Arbeid som dere blir pålagt utføre på lørdag, godtgjøres med timelønnen + 45 %. Jamfør overenskomsten pkt. 3.1. avsnitt 3. Dere behøver ikke skrive noen merknad om dette i CAP. Systemet «ser» det ut fra datoen.

2.6 IO-brev

Vi sender ulike brev til ulike grupper av IO, slik som vist i oversikten nedenfor:

	Brev til foreldre/foresatte	Brev til IO selv
IO 9-15 år	Ja	Nei
IO 16-17 år	Ja	Ja
IO 18 år og over	Nei	Ja

Brevet til IO selv merkes med "S" og til foreldre/foresatte med "F" øverst i høyre hjørne.

2.7 Første kontakt med IO og innledningstekst

På skjermen vil dere få opp en innledningstekst, et mer utfyllende forslag kan være: :

«--Først vil jeg gjerne si noe om intervjumetoden vi bruker. Spørsmålene jeg skal stille, kommer fram på en dataskjerm. Det er viktig at alle som er med i undersøkelsen får de samme spørsmålene stilt på samme måte. Dette er nødvendig for å få pålitelige resultater. Det er vanskelig å lage spørsmål som passer like godt for alle, men det er fint om du kan svare så godt du kan, selv om det skulle komme et spørsmål som du ikke synes passer så godt.»

Du bør ha radio- og TV-programmet for den dagen du skal intervju om tilgjengelig under intervjuet.

2.8 Intervju med barn

I brevet til foresatte gjør vi oppmerksom på at intervjueren vil ta kontakt og foreta intervju over telefon. Vi opplyser også om at det er enkelte spørsmål som vi ønsker å stille til barnets foresatte. Derfor bør foresatte være tilgjengelig mens barnet blir intervjuet. Avtal på forhånd med foresatte at de overtar når de aktuelle spørsmålene dukker opp.

Under intervjuet, mens barnet svarer på spørsmål, er det en fordel om dere får snakke uforstyrret sammen. En del av de yngste barna (9-11 år) kan ønske hjelp fra foresatte til å svare på noen av spørsmålene, spesielt de som handler om hva slags teknisk medieutstyr de har i hjemmet, og hvilke kanaler de kan ta inn på fjernsynet. La da foresatte hjelpe til, hvis det er nødvendig.

I noen tilfelle vil det også være slik at barnet ønsker å ha foresatte i nærheten for å hjelpe til med svarene under hele intervjuet. Vær da hele tiden bevisst på at det er barnet og ikke foresatte som er IO.

2.9 Forhåndsavtale om intervju

For IO under 16 år skal du først innhente samtykke fra barnets foresatte. Dersom du ikke får foresattes tillatelse til å intervju, blir det frafall.

Dersom du avtaler intervjutid på forhånd, **unngå å nevne at IO blir stilt spørsmål om fjernsynsseing og radiolytting for den bestemte dagen.** En slik opplysning kan påvirke deres atferd, slik at vi ikke får et helt korrekt bilde av deres mediebruk en tilfeldig valgt dag.

Dersom den dagen du ønsker å intervju IO ikke passer for han/henne, husk å fortelle IO at det er **samme ukedag** uka etter som er neste mulige intervjudag.

2.10 Frafall og avgang

Det skal alltid gis informasjon i feltet "Sps Oppflg" For frafallsårsakene 31-41 er vi helt avhengige av å få tilleggsopplysninger for å kunne utføre oppfølgingsarbeidet. Vær nøye med å få med opplysninger om hvorvidt, og eventuelt hvordan, IO kan nåes på et midlertidig oppholdssted, samt eventuelt nytt telefonnummer.

Her er kodene som gjelder under frafall, avgang og overføringer:

Frafalls- og avgangsårsaker (alternativ 3 i Innled):

- 11 - IO har ikke tid nå
- 12 - IO ønsker ikke å delta
- 13 - IO deltar ikke av prinsipp
- 14 - Andre nekter for IO

- 21 - Kortvarig sykdom
- 22 - Langvarig sykdom/svekkelse
- 23 - Sykdom/dødsfall i IOs familie, annen uforutsett hendelse
- 24 - Språkproblemer

- 31 - Midlertidig fravær på grunn av skolegang/arbeid
- 32 - Midlertidig fravær på grunn av ferie e.l.
- 34 - Finner ikke telefon på IO
- 35 - IO er ikke å treffe av andre årsaker (spesifiser)

- 41 - Andre frafallsgrunner (spesifiser)

Avgang (alternativ 4 i Innled):

- 91 - IO er død
- 92 - Bosatt i utlandet minst 6 mndr
- 93 - IO er bosatt i institusjon
- 94 - Utenfor målgruppen

Overføring (alternativ 2 i Innled):

- 80 - IO flyttet til annet område
- 81 - Kjenner IO
- 82 - Intervjuer har kapasitetsproblemer, er syk eller lignende.

Dersom det oppstår problemer med å sende inn frafall på et barn, prøv følgende:

Tast først "Intervju" i det bilde dere spør om lov til å intervju barnet. I barnets skjema må dere så fylle ut frafallet og avslutte på vanlig måte.

3. Oversikt over mulige problematiske spørsmål

3.1 Generelt

Vet ikke og husker ikke

Vær restriktiv med å bruke kategoriene vet ikke og husker ikke. Folk svarer av og til at de ikke vet eller ikke husker hvis de ikke vil svare. Gi alltid IO tid til å komme med et annet svar.

3.2 De enkelte spørsmål

RAD. 1 og 2:

Nærradio og lokalradio er det samme, men må ikke forveksles med NRKs distriktssendinger.

RAD. 4:

NRK USPESIFISERT benytter du hvis IO ikke husker hvilken av NRKs radiokanaler han/hun hørte på. Her tas også med NRKs "spesialkanal" for klassisk musikk og "NRK alltid nyheter".

RAD. 5:

Her skal du krysse av den typen radioprogram som du mener passer best som beskrivelse på de programposter IO har hørt på. Er du i tvil, velg den typen du mener er mest dekkende.

Les gjennom svaralternativene når det gjelder radioprogram noen ganger før du starter intervjuingen, slik at du husker noenlunde hvor på lista de forskjellige programtypene er.

Lette program, med prat og mye musikk, f.eks. natradio, plasserer du i gruppen "LETTE MAGASINPOSTER". "Nitimen" plasserer du også her. "Ukeslutt", "Her og nå" og andre program med hovedsakelig seriøst aktualitetsinnhold, plasserer du i gruppen NYHETER ELLER NYHETSMAGASIN.

FJERN. 1:

Spørsmålet gjelder bare TV som er i bruk, ikke slike som er lagret i kjeller eller loft osv. og som eventuelt er i ustand.

FJERN. 2:

Med egen vanlig antenne menes privat ordinær TV-antenne, bordantenne og antenne som er innebygd i TV-apparatet.

FJERN. 3:

Med «mulighet» menes hva de kan motta av kanaler på fjernsynet med den antennetilknytningen de faktisk har hjemme.

FJERN. 3 og 9:

NRK2 må ikke forveksles med den reklamefinansierte kanalen TV2.

Den svenske TV4 hører til blant de andre nordiske reklamefinansierte fjernsynskanaler. Reklamefinansierte TV-kanaler fra andre land utenom Norden: De vanligste er MTV, EUROSPORT og 3sat.

FJERN. 10:

Her skal du krysse av den typen fjernsynsprogram som du mener passer best som beskrivelse på de programposter IO har sett på. Er du i tvil, velg den typen du mener er mest dekkende.

Les gjennom svaralternativene når det gjelder fjernsynsprogram noen ganger før du starter intervjuingen, slik at du husker noenlunde hvor på lista de forskjellige programtypene er.

VIDEO 1b:

DVD kan stå for flere ting, bl.a. Digital Versatile Disc (digital flerbruks-disk). En DVD-plate ser ut som en CD-plate. Det finnes to typer spillere, en "vanlig" til å ha ved TV'en, og en såkalt PC-video man har til PC'en

DATA 1a-1e:

CD ROM-spiller er en CD-spiller bygget inn i en PC hvor en kan spille plater som inneholder TV-spill, leksikon eller annen form for informasjon eller underholdning. Dette kalles også "multi-media PC". **DVD** se instr. VIDEO 1b **Modem** eller **ISDN** er utstyr som er nødvendig for at en PC skal kunne kobles til telefonnettet, slik at man kan ha direkte kontakt med andre PC'er eller databaser utenfor hjemmet, også utenfor Norges grenser. **Bredbånd, f.eks. ADSL** er en type nettverksforbindelse, som har ekstra stor kapasitet med hensyn til hurtighet og mengde data som kan overføres.

INTER. 2a1-2c5:

E-post er et elektronisk brevsystem med sender- og mottakeradresse.

Web-sider er nyhets-, informasjons- eller underholdningssider som hentes fram gjennom menyer eller ved andre søkerverktøy.

Nyhetsgrupper/news og chat/IRC er interaktive kommunikasjonssystemer, der man har en skriftlig samtale.

INTER 2a5

Instant Messaging er et system for utveksling av beskjeder med en begrenset liste av personer man kjenner. Dette er forskjellig fra **Chat** som er et åpent forum.

AVIS. 2:

Finner du ikke avisen på kodelista, skriv "ukjent" (kode 999).

KINO: 1

I dette spørsmålet blir IO bedt om å angi antall ganger IO har vært på kino. Dersom svaret ikke er et enkelt tall, men f.eks. "20-30 ganger", noterer du et tall som ligger noenlunde midt i mellom. I dette eksempelet skulle du skrive 25.

Antpers

Skoleelever som bor på internat, skal regnes bosatt på hjemstedsadressen

SPM. B14:

IO som ennå ikke har fullført ni-årig skole, merkes av for 9 "INGEN UTDANNING".

SPM. B19:

Hovedyrke er det yrke IO har flest arbeidstimer.

SPM. B22A:

«Fast arbeidsplass utenfor hjemmet» er arbeidsplass på et geografisk bestemt sted.

«Inntektsgivende arbeid hjemme» er arbeid som utføres i eller med utgangspunkt i hjemmet, det vil si innenfor entredøren til boligen. Arbeid som utføres i lokaler i samme hus som boligen, men som har egen inngang utenfra, regnes altså ikke som hjemmearbeid. Det samme gjelder om arbeidet foregår i en egen bygning på samme tomt som boligen.

Tilsvarende gjelder for gårdsbruk. Gården er en bedrift som består av jord og driftsbygninger og arbeidet som foregår her er arbeid utenfor hjemmet. Arbeid som foregår i gårdbrukerens bolig i våningshuset, som regnskap og annet kontorarbeid, er inntektsgivende hjemmearbeid. Det samme vil være tilfellet med en del andre selvstendig næringsdrivende. Disse vil ofte ha inntektsgivende arbeid både utenfor og i hjemmet.

SPM. B25:

Hovedinntektstakeren er den personen som bidrar mest til den samlede husholdningsinntekten. Dersom det er tvil om hvem det er som bidrar mest nå, spør etter hvem som har bidratt mest i de siste åra. Er det fremdeles tvil om hvem dette er, må du bare velge en av dem.

SPM. B30 OG B31:

Hvis du er sikker på at du vet svaret på disse spørsmålene, fyller du dem ut selv uten å stille dem til IO.

Lykke til med intervjuingen !

Mediebruk 2003

Produktnummer 5904

Instruks

Orientering og veiledning for intervjuere

2. GENERELL INSTRUKS	18
2.1 Utvalg	18
2.2 IO-listen	18
2.3 Innsamlingsmetode: telefonintervju	18
2.4 Innsamlingsperiode	19
2.5 Tid til forberedelse og prøveintervju. Godtgjøring for arbeid på lørdager	19
2.6 IO-brev	20
2.7 Første kontakt med IO og innledningstekst	20
2.9 Forhåndsavtale om intervju	20
2.10 Frafall og avgang	20
3. Oversikt over mulige problematiske spørsmål	21
3.1 Generelt	21
3.2 De enkelte spørsmål	21

Intervjuerkontakt:	Grete Korsvoll	21 09 46 96
IT-ansvarlig:	Jytte Duemark	21 09 42 08
Planlegger:	Elise Wedde	21 09 42 23

Avdeling for personstatistikk/Seksjon for intervjuundersøkelser

INNLEDNING

Undersøkelsen utføres i samarbeid med Telenor og med støtte fra Statens medieforvaltning. Formålet med undersøkelsen er:

- å kartlegge omfanget av folks bruk av massemedier,
- å gi et bilde av sesongmessige variasjoner i massemediebruken,
- å finne ut hva slags medieinnhold ulike befolkningsgrupper velger.
- å måle egenaktiviteten på massemedieområdet og studere disse sidene ved mediebruken

Slike data vil være nyttige for offentlige myndigheter og andre som ønsker å delta i utformingen av landets medietilbud. Dessuten vil medieforskere og forskere som studerer norsk kultur bruke datamaterialet.

Fra og med 1991 har SSB gjennomført årlige mediebruksundersøkelser. I 1991, 1994, 1997 og 2000 gjennomførte vi både kultur- og mediebruk. I år skal vi igjen ha en ren mediebruksundersøkelse. Bruk av Internett og mobiltelefon har fått betraktelig økt utbredelse i de senere år. I årets undersøkelse har vi derfor tatt med noen flere spørsmål om dette. Vi regner med at resultatene vil bli viet stor offentlig oppmerksomhet.

2. GENERELL INSTRUKS

2.1 Utvalg

Til undersøkelsen er det trukket et utvalg på 2600 personer i alderen 9-79 år. Dette er et tilfeldig utvalg fra hele landet. Utvalget er fordelt med 650 IO i henholdsvis mars, juni, september og desember.

2.2 IO-listen

Personer som skal intervjues - dvs. IO - er merket med **den ukedagen de skal intervjues om**. Dersom IO ikke er husholdningens referanseperson, er referansepersonen tatt med helt til høyre på IO-listen, for å lette intervjuernes arbeid med å finne IO. IO's alder kommer automatisk fram i neste bilde når du har valgt IO fra listen. IO's alder skal være til hjelp for intervjuerne, da det er en del spørsmål der foresatte skal svare i stedet for IO **9-15 år** (Fra "AntPers". til spørsmål B31) eller for IO **16-18 år** (spørsmål B29-B31).

2.3 Innsamlingsmetode: telefonintervju

Det skal bare foretas intervju over telefon, og intervjutiden er i gjennomsnitt i underkant av 30 minutter. IO som har flyttet til annen adresse enn den som står på IO-lista, skal bare intervjues hvis de kan nås over telefon, og du skal selv ta intervjuet.

2.4 Innsamlingsperiode

Innsamlingsperioden for Mediebruksundersøkelsen 2003 er to uker i hver periode. I **nødsfall** kan også den påfølgende uken i hver periode benyttes til intervjuing, hvis det er enkelte IO du ikke har fått intervju med i de to første ukene. **Utsett ikke starten av undersøkelsen uten at det er tvingende nødvendig.** (Da skal det gis beskjed til kontoret). "Nødsfalluken" står i parentes nedenfor.

Intervjuperiodene er:

1. periode: 3/3-15/3 (17/3-22/3) 3. periode: 1/9-13/9 (15/9-20/9)
2. periode: 26/5-7/6 (10/6-16/6) 4. periode: 24/11-6/12 (8/12-20/12)

	Uke 1 Ordinær intervjuing	Uke 2 Ordinær intervjuing	Uke 3 "Nødsfallsuke"	Uke 4 Oppfølging*
1 periode	3 - 8 mars	10 - 15 mars	17 - 22 mars	24 - 29 mars
2 periode	26 - 31 mai	2 - 7 juni	10 - 14 juni	16 - 21 juni
3 periode	1 - 6 september	8 - 13 september	15 - 20 september	22 - 27 september
4 periode	24 - 29 november	1 - 6 desember	8 - 13 desember	15 - 20 desember

*) Dersom noen pga. sykdom eller andre uforutsette ting ikke har blitt ferdige kan de etter avtale med kontoret intervju i denne uken.

Første intervjudag i hver periode er en mandag. Den dagen skal du intervju IO som på IO-lista har lørdag og søndag. Den siste intervjudagen blir da en lørdag. Den dagen skal du intervju om dagen før, altså IO merket fredag.

For at radio- og fjernsynsbruk ikke skal bli dominert av en bestemt programuke, er det viktig at du fordeler de IO'ene du får så godt som mulig mellom de to ukene i perioden.

For at vi skal få så godt datagrunnlag som mulig når det gjelder mediebruk, må intervjuene fordeles på de forskjellige dagene i uka. Hvert IO får tildelt en bestemt ukedag som de skal intervjues om. For at IO skal huske hva han eller hun har hørt eller sett i mediene, bør **intervjuingen foretas dagen etter**. Bare i nødsfall kan du bruke dagen etter der igjen til intervjuing.

IO som skal intervjues om medier de har brukt lørdag, bør helst intervjues den påfølgende mandag. **Intervjuingen både for lørdag og søndag bør altså gjennomføres på mandag.**

2.5 Tid til forberedelse og prøveintervju. Godtgjøring for arbeid på lørdager

Det er satt av **en time** til lesing av instruksene og prøveintervju.
Godtgjøring påføres av kontoret.

Arbeid som dere blir pålagt utføre på lørdag, godtgjøres med timelønnen + 45 %. Jamfør overenskomsten pkt. 3.1. avsnitt 3. Dere behøver ikke skrive noen merknad om dette i CAP. Systemet «ser» det ut fra datoen.

2.6 IO-brev

Vi sender ulike brev til ulike grupper av IO, slik som vist i oversikten nedenfor:

	Brev til foreldre/foresatte	Brev til IO selv
IO 9-15 år	Ja	Nei
IO 16-17 år	Ja	Ja
IO 18 år og over	Nei	Ja

Brevet til IO selv merkes med "S" og til foreldre/foresatte med "F" øverst i høyre hjørne.

2.7 Første kontakt med IO og innledningstekst

På skjermen vil dere få opp en innledningstekst, et mer utfyllende forslag kan være: :

«--Først vil jeg gjerne si noe om intervjumetoden vi bruker. Spørsmålene jeg skal stille, kommer fram på en dataskjerm. Det er viktig at alle som er med i undersøkelsen får de samme spørsmålene stilt på samme måte. Dette er nødvendig for å få pålitelige resultater. Det er vanskelig å lage spørsmål som passer like godt for alle, men det er fint om du kan svare så godt du kan, selv om det skulle komme et spørsmål som du ikke synes passer så godt.»

Du bør ha radio- og TV-programmet for den dagen du skal intervju om tilgjengelig under intervjuet.

2.8 Intervju med barn

I brevet til foresatte gjør vi oppmerksom på at intervjueren vil ta kontakt og foreta intervju over telefon. Vi opplyser også om at det er enkelte spørsmål som vi ønsker å stille til barnets foresatte. Derfor bør foresatte være tilgjengelig mens barnet blir intervjuet. Avtal på forhånd med foresatte at de overtar når de aktuelle spørsmålene dukker opp.

Under intervjuet, mens barnet svarer på spørsmål, er det en fordel om dere får snakke uforstyrret sammen. En del av de yngste barna (9-11 år) kan ønske hjelp fra foresatte til å svare på noen av spørsmålene, spesielt de som handler om hva slags teknisk medieutstyr de har i hjemmet, og hvilke kanaler de kan ta inn på fjernsynet. La da foresatte hjelpe til, hvis det er nødvendig.

I noen tilfelle vil det også være slik at barnet ønsker å ha foresatte i nærheten for å hjelpe til med svarene under hele intervjuet. Vær da hele tiden bevisst på at det er barnet og ikke foresatte som er IO.

2.9 Forhåndsavtale om intervju

For IO under 16 år skal du først innhente samtykke fra barnets foresatte. Dersom du ikke får foresattes tillatelse til å intervju, blir det frafall.

Dersom du avtaler intervjutid på forhånd, **unngå å nevne at IO blir stilt spørsmål om fjernsynsseing og radiolytting for den bestemte dagen.** En slik opplysning kan påvirke deres atferd, slik at vi ikke får et helt korrekt bilde av deres mediebruk en tilfeldig valgt dag.

Dersom den dagen du ønsker å intervju IO ikke passer for han/henne, husk å fortelle IO at det er **samme ukedag** uka etter som er neste mulige intervjudag.

2.10 Frafall og avgang

Det skal alltid gis informasjon i feltet "Sps Oppflg" For frafallsårsakene 31-41 er vi helt avhengige av å få tilleggsopplysninger for å kunne utføre oppfølgingsarbeidet. Vær nøye med å få med opplysninger om hvorvidt, og eventuelt hvordan, IO kan nåes på et midlertidig oppholdssted, samt eventuelt nytt telefonnummer.

Her er kodene som gjelder under frafall, avgang og overføringer:

Frafalls- og avgangsårsaker (alternativ 3 i Innled):

- 11 - IO har ikke tid nå
- 12 - IO ønsker ikke å delta
- 13 - IO deltar ikke av prinsipp
- 14 - Andre nekter for IO

- 21 - Kortvarig sykdom
- 22 - Langvarig sykdom/svekkelse
- 23 - Sykdom/dødsfall i IOs familie, annen uforutsett hendelse
- 24 - Språkproblemer

- 31 - Midlertidig fravær på grunn av skolegang/arbeid
- 32 - Midlertidig fravær på grunn av ferie e.l.
- 34 - Finner ikke telefon på IO
- 35 - IO er ikke å treffe av andre årsaker (spesifiser)

- 41 - Andre frafallsgrunner (spesifiser)

Avgang (alternativ 4 i Innled):

- 91 - IO er død
- 92 - Bosatt i utlandet minst 6 mndr
- 93 - IO er bosatt i institusjon
- 94 - Utenfor målgruppen

Overføring (alternativ 2 i Innled):

- 80 - IO flyttet til annet område
- 81 - Kjenner IO
- 82 - Intervjuer har kapasitetsproblemer, er syk eller lignende.

Dersom det oppstår problemer med å sende inn frafall på et barn, prøv følgende:

Tast først "Intervju" i det bilde dere spør om lov til å intervju barnet. I barnets skjema må dere så fylle ut frafallet og avslutte på vanlig måte.

3. Oversikt over mulige problematiske spørsmål

3.1 Generelt

Vet ikke og husker ikke

Vær restriktiv med å bruke kategoriene vet ikke og husker ikke. Folk svarer av og til at de ikke vet eller ikke husker hvis de ikke vil svare. Gi alltid IO tid til å komme med et annet svar.

3.2 De enkelte spørsmål

RAD. 1 og 2:

Nærradio og lokalradio er det samme, men må ikke forveksles med NRKs distriktssendinger.

RAD. 4:

NRK USPESIFISERT benytter du hvis IO ikke husker hvilken av NRKs radiokanaler han/hun hørte på. Her tas også med NRKs "spesialkanal" for klassisk musikk og "NRK alltid nyheter".

RAD. 5:

Her skal du krysse av den typen radioprogram som du mener passer best som beskrivelse på de programposter IO har hørt på. Er du i tvil, velg den typen du mener er mest dekkende.

Les gjennom svaralternativene når det gjelder radioprogram noen ganger før du starter intervjuingen, slik at du husker noenlunde hvor på lista de forskjellige programtypene er.

Lette program, med prat og mye musikk, f.eks. natradio, plasserer du i gruppen "LETTE MAGASINPOSTER". "Nitimen" plasserer du også her. "Ukeslutt", "Her og nå" og andre program med hovedsakelig seriøst aktualitetsinnhold, plasserer du i gruppen NYHETER ELLER NYHETSMAGASIN.

FJERN. 1:

Spørsmålet gjelder bare TV som er i bruk, ikke slike som er lagret i kjeller eller loft osv. og som eventuelt er i ustand.

FJERN. 2:

Med egen vanlig antenne menes privat ordinær TV-antenne, bordantenne og antenne som er innebygd i TV-apparatet.

FJERN. 3:

Med «mulighet» menes hva de kan motta av kanaler på fjernsynet med den antennetilknytningen de faktisk har hjemme.

FJERN. 3 og 9:

NRK2 må ikke forveksles med den reklamefinansierte kanalen TV2.

Den svenske TV4 hører til blant de andre nordiske reklamefinansierte fjernsynskanaler. Reklamefinansierte TV-kanaler fra andre land utenom Norden: De vanligste er MTV, EUROSPORT og 3sat.

FJERN. 10:

Her skal du krysse av den typen fjernsynsprogram som du mener passer best som beskrivelse på de programposter IO har sett på. Er du i tvil, velg den typen du mener er mest dekkende.

Les gjennom svaralternativene når det gjelder fjernsynsprogram noen ganger før du starter intervjuingen, slik at du husker noenlunde hvor på lista de forskjellige programtypene er.

VIDEO 1b:

DVD kan stå for flere ting, bl.a. Digital Versatile Disc (digital flerbruks-disk). En DVD-plate ser ut som en CD-plate. Det finnes to typer spillere, en "vanlig" til å ha ved TV'en, og en såkalt PC-video man har til PC'en

DATA 1a-1e:

CD ROM-spiller er en CD-spiller bygget inn i en PC hvor en kan spille plater som inneholder TV-spill, leksikon eller annen form for informasjon eller underholdning. Dette kalles også "multi-media PC". **DVD** se instr. VIDEO 1b **Modem** eller **ISDN** er utstyr som er nødvendig for at en PC skal kunne kobles til telefonnettet, slik at man kan ha direkte kontakt med andre PC'er eller databaser utenfor hjemmet, også utenfor Norges grenser. **Bredbånd, f.eks. ADSL** er en type nettverksforbindelse, som har ekstra stor kapasitet med hensyn til hurtighet og mengde data som kan overføres.

INTER. 2a1-2c5:

E-post er et elektronisk brevsystem med sender- og mottakeradresse.

Web-sider er nyhets-, informasjons- eller underholdningssider som hentes fram gjennom menyer eller ved andre søkerverktøy.

Nyhetsgrupper/news og chat/IRC er interaktive kommunikasjonssystemer, der man har en skriftlig samtale.

INTER 2a5

Instant Messaging er et system for utveksling av beskjeder med en begrenset liste av personer man kjenner. Dette er forskjellig fra **Chat** som er et åpent forum.

AVIS. 2:

Finner du ikke avisen på kodelista, skriv "ukjent" (kode 999).

KINO: 1

I dette spørsmålet blir IO bedt om å angi antall ganger IO har vært på kino. Dersom svaret ikke er et enkelt tall, men f.eks. "20-30 ganger", noterer du et tall som ligger noenlunde midt i mellom. I dette eksempelet skulle du skrive 25.

Antpers

Skoleelever som bor på internat, skal regnes bosatt på hjemstedsadressen

SPM. B14:

IO som ennå ikke har fullført ni-årig skole, merkes av for 9 "INGEN UTDANNING".

SPM. B19:

Hovedyrke er det yrke IO har flest arbeidstimer.

SPM. B22A:

«Fast arbeidsplass utenfor hjemmet» er arbeidsplass på et geografisk bestemt sted.

«Inntektsgivende arbeid hjemme» er arbeid som utføres i eller med utgangspunkt i hjemmet, det vil si innenfor entredøren til boligen. Arbeid som utføres i lokaler i samme hus som boligen, men som har egen inngang utenfra, regnes altså ikke som hjemmearbeid. Det samme gjelder om arbeidet foregår i en egen bygning på samme tomt som boligen.

Tilsvarende gjelder for gårdsbruk. Gården er en bedrift som består av jord og driftsbygninger og arbeidet som foregår her er arbeid utenfor hjemmet. Arbeid som foregår i gårdbrukerens bolig i våningshuset, som regnskap og annet kontorarbeid, er inntektsgivende hjemmearbeid. Det samme vil være tilfellet med en del andre selvstendig næringsdrivende. Disse vil ofte ha inntektsgivende arbeid både utenfor og i hjemmet.

SPM. B25:

Hovedinntektstakeren er den personen som bidrar mest til den samlede husholdningsinntekten. Dersom det er tvil om hvem det er som bidrar mest nå, spør etter hvem som har bidratt mest i de siste åra. Er det fremdeles tvil om hvem dette er, må du bare velge en av dem.

SPM. B30 OG B31:

Hvis du er sikker på at du vet svaret på disse spørsmålene, fyller du dem ut selv uten å stille dem til IO.

Lykke til med intervjuingen !

De sist utgitte publikasjonene i serien Notater

- 2004/17 S. Flåte: Undersøkelse om trygghet i hverdagen. Dokumentasjonsrapport. 46s
- 2004/18 H.C.Hougen og C. Wiecek: Undersøkelse om levekår og psykisk helse blant innsatte i norske fengsler. Dokumentasjonsrapport. 94s.
- 2004/19 E.Eng Eibak: Forventningsindikator - konsumprisene. November 2003-mai 2004. 23s.
- 2004/20 V.V. Holst Bloch, E. Engelen og M. Steinnes. Arealklassifisering i tettsteder. En uttesting av nasjonal arealdekkeklassifisering i deler av Fredrikstad tettsted. 55s.
- 2004/21 A. Holmøy og E. Wedde: Undersøkelse om arbeid, livsstil og helse 2003. Dokumentasjonsrapport. 38s.
- 2004/22 H.C. Hougen og M.A. Gløbøden: Samordnet levekårsundersøkelse 2002-tverrsnittundersøkelsen. Dokumentasjonsrapport. 110s.
- 2004/23 H. Utne: Håndbok for Folke- og bolig telling 2001. 63s.
- 2004/24 A. Holmøy: Undersøkelse om livsløp, aldring og generasjon (LAG). Dokumentasjonsrapport. Oppdatert versjon av Notat. 2003/88. 129s.
- 2004/25 A. Vedø: Vekter i undersøkelsen om samvær og bidrag 2002. 13s.
- 2004/26 A.H. Sætre: Undersøkelsen om samvær og bidrag 2002. Dokumentasjon- og tabellrapport. 109s.
- 2004/27 A. Holmøy: Undersøkelse om Livsløp, aldring og generasjoner (LAG) blant personer fra 80 år og oppover. Dokumentasjonsrapport. 182s.
- 2004/28 A. Holmøy: Omnibusundersøkelsen januar/februar 2004. Dokumentasjonsrapport. 37s.
- 2004/29 D.Q. Pham: Sesongjustering for boligprisindeksen. 28s.
- 2004/30 D.Q. Pham: Sesongjustering prisindeks for kontor- og forretningseiendommer. 14s.
- 2004/31 M.T. Dzamarija og T. Kalve: Barn og unge med innvandrerbakgrunn. 98s.
- 2004/32 T. Gulbrandsen og B.O. Lagerstrøm Undersøkelse om dommeravhør og observasjoner av barn i seksuallovbruddsaker. 85s.
- 2004/33 I. Johansen: Undersøking om foreldrebetaling i barnehagar, januar. 45s.
- 2004/34 P. Drevland: Offentlig forvaltning i historisk nasjonalregnskap, beregninger for 1949-1969. 17s.
- 2004/35 E. S. Bjørkli, K. L. Hansen, G. M. Pilskog, T. K. Schjerven og T. Smith: Fristilling og konkurranseutsetting i KOSTRA– bedring av sammenlignbarheten i nøkkeltallene. 104s.
- 2004/36 A. H. Foss og L. Taule: Museumsstatistikken. En gjennomgang av definisjoner, kvalitet og populasjon. 26s.
- 2004/37 T. E. Haug og T. A. Johnsen: Datagrunnlag for en regional nordisk kraftmarkedsmodell. Produksjonsanlegg, overføringsnett, kraftteterspørsel og -priser. 15s.
- 2004/38 A. Bruvøll og Ø. Skullerud: Framskrivninger av organisk avfall for 2001-2002. 14s.
- 2004/39 S.K.Boateng og S. Ferstad: Dokumentasjonsnotat for FylkesKOSTRA videregående opplæring. Publisering av 2002-tallene. 197s.
- 2004/40 A. Finstad, K. Flugsrud, L. Høgset og G. Haakonsen Energiforbruk utenom elektrisitet i norske kommuner - en gjennomgang av datakvalitet. 31s.