

*Marit Wilhelmsen*

**Mediebruksundersøkelsen 2010**

Dokumentasjonsrapport

© Statistisk sentralbyrå, september 2011 Ved bruk av materiale fra denne publikasjonen skal Statistisk sentralbyrå oppgis som kilde.	<b>Standardtegn i tabeller</b>	<b>Symbol</b>
ISBN 978-82-537-8187-7 Trykt versjon	Tall kan ikke forekomme	.
ISBN 978-82-537-8188-4 Elektronisk versjon	Oppgave mangler	..
ISSN 1891-5906	Oppgave mangler foreløpig	...
Emne: 07.90	Tall kan ikke offentliggjøres	:
Trykk: Statistisk sentralbyrå	Null	-
	Mindre enn 0,5 av den brukte enheten	0
	Mindre enn 0,05 av den brukte enheten	0,0
	Foreløpig tall	*
	Brudd i den loddrette serien	—
	Brudd i den vannrette serien	
	Desimaltegn	,

## Forord

I dette notatet legger Statistisk sentralbyrå (SSB) fram en metodisk dokumentasjon av Norsk mediebarometer 2010. Avdeling for datafangst (SSB) sto for innsamlingen av dataene i undersøkelsen, som ble gjennomført på oppdrag fra Seksjon for leveårsstatistikk (SSB). Undersøkelsen er finansiert med midler fra Medietilsynet og Telenor. Odd Frank Vaage ved Seksjon for leveårsstatistikk var faglig ansvarlig for undersøkelsen.

Marit Wilhelmsen ved Seksjon for planlegging og brukertesting har vært ansvarlig for planlegging og gjennomføring av undersøkelsen. Jytte Duemark ved Seksjon for skjemaformering og datamottak tilrettela utvalget, programmerte intervjueskjemaet og foretok filetableringen.

## Sammendrag

SSB har siden 1967 gjennomført utvalgsundersøkelser om bruk av massemedier. Fra og med 1991 har SSB hvert år gjennomført kvartalsvise undersøkelser om mediebruk.

Det ble trukket et utvalg på 3 000 personer i alderen 9–79 år. 60 prosent av bruttoutvalget svarte på undersøkelsen. Den viktigste årsaken til frafall var at personene ikke ønsket å delta, deretter at vi ikke klarte å komme i kontakt med personer i utvalget. Svarprosenten har ligget relativt stabilt rundt 70 prosent siden slutten av 1990-tallet. I 2008 falt svarprosenten betraktelig. Størstedelen av fallet i svarprosenten kan forklares med en økning i andelen som ikke ønsker å delta, samt en økning i andelen respondenter vi ikke oppnår kontakt med.

Rapporten undersøker om frafallet har introdusert skjevheter for kjennetegnene alder, kjønn, landsdel og utdanning. Vi finner at avvikene mellom netto- og bruttoutvalgene er små, og at de i de fleste tilfeller ikke har betydning for analysene. Det er ingen avvik mellom kjønnene, men vi finner noen mindre avvik når det gjelder aldersfordelingen. Personer i alderen 9–44 år er noe mindre representert i nettoutvalget enn personer som er 45–66 år. De største avvikene finner vi likevel når vi studerer utdanningsnivået. Personer med universitets- eller høyskoleutdanning er betydelig overrepresentert i nettoutvalget sammenliknet med personer med lavere utdanning.

## Innhold

<b>Forord</b> .....	<b>3</b>
<b>Sammendrag</b> .....	<b>4</b>
<b>1. Bakgrunn og formål</b> .....	<b>6</b>
<b>2. Utvalg</b> .....	<b>6</b>
<b>3. Datafangst</b> .....	<b>6</b>
3.1. Innsamlingsmåte .....	6
3.2. Feltperiode og feltarbeid.....	7
<b>4. Datakvalitet</b> .....	<b>8</b>
4.1. Utvalgsskjevhet .....	8
4.2. Analyse av frafallet .....	10
4.3. Usikkerhet og feilmarginer.....	14
4.4. PC-assistert intervjuing, innsamlingsfeil og bearbeidingsfeil .....	15
<b>5. Vedlegg</b> .....	<b>16</b>

## 1. Bakgrunn og formål

Statistisk sentralbyrå (SSB) har siden 1967 gjennomført flere undersøkelser om bruk av massemedier. Fra og med 1991 har SSB årlig gjennomført kvartalsvise undersøkelser med et tverrsnittsutvalg av personer mellom 9 og 79 år. Formålet med undersøkelsen er å gi en samlet framstilling av nordmenns bruk av ulike typer massemedier og tilgangen på slike medier. Årlig publiseres resultatene i Norsk mediebarometer.

Størsteparten av intervjuene ble foretatt i de tre første ukene av mars, juni, september og desember. Intervjuene er fordelt på alle ukedagene for å kunne gi et bilde av sesongmessige variasjoner i massemediebruken.

Siden formålet med undersøkelsen er å gi en samlet framstilling av bruk av massemedier, spørres det om bruk av flere ulike medier: bruk og omfang av lydmedier (radio, musikkavspilling), filmmedier (fjernsyn, video, opptak fra tv etc.), Internet, og trykte medier (bøker, aviser, tidsskrifter, ukeblader etc.)

**Tabell 1. Nøkkeltall for Mediebruksundersøkelsen. 2010**

Kvartal	Feltperiode	I alt	Nettoutvalg	Frafall	Bruttoutvalg	Avganger	Utvalg
I alt		100	1 789	1 195	2 984		15 3 000
1. kvartal .....	18.februar–22. april	100	430	263	693		7 700
2. kvartal .....	26. mai–13. juli	100	346	351	697		3 700
3. kvartal .....	25. august–15. oktober	100	509	289	798		2 800
4. kvartal .....	19.november–7. februar	100	504	292	796		3 800
Gjennomsnittlig intervjudtid: .....		25 minutter					
Innsamlingsmetode: .....		Telefonintervju					

## 2. Utvalg

Til undersøkelsen ble det trukket et landsomfattende utvalg på 3 000 personer i alderen 9–79 år. Utvalget er trukket fra SSBs demografi- og befolkningsdatabase BEREG,<sup>1</sup> og er trukket som et selvveiende sannsynlighetsutvalg i ett trinn blant personer som står registret med telefon. For å få et mest mulig oppdatert utvalg, ble det trukket så nært opptil intervjustart som praktisk mulig. Delutvalgene ble derfor trukket i februar, mai, august og november og fordelt tilfeldig med lik proporsjonalitet på ukedagene. På grunn av lav svarprosent i 2. kvartal, ble utvalgene økt med 100 personer i 3. og 4. kvartal. Formålet var å øke antallet i det totale nettoutvalget. Siden dette er en telefonundersøkelse, ble utvalget trukket blant personer som er registrert med telefon, for å redusere andelen ikke truffet.

## 3. Datafangst

### 3.1. Innsamlingsmåte

Undersøkelsen er gjennomført ved intervju over telefon. Alle intervjuene ble foretatt av SSBs intervjukorps. Ved intervju med personer i alderen 9–15 år har foreldre eller andre foresatte vært tilgjengelig og svart på spørsmål om husholdningen og forsørgers kjennetegn. Spørsmålene er stilt ved PC-assistert intervjuing (jf. 4.4).

<sup>1</sup> BEREG er den sentrale demografi-/befolkningsdatabasen i SSB. Den oppdateres daglig med opplysninger fra Det sentrale folkeregisteret.

### 3.2. Feltperiode og feltarbeid

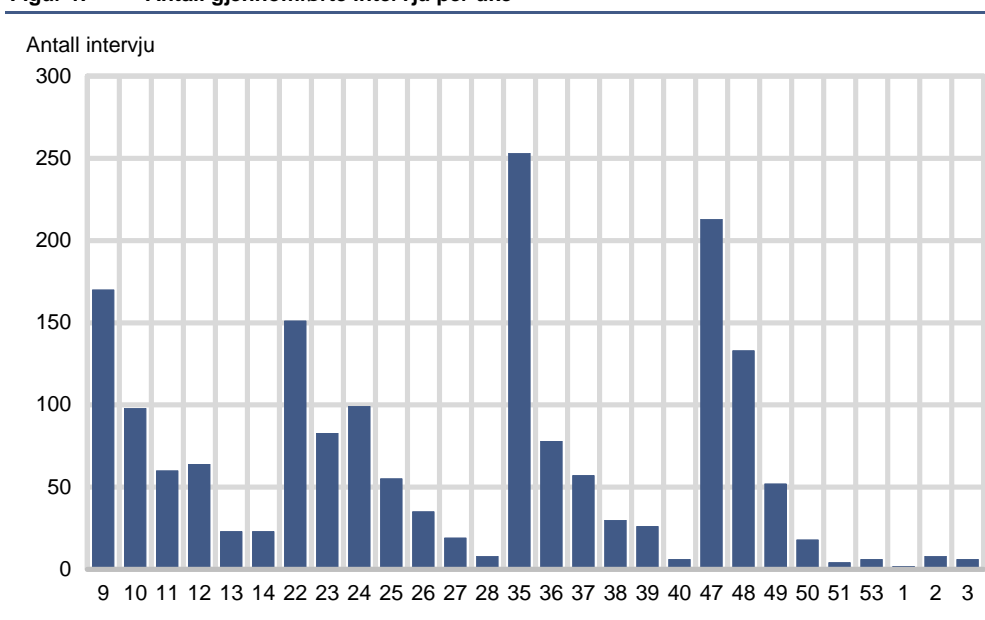
Feltperioden for Mediebruksundersøkelsene var delt i fire datafangstperioder planlagt over fire–fem uker (jf. tabell 1). Datafangstperiodene er februar, juni, september og desember. Hoveddelen av intervjuene gjennomføres de første tre ukene av datafangstperioden. I noen tilfeller ble periodene noe utvidet for å oppnå ett tilstrekkelig antall observasjoner.

#### Dagbestemt intervjuing

For å få et godt datagrunnlag, fordeles intervjuene på alle ukedagene (referansedager). Alle personene i utvalget får tildelt én bestemt ukedag som de skal intervjues om. For at respondenten skal huske hva han eller hun har hørt, lest eller sett i mediene, foretas intervjuet én eller to dager etter referansedagen. For referansedagen fredag kan det intervjues inntil tre dager etter, fordi intervjuerkapasiteten er begrenset på lørdager og det normalt ikke intervjues på søndager.

Figur 1 viser hvilke uker intervjuene ble gjennomført. Figuren viser at hovedandelen av intervjuene gjennomføres den første og andre uka. Deretter synker antall intervju per uke relativt raskt.

Figur 1. Antall gjennomførte intervju per uke



Figuren viser at 1. og 2. kvartal hadde en dårlig svarinngang i begynnelsen av feltperioden sammenliknet med 3. og 4. kvartal. Dette førte til at feltperiodene ble utvidet disse to kvartalene. I 1. kvartal varte feltperioden 9 uker og i 2. kvartal varte den 12 uker. Sammenliknet med 3. og 4. kvartal hvor feltperioden var henholdsvis 7 og 6 uker. Feltperiodene ble også utvidet i 1. og 2. kvartal på grunn av påske- og sommerferien.

#### Referansedager

Hvis det i undersøkelser om mediebruk systematisk tas flere intervju en spesiell ukedag (f.eks. lørdager), eller én spesiell dag (f.eks. lørdag 11. mars) kan det gi en gal framstilling av mediebruken. I SSBs medieundersøkelser fordeles derfor intervjuene på faste dager (referansedager). Det vil si at det på forhånd er bestemt hvilken dag en skal intervju om. Intervjuerne foretar intervjuet om referansedagen dagen etter, subsidiært to dager etter. Mot slutten av kvartalene har det imidlertid vært vanlig å lempe noe på dette prinsippet, dels for å kunne få fulgt opp avtaler med respondenten, og dels for å øke antall intervjuer. Som tabell 2 viser, er det noe variasjon med hensyn til hvilke referansedager det faktisk intervjues om. Det vesentlige er likevel om dette introduserer skjevheter med hensyn til antall referansedager i materialet. En god

spredning mellom de ulike dagene betyr i overkant av 14 prosent av intervjuene fordelt på de ulike dagene i uken.

I tabellen ser vi at det er noe variasjon. For referansedagene lørdag og søndag er det gjennomført noen færre intervjuer og vi ser at disse dagene ligger noe under 14 prosent. Ellers er spredningen mellom referansedagene relativt jevn.

**Tabell 2. Antall intervju etter referansedag, fordelt på kvartal og totalt for 2010. Antall og prosent av nettoutvalg**

	Hele 2010		1. kvartal		2. kvartal		3. kvartal		4. kvartal	
	Antall Prosent		Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
	I	t								
<b>2010</b>										
<b>I alt</b> .....	<b>1 789</b>	<b>100</b>	<b>430</b>	<b>100</b>	<b>346</b>	<b>100</b>	<b>509</b>	<b>100</b>	<b>504</b>	<b>100</b>
Mandag ....	262	14,7	63	14,7	57	16,5	70	13,8	72	14,3
Tirsdag ....	256	14,3	59	13,7	47	13,6	67	13,2	83	16,5
Onsdag ....	266	14,9	69	16,0	56	16,2	71	13,9	70	13,9
Torsdag ....	266	14,9	65	15,1	48	13,9	82	16,1	71	14,1
Fredag .....	250	14,0	61	14,2	49	14,2	72	14,1	68	13,5
Lørdag .....	245	13,7	57	13,3	40	11,6	76	14,9	72	14,3
Søndag .....	244	13,6	56	13,0	49	14,2	71	13,9	68	13,5

Selv om vi finner en god spredning av referansedager i 2010, anbefaler vi likevel brukere av datamaterialet til å vekte etter referansedagens inverse responsansynlighet. I tall som publiseres i Norsk mediebarometer fra 1991 til 2008 tas det hensyn til eventuelle skjevheter som introduseres med hensyn til ukedag og kvartal. Dette gjøres ved at det vektes slik at alle ukedagene teller like mye (se Vaage 2010:85).<sup>2</sup>

## 4. Datakvalitet

I en utvalgsundersøkelse bestemmes kvaliteten på dataene som samles inn av en rekke forhold. Vi skal her se nærmere på noen forhold som kan ha betydning for kvaliteten.

### 4.1. Utvalgsskjevhet

Utvalgsskjevhet innebærer at fordelingen etter et bestemt kjennetegn 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 snakker vi om skjevhet når fordelingen av et bestemt kjennetegn er annerledes i utvalget enn i populasjonen som undersøkelsen omfatter. Slik utvalgsskjevhet kan oppstå i utvalgstrekkingen hvor tilfeldigheter kan føre til at enkelte kjennetegn er ulikt fordelt i utvalget og populasjonen. Denne skjevheten skyldes tilfeldigheter i trekkingen. Det blir kontrollert for utvalgsskjevhet når det gjelder alder, kjønn og fylke under trekkutøringen, 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 3 ser vi at 15 av det opprinnelige utvalget på 3 000 personer er avganger. Siden utvalget er trukket fra BEREG såpass nært opp til intervjustart som mulig, er avgangene for få til å innføre utvalgsskjevheter. Avganger kan gi utvalgsskjevhet hvis utvalgsplanen er gammel, eller hvis en ikke kjenner populasjonen en trekker fra. Tabell 3 under viser avgangene etter årsak.

<sup>2</sup> Vaage, Odd Frank: Norsk Mediebarometer 2010 Statistiske analyser



**Tabell 3. Avgang etter årsak. Antall og prosent. 2010**

Avgangsårsak	Antall	Prosent	Prosent av utvalg
I alt .....	15	100	0,5
Død .....	2	13,3	0,06
Bosatt i utlandet i over 6 måneder .....	11	73,3	0,4
Andre årsaker .....	2	13,3	0,06

Antallet personer vi står igjen med etter at avganger er fjernet, kalles bruttoutvalg. Bruttoutvalget er det utvalget vi faktisk forsøker å intervju. Antallet personer vi oppnådde intervju med, kalles nettoutvalget. Differansen mellom brutto- og nettoutvalget kalles frafall. Frafall er den tredje kilden til skjevhet i en utvalgsundersøkelse. Når fordelingen mellom brutto- og nettoutvalget for et bestemt kjennetegn er annerledes blant de som svarte enn blant de som ble forsøkt intervjuet, kan det føre til skjevhet. Det innebærer at nettoutvalget ikke er statistisk representativt for målgruppen. Skjevhet i forhold til ett kjennetegn medfører ikke nødvendigvis at nettoutvalget er skjevt i forhold til andre kjennetegn. På den annen side gir godt samsvar mellom fordelingene i nettoutvalget og bruttoutvalget for ett eller flere kjennetegn ingen garanti for at utvalget ikke er skjevt på andre kjennetegn.

I vurderingen av utvalgsskjevhet bør avvikene mellom netto- og bruttoutvalget analyseres. I tabell

4 undersøker vi om det er skjevheter grunnet frafall for kjennetegnene kjønn, alder, landsdel og utdanning. Dette gjør vi ved å sammenlikne fordelingene i bruttoutvalget med fordelingene i nettoutvalget. Det foreligger utvalgsskjevhet for et bestemt kjennetegn dersom det er betydelige avvik mellom netto- og bruttoutvalget (mer enn  $\pm 1$  prosentpoeng).

Tabell 4 viser at det ikke er avvik mellom kjønnene. Derimot er det noen mindre avvik når det gjelder aldersfordelingen. Personer i alderen 9–44 år er noe mindre representert i nettoutvalget enn personer som er 45–66 år. Av tabellen kan vi også lese at landsdelen Østlandet ellers er noe underrepresentert, mens Oslo og Akershus og Nord-Norge er noe overrepresentert. De største avvikene finner vi likevel når vi studerer utdanningsnivået. Personer med universitets- eller høyskoleutdanning er betydelig overrepresentert i nettoutvalget sammenliknet med personer med lavere utdanning.

**Tabell 4. Bruttoutvalget, frafallet og nettoutvalg etter kjønn, alder landsdel og utdanning. 2010. Prosent**

	Bruttoutvalg	Nettoutvalg	Frafall	Differanse netto-brutto
I alt .....	100	100	100	
<b>Kjønn</b>				
Kvinner .....	50	50	49	0
Menn .....	50	50	51	0
<b>Alder</b>				
9-24 år .....	26	25	26	-1
25-44 år .....	34	33	37	-1
45-66 år .....	28	30	27	2
67-79 år .....	12	12	10	0
<b>Landsdel</b>				
Oslo og Akershus .....	22	23	21	1
Hedmark og Oppland .....	7	7	7	0
Østlandet ellers .....	20	18	22	-2
Agder/Rogaland .....	15	15	14	0
Vestlandet .....	18	18	17	0
Trøndelag .....	9	9	8	0
Nord-Norge .....	9	10	9	1
<b>Utdanning</b>				
Universitet/ høyskole .....	24	29	17	5
Videregående .....	37	36	39	-1
Grunnskole .....	32	30	36	-2
Ukjent .....	6	5	8	-1
Antall personer .....	2 984	1 789	1 195	

#### 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 5 gir en oversikt over de viktigste årsakene til frafall i undersøkelsen.

**Tabell 5. Svarprosent og frafall etter årsak fordelt på kjønn, alder, landsdel og utdanning. 2010. Prosent**

	Intervju	Ønsker ikke å delta	Forhindret	Ikke truffet	Annet	I alt	Antall
<b>I alt</b> .....	<b>60,0</b>	<b>18,3</b>	<b>4,5</b>	<b>17,1</b>	<b>0,1</b>	<b>100</b>	<b>2 984</b>
<b>Kjønn</b>							
Menn .....	60,4	17,3	4,3	17,7	0,2	100	1 488
Kvinner .....	59,5	19,2	4,7	16,5	0,1	100	1 496
<b>Aldersgrupper</b>							
9-24 år .....	59,5	19,7	2,2	18,4	0,1	100	766
25-44 år .....	56,9	16,7	4,6	21,9	0,2	100	1 027
45-66 år .....	62,5	18,7	4,7	14,0	0,0	100	847
67-79 år .....	64,5	18,9	9,0	7,3	0,3	100	344
<b>Landsdel</b>							
Akershus og Oslo .....	62,1	15,3	6,2	16,4	0,0	100	659
Hedmark og Oppland ..	60,0	19,5	2,8	17,7	0,0	100	215
Østlandet ellers .....	55,1	19,6	4,4	20,7	0,2	100	593
Agder og Rogaland ....	61,5	17,1	3,8	17,1	0,4	100	449
Vestlandet .....	60,8	19,6	4,2	15,0	0,2	100	525
Trøndelag .....	61,2	17,7	3,8	17,3	0,0	100	260
Nord-Norge .....	60,1	21,2	4,6	14,1	0,0	100	283
<b>Utdanning</b>							
Universitet/ høyskole ..	71,4	12,8	1,9	13,9	0,0	100	728
Videregående .....	58,5	20,5	3,2	17,7	0,1	100	1 110
Grunnskole .....	55,2	20,7	5,6	18,3	0,2	100	961
Ukjent .....	48,6	14,1	16,8	20,0	0,5	100	185

Den største frafallskategorien er «Ønsker ikke å delta», at personer i utvalget eller barns foresatte ikke ønsker å gjennomføre et intervju. En nesten like viktig frafallskategori er «Ikke truffet», dvs. at det ikke har vært mulig å komme i kontakt med, eller å få gjennomført et intervju med personene i utvalget innen feltperiodens utløp. Den siste frafallskategorien «Forhindret» omfatter personer som ikke er i stand til å gjennomføre et intervju, f.eks. på grunn av kortvarig eller langvarig sykdom, eller på grunn av språkproblemer.

Når vi ser på frafall fordelt på årsaker, ser vi at det er forholdsvis små forskjeller mellom kjønnene. Menn har i noe større grad enn kvinner fått statusen «Ikke truffet», mens kvinner noe oftere ikke ønsker å delta i undersøkelsen.

Ser vi på kategorien «Forhindret», er det også store forskjeller. Det er i aldersgruppen 67–79 at denne årsaken er størst og utgjør ni prosent av frafallet for denne gruppen. En forklaring kan være sykdom og alderssvkkelse. Samtidig er det færre i denne aldersgruppen enn de andre som tilhører kategorien «Ikke truffet». Dette henger sammen med at denne aldersgruppen er mer tilgjengelig på telefon enn de yngre.

For kategorien «Ikke truffet» er det aldersgruppen 25–44 som er vanskeligst å få fatt på eller gjennomført intervju med. Andelen her er 21,9 prosent. Vi ser videre at denne årsaken til frafall blir gradvis mindre viktig i de påfølgende aldersgruppene. Dette henger sammen med tilgjengelighetsmønsteret til ulike aldersgrupper. Det er et kjent fenomen at man med alderen blir mer etablert og «husfast» slik at sjansen for å nås på telefon øker.

Når det gjelder landsdeler er svarprosenten relativt jevn med unntak av «Østlandet ellers». Denne landsdelen har både en stor andel som ikke ønsker å delta og den høyeste andelen vi ikke har kommet i kontakt med. Derfor har også «Østlandet ellers» den laveste svarprosenten av landsdelene.

Vi finner større forskjeller i svarprosent når vi sammenlikner de ulike utdanningsnivåene. Personer med universitets- eller høyskoleutdanning er mest villige til å delta i undersøkelsen – svarprosenten faller jo lavere utdanningsnivå personen har. I gruppen med ukjent utdanning er svarprosenten desidert lavest og

ligger under 50 prosent. Andelen som ikke ønsker å delta er klart høyest blant personer med grunnskole og/ eller videregående utdanning. Også blant disse er andelen vi ikke kommer i kontakt med høy, selv om den er noe større blant personer med ukjent utdanning. Blant personer med ukjent utdanning er en betraktelig høyere andel forhindret fra å delta.

Fordi Mediebruksundersøkelsen er en referansedagbestemt undersøkelse, er det nødvendig med en jevn fordeling av intervjuer på de ulike referansedagene (jf. tabell 2). I tabell 6 vises svarprosent og årsaker til frafall fordelt på referansedager i 2010.

**Tabell 6: Svarprosent og frafall etter årsak blant referansedager. 2010. Prosent**

	Intervju	Ønsker ikke å delta	Forhindret	Ikke truffet	Annet	I alt	Antall
<b>Hele 2010</b>							
Mandag .....	61,1	19,1	4,0	15,9	0,0	100	429
Tirsdag .....	59,8	19,2	4,0	16,8	0,2	100	428
Onsdag .....	62,6	15,5	4,2	17,6	0,0	100	425
Torsdag .....	62,4	17,6	5,9	14,1	0,0	100	426
Fredag .....	58,5	19,7	3,7	17,8	0,2	100	427
Lørdag .....	57,6	18,1	2,8	21,2	0,2	100	425
Søndag .....	57,5	18,6	7,1	16,3	0,2	100	424

Tabellen over viser noen variasjoner mellom de ulike referansedagene. Mandag, onsdag og torsdag har høyest svarprosent, mens svarprosenten er lavest på lørdag og søndag. Vi ser også at andelen vi ikke klarer å treffe er størst på lørdager. Andelen som ikke ønsker å delta er relativt jevn de ulike referansedagene, men onsdag er den lavest. Frafallsårsaken forhindret er klart størst på søndager.

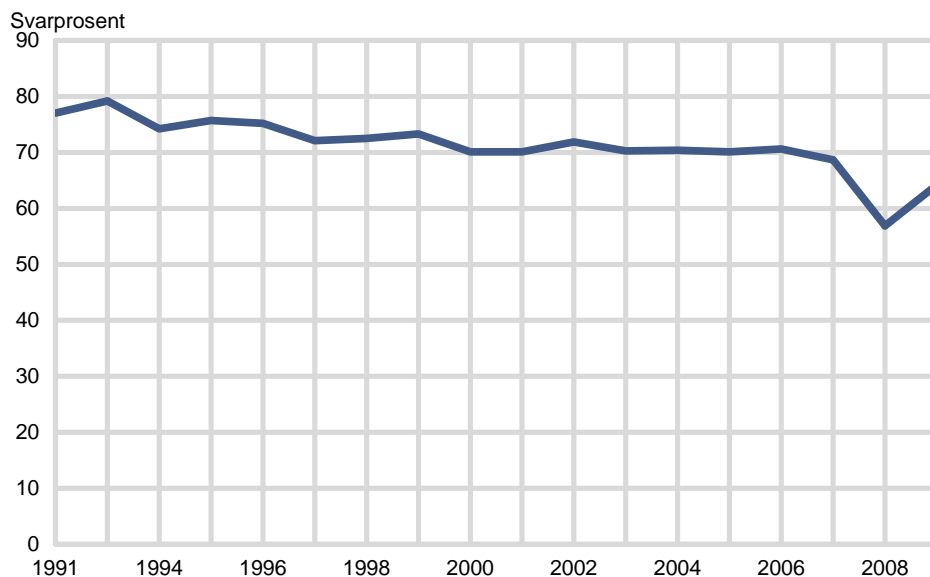
Mediebruksundersøkelsen skal måle utviklingen av mediebruk over tid. I den forbindelse er det også viktig å se på utviklingen i svarprosenten. Grafen i figur 2 viser utviklingen i svarprosent i perioden 1991–2010.<sup>3</sup>

Ser vi på den lange trenden fra 1991, er utviklingen negativ. Nesten åtte av ti lot seg intervjuer på begynnelsen av 1990-tallet, mot syv av ti i 2005. Ser vi derimot på perioden fra slutten av 1990-tallet, har svarprosenten ligget stabilt rundt 70 prosent. Fra 2007 ser vi at svarprosenten faller, og i 2008 faller den kraftig (se dokumentasjonsrapport fra 2008<sup>4</sup>). I 2009 klarer vi å løfte svarprosenten noe sammenliknet med 2008. Likevel ligger den et godt stykke unna tidligere resultater. 2010 var det en nedgang i svarprosenten igjen. En årsak til dette var at det ble implementert et nytt datasystem for datafangst i mai/ juni, og det er spesielt i dette kvartalet at svarprosenten lav. I de andre kvartalene lå svarprosenten rundt samme nivå som i 2009, slik at resultatet fra mai/ juni medførte et samlet resultat som var noe dårligere enn i 2009.

<sup>3</sup> Mediebruksundersøkelsen ble ikke gjennomført i 1993.

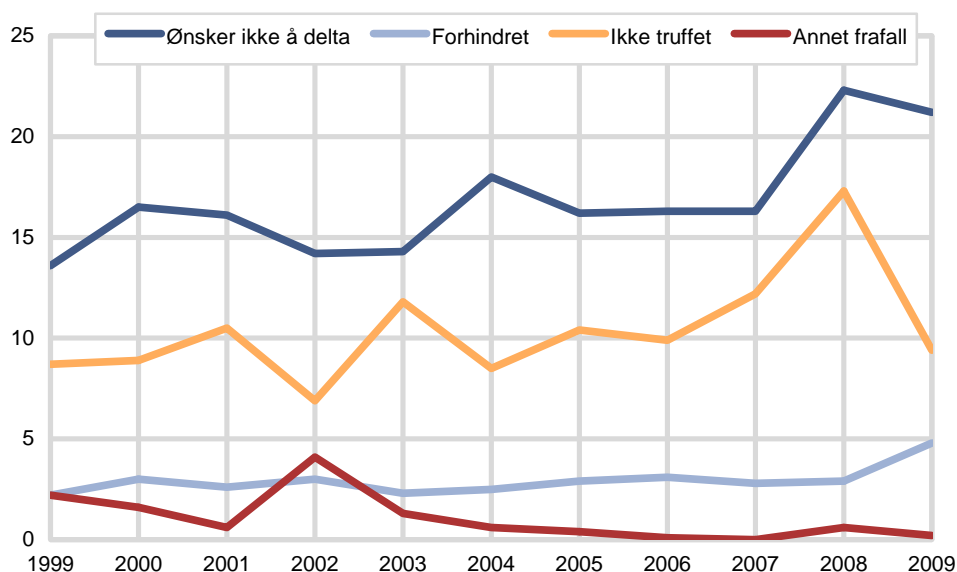
<sup>4</sup> Paulsen, Solaas Kari og Wilhelmsen Marit. Kultur og mediebruksundersøkelsen 2008. Dokumentasjonsrapport. 28/2010

Figur 2: Svarprosent 1991–2010



I en undersøkelse som Mediebruksundersøkelsen som gjennomføres hvert år, ser vi også på hvordan frafallet fordeler seg over tid. Dersom frafallet endrer seg eller vi får en annen type frafall enn tidligere, kan det gi en ny type usikkerhet for estimatene. Figur 3 viser utviklingen av de ulike årsakene til frafall i perioden 1999–2010.

Figur 3: Frafall fordelt på hovedårsaker 1999–2010



Vi ser at størsteparten av fallet i svarprosenten kan forklares med en økning i andelen «Ønsker ikke å delta» og «Ikke truffet». Andelen som ikke ønsker å delta lå stabilt i overkant av 16 prosent fra 2005–2007, men i 2008 økte denne betraktelig. Det er også i 2008 vi finner den høyeste andelen. I 2009 synker den noe, og nedgangen fortsetter også 2010. Likevel er andelen som ikke ønsker å delta fortsatt betraktelig høyere i 2010 enn i 2007. Når det gjelder de vi ikke treffer, økte andelen noe i 2007 og 2008. I 2009 faller ikke truffet-andelen tilbake på et nivå som er relativt likt nivået i 1999–2006. I 2010 øker derimot ikke-kontakt-andelene til samme nivå som i 2008. Økningen mellom 2009 og 2010 er på syv prosentpoeng. Vi ser også at andelen som er forhindret økte mye i 2008, men at det er en svak nedgang i 2009 og 2010.

### 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. Når 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 kjennetegn, er standardavviket til den observerte verdien av dette kjennetegnet. Størrelsen på standardavviket avhenger av tallet på observasjoner i utvalget, måten utvalget er trukket på og av fordelingen til det aktuelle kjennetegnet 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 7 viser likevel tilnærmet størrelse på standardavviket for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser. Av tabell 7 går det fram at usikkerheten blir mindre når antall observasjoner øker, og at usikkerheten blir større når antall observasjoner går ned 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 prosent sannsynlighet gi et intervall som inneholder den sanne verdien.

**Tabell 7. Forventet standardavvik for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser. Ordinært trukket utvalg**

Antall observasjoner	Prosent									
	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	35/65	40/60	50/50	
25	4,4	6,1	7,3	8,2	8,8	9,4	9,7	10,0	10,2	
50	3,1	4,3	5,1	5,7	6,2	6,5	6,8	7,0	7,1	
100	2,2	3,0	3,6	4,0	4,4	4,6	4,8	4,9	5,0	
200	1,5	2,1	2,5	2,8	3,1	3,2	3,4	3,5	3,5	
300	1,3	1,7	2,1	2,3	2,5	2,7	2,8	2,8	2,9	
500	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,1	2,1	2,2	2,2	
700	0,8	1,1	1,4	1,5	1,6	1,7	1,8	1,9	1,9	
900	0,7	1,0	1,2	1,3	1,4	1,5	1,6	1,6	1,7	
1100	0,7	0,9	1,1	1,2	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	
1300	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	
1500	0,6	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3	
1600	0,5	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,3	
1700	0,5	0,7	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	1,2	
1789	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,2	1,2	

Følgende eksempel illustrerer hvordan en kan bruke tabell 9 for å finne konfidensintervaller. I undersøkelsen oppgir 64 prosent av dem som har svart at de leste en papiravis en gjennomsnittsdag i 2010. (Vaage 2010:15).<sup>5</sup> Anslaget på standardavviket til dette observerte prosenttallet på 64, er 1,1 når antall observasjoner er 1 789. Konfidensintervallet for den sanne verdi får grensene  $64 \pm 2 * 1,1$ . Det vil si at intervallet som strekker seg fra 61,8 til 66,2 prosent med 95 prosent sannsynlighet inneholder den verdien 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

<sup>5</sup> Vaage, Odd Frank: Norsk mediebarometer 2010 Statistiske analyser

prosenttall er lik kvadratrotten 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 bearbeidingen.

Datainnsamlingen i denne undersøkelsen foregikk ved hjelp av PC. Intervjuerne ringte opp respondentene, leste opp spørsmålene fra dataskjermen og registrerte svarene direkte på datamaskinen. 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, og det er 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 oppgir feil svar. Det kan skyldes vansker med å huske forhold tilbake i tid. 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. En tenker seg at feil som ikke er systematiske trekker like mye i hver retning, og at de derfor har svært liten effekt.

## 5. Vedlegg

### Informasjonsbrevet

Oslo, november 2010

Saksbehandler: Marit Wilhelmsen

Telefon: 800 83 028 (08 – 15.00)

**Avdeling for datafangst**

## Mediebruksundersøkelsen 2010

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 av Statistisk sentralbyrå med støtte fra Medietilsynet og Telenor.

Formålet er å lage offisiell statistikk om bruk av, og tilgang til massemedier. Informasjonen er nyttig for myndigheter og andre som legger til rette slike tilbud. Resultatene blir også brukt i våre egne publikasjoner, i forskning og undervisning.

Du er en av 2 800 personer i alderen 9 – 79 år som er trukket tilfeldig fra Folkeregisteret for å delta i undersøkelsen. Intervjuet gjennomføres på telefon.

Din deltakelse vil være med på å sikre gode og riktige resultater. **Vi kan ikke erstatte deg med en annen.** Derfor er dine svar til stor hjelp for oss. Alle som er kontaktet i denne undersøkelsen får et flaxlodd. Det er frivillig å delta, og du kan beholde flaxloddet selv om du ikke svarer.

Undersøkelsen gjennomføres i henhold til statistikkloven og personopplysningsloven, og intervjueren har taushetsplikt. Du kan når som helst trekke deg fra undersøkelsen og kreve alle opplysningene slettet. Du kan lese mer om dette i den vedlagte brosjyren

For å gjøre intervjuet kortere og for å øke utbyttet av svarene, vil vi benytte opplysninger fra folkeregisteret om ditt og dine foresattes fødeland. Opplysninger om utdanning som Statistisk sentralbyrå årlig henter inn fra skoler, fylker og Lånekassen. Innen 31. mars 2011 vil vi anonymisere datamaterialet slik at identifisering av den enkelte ikke er mulig.

Intervjueren som ringer kan fortelle hvordan du får bekreftet at hun eller han arbeider for Statistisk sentralbyrå. Mer informasjon om undersøkelsen og hvordan du kontakter oss finner du i den vedlagte brosjyren.

Vi håper du vil delta!

Med vennlig hilsen



Øystein Olsen  
adm. direktør



Øyvind Kleven  
seksjonssjef



Oslo, november 2010  
Saksbehandlar: Marit Wilhelmsen  
Telefon: 800 83 028 (08 – 15.00)  
**Avdeling for datafangst**

## Undersøking om bruk av massemedium 2010

I løpet av dei næraste dagane vil ein intervjuar frå Statistisk sentralbyrå kontakte deg i samband med ei undersøking om bruk av massemedium. Undersøkinga gjennomførest av Statistisk Sentralbyrå med stønad frå Medietilsynet og Telenor.

Føremålet er å lage offisiell statistikk om tilgang til, og bruk av massemedium. Denne informasjonen er nyttig for styresmaktene og andre som legg til rette slike tilbod. Resultata blir og nytta i våre eigne statistikkar, i forskning og undervisning.

Du er ein av 2 800 personar i alderen 9 – 79 år som er trekte tilfeldig frå folkeregisteret til å vere med i undersøkinga. Intervjuet gjennomførest på telefon.

For å få så gode resultat som råd er, er det viktig at alle som er trekte ut blir med. **Det er ikkje mogleg å erstatte deg med ein annan.** Dine svar vil vere til stor hjelp for oss. Alle som er trekte ut til undersøkinga får eit flaxlodd i gåve. Det er frivillig å delta, og du kan behalde flaxloddet sjølv om du ikkje svarar.

Undersøkinga blir gjennomført i samsvar med statistikklova og personopplysningslova, og intervjuarane har teieplikt. Du kan når som helst trekkje dykk frå undersøkinga og krevje alle opplysningane sletta. Du kan lese meir om dette i den vedlagde brosjyren.

For å gjere skjemaet kortare og for å auke utbyttet av informasjonen vi samlar inn, vil vi hente inn opplysningar frå folkeregisteret om ditt og dine føresette sitt fødeland. Opplysningar om utdanning som Statistisk sentralbyrå årleg hentar inn frå skolar, fylker og Lånekassa. Innan 31. mars 2011 blir opplysningane anonymiserte, slik at ingen kan identifiserast.

Intervjuaren som ringjer kan fortelje korleis du får stadfesta at vedkommande arbeider for Statistisk sentralbyrå. Meir informasjon om undersøkinga og korleis du kan kontakte oss finn du i den vedlagde brosjyren.

Vi vonar du vil vere med!

Med venleg helsing



Øystein Olsen  
adm. direktør



Øyvind Kleven  
seksjonssjef

## Foresattebrev for barn i alderen 9 – 15 år

Oslo, august 2010

Saksbehandler: Marit Wilhelmsen

Telefon: 800 83 028 (08 – 15.00)

### Avdeling for datafangst

## Mediebruksundersøkelsen 2010

Statistisk sentralbyrå (SSB) gjennomfører årlig en undersøkelse om mediebruk. Undersøkelsen gjennomføres av Statistisk sentralbyrå med støtte fra Medietilsynet og Telenor.

Formålet er å lage offisiell statistikk om bruk av, og tilgang til massemedier. Informasjonen er nyttig for myndigheter og andre som legger til rette slike tilbud. Resultatene blir også brukt i våre egne publikasjoner, i forskning og undervisning.

Deltakerne er trukket tilfeldig fra Folkeregisteret. Det er trukket et utvalg på 2 800 personer i alderen 9-79 år til undersøkelsen. **Til informasjon har din datter eller sønn kommet med i utvalget.** Det er frivillig å delta, men din sønns/datters deltakelse vil være med på å sikre gode og riktige resultater. Intervjuet foregår på telefon. Alle som er trukket ut får et flaxlodd i gave.

Undersøkelsen gjennomføres i henhold til statistikkloven og personopplysningsloven, og intervjueren har taushetsplikt. Dere kan når som helst trekke dere fra undersøkelsen og kreve alle opplysningene slettet. Dette kan dere lese mer om i den vedlagte brosjyren

For å gjøre intervjuet kortere og for å øke utbyttet av svarene, vil vi benytte opplysninger fra folkeregisteret om barnets og foresattes fødeland. Opplysninger om utdanning hentes fra SSB sitt utdanningsregister. Innen 31. mars 2011 vil vi anonymisere datamaterialet slik at identifisering av den enkelte ikke er mulig.

Intervjueren som ringer kan fortelle dere hvordan dere får bekreftet at hun eller han arbeider for Statistisk sentralbyrå. Mer informasjon om undersøkelsen og hvordan dere kontakter oss finner dere i den vedlagte brosjyren.

Vi håper dere vil delta!

Med vennlig hilsen



Øystein Olsen  
adm. direktør



Øyvind Kleven  
seksjonssjef

Oslo, august 2010  
Saksbehandlar: Marit Wilhelmsen  
Telefon: 800 83 028 (08 – 15.00)  
**Avdeling for datafangst**

## Undersøking om bruk av massemedium 2010

Statistisk sentralbyrå (SSB) gjennomfører årleg ei undersøking om mediebruk. Undersøkinga gjennomførest av Statistisk Sentralbyrå med støtte frå Medietilsynet og Telenor.

Føremålet med undersøkinga er å lage offisiell statistikk over tilgangen til, og bruken av massemedium. Denne informasjonen er nyttig for styresmaktene og andre som legg til rette slike tilbod. Resultata blir og nytta i våre egne statistikkar, i forskning og undervisning.

Deltakarane er trekte tilfeldig frå folkeregisteret. Til undersøkinga er det trekt eit utval på 2 800 personar i alderen 9-79 år. **Til informasjon har dottera di/ sonen din komme med i utvalet.** Det er frivillig å vere med, men det at dottera di/ sonen din deltek er med å gjere resultata fra undersøkinga best mogelig.. Intervjuet gjennomførest på telefon. Alle som er trekte ut får eit flaxlodd i gåve.

Undersøkinga blir gjennomført i samsvar med statistikklova og personopplysningslova, og intervjuarane har teieplikt. De kan når som helst trekkje dykk frå undersøkinga og krevje alle opplysningane sletta. De kan lese meir om dette i den vedlagde brosjyren.

For å gjere skjemaet kortare og for å få betre utbytte av informasjonen vi samlar inn, vil vi hente inn opplysningar frå folkeregisteret om fødeland for barnet og dei føresette. Opplysningar om utdanning henter vi frå SSB sitt utdanningsregister. Innan 31. mars 2011 blir opplysningane anonymiserte, slik at ingen kan identifiserast.

Intervjuaren som ringjer kan fortelje korleis de får stadfesta at vedkommande arbeider for Statistisk sentralbyrå. Meir informasjon om undersøkinga, og korleis de kan kontakte oss finn de i den vedlagde brosjyren.

Vi vonar de vil vere med!

Med venleg helsing



Øystein Olsen  
adm. direktør



Øyvind Kleven  
seksjonssjef

## Foresattebrev for ungdom i alderen 16 – 17 år

Oslo, august 2010

Saksbehandler: Marit Wilhelmsen

Telefon: 800 83 028 (08 – 15.00)

**Avdeling for datafangst**

## Mediebruksundersøkelsen 2010

Statistisk sentralbyrå (SSB) gjennomfører årlig en undersøkelse om mediebruk. Undersøkelsen gjennomføres av Statistisk sentralbyrå med støtte fra Medietilsynet og Telenor.

Formålet er å lage offisiell statistikk om bruk av, og tilgang til massemedier. Informasjonen er nyttig for myndigheter og andre som legger til rette slike tilbud. Resultatene blir også brukt i våre egne publikasjoner, i forskning og undervisning.

Deltakerne er trukket tilfeldig fra Folkeregisteret. Det er trukket et utvalg på 2 800 personer i alderen 9-79 år til undersøkelsen. **Til informasjon har din datter eller sønn kommet med i utvalget.** Barn som er 16 år eller eldre får eget brev om undersøkelsen. Det er frivillig å delta, men din sønns/datters deltakelse vil være med på å sikre gode og riktige resultater. Intervjuet foregår på telefon. Alle som er trukket ut får et flaxlodd i gave.

Undersøkelsen gjennomføres i henhold til statistikkloven og personopplysningsloven, og intervjueren har taushetsplikt. Dere kan når som helst trekke dere fra undersøkelsen og kreve alle opplysningene slettet. Dette kan dere lese mer om i den vedlagte brosjyren

For å gjøre intervjuet kortere og for å øke utbyttet av svarene, vil vi benytte opplysninger fra folkeregisteret om barnets og foresattes fødeland. Opplysninger om utdanning hentes fra SSB sitt utdanningsregister. Innen 31. mars 2011 vil vi anonymisere datamaterialet slik at identifisering av den enkelte ikke er mulig.

Intervjueren som ringer kan fortelle dere hvordan dere får bekreftet at hun eller han arbeider for Statistisk sentralbyrå. Mer informasjon om undersøkelsen og hvordan dere kontakter oss finner dere i den vedlagte brosjyren.

Vi håper dere vil delta!

Med vennlig hilsen



Øystein Olsen  
adm. direktør



Øyvind Kleven  
seksjonssjef

Oslo, august 2010  
Saksbehandlar: Marit Wilhelmsen  
Telefon: 800 83 028 (08 – 15.00)  
**Avdeling for datafangst**

## Undersøking om bruk av massemedium 2010

Statistisk sentralbyrå (SSB) gjennomfører årleg ei undersøking om mediebruk. Undersøkinga gjennomføres av Statistisk Sentralbyrå med støtte frå Medietilsynet og Telenor.

Føremålet med undersøkinga er å lage offisiell statistikk over tilgangen til, og bruken av massemedium. Denne informasjonen er nyttig for styresmaktene og andre som legg til rette slike tilbod. Resultata blir og nytta i våre egne statistikkar, i forskning og undervisning.

Deltakarane er trekte tilfeldig frå folkeregisteret. Til undersøkinga er det trekt eit utval på 2 800 personar i alderen 9-79 år. **Til informasjon har dottera di/ sonen din komme med i utvalet.** Barn som er 16 år eller eldre får eige brev om undersøkinga. Det er frivillig å vere med, men det at dottera di/ sonen din deltek er med å gjere resultata fra undersøkinga best mogelig. Intervjuet gjennomføres på telefon. Alle som er trekte ut får eit flaxlodd i gåve.

Undersøkinga blir gjennomført i samsvar med statistikklova og personopplysningslova, og intervjuarane har teieplikt. De kan når som helst trekkje deg frå undersøkinga og krevje alle opplysningane sletta. De kan lese meir om dette i den vedlagde brosjyren.

For å gjere skjemaet kortare og for å få betre utbytte av informasjonen vi samlar inn, vil vi hente inn opplysningar frå folkeregisteret om fødeland for barnet og dei føresette. Opplysningar om barnet si utdanning henter vi frå SSB sitt utdanningsregister. Innan 31. mars 2011 blir opplysningane anonymiserte, slik at ingen kan identifiserast.

Intervjuaren som ringjer kan fortelje korleis de får stadfesta at vedkommande arbeider for Statistisk sentralbyrå. Meir informasjon om undersøkinga, og korleis de kan kontakte oss finn de i den vedlagde brosjyren.

Vi vonar de vil vere med!

Med venleg helsing



Øystein Olsen  
adm. direktør



Øyvind Kleven  
seksjonssjef

## Brosjyre

**Ønsker du å komme i kontakt med oss?**

Dersom du ønsker flere opplysninger om undersøkelsen eller hva resultatene brukes til kan du ringe 800 83 028 mellom 08 – 15.00. Intervjueren som tar kontakt med deg, kan også svare på spørsmål. Du kan også se <http://www.ssb.no/medie/>

**Statistisk sentralbyrå**

Statistisk sentralbyrå er Norges sentrale organ for utarbeiding og spredning av statistikk. Gjennom innsamling og formidling av statistikk og analyser, bidrar Statistisk sentralbyrå til at offentlig planlegging, samsfunnsstyring og forskning er basert på et best mulig faktagrunnlag. Vi gjennomfører faste intervjuundersøkelser om levekår, forbruk, arbeidskraft og tidsbruk.

**Seksjon for levekårsstatistikk**

Seksjon for levekårsstatistikk er faglig ansvarlig for innholdet i mediebruksundersøkelsen, og står også for analysen og presentasjonen av undersøkelsen.

**Seksjon for planlegging og brukertesting**

Seksjon for planlegging og brukertesting er ansvarlig for gjennomføringen av Statistisk sentralbyrås intervjuundersøkelser. Vi gjennomfører også enkeltoppdrag for forvaltning, forskning, organisasjoner og bedrifter. Datainnsamlingen foregår ved hjelp av besøksintervju, telefonintervju eller skjema som sendes i posten.

**Statistisk sentralbyrå**

Seksjon for intervju  
Kongens gate 11  
Postboks 8131 Dep.  
0033 Oslo

Telefon:  
800 83 028  
(08-15.00)

[www.ssb.no](http://www.ssb.no)



**Statistisk sentralbyrå**  
Statistics Norway

Statistics Norway



Statistisk sentralbyrå

# Mediebruksundersøkelsen 2010



Design: Siri Bogaard Crestock



## Bli med og bidra til økt kunnskap om hvor mye, og hva slags medier befolkningen i Norge bruker.

### Hva er mediebruksundersøkelsen?

Siden 1991 har Statistisk sentralbyrå gjennomført årlige undersøkelser om folks mediebruk. Den gir informasjon om utviklingen i folks vaner når det gjelder bruk av ulike medier som tv, aviser, ukeblader, Internett osv.

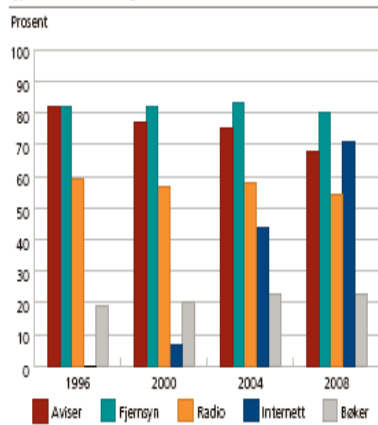
Formålet med undersøkelsen er å lage offisiell statistikk over befolkningens tilgang til og bruk av massemedier. Slik informasjon er nyttig for myndigheter og andre som ønsker å delta i utformingen av landets medietilbud. I tillegg vil resultatene bli brukt i våre egne publikasjoner, i forskning og undervisning.

### Hovedtemaene i undersøkelsen

Undersøkelsen dreier seg om ulike temaer. Blant disse er bruk av radio, fjernsyn, musikk, spill, IT, telefon, aviser, blader, bøker og kino. Informasjonen vi får gir svar på spørsmål som:

- *Hvor mange mennesker ser på TV i løpet av en dag?*
- *Leser folk sjeldnere bøker nå enn for 10 år siden?*
- *Bruker kvinner og menn like mye tid på Internett?*
- *Velger flere å lese aviser på internett framfor på papir?*

Andel som brukte ulike massemedier en gjennomsnittsdag, 1996-2008. Prosent



### Slik gjennomføres undersøkelsen

Statistisk sentralbyrå har et eget intervjukorps med lang erfaring. Du vil om kort tid bli kontaktet av en av våre intervjuere for avtale om intervju.

### Sørg for at du teller med

Vi kan ikke intervju alle. Derfor trekker vi et utvalg som danner et bilde av den norske befolkningen i alderen 9 - 79 år. **Vi kan ikke erstatte deg med en annen person.** Hver enkelt i utvalget representerer en større gruppe mennesker. Vi trenger svar fra personer i alle aldre og fra hele landet, slik at resultatene blir dekkende for alle befolkningsgrupper. Dersom det er mange yngre som ikke svarer, får vi for eksempel mindre sikre opplysninger om hvordan mediebruken blant unge er. Derfor er det viktig at alle som er trukket ut deltar slik at informasjonen vi får blir mest mulig riktig.



### Du er garantert anonym

Mediebruksundersøkelsen gjennomføres i samsvar med statistikkloven og personopplysningsloven. Statistisk sentralbyrå har utnevnt eget personvernombud godkjent av Datatilsynet. **Alle som arbeider for Statistisk sentralbyrå har taushetsplikt.** Opplysningene som samles inn skal kun brukes til å lage statistikk, og det vil aldri framgå hva enkeltpersoner har svart.

Har du spørsmål om personvern kan du sende en e-post til [personvernombudet@ssb.no](mailto:personvernombudet@ssb.no) eller ringe telefon 21 09 00 00.

# Mediebruk 2010

Produktnummer 5904

# Instruks

## Orientering og veiledning for intervjuere

Forord .....	3
Sammendrag .....	4
Innhold .....	5
<b>1. Bakgrunn og formål .....</b>	<b>6</b>
1. Bakgrunn og formål .....	6
2. Utvalg .....	6
3. Datafangst .....	6
3.1. Innsamlingsmåte .....	6
3.2. Feltperiode og feltarbeid .....	7
Dagbestemt intervjuing .....	7
Referansedager .....	7
<b>4. Datakvalitet .....</b>	<b>8</b>
4.1. Utvalgsskjevhet .....	8
4.2. Analyse av frafallet .....	10
4.3. Usikkerhet og feilmarginer .....	14
4.4. PC-assistert intervjuing, innsamlingsfeil og bearbeidingsfeil .....	15
<b>5. Vedlegg .....</b>	<b>16</b>
<b>Mediebruksundersøkelsen 2010 .....</b>	<b>16</b>
<b>Mediebruksundersøkelsen 2010 .....</b>	<b>18</b>
<b>6. ORIENTERING OM UNDERSØKELSEN .....</b>	<b>26</b>
<b>7. GJENNOMFØRING AV UNDERSØKELSEN .....</b>	<b>26</b>
Utvalg .....	26
Innsamlingsmetode: telefonintervju .....	26
Innsamlingsperiode .....	26
Målsetting .....	27
IO-listen .....	27
Dagbestemt intervjuing - viktig! .....	27
Avtaler på CATI: Mediebruksundersøkelsen er sårbar .....	28
IO-brev og brosjyre .....	28
<b>VEILEDNING TIL INTERVJUARBEIDET .....</b>	<b>28</b>
Første kontakt med IO og innledningstekst .....	28
Intervju med barn .....	28
Forhåndsavtale om intervju .....	29
Frafall og avgang .....	29
<b>OM ENKELTSPØRSMÅL .....</b>	<b>29</b>
Generelt .....	29
De enkelte spørsmål .....	30



Intervjuerkontakt: 43 06	Rune Wilhelmsen	21	09
Intervjuerkontakt: 46 65	Kari Grøholt	21	09
IT-ansvarlig: 42 08	Jytte Duemark	21	09
Planlegger: 45 96	Marit Wilhelmsen	21	09

## 6. ORIENTERING OM UNDERSØKELSEN

SSB har gjennomført årlige mediebruksundersøkelser siden 1991.

Formålet med undersøkelsen er:

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

Undersøkelsen gjennomføres i samarbeid med Kulturdepartementet, Medietilsynet og Telenor. Telenor har finansiert spørsmålene om bruk av IKT, og bruker disse dataene jevnlig. Institutt for journalistikk er faste brukere av dataene, og de inngår som en vesentlig del i NORDICOMs medierapportering "MedieNorge". Dataene benyttes også av personer innen medieprofesjonen. **Dataene benyttes særlig til å vise hvem som er brukere av medietilbud, og utviklingen på disse feltene fra år til år.**

SSB publiserer årlig "Norsk mediebarometer". I 2008 kom det dessuten en publikasjon i serien Statistiske analyser som heter "Kultur- og mediebruk i forandring Bruk av kulturtilbud og massemedier fra 1991 til 2006" (SA 95). I 2009 ble det gitt ut en rapport om Kultur og mediebruk blant personer med innvandrerbakgrunn, fra undersøkelsen i 2008.

Rapporten ligger her:

[http://www.ssb.no/emner/07/02/rapp\\_200929/index.html](http://www.ssb.no/emner/07/02/rapp_200929/index.html)

Dere kan lese mer på ssb.no:

<http://www.ssb.no/media/>

<http://www.ssb.no/emner/07/02/>

<http://www.ssb.no/medie/>

<http://www.ssb.no/kulturbar/>

## 7. GJENNOMFØRING AV UNDERSØKELSEN

### Utvalg

Til den ordinære undersøkelsen er det trukket et utvalg på 2 800 personer i alderen 9-79 år. Dette er et tilfeldig utvalg fra hele landet. Utvalget er fordelt med 700 IO i henholdsvis februar-mars, mai-juni, august-september og november-desember.

### Oversikt over aldersfordeling i utvalget

Aldersgr.	9 - 15 år	16 - 19 år	20 - 29 år	30 - 39 år	40 - 49 år	50 - 59 år	60 - 69 år	70 - 79 år
Antall	70	42	127	123	118	86	69	65

### Innsamlingsmetode: telefonintervju

Intervjuene skal gjennomføres over telefon, og intervjuetiden er i gjennomsnitt ca. 25 minutter.

### Innsamlingsperiode

Innsamlingsperioden for Mediebruksundersøkelsen 2010 strekker seg over 4 uker. I periode 1 vil undersøkelsen kun gå hos sentrale intervjuere. Det vil deretter vurderes om lokale intervjuere også skal jobbe med mediebruksundersøkelsen.

## Oversikt over innsamlingsperioden

<b>Uke</b>	
1. kvartal	22. februar – 23. mars
2. kvartal	25. mai – 15. juni
3. kvartal	23. august – 21. september
4. kvartal	22. november – 21. desember

## Målsetting

Målet for undersøkelsen er minst 67 prosent oppslutning. For å nå dette målet forventer vi 6 – 8 intervjuer per 5 timers økt.

## IO-listen

Personer som skal intervjues (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 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).

## Dagbestemt intervjuing - viktig!

Utvalget er merket med hvilken ukedag IO skal bli intervjuet om (referansedagen). Dette blir gjort for å sikre en jevn fordeling mellom de ulike ukedagene. For å sikre best mulig kvalitet på dataene vi samler inn, er det viktig at IO blir intervjuet så tett opp til referansedagen som mulig. Hovedregelen er at intervjuet skal gjennomføres dagen etter referansedagen, ev. to dager etter.

Av erfaring vet vi at det er vanskelig å oppnå tilstrekkelig antall intervju for referansedagen fredag. For fredag er det derfor tillatt å intervju hele tre dager etter referansedagen. Merk at dette ikke gjelder referansedagen lørdag (fordi mandag er en mye bedre intervjudag enn lørdag).

## Oversikt over hvilke dager intervjuet kan gjennomføres:

Referansedag	mandag	tirsdag	onsdag	torsdag	fredag	lørdag	søndag
Intervjudag	tirsdag onsdag	onsdag torsdag	torsdag fredag	fredag lørdag	lørdag mandag	mandag	mandag tirsdag

## Intervjuing - Cati

Cati-systemet styrer hvilke IO med tilhørende referansedager som kommer opp. Hovedregelen er at IO med referansedag to dager tilbake i tid kommer opp før IO med referansedag "i går".

Erfaringsmessig får vi lettere kontakt med IO etter kl. 18.30, og ringes det for mye tidligere kan daybatchen gå tom før den beste intervjutiden. Vi vil derfor forsøke å veksle mellom ulike undersøkelser i løpet av kveldsoktene, såfremt det ikke går ut over andre undersøkelser. På denne måten vil vi øke muligheten for intervju og redusere antall tilfeller med tomme daybatcher. Det er først og fremst Mediebruksundersøkelsens lengde som gjør den lite egnet for kontakt rundt middagstid. Det vil derfor hovedsakelig være snakk om veksling mellom Medie og kortere undersøkelser. Supervisor gir nærmere beskjed om hvordan arbeidet organiseres.

## Avtaler på CATI: Mediebruksundersøkelsen er sårbar

Utvalget i Mediebruksundersøkelsen er lite, og hvert gjennomførte intervju har følgelig veldig stor betydning. Vi må derfor ta ekstra godt vare på hvert IO. Undersøkelsen er også spesielt sårbar i og med at hvert IO kun kan intervjues på noen få dager i løpet av perioden. Det er viktig å lage gode avtaler slik at vi ikke mister noen muligheter for intervju. Vi ber dere være oppmerksom på følgende:

- Unngå å lage løse avtaler ("ikke dato - ikke tid") til senere på kvelden, neste dag eller neste uke. Vær særlig oppmerksom på dette hvis du prater med andre enn IO. Vi ønsker ikke å miste muligheten til å oppnå kontakt med IO samme dag eller kveld.
- **Pass på å lage avtaler på riktig referansedag.** Daybatchen henter kun opp IO med riktig referansedag. Merk dere derfor hvilke dager IO med ulike referansedager kan ringes på.

## IO-brev og brosjyre

Oversikt over ulike typer brev:

Alder på IO	Brev til IO	Foresattebrev
9 - 15 år	Nei	Ja
16 - 17 år	Ja	Ja
18 år og over	Ja	Nei

Alle har fått et flaxlodd sammen med IO-brevet.

## VEILEDNING TIL INTERVJUARBETDET

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

### 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.»*

### Intervju med barn

I brevet til foresatte gjør vi oppmerksom på at intervjueren vil ta kontakt og foreta intervju over telefon. Foresatte bør være tilgjengelig mens barnet blir intervjuet. Avtal på forhånd med foresatte at de overtar når de aktuelle spørsmålene dukker opp i slutten av skjemaet.

Under intervjuet, mens barnet svarer på spørsmål, er det en fordel om dere får snakke uforstyrret sammen. En del av barna 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.**

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.

## Forhåndsavtale om intervju

Dersom du avtaler intervjutid på forhånd, **unngå å nevne at IO blir stilt spørsmål om bruk av fjernsyn og radio for en bestemt dag**. En slik opplysning **kan** påvirke deres atferd, slik at vi får et skjevt 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 ukedager** uken etter som er neste mulige intervjudag. Du finner en oversikt over aktuelle intervjudager på Cati-rommet.

## 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/ overføring til lokal intervjuer**

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.

## OM ENKELTSPØRSMÅL

### 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.

## De enkelte spørsmål

### RAD. 1 og 2:

Lokalradio 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.

### MUS. 1F, MUS. 2 og MUS. 3

Muligheten for å spille av lydfiler direkte fra PC: Alle nyere PC-er har mulighet til å spille av lydfiler. De mest populære programmene for å spille av slike filer er iTunes og Windows Media Player.

### NYMUS6A

Her skiller det mellom lydfiler respondentene har lastet ned til PC eller annet medium, og det som kan høres direkte på Internett. Det vil si at man ikke laster ned lydfiler til PC eller annet, det som kalles streaming.

For alternativet "lastet ned fra internett, og ikke betalt for" gjelder det både filer som faktisk er gratis, samt filer som IO ikke har betalt for, men som ikke nødvendigvis er gratis.

### 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. 2d:

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. 3f og 9:

Som "Andre norske reklamefinansierte kanaler" regnes alle reklamefinansierte kanaler med noe norskspråklig program, selv om kanalen er eid av utenlandske aktører eller sendes fra utlandet.

### 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.

Mange ulike underholdningsprogrammer har flere typer innhold, og vil være vanskelig å plassere i én kategori. Det kan gjelde talkshows, "reality"-programmer, dokusåper, prisutdelinger, talentkonkurranser, frokost-TV og SMS-chatteprogrammer. Slike programmer registreres som ANNEN UNDERHOLDNING.

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 1 og 2

**Blu-Ray** er et nytt digitalt videoformat med plater som ser ut som DVD-plater, men som har mye større lagringsplass og skarpere bilder enn DVD. Blu-Ray kan ikke spilles av på DVD-spillere, men de fleste Blu-Ray spillere kan også spille av DVD.

### VIDEO1c:

En harddiskopptaker fungerer på mange måter som en videospiller. Den spiller inn og spiller av bilder, ikke på bånd eller plate, men på en innebygd harddisk. DVD-opptakere har en harddisk innebygget, og kan i praksis fungere både som DVD-spillere og harddiskopptakere. Enkelte kabel-TV og satellitt-TV-leverandører har også dekodere som også kan brukes som harddiskopptakere.

Video 1d:

Spørsmålet omfatter ikke streaming, det vil si å se på film direkte overført fra Internett.

DATA 1a-1f:

**CD ROM-spiller** er en CD-spiller bygget inn i en PC hvor en kan spille plater som inneholder dataspill, leksikon eller annen form for informasjon eller underholdning. **DVD** se instr. for VIDEO 1b

**Bredbånd, f.eks. ADSL** er en type internett- og nettverksforbindelse, som har ekstra stor kapasitet med hensyn til hurtighet og mengde data som kan overføres.

**ISDN** og **Modem for telefonnett** er utstyr som gjør at en PC kan kobles til telefonnettet, og derigjennom til internett, andre PCer eller databaser på denne måten.

DATA 2:

Velg alternativ "Arbeidsgiver" dersom IO er selvstendig næringsdrivende og svarer "firmaet" e.l..

INTER. 2a1-2c5:

**E-post** er et elektronisk brevsystem med sender- og mottakeradresser.

**Nettsider** omfatter alle sider med tekst, bilder, lyd og annen informasjon på World Wide Web (www). Nettsider leses med hjelp av en nettleser som Internet Explorer, Firefox eller Safari.

**Chat, IRC og Instant messaging** er interaktive kommunikasjonssystemer, der man har en skriftlig samtale på tomannshånd eller i større grupper.

INTER10:

Her har vi endret rekkefølgen slik at "annen underholdning" kommer etter "deltakelse i nettsafunn".

TELE. 2:

Velg alternativ "Arbeidsgiver" dersom IO er selvstendig næringsdrivende og svarer "firmaet" e.l..

AVIS. 2:

Finner du ikke avisen på kodelista, skriv "ukjent" (kode 999), evt "andre gratisaviser" (kode 699).

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 !**

## Spørreskjema

### MEDIEBRUKSUNDERSØKELSEN 2010

Jeg ringer fra Statistisk sentralbyrå i forbindelse med en landsomfattende undersøkelse om bruk av kulturtilbud og massemedier der vi ønsker å intervjuer ... Vi har nylig sendt deg et brev om dette. Passer det for deg å la oss få et intervju om dette nå?

Intervjueren svarer:

1. IO har mottatt brevet og samtykker i å delta
2. IO har fått referert innholdet i brevet og samtykker i å delta
3. Ingen av delene

#### Radio

RAD. 1 Vi begynner med noen spørsmål om radio og radiotilbud. Kan du ta inn lokalradiosendinger på stedet der du bor?

- 1 JA
- 2 NEI

RAD. 2 Hørte du på radio ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Ta også med lytting på lokalradio. Radiolytting på internett regnes også med, men ikke podcasting.

- JA ⇒ RAD. 3
- NEI ⇒ Rad DAB

RAD. 3 Hørte du på radio...

- A. mellom kl. 6 og 10 om morgenen ^KontaktPer? JA > Hvor lang tid hørte du da? .....  
NEI> GÅ TIL 3B
- B. mellom kl. 10 og 15 om dagen? JA > Hvor lang tid hørte du da? .....  
NEI> GÅ TIL 3C
- C. mellom kl. 15 og 19 om ettermiddagen? JA > Hvor lang tid hørte du da? .....  
NEI> GÅ TIL 3D
- D. mellom kl. 19 og 22 om kvelden? JA > Hvor lang tid hørte du da? .....  
NEI> GÅ TIL 3E
- E. mellom kl. 22 og 24 om kvelden? JA > Hvor lang tid hørte du da? .....  
NEI> GÅ TIL 3F
- F. mellom kl. 24 og 06 om natten? JA > Hvor lang tid hørte du da? .....  
NEI> GÅ TIL 4

\*RAD. 4 Hvilke radiokanaler hørte du på ^KontaktPer?

- NRK P1
- NRK P2
- NRK P3
- NRK, USPESIFISERT ELLER ANDRE NRK-KANALER
- P4
- RADIO NORGE
- LOKALRADIO, INKLUDERT RADIO1
- ANNEN RADIOLYTTING



\*RAD. 5\_ Hva slags radioprogram hørte du på i ... (kanal hørt i spm. 4) ^KontaktPer?

- A. SPORTSPROGRAM
- B. DISTRIKTSPROGRAM/LOKALE NYHETER
- C. NYHETER ELLER NYHETSMAGASIN UTENOM DISTRIKTSPROGRAM
- D. VÆRMELDING
- E. INFORMASJONSPROGRAM OM KULTURLIVET
- F. ANDRE INFORMASJONSPROGRAM, KÅSERI FOREDRAG OM ARBEIDSLIV, NATUR, SAMFUNN, POLITIKK, HJEM/FRITID
- G. RELIGIØSE PROGRAM
- H. RADIOTEATER ELLER OPPLESNINGER
- I. KLASSISK MUSIKK, OPERA, OPERETTE, MUSIKALER
- J. KORPS- ELLER JANITSJARMUSIKK
- K. FOLKEMUSIKK
- L. PROGRAM OM POPULÆRMUSIKK, ROCK, POP, JAZZ, COUNTRY AND WESTERN
- M. UNDERHOLDNINGSPROGRAM, LETTE MAGASINPOSTER, KONKURRANSER
- N. BARNE- OG UNGDOMSPROGRAM, UTENOM RENE MUSIKKPROGRAM
- O. ANDRE/USPESIFISERTE PROGRAM

Til Alle

Rad DAB Har du radioapparat for digital mottaking, såkalt DAB-radio?  
 JA  
 NEI

### Musikkmedier

MUS. 1A Har du kassettspiller hjemme eller i bil?  
 JA,  
 NEI

MUS. 1B Har du grammofonspiller hjemme?  
 JA  
 NEI

MUS. 1C Har du CD-spiller hjemme eller i bil?  
 JA  
 NEI

MUS. 1E Har du en mp3 spiller eller liknende. Regn også med mp3 spiller på mobil. Gjelder alle spillere for nedlasting av lydfile, mp3 I-pod og liknende  
 JA  
 NEI

MUS. 2 Hørte du på kassettspiller, grammofonspiller, Mini-disk, CD-spiller, Mp3-spiller eller lydfile direkte fra PC ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

JA

NEI ⇒ FJERN. 1

MUS	2A. KASSETTSPILLER	⇒	MUS. 3
	2B. GRAMMOFONSPILLER	⇒	MUS. 3
	2C MINI-DISK		MUS. 3
	2D. CD-SPILLER	⇒	MUS. 3
	2E. MP3 SPILLER	⇒	MUS. 3
	2F. LYDFILER FRA PC	⇒	MUS. 3

MUS 3 Omtrent hvor lang tid hørte du alt i alt på kassettspiller, gramfonspiller, Mini-disk, CD-spiller, Mp3-spiller eller lydfiler fra PC ^KontaktPer? Regn både med musikk og annet du eventuelt hørte på.

TIMER  
MINUTTER

MUS 5 Hørte du på lydbok ^KontaktPer?

JA  
NEI

## Fjernsyn

\*FJERN. 1 Har du fjernsynsapparat hjemme, og i tilfelle hvor mange har du?

HAR 1 APPARAT  
HAR 2 APPARATER  
HAR 3 APPARATER  
HAR 4 APPARATER  
HAR 5 APPARATER  
HAR 6 APPARATER  
HAR 7 ELLER FLERE APPARATER  
HAR IKKE FJERNSYN HJEMME => FJERN. 6

\*FJERN. 2 Har du fjernsynsapparat som er knyttet til .....

JA NEI  
A. privat parabolantenne  
B. kabelnett som dekker et større boligområde  
C. fellesantenne for et mindre antall boliger eller leiligheter  
Digi. Det digitale bakkenettet  
E. Internett-bredbåndsforbindelse, såkalt IPTV, slik at du på den måten kan se ordinære tv-sendinger

*STILLES TIL IO SOM HAR SVART JA PÅ MINST ETT AV ALTERNATIVENE I SPØRSMÅL FJERN. 2. ANDRE GÅR TIL SPØRSMÅL FJERN 5.*

\*FJERN. 3 Har du i tillegg til fjernsynssendinger fra NRK1 mulighet til å ta inn

JA NEI VET IKKE

A. NRK 2.  
N. NRK 3 eller NRK Super.  
B. Norsk TV2  
C. TV Norge  
D. TV3  
F. Lokalfjernsyn. Regn ikke med NRKs distriktssendinger.  
GRØNN TEKST: FEKS TV FOLLO OG LOKALE SENDINGER PÅ TV NORGE  
E. Andre norske reklamefinansierte fjernsynskanaler  
GRØNN TEKST: FEKS VIASAT4, TV2 ZEBRA, NYHETSKANALEN, THE VOICE  
G. Svensk kanal 1 eller 2  
T. Andre TV-kanaler  
GRØNN TEKST: FOR EKSEMPEL BETALINGSKANALER, CNN, BBC, DISCOVERY, DANSK TV2, TV5,  
TV5.

FJERN. 6 Så du på tekst-TV ^KontaktPer?

JA  
NEI

FJERN. 7 Så du på fjernsyn ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Ta også med programmer du har sett på internett, som samtidig vises på fjernsyn. Ta ikke med seing på opptak av programmer, videobånd eller DVD.

JA  
NEI => VIDEO 1

FJERN. 8 Så du på fjernsyn...

A. mellom kl. 6 og 10 om morgenen ^KontaktPer? JA > Hvor lang tid så du da? .....

	NEI> GÅ TIL B
B. mellom kl. 10 og 15 om dagen?	JA > Hvor lang tid så du da? ..... NEI> GÅ TIL C
C. mellom kl. 15 og 19 om ettermiddagen?	JA > Hvor lang tid så du da? ..... NEI> GÅ TIL D
D. mellom kl. 19 og 22 om kvelden?	JA > Hvor lang tid så du da? ..... NEI> GÅ TIL E
E. mellom kl. 22 og 24 om kvelden?	JA > Hvor lang tid så du da? ..... NEI> GÅ TIL F
F. mellom kl. 24 og 06 om natten?	JA > Hvor lang tid så du da? ..... NEI> GÅ TIL FJERN. 9

\*FJERN. 9 Hvilke fjernsynskanaler så du på ^KontaktPer?

- A. NRK1
- B. NRK TO
- N. NRK 3
- O. NRK SUPER
- C. NORSK TV2
- D. TV NORGE
- E. TV3
- I. TV2 NYHETSKANALEN (ikke fjern10)
- G. LOKAL-TV UTENOM NRK
- F. ANDRE NORSKE REKLAMEFINANSIERTE KANALER
- H. SVENSK TV1/2
- J. ANDRE KANALER
- K. VET IKKE
- L. TV2 SEBRA
- M. FEM (Kanal fra TvNorge)
- N. VIASAT 4
- O. ULIKE SPORTSKANALER (ikke fjern 10) som for eksempel Eurosport, Canal+ sport, TV2 sport
- P. ULIKE FILMKANALER (ikke fjern 10) som for eksempel TV1000, TV2 filmkanalen

\*FJERN. 10 Hva slags fjernsynsprogram så du på i ... (KANAL SETT I FJERN. 9) ^KontaktPer?

- A. SPORTSPROGRAM
- B. NYHETER ELLER NYHETSMAGASIN
- C. DEBATTPROGRAM
- D. INFORMASJONSPROGRAM OM SAMFUNN
- E. INFORMASJONSPROGRAM OM KULTURLIVET
- F. PROGRAM OM TEKNIKK ELLER VITENSKAP
- G. NATUREPROGRAM
- H. ANNEN TYPE INFORMASJONSPROGRAM
- I. FJERNSYNSTEATER ELLER TEATEROVERFØRINGER
- J. BALLETT, OPERA, OPERETTE, MUSIKAL
- K. SPILLEFILM, FJERNSYNSFILM
- L. TV-SERIE
- M. MUSIKKVIDEOER ELLER ANNET PROGRAM MED POP, JAZZ, VISER
- N. KONSERTER MED KLASSISK MUSIKK
- O. SPØRREKONKURRANSE
- P. ANNEN UNDERHOLDNING
- Q. BARNE- OG UNGDOMSPROGRAM
- R. RELIGIØSE PROGRAM
- S. ANDRE/USPESIFISERTE PROGRAM

## Video

VIDEO. 1a Har du videobåndspiller hjemme? Vi tenker her på VHS eller liknende.

JA  
NEI

\*VIDEO. 1b Har du DVD-eller Blu-ray-spiller hjemme? Vi tenker ikke på spiller installert i PC. Blu-Ray er en digitalplate med større lagringsplass og bedre bildeklaritet enn DVD.

JA  
NEI

\*VIDEO. 1c Har du harddiskopptaker, også kalt PVR, hjemme, altså en spiller som kan ta opp og spille av fjernsynsprogrammer?  
En harddiskopptaker/PVR kan ta opp og spille av fjernsynsprogrammer uten bruk av videobånd eller DVD-plater. Den kan også være integrert i en dekoder for kabel-TV eller satellitt-TV, eller være integrert i DVD- eller Blu-ray spiller.

JA  
NEI

\*VIDEO. 2A. Så du på videobånd, DVD, Blu-ray, harddiskopptaker eller videofiler som er lagret på PC ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

JA  
NEI

VIDEO. 2Aa Så du på videobånd ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. VHS eller annen type videobånd.

JA  
NEI

VIDEO. 2Ab Så du på DVD eller Blu-Ray ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

JA  
NEI

VIDEO. 2Ac Så du på harddiskopptak ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

JA  
NEI

VIDEO. 2Ad Så du på videofiler som er lagret på PC ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

JA  
NEI

Hvis Nei på 2Aa, 2Ab 2Ac og 2ad => SPILL.1

VIDEO. 2B. Så du egenprodusert video ^KontaktPer?

JA  
NEI

Ikke dersom ja i nytt spørsmål v

VIDEO. 2C. Så du opptak av fjernsynsprogram ^KontaktPer?

JA  
NEI

VIDEO. 2D. Så du kjøpt eller leid film på DVD, Blu-Ray eller VHS ^KontaktPer?

JA  
NEI

VIDEO. 3 Omtrent hvor lang tid så du på videobånd, DVD, Blu-Ray, harddiskopptak eller videofiler lagret på PC i perioden fra kl. 6 om morgenen ^KontaktPer? til kl. 6 neste morgen?

TIMER          MINUTTER

## Spill

Spill. 1 Har du eller noen andre i husholdningen din en spillkonsoll om kobles til fjernsyn? Som for eksempel Playstation, X-box osv.

JA  
NEI

SPILL 2 Har du brukt noe slikt utstyr hjemme eller hjemme hos andre i løpet av de siste syv dager?

Hvis Spill1=Nei alternativ formulering:

"Har du brukt noe slikt utstyr hjemme hos andre i løpet av de siste syv dager." Svaralternativ 1 gjøres utilgjengelig for disse.

A. JA, HJEMME ⇒ SPILL 3 A  
B. JA, HOS ANDRE ⇒ SPILL 3 B  
C. NEI ⇒ DATA 1

SPILL 3 Brukte du noe slikt utstyr hjemme eller hjemme hos andre ^KontaktPer?

A. HJEMME JA NEI ⇒ DATA 1  
B. HOS ANDRE JA NEI ⇒ DATA 1

SPILL. 4 Omtrent hvor lang tid brukte du på dette ^KontaktPer?

TIMER MINUTTER

## IT

DATA. 1 Har du eller noen andre i husholdningen din PC eller annen hjemmedatamaskin?

JA  
NEI ⇒ DATA 3

DATA. 1ANT Hvor mange PCer eller andre typer hjemmedatamaskiner er i bruk i din husholdning?

1  
2  
3  
4  
5 eller flere

DATA. 1

JA NEI

B. Har denne maskinen/noen av disse maskinene DVD-spiller?

C. Har du/dere tilgang til internett på denne maskinen/noen av disse maskinene?

F. Er denne maskinen/noen av disse maskinene tilknyttet internett via en bredbåndsforbindelse (ADSL, Kabel/kabelanlegg) Ja ⇒ DATA. 1F1

DATA. 1F1 Er denne forbindelsen trådløs? KALLES OGSÅ WLAN

E. Er denne maskinen/noen av disse maskinene tilknyttet internett via ISDN?

D. Er denne maskinen/noen av disse maskinene tilknyttet internett via modem for telefonnett (Analog tilknytning)?

*BARE HVIS DET ER INTERNETTABONNEMENT KNYTTET TIL MASKINEN*

DATA. 2 Hvem betaler regningen for din bruk av Internett?

Inkluder bare bruksutgifter, ikke utgifter knyttet til utstyr. HVIS UTGIFTENE ER DELT, MERK AV FOR FLERE

A. IO SELV  
B. ANDRE I IOS HUSHOLDNING  
C. ARBEIDSGIVER (EVT: ANDRE ORGANISASJONER)  
D. ANDRE

DATA: 3 Har du i løpet av de siste syv dager brukt PC eller annen datamaskin:

A. hjemme?  
B. på arbeid utenfor hjemmet (stilles kun til personer 16 år eller eldre)  
C. på skole eller i undervisningssammenheng?  
D. noe annet sted?  
Ingen av delene ⇒ TELE 1a

DATA 4 Brukte du PC eller annen datamaskin hjemme eller hos andre ^KontaktPer?

- 1 Hjemme
- 2 Hos andre
- 3 Nei => INTER 1a

DATA 6 Omtrent hvor lang tid brukte du på dette ^KontaktPer?

TIMER MINUTTER

DATA. 7 Brukte du hjemmedatamaskin ^KontaktPer ....

JA NEI

- A. - til spill
- B. - til underholdning
- C. - som praktisk hjelpemiddel til hjem eller fritid
- D. - som hjelpemiddel i forbindelse med skolearbeid eller annen utdanning
- E. - i forbindelse med ditt daglige arbeid ( IKKE TIL IO 9-15 ÅR)
- G. - med CD ROM eller DVD som hjelpemiddel
- F. - til å koble deg på Internett

Hvis DATA. 7 F. er merket av, gå til INTER. 1b

DATA. 7f2 Koblet du på internett ^KontaktPer med noe annet enn en hjemmedatamaskin, for eksempel jobbdatabasemaskin, datamaskin på bibliotek, eller en mobiltelefon?

JA  
NEI => INTER. 1a

INTER. 1a Har du i løpet av de siste syv dager benyttet Internett?

JA  
NEI => TELE 1A

INTER. 1b Ble Internett brukt i forbindelse med:

Hvis DATA. 7 F. er merket av ELLER DATA. 7F2=JA

Du har svart at du brukte internet ^KontaktPer. Nå har vi noen spørsmål om din internettbruk de siste syv dagene. Har du i løpet av de siste syv dagene brukt internett i forbindelse med..

JA NEI

1. arbeid? (stilles kun til personer som er 16 år eller eldre)
2. utdanning?
3. Ble Internett brukt privat?

\*INTER. 2a/b/c Da du brukte Internett (i arbeid/i utdanning/privat):

1. sendte eller mottok du e-post
2. leste du nettsider VANLIGE WWW-SIDER
3. brukte du chat, IRC eller Instant messaging Dette er interaktive kommunikasjonsystemer, der man har en skriftlig samtale på tomannshånd eller i større grupper.
4. Brukte du noe annet

STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI

Inter2d1 Brukte du Internett til å sende eller motta e-post på ^KontaktPer?

Ja  
Nei

Inter. 3a Har du i løpet av de siste 7 dagene brukt Internett til å lese nyheter?

JA  
NEI => Inter. 4a

STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI

Inter. 3b Leste du nyheter på Internett ^KontaktPer?

Ja  
Nei => Inter. 4a

- Inter. 3c Hvilke nettsteder leste du nyheter fra ^KontaktPer?  
 AFTENPOSTEN  
 VG  
 DAGBLADET  
 ANDRE NETTUTGAVER AV PAPIRAVISER  
 NETTAVISEN  
 NRK  
 TV2  
 ANDRE NETTSTEDER
- Inter4a Har du, i løpet av de siste 7 dagene brukt Internett til å søke etter fakta og bakgrunnsinformasjon?  
 Ja  
 Nei ⇒ Inter 5a
- STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI*
- Inter4b Søkte du etter fakta og bakgrunnsinformasjon ^KontaktPer?  
 Ja  
 Nei
- Inter5a Har du i løpet av de siste 7 dagene brukt Internett til å se på annonser av forskjellig slag?  
 Ja  
 Nei ⇒ Inter 6a
- STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI*
- Inter5b Så du på annonser av forskjellig slag på Internett ^KontaktPer?  
 Ja  
 Nei
- Inter6a Har du i løpet av de siste 7 dagene brukt Internett til å innhente informasjon om arrangementer, restauranter, trafikkforhold eller liknende?"  
 Ja  
 Nei ⇒ Inter 7a
- STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI*
- Inter6b Innhentet du denne type informasjon på Internett ^KontaktPer?  
 Ja  
 Nei
- Inter7a Har du i løpet av de siste 7 dagene brukt Internett til å gjøre tjenester slik som: banktjenester, bestille eller kjøpe varer eller tjenester, bestille eller avbestille bøker fra bokklubb el?  
 Ja  
 Nei ⇒ Inter 8a
- STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI*
- Inter7b Utførte du slike tjenester på Internett ^KontaktPer?  
 Ja  
 Nei
- Inter8a Har du i løpet av de siste 7 dagene brukt Internett til å høre på radio?  
 Ja  
 Nei ⇒ Inter 9a
- STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI*
- Inter8b Hørte du radio på Internett ^KontaktPer?  
 Ja  
 Nei
- Inter9a Har du i løpet av de siste 7 dagene sett film, TV, eller videoklipp på internett?  
 Regn både med direkte kringkastede sendinger og opptak.  
 Ja  
 Nei
- STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI*
- Inter9b Så du film, tv eller videoklipp på Internett ^KontaktPer?  
 Ja  
 Nei -> INTER 10a
- Inter9c Hvilke nettsteder så du film, TV eller videoklipp fra ^KontaktPer?  
 1 NRK.NO  
 2 TV2.NO  
 3 ANDRE NORSKE TV-KANALERS NETTSTEDER  
 4 UTENLANDSKE TV-KANALERS NETTSTEDER

- 5 NORSKE AVISERS NETTSTEDER  
 6 UTENLANDSKE AVISERS NETTSTEDER  
 7 NETTSTEDER SOM SPESIALISERER SEG PÅ VIDEOKLIPP, EKS. YOUTUBE  
 8 NETTSTEDER SOM VILSER VIDEOFILMER MOT BETALING  
 9 ANDRE NETTSTEDER

Så du noen av disse filmene eller videoklippene direkte via internet, også kalt streaming? *Streaming vil si at du ikke laster ned filmene eller videoklippene til PC eller annet medium*

Inter9ca Hvis 1, 2, 3 eller 4 er merket av i Inter9c  
 Så du direkte kringkastede sendinger fra noen av TV-kanalenes nettsider

^KontaktPer?

- Ja  
 Nei, kun opptak

Inter10a Har du i løpet av de siste 7 dagene brukt Internett til å spille spill?

- Ja  
 Nei

STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI

Inter10b Brukte du internett til å spille spill ^KontaktPer?

- Ja  
 Nei

Inter10Ns Har du i løpet av de siste 7 dagene brukte du internett til å delta i nettsamfunn som for eksempel MySpace, Facebook, Nettby eller Blink?

legge  
 Det

*Et nettsamfunn er et samlingssted på internett der brukerne kan ut informasjon om seg selv og lese informasjon andre har lagt ut. er mulig å kommunisere i grupper eller på tomannshånd.*

- Ja  
 Nei

STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI

Inter10Nsb Brukte du internett til å delta i nettsamfunn ^KontaktPer?

- Ja  
 Nei

Inter10a2 Har du i løpet av de siste 7 dagene brukt Internett til annen underholdning?

- Ja  
 Nei ⇒ Inter10Ns

STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI

Inter10b2 Brukte du internett til annen underholdning ^KontaktPer?

- Ja  
 Nei

STILLES BARE TIL IO SOM IKKE TIDLIGERE HAR OPPGITT Å HA BRUKT INTERNETT I GÅR

Inter9 Brukte du Internett ^KontaktPer?

- Ja  
 Nei

Inter11 Omtrent hvor lang tid brukte du på Internett ^KontaktPer?

Timer Minutter

## Telefon

TELE 1a Eier eller disponerer du mobiltelefon stort sett alene?

- JA ⇒ TELE 2  
 NEI

TELE. 2 Hvem betaler regningen for din bruk av mobiltelefon? Inkluder bare bruksutgifter, ikke utgifter knyttet til mobiltelefonutstyr.

- A. IO SELV  
 B. ANDRE I IOS HUSHOLDNING  
 C. ARBEIDSGIVER (EV ANDRE ORGANISASJONER)  
 D. ANDRE

TELE. 3 Hvor mange mobiltelefoner blir brukt i din husholdning?



ANTALL.....

TELE 4a Hvor mange private telefonsamtaler hadde du i alt ^KontaktPer?  
 Samtaler fra både mobil- og fasttelefon skal tas med.  
 Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Regn både inn- og utgående  
 samtaler. PRIVATE TELEFONSAMTALER I ARBEIDSTIDEN SKAL REGNES MED  
 ANTALL.....

TELE 4b I hvor mange av disse samtalerne brukte du mobiltelefon?/Brukte du mobiltelefon i denne  
 samtalen?  
 INGEN ⇒ TELE 6  
 ANTALL.....

TELE 5A. Hvor lang tid brukte du i alt på private telefonsamtaler/denne telefonsamtalen  
 ^KontaktPer?  
 TIMER MINUTTER

TELE 5b. Hvor mye av denne tiden brukte du mobiltelefon?  
 INGEN  
 TIMER MINUTTER

STILLES BARE TIL IO SOM HAR SVART JA I TELE 1 a, 1b, ELLER 1c

TELE 6. Har du noen gang sendt eller mottatt tekstmeldinger, såkalt SMS, på  
 mobiltelefon?

Ja  
 Nei

Hvis ja:

TELE 7. Har du sendt eller mottatt private tekstmeldinger de siste 7 dager?  
 PRIVATE TEKSTMELDINGER I ARBEIDSTIDEN SKAL OGSÅ MED  
 Ja  
 Nei

Hvis ja:

TELE 8. Sendte eller mottok du private tekstmeldinger ^KontaktPer?  
 Ja  
 Nei

Hvis ja:

TELE 9a. Hvor mange private tekstmeldinger sendte du ^KontaktPer? ANTALL .....

TELE 9b. Hvor mange private tekstmeldinger mottok du ^KontaktPer? ANTALL .....

TELE 10. Har dere IP-telefoni hjemme? Med IP-telefoni mener vi telefonforbindelse via  
 Internett enten ved bruk av ordinær fasttelefon med en adapter eller fra en PC med  
 mikrofon. GRØNN TEKST: FEKS SKYPE ELLER GOOGLE TALK

Ja  
 Nei

HVIS 1 ELLER MER PÅ SPM. TELE4A

Tele 11. Brukte du IP-telefoni hjemme for å ringe en privat telefonsamtale i går(  
 ^KontaktPer)? GRØNN TEKST: TA KUN MED UTGÅENDE SAMTALER

Ja  
 Nei

TELE 12. Brukte du mobiltelefonen til noe av det følgende:

Høre på radio?  
 Se på tv?  
 Surfe på internett?

## Aviser

AVIS 1A Leste du noen avis ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Avislesing på Internett tas ikke med.

JA  
NEI ⇒ AVIS 5

AVIS 1B Hvor mange aviser leste du ^KontaktPer?

ANTALL:.....

AVIS 2 Hvilken avis eller hvilke aviser leste du ^KontaktPer?

SKRIV AVISNAVN. HAR IO LEST FLERE AVISER, SKRIV FØRST DEN AVIS IO LESTE MEST, NEST MEST OSV.

A. AVIS 1 .....  
B. AVIS 2 .....  
C. AVIS 3 .....  
D. AVIS 4 .....  
E. AVIS 5 .....

AVIS 3 Når på døgnet leste du avis ^KontaktPer?

A. MELLOM KL. 6 OG 10 OM MORGENEN  
B. MELLOM KL. 10 OG 15 OM DAGEN  
C. MELLOM KL. 15 OG 19 OM ETTERMIDDAGEN  
D. MELLOM KL. 19 OG 22 OM KVELDEN  
E. MELLOM KL. 22 OG 24 OM KVELDEN  
F. MELLOM KL. 24 OG 06 OM NATTEN

AVIS 4 Omtrent hvor lang tid brukte du på å lese avis ^KontaktPer?

TIMER MINUTTER

AVIS 5 Abonnerer du/dere på aviser hjemme?

JA ⇒ AVIS 6  
NEI ⇒ BLAD 1

AVIS 6 Hvilke aviser abonnerer du/dere på?

Mulighet for å registrere flere aviser og mulighet for å avslutte etter 1, 2, osv.

AVIS 7 En verdi for "Antall aviser husholdningen abonnerer på" vha spørsmål AVIS5-6

## Blader

BLAD 1 Har du lest noe tidsskrift, spesialblad, foreningsblad eller lignende i løpet av de siste 7 dager?

JA ⇒ BLAD 2A  
NEI ⇒ BLAD 4

BLAD 2A Leste du noe tidsskrift, spesialblad, foreningsblad eller lignende ^KontaktPer?

JA  
NEI ⇒ BLAD. 4

BLAD 2B. Hva slags tidsskrift eller blad av denne typen leste du ^KontaktPer? Leste du i flere, nevnt det du leste mest i.

11. NÆRINGS-, FAGBLAD
12. FAGFORENINGSBLAD
21. SAMFUNN, POLITIKK
22. KUNST, KULTUR, HISTORIE
23. ALMEN POPULÆRVITENSKAP
24. HELSE, MILJØ
25. HJEM, BOLIG
26. HOBBY, FRITID, SPORT
27. ANNET, UBESTEMT

BLAD. 3 Omtrent hvor lang tid brukte du på å lese tidsskrift, spesialblad, foreningsblad eller lignende ^KontaktPer?

TIMER      MINUTTER

BLAD. 4 Har du lest noe ukeblad eller tegneserieblad i løpet av de siste 7 dager? Ta ikke med høytlesing for barn.

- A. JA ukeblad
  - B. Ja tegneserieblad
  - C. NEI
- ⇒ BOK. 1

BLAD. 5A Leste du noe ukeblad ^KontaktPer? Ta ikke med høytlesing for barn.

JA  
NEI

BLAD. 5B Leste du noe tegneserieblad ^KontaktPer? Ta ikke med høytlesing for barn.

JA  
NEI

HVIS JA PÅ BLAD 5A

BLAD. 6A Hvilke ukeblad leste du ^KontaktPer?

01. ALLERS
02. FAMILIEN
03. HJEMMET
04. NORSK UKEBLAD
05. ANDRE FAMILIEBLADER
06. SE OG HØR
07. HER OG NÅ
08. ANDRE AKTUALITETSBLADER
09. KVINNER OG KLÆR
10. DET NYE
11. ANDRE KVINNEBLADER
12. VI MENN
13. ANDRE BLAD FOR MENN
14. ANDRE UKEBLADER
15. UKJENT

HVIS JA PÅ BLAD 5B

BLAD. 6B Hvilke tegneserieblad leste du ^KontaktPer?

1. DONALD DUCK
2. MIKKE MUS
3. FANTOMET

4. TOMMY OG TIGEREN
5. PONDUS
6. BILLY
7. WENDY
8. TOM & JERRY
9. WITCH
10. NEMI
11. ANDRE TEGNESERIEBLADER
12. UKJENT

BLAD. 7 Omtrent hvor lang tid brukte du på å lese slike blad ^KontaktPer?

TIMER MINUTTER

BLAD. 8 Hvor mye av dette var lesing av tegneserieblad?

TIMER MINUTTER

### Bøker

BOK. 1 Har du lest noen bok i løpet av de 7 siste dager? Bøker som brukes i forbindelse med arbeid, skole eller annen utdanning skal ikke tas med. Ta heller ikke med høytlesing for barn.

JA  
NEI

BOK. 2 Leste du noen bok ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Bøker som brukes i forbindelse med arbeid, skole eller annen utdanning skal ikke tas med. Ta heller ikke med høytlesing for barn.

JA  
NEI ⇒ KINO 1

BOK. 3 Når på døgnet leste du bøker ^KontaktPer?

A. MELLOM KL. 6 OG 10 OM MORGENEN	D. MELLOM KL. 19 OG 22 OM KVELDEN
B. MELLOM KL. 10 OG 15 OM DAGEN	E. MELLOM KL. 22 OG 24 OM NATTEN
C. MELLOM KL. 15 OG 19 OM ETTERMIDDAGEN	F. MELLOM KL. 24 OG 06 OM NATTEN

BOK. 4 Omtrent hvor lang tid brukte du på å lese bøker ^KontaktPer?

TIMER MINUTTER

BOK. 5 Hva slags bok leste du? Hvis du leste i flere bøker, nevnt den du leste mest i.

1. ROMAN, NOVELLESAMLING
2. SKUESPILL, DIKTSAMLING
3. BIOGRAFI, MEMOARER
4. NATURVITENSKAP, TEKNIKK, FRILUFTSLIV
5. SAMFUNNsspørsmål, POLITIKK, KUNST, HISTORIE
6. RELIGIØS LITTERATUR
7. BARNEBOK, UNGDOMSBOK
8. ANNET

BOK6 Elektroniske bøker leses ved hjelp av ett elektronisk hjelpemiddel som for eksempel PC eller lesebrett. Har du lest en eller flere elektroniske bøker de siste syv dagene? Ja/ Nei

Hvis ja i BOK 6

BOK6A Leste du i en elektronisk bok i ^kontaktPer? Tenk på perioden fra kl 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja

NEi

## Kino

\*KINO 1 Hvor mange ganger i løpet av de siste 12 måneder har du vært på kinoforestilling?

INGEN

ANTALL:

KINO 2 Hvor lenge er det siden du sist var på kinoforestilling?

11. 7 DAGER ELLER MINDRE

12. 8-30 DAGER SIDEN

13. 1-3 MÅNEDER SIDEN

14. 4-6 MÅNEDER SIDEN

15. 7-12 MÅNEDER SIDEN

21. 13-23 MÅNEDER SIDEN

22. 2 ÅR SIDEN

23. 3-5 ÅR SIDEN

24. 6-10 ÅR SIDEN

25. 11 ÅR EL. MER SIDEN

26. ALDRI

VED MER ENN ETT ÅR GÅ TIL BIBL 1

## Bakgrunn

IKKE TIL 9-17 ÅRINGER

Siv Er du gift eller samboende?

Ja, gift/registrert partner ⇒ Antpers

Ja, samboende

Nei

Sivstat Hva er din sivilstatus

Ugift

Gift/ registrert partner

Enke/enkemann/ gjenlevende partner

Separert/ separert partner

Skilt/skilt partner

SPØRSMÅL B12 OG B13 SKAL STILLES TIL FORESATTE FOR IO I ALDEREN 9-15 ÅR (SE IO-LISTE). ELLERS TIL IO SELV.

AntPers Vi vil gjerne ha en oversikt over de personer som tilhører husholdningen. Til husholdningen regner vi alle personer som er fast bosatt i boligen og som vanligvis har minst ett daglig måltid felles. Personer som er fast bosatt i boligen, men som er borte fra hjemmet, f.eks. på grunn av arbeid eller skolegang skal regnes med.

Hvor mange er dere i husholdningen i alt? Regn også med deg selv.

ANTALL

GJENTAS FOR ALLE PERSONER OPPGITT

For hvert husholdningsmedlem utenom deg selv vil vi at du skal nevne kjønn, fødselsår og husholdningsmedlemets slektskapsforhold til deg. Vi begynner med den eldste i husholdningen.

Er dette en mann eller en kvinne?

Mann  
Kvinne

Hvilket år er hun/han født?  
Hvilket familieforhold har hun/han til XX

Boksklar ER HUSHOLDNINGSBOKSEN FERDIG UTFYLT NÅ?

JA  
NEI

SPØRSMÅLENE B14-B24 STILLES BARE TIL IO SOM ER 16 ÅR ELLER ELDRE (SE IO-LISTE). FOR IO 9-15 ÅR, GÅ TIL SPØRSMÅL B25.

\*SPM. B14 Hvilken allmennutdanning har du fullført? MERK BARE AV FOR HØYESTE FULLFØRTE ALLMENNUTDANNING. YRKESFAGLIG VIDEREGÅENDE SKOLE TAS IKKE MED HER, MEN I SPM. B15.

- 1 7 ÅRIG FOLKESKOLE ELLER KORTERE
- 2 1- ÅRIG FRAMHALDS- ELLER FORTSETTELSESSKOLE
- 3 2- ÅRIG FRAMHALDS- ELLER FORTSETTELSESSKOLE
- 4 9- ÅRIG/10-ÅRIG GRUNNSKOLE
- 5 FOLKEHØGSKOLE, 1. ÅRS KURS
- 6 REAL- ELLER MIDDELSKOLE, GRUNNSKOLENS 10. ÅR
- 7 FOLKEHØGSKOLE, 2. ÅRS KURS
- 8 ARTIUM, ØKONOMISK GYMNAS ELLER 3-ÅRIG VIDEREGÅENDE SKOLE, ALLMENFAGLIG LINJE
- 9 INGEN UTDANNING

SPM. B15 Har du fullført annen utdanning hvor skolegangen eller studiene normalt varer minst 4-5 måneder på heltid? (LÆRE- ELLER PRAKSISTID TAS IKKE MED HER)

JA ⇒ B16A  
NEI ⇒ B18

SPM. B16A Hvor lang normal varighet har denne utdanningen? Er det flere, ta den som har lengst varighet.

ÅR MÅNEDER

SPM. B16B Er noe av dette utdanning på universitets- eller høgscolenivå?

JA, ALT  
JA, NOE  
NEI

ÅR MÅNEDER

SPM. B18 Vi går så over til noen spørsmål om arbeid. Hadde du inntektsgivende arbeid i minst 1 time i forrige uke? Regn også med arbeid som familiemedlem uten fast avtalt lønn på gårdsbruk, i forretning og i familiebedrift ellers

JA ⇒ B19  
NEI

SPM. B18b Har du inntektsgivende arbeid som du var borte fra i forrige uke?

JA  
NEI

\*SPM. B19 Hvor mange timer pr. uke arbeider du vanligvis i uka i hovedyrket ditt?

Regn også med overtidstimer, men ikke timer som skal avspaseres.  
DERSOM IO HAR FLERE YRKER, SKAL DET BARE REGNES MED ARBEIDSTIMER I HOVEDYRKET.  
HVIS ARBEIDSTIDEN ER SESONGPREGET, FØR OPP ARBEIDSTIDEN SOM ER VANLIG PÅ DENNE ÅRSTIDEN.  
HAR IO STERKT VARIERENDE ARBEIDSTID, FØR OPP ET ANSLAG FOR GJENNOMSNITTLIG ARBEIDSTID PR. UKE.

ANTALL

SPM. B20A Hva er ditt hovedyrke?

B20\_Kod TRYKK <BACKSPACE> FOR Å VELGE YRKESKODE

SPM. B20B Har du en ledende stilling?

JA  
NEI

SPM. B21 Arbeider du i ditt hovedyrke som.....  
1 selvstendig,

- 2 ansatt,
- 3 eller som familiemedlem uten fast avtalt fast lønn?

\*SPM. B22A Utfører du vanligvis inntektsgivende arbeid minst 1 time pr. uke....

- 1. på en fast arbeidsplass utenfor hjemmet,
- 2. hjemme,
- 3. som sjåfør eller andre transport yrker,
- 4. andre steder, f.eks. på feriested, på hotelrom, hos kunder eller lignende?
- 5. IO hadde bare et tilfeldig arbeidsforhold forrige uke IKKE LES OPP

STILLES HVIS IO HAR SVART FLERE ALTERNATIVER I SPM. B22A. ELLERS GÅ TIL SPM. B24.  
SPM. B22B Hvilken av arbeidsstedene er mest vanlig for deg?

SPM. B23 Jeg skal nå lese opp noen beskrivelser for viktigste kilde til livsopphold. Passer noen av disse beskrivelsene for deg?

- 1 Mottar AFP eller annen førtidspensjon
- 2 Mottar vanlig alderspensjon
- 3 Mottar etterlattepensjon
- 4 Mottar uførepensjon
- 5 Mottar overgangsstønad til enslige forsørgere
- 6 Går på skole eller studerer minst 10 timer pr. uke
- 7 Arbeidsledig de tre siste månedene
- 8 Er inne til 1.-gangs militær- eller siviltjeneste

SPM. B24 Omtrent hvor mange timer bruker du vanligvis til husarbeid per uke?

Som husarbeid regner vi aktiviteter som matlagning, rengjøring, vask og stell av tøy, men ikke pass av barn eller syke. TID TIL INNKJØP AV MATVARER REGNES IKKE MED

- 1 Under 5timer
- 2 5-9 timer
- 3 10-19 timer
- 4 20-29 timer
- 5 30-39 timer
- 6 40 timer eller mer

SPØRSMÅLENE B25-B28B STILLES TIL FORESATTE FOR IO 9-15 ÅR. ELLERS STILLES DE TIL IO.

STILLES TIL IO I FLER-PERSONHUSHOLDNINGER (SE SPØRSMÅL B12). FOR ANDRE GÅ TIL SPØRSMÅL B29.

\*SPM. B25 Hvem er hovedinntektstaker i husholdningen?

- 1 IO ⇒ B29
- 2 ANDRE ENN IO ⇒ B14\_H

B14\_H Hvilken allmennutdanning har hovedinntektstakeren fullført?

SVAR BARE FOR HØYESTE FULLFØRTE ALLMENNUTDANNING. YRKESFAGLIG VIDEREGÅENDE SKOLE TAS IKKE MED HER, MEN I B15.

- 1 7 ÅRIG FOLKESKOLE ELLER KORTERE
- 2 1- ÅRIG FRAMHALDS- ELLER FORTSETTELSESSKOLE
- 3 2- ÅRIG FRAMHALDS- ELLER FORTSETTELSESSKOLE
- 4 9- ÅRIG/10-ÅRIG GRUNNSKOLE
- 5 FOLKEHØGSKOLE, 1. ÅRS KURS
- 6 REAL- ELLER MIDDELSKOLE, GRUNNSKOLENS 10. ÅR
- 7 FOLKEHØGSKOLE, 2. ÅRS KURS
- 8 ARTIUM, ØKONOMISK GYMNAS ELLER 3-ÅRIG VIDEREGÅENDE SKOLE, ALLMENFAGLIG LINJE
- 9 INGEN UTDANNING

B15\_H Har hovedinntektstaker fullført annen utdanning hvor skolegangen eller studiene normalt varer minst 4-5 måneder på heltid? (LÆRE- ELLER PRAKSISTID TAS IKKE MED HER)

- JA
- NEI ⇒ B18\_H

Totalt Hvor lang normal varighet har denne utdanningen? Er det flere, ta den som har lengst varighet.  
ÅR MÅNEDER

UnivHog Er noe av dette utdanning på universitets- eller høyskolenivå?

- 1 Ja, alt
- 2 Ja, noe
- 3 Nei

Hogsk Hvor mye av tiden var på høgskole- eller universitetsnivå?  
 HVIS DET ER ALT - KOMMER SVARENE FRA LINJA OVER AUTOMATISK INN HER - TRYKK BARE <ENTER>  
 ÅR MÅNEDER

B18\_H Vi går så over til noen spørsmål om arbeid. Hadde hovedinntektstaker inntektsgivende arbeid i minst 1 time i forrige uke? Regn også med arbeid som familiemedlem uten fast avtalt lønn på gårdsbruk, i forretning og i familiebedrift ellers.  
 JA => B19  
 NEI

B18b\_H Har hovedinntektstaker arbeid som du var borte fra i forrige uke?  
 JA  
 NEI

B19\_H Hvor mange timer pr. uke arbeider hovedinntektstaker vanligvis i uka i hovedyrket?  
 Regn også med overtidstimer, men ikke timer som skal avspaseres.  
 HVIS ARBEIDSTIDEN ER SESONGPREGET, FØR OPP ARBEIDSTIDEN SOM ER VANLIG PÅ DENNE ÅRSTIDEN. HAR VEDKOMMENDE STERKT VARIERENDE ARBEIDSTID, FØR OPP ET ANSLAG FOR GJENNOMSNITTLIG ARBEIDSTID PR. UKE.  
 ANTALL

B20A\_H Hva er hovedinntektstakers hovedyrke?

B20\_H\_Kod TRYKK <BACKSPACE> FOR Å VELGE YRKESKODE

B20B\_H Har hovedinntektstaker en ledende stilling?  
 JA  
 NEI

B21\_H Arbeider hovedinntektstaker i sitt hovedyrke som .....  
 1 selvstendig,  
 2 ansatt,  
 3 eller som familiemedlem uten fast avtalt lønn?

B23\_H Jeg skal nå lese opp noen beskrivelser for viktigste kilde til livsopphold. Passer noen av disse beskrivelsene for hovedinntektstaker?  
 1 Mottar AFP eller annen førtidspensjon  
 2 Mottar vanlig alderspensjon  
 3 Mottar etterlattepensjon  
 4 Mottar uførepensjon  
 5 Mottar overgangsstønning til enslige forsørgere  
 6 Går på skole eller studerer minst 10 timer pr. uke  
 7 Arbeidsledig de tre siste månedene  
 8 Er inne til 1.-gangs militær- eller siviltjeneste

B24\_H Omtrent hvor mange timer bruker du vanligvis til husarbeid per uke?  
 Som husarbeid regner vi aktiviteter som matlaging, rengjøring, vask og stell av tøy, men ikke pass av barn eller syke. Tid til innkjøp av matvarer regnes ikke med  
 1 Under 5 timer  
 2 5- 9 timer  
 3 10-19 timer  
 4 20-29 timer  
 5 30-39 timer  
 6 40 timer eller mer

DE SISTE SPØRSMÅLENE STILLES TIL FORESATTE FOR IO UNDER 18 ÅR. ELLERS STILLES DE TIL IO.

SPM. B29 Hva vil du anslå husholdningens brutto inntekt til i 2009? Rund av til nærmeste 1000 kr.  
 HAR IO PROBLEMER MED Å SVARE, BE OM SVAR I NÆRMESTE 10 000 KR. HVIS INGEN INNTJEKT, MÅRKE MED 0.

\*SPM. B30 Bor du/dere i tettbygd strøk? Med tettbygd mener at det bor minst 200 personer der, og at avstanden mellom husene stort sett er under 50 meter.  
 JA ●●●> B31  
 NEI ●●●> AVSLUTT



- \*SPM. B31 Bor du/dere i et tettsted eller en by med.....
- under 2 000 personer
  - mellom 2 000 og 20 000 personer
  - mellom 20 000 og 100 000 personer
  - 100 000 personer eller flere