

Interne notater

STATISTISK SENTRALBYRÅ

86/43

26. november 1986

**ANALYSE AV STATISTISK SENTRALBYRÅS
PRESSEMELDINGER - AKTUELL STATISTIKK -
FRA FØRSTE KVARTAL 1985 OG FEBRUAR - MARS 1986**

AV

LIV ARGEL

INNHold

	Side
1. Innledning	1
2. Problemstillingen	1
3. Metode	2
4. Resultatene	3
4.1. Innledning	3
4.2. Antall omtaler i relasjon til periodisitet i den statistikk meldingene omtaler	4
4.3. Antall omtaler i relasjon til lesbarhet	5
4.4. Antall omtaler i relasjon til emne	8
4.5. Antall omtaler i relasjon til type innhold	10
4.6. Pressemeldingenes overskrift	13
5. Avsluttende kommentarer	15
Litteraturoversikt	17
Tabeller	
1. Pressemeldinger 1. kvartal 1985 gruppert etter emne, etter antall omtaler, periodisitet og lesbarhet	
2. Utskrift av telleskjema 1. kvartal 1986	
3. Pressemeldinger februar-mars 1986 gruppert etter emne, etter antall omtaler, periodisitet og lesbarhet	
4. Utskrift av telleskjema februar-mars 1986	

1. Innledning

Denne analysen er et ledd i den løpende undersøkelse av avisenes statistikkbruk og klippanalyser som har vært gjennomført de siste 4-5 år. I de første undersøkelsene ble klippene fra aviser og tidsskrifter brukt som enhet, men det er fra redaksjonen ønsket at selve pressemeldingen, Aktuell statistikk - AS - skulle være enheten og at analysen skulle konsentreres om egenskaper ved selve pressemeldingen. Egenskapene ved pressemeldingene er bare perifert antydnet i de tidligere undersøkelser, bl.a. i form av antall klipp de har resultert i. Det har også vært gjennomført en undersøkelse blant avisene om deres bruk av AS.

2. Problemstillingen

Disse egenskaper/faktorer ved de enkelte pressemeldinger skulle registreres:

- Emne etter den nye emnegruppingen.
- Om AS omhandler års-, kvartal- eller månedsstatistikk, eller om det dreide seg om resultater fra engangsundersøkelser eller tellinger og undersøkelser som gjennomføres med noen års mellomrom.
- Utformingen. Om pressemeldingen var en ren verbal presentasjon av statistikkresultatene, eller om innholdet var kommenterende eller ga tidsserier.
- Andel tall i teksten, lesbarhet og om meldingen inneholdt en tabell.
- Hvor mange omtaler (presseklipp) meldingen hadde resultert i.

Arbeidshypotesen har vært

a) AS med få tall og med kommentarer og sammenligninger blir brukt hyppigere i mediene enn de med mange tall og oppramsinger.

b) AS med mange lange og vanskelige ord og med mange tall blir brukt sjeldnere enn de som er mer lettlesete.

I de tidligere undersøkelsene - klippanalysene - har vi funnet at det er emneområdet og nyhetsinnholdet som er avgjørende for hvorvidt pressemeldingene blir brukt i avisene og av pressebyråene. Dette har imidlertid ikke vært sett i sammenheng med meldingens lesbarhet og presentasjonsform.

3. Metode

Klippene som er brukt i analysen er et utvalg av dem som er mottatt fra Argus A/S i første kvartal 1985 og i februar og mars 1986. Alle klipp i disse perioder er gjennomgått, og de som har funnet å være avskrift av eller inneholder stoff fra en pressemelding er blitt stiftet til de respektive AS. I de aktuelle perioder ble det i alt sendt ut 147 pressemeldinger, derav er 82 fra første kvartal 1985 og 65 fra februar og mars 1986.

Ved registreringene ble det brukt et skjema med de samme rubrikker som kolonneoverskriftene i de vedlagte tabeller 2 og 4, som er rene avskrifter av registreringsskjemaene. Registreringen er kontrollert ved stikkprøver. Deretter ble gjennomsnitts- og andelsberegninger foretatt og resultatene overført til samletabeller, tabell 1 og 3.

Som hovedmål for lesbarhet er det benyttet en lesbarhetsindeks - forkortet LIKS. Språkforskere har funnet ut at periodelengde, antall tall og ordlengde er pålitelige lesbarhetsfaktorer. Metoden er nærmere beskrevet i boken Norsk i embets medfør av Finn-Erik Vinje, Oslo 1977. Fremgangsmåten for LIKS-beregningene er i korte trekk denne:

1. Tell alle ordene (A) i en tekst, alle periodene (B) og alle lange ord (C). Som lange ord regnes ord med mer enn 6 bokstaver og tall.
2. Del A på B. Det gir gjennomsnittlig periodelengde (PL).
3. Del C på A og multipliser med 100. Det gir prosenttallet for lange ord (LO).
4. Legg sammen PL og LO. Rund av til helt tall, og resultatet er LIKS.

Vi vil her ikke gå nærmere inn på de detaljerte regler for hvordan beregningene skal gjøres, og for de nærmere definisjoner av ord, tall, tegn eller periodelengde.

Lesbarhetsindeksen, andel tall av ord pr. pressemelding og antall ord pr. setning i den enkelte pressemelding blir bare rent kvantitative mål på lesbarheten. Vi har derfor også foretatt en kvalitativ vurdering av innholdet ut fra kriterier, som er nærmere beskrevet i avsnitt 4.5.

Ved gjennomgåelsen av pressemeldingene og sorteringen av tilhørende klipp har det i noen tilfeller oppstått problemer. Det

skyldes at enkelte aviser har brukt resultater fra flere pressemeldinger i en artikkel. Ved den kvalitative analyse, henføringen til type innhold, har det enkelte ganger vært vanskelig å avgjøre i hvilken kategori meldingen skulle klassifiseres. Ved tvil har vi tatt mest hensyn til hovedinnholdet i pressemeldingen og ikke til en "selgende" overskrift. Ref. avsnitt 4.6.

4. Resultatene

4.1. Innledning

En 3 måneders og en 2 måneders periode gir bare et bilde av situasjonen på de aktuelle tidspunktene. Det er erfaringsmessig flere faktorer som påvirker avisenes stoffvalg. Det kan være 1) egenskaper ved selve pressemeldingen: utforming, emne og innhold som er emnet for denne analysen. I tillegg kommer 2) egenskaper ved selve mediet, opplagsstørrelse, politisk farge, spredning, redaksjonell orientering mot lokalt, regionalt eller nasjonalt stoff, bruk av pressebyråstoff og politisk eller ideologisk holdning. Som 3) kommer redaktørens eller journalistens bakgrunn, interesser og holdning eller innstilling til avsender, i dette tilfelle Statistisk Sentralbyrå. Vi har ikke hatt mulighet for å ta de to siste faktorer i betraktning, selv om de meget vel kan være viktige forklaringsvariabler for bruk/ikke bruk av en pressemelding. Videre må det også tas i betraktning hva som er på dagsorden i det øyeblikk redaksjonen mottar pressemeldingen. Har journalisten lite å skrive om, tar han kanskje meldingen med, selv om han ikke finner den så veldig interessant, mens hvis avisen er opptatt med store begivenheter vil kanskje en i seg selv interessant melding bli lagt til side.

Et annet moment som ikke må glemmes i denne forbindelse er pressemeldingenes verdi som bakgrunnsstoff, næsten halvparten av de spurte ved postundersøkelsen i oktober 1984 oppga at pressemeldingene ble mest brukt i denne forbindelse.

En faktor som også kan være av betydning for hvorvidt en melding blir brukt er hvor ofte den kommer. Periodisiteten kan virke inn på journalistens oppfatning hvorvidt innholdet er en nyhet,

spesielt hvis det ikke er påpekt endringer av betydning fra foregående periode.

I det følgende vil vi dels kommentere resultatene for de enkelte år og dels kommentere dem under ett.

4.2. Antall omtaler i relasjon til periodisitet i den statistikk meldingen omtaler

I første kvartal 1985 ble det talt opp i alt 585 klipp med tilknytning til de 82 usendte pressemeldinger. Det betyr at hver melding resulterte i 7,1 klipp i gjennomsnitt. Imidlertid var det en av meldingene som skilte seg ut med ekstra mange omtaler, nemlig den om Økonomisk utsyn. Holdes denne meldingen utenom blir gjennomsnittet 6,1 klipp pr. melding. Det er dette siste tallet vi kommer til å legge til grunn ved sammenlikningene. Tilsvarende tall for 1986, februar og mars, var 404 klipp. Gjennomsnitt var 6,2 klipp pr. pressemelding og uten meldingen for Økonomisk utsyn 5,2. Nedenfor har vi en tabell som viser pressemeldingenes fordeling etter periodisitet for statistikk- grunnlaget. Under forspalten "enkel" har vi også tatt med AS som gir resultater fra tellinger som gjennomføres med mer enn 1 års mellomrom. I februar og mars 1986 kom resultatene fra 2 tellinger, 4 AS var om helsepersonell og om hagebruks-tellingen. En var om OECD. I 1985 var det meldingen om antall stemmeberettigede som ble klassifisert som enkel.

I tabellen har vi også tatt med variasjonsbredde (var.bredde) som viser minste og største antall klipp for de pressemeldinger som hører til i de enkelte grupper.

Tabell A. Pressemeldingene - AS - (ekskl. AS om Økonomisk utsyn) fordelt etter periodisitet for statistikken og antall omtaler pr. AS

	1985					1986				
	AS		Omtaler pr. AS	Var. bredde	Antall AS uten omtale	AS		Omtaler pr. AS	Var. bredde	Antall AS uten omtale
	Antall	Pst.				Antall	Pst.			
ALLE	81	100	6,1	0-38	23	64	100	5,2	0-22	13
År	42	52	5,5	0-38	9	20	31	8,7	0-22	2
Kvartal	7	9	1,6	0- 4	2	8	13	1,4	0- 4	3
Måned	31	38	2,7	0-22	12	27	42	4,-	0-20	8
Enkel	1	1	26,-	-	-	9	14	4,7	2- 9	-

Resultatene viser at antall klipp pr. melding er høyere for de meldinger som inneholder årsstatistikker enn for måneds- og kvartalsstatistikk. Dette kan ha sammenheng med to forhold. Det ene er at journalistene og redaktørene oppfatter årsstatistikkresultatene som nye fordi de ikke husker dem. Månedssstatistikken kjenner de kanskje igjen fra måned til måned. De som oppnår minst interesse er kvartalsstatistikken. Det kan indikere at ikke bare nyhetsinteressen, men også emne vil influere på i hvilken grad pressemeldingene blir gjengitt. De fleste kvartalsmeldingene er fra næringsøkonomiske emner, og det er disse emner som har færrest omtaler pr. pressemelding. Dette kommer vi nærmere inn på i et senere avsnitt der emnets betydning for antall klipp blir diskutert.

Selv om månedsstatistikkene får færrest klipp, kan de likevel har verdi som bakgrunnstoff.

4.3. Antall omtaler i relasjon til lesbarhet

I avsnitt 3 har vi nevnt hvilke kvantitative mål vi har brukt for beregning av lesbarhet. Selv om ulike forskere ved bruk av lesbarhetsindekser (det fins flere enn LIKS) finner godt samsvar mellom andelen av lange ord og hvor vanskelig leserne oppfattet teksten, er det ikke umiddelbart sikkert at det er de lange ordene alene som gjør en tekst vanskelig. Emnet kan være vanskelig og innholdet komplisert, slik at det krever anstrengelse for å tolkes riktig. Mange av de lange ordene kan være fremmedord. Men også korte ord kan bidra til at en tekst blir vanskelig tilgjengelig, det gjelder spesielt hvis det brukes mange faguttrykk som ikke er alment kjent.

Det har vært gjennomført en del undersøkelser av folks ordforståelse. En av de mest omfattende er "Vanskelige ord i nyhetene" av Finn-Erik Vinje og Helge Østby gjennomført i 1980. Vi nevner et par eksempler på ord som brukes i våre pressemeldinger. 71 prosent ga rett svar på hva "konsumprisindeks" var, 20 prosent ga et feil svar og 9 prosent kunne ikke svare. Respondentene hadde da valg mellom 4 ulike svaralternativer. "Investering" derimot ga 90 prosent rette svar, mens bare 71 prosent ga riktig svar på ordet "revidert". De aller fleste vet hva "importere" betyr, mens derimot under 50 prosent kunne forklare hva en "kreditor" er. Vi har også sett på en tilsvarende dansk undersøkelse, og der er prosenten for rett svar noe

lavere enn i den norske for tilsvarende ord. Dessverre har vi ikke i noen av undersøkelsene funnet ordene sosial, demografi eller ressurs. Nå er ikke resultatene fra disse undersøkelsene direkte sammenliknbare, fordi metodene er ulike. Det vi imidlertid bør merke oss er at mange ord som vi i SSB finner å være gode og dekkende for det vi mener, kan være vanskelige å oppfatte for andre. Vi kan - for å oppnå oppmerksomhet - velge å gi vårt budskap et enklere språk. Dette kan innebære at vi enkelte ganger bør overveie å utelate eller omskrive vanskelige ord, presiseringer og definisjoner for å få frem hovedpoenget. Det er imidlertid komplisert å avgjøre hvor grensen mellom det faglig forsvarlige og popularisering går. Det må vurderes for hvert tilfelle.

Når de fleste pressemeldingene får en LIKS som i følge LIKS-skalaen indikerer at teksten er svært vanskelig, nemlig rundt 60, eller vanskelig rundt 50, så er dette på nivå med faglitteratur generelt. Det behøver ikke å bety at pressemeldingen er dårlig av den grunn. Imidlertid vil vel en oppramsing av tall ofte virke både trettende og kompliserende, uansett i hvilken kontekst tallene kommer. I tabell 1 og 3 vil det for hver hovedemnegruppe og emnegruppe finnes både en lesbarhetsindeks og to av komponentene som inngår i denne. I tabell 2 og 4 finnes detaljene for beregninger for den enkelte pressemelding.

Nedenfor har vi en tabell som viser pressemeldingenes fordeling etter lesbarhetsindeksen LIKS.

Tabell B. Pressemeldinger - AS - (ekskl. AS om økonomisk utsyn), fordelt etter lesbarhetsindeksen LIKS

LIKS	Antall 1985			Antall 1986		
	AS	Omtaler pr. AS	AS uten omtale	AS	Omtaler pr. AS	AS uten omtale
ALLE (42-101).....	81	6,1	20	64	5,2	11
Under 50	7	2,9	-	4	2,8	-
50- 59	27	6,1	7	24	4,7	5
60- 69	33	3,6	8	31	6,2	4
70-101	14	3,6	5	5	1,-	2

Resultatene for 1985 indikerer en sammenheng mellom lesbarhetsindeks under 60 og flere omtaler pr. AS. For 1986 er det pressemeldingene med LIKS mellom 60 og 69 som har fått relativt flest omtaler. Resultatene er således ikke entydige og lesbarhetsindeksen alene er ikke forklaringsvariabel for hvorvidt en pressemelding får mange omtaler eller ikke. Ut fra teorien om at lav LIKS gir god lesbarhet, ser det jo ut til at de, riktignok ganske få, pressemeldingene med LIKS under 50 ligger dårligst an m.h.t. bruk.

Ser man på de enkelte komponenter i lesbarhetsindeksen, f.eks. andel tall av hele teksten er det en svak tendens til at de med relativt færre tall får flere omtaler. Det ser ut til å være en sammenheng mellom en høy andel av tall i teksten og antall ord pr. setning.

Når lesbarhetsindeksen settes i relasjon til emne får vi et litt annet bilde. Tabell C viser dette.

Tabell C. Pressemeldinger - AS - etter lesbarhet (LIKS) og andel tall

	1985			1986		
	Omtaler pr. AS	LIKS	Andel tall i tekst	Omtaler pr. AS	LIKS	Andel tall i tekst
ALLE EMNER	6,1	60	14	5,2	61	12
1 Naturressurser og miljø	62	8	22,-	62	10
2 Sosiodemografiske emner	13,8	55	12	10,9	61	13
3 Sosioøkonomiske emner	5,4	66	14	4,4	66	10
4 Næringsøkonomiske emner	2,1	60	14	3,8	59	14
5 Samfunnsøkonomiske emner	3,-	62	12	6,7	58	9
6 Samfunnsorganistoriske emner	26,-	57	38	-	-	-

Sosiodemografiske emner får relativt mange klipp pr. AS, og de har generelt også laveste LIKS i gjennomsnitt for begge perioder.

4.4. Antall omtaler i relasjon til emne

I tabell C i forrige avsnitt ble emne trukket inn som forklaringsvariabel. I tabell D har vi tatt med noen flere detaljer.

Tabell D. Pressemeldingene - AS - (ekskl. AS om Økonomisk utsyn) fordelt etter hovedemnegrupper

	1985					1986				
	AS		Om- taler pr. AS	Var. bredde	Ant. AS uten omtale	AS		Om- taler pr. AS	Var. bredde	Ant. AS uten omtale
	Ant.	Pst.				Ant.	Pst.			
ALLE	81	100	6,1	0-38	21	64	100	5,2	0-22	13
1 Naturressurser og miljø	2	3	1	2	22,-	-	-
2 Sosiodemografiske emner	9	11	13,8	1-38	-	7	11	8,-	3-22	-
3 Sosioøkonomiske emner	15	19	5,4	0-22	4	8	12	4,4	1-13	-
4 Næringsøkonomiske emner	44	54	2,1	0-11	16	42	66	3,6	0-20	13
5 Samfunnsøkonomiske emner	10	12	3,-	0-15	1	6	9	6,7	1-19	-
6 Samfunnsorganistoriske emner	1	1	26,-	-	-	-	-	-	-	-

Næringsøkonomiske emner har størst andel av pressemeldingene, mer enn halvparten i første kvartal 1985 og 2/3 av andel utsendte meldinger utsendt i februar og mars 1986. Men disse meldingene får færrest omtaler i gjennomsnitt pr. melding og følgelig utgjør avisomtalen fra disse emner bare 1/4 i 1985, men nær halvparten av omtalene i 1986. Omtalene fra Økonomisk utsyn meldingen er i begge tilfelle holdt utenom disse beregningene. Det er ganske påfallende at 44 meldinger i 1. kvartal 1985 ga 93 omtaler mens altså 42 meldinger i en 2 måneders periode i 1986 ga 151 omtaler.

Som ved tidligere analyser viser det seg at det er de sosio-demografiske emnene som oppnår flest klipp. Journalistene finner dette stoffet tydeligvis mer interessant enn mye av det typisk økonomiske stoffet vi sender ut. Det ser vi også ved at sosio-økonomiske emner gjennomsnittlig får flere omtaler enn nærings-økonomiske, selv om begge gjelder økonomi. De samfunnsøkonomiske emner er mer labile, av og til overses de helt, andre ganger får de betydelig oppmerksomhet.

Avisenes emnevalg har selvsagt også sammenheng med avisenes størrelse og type, om det er riksavis, regional- eller lokalavis. I den detaljerte tabellen er det avmerket i hvilken type avisomtalen har stått. Dette er et spørsmål vi kommer tilbake til ved den fullstendige analysen av klippene fra februar og mars. I denne analysen blir grunnlaget noe spinkelt, slik at det ikke er forsvarlig å trekke konklusjoner om hvilke aviser som velger hvilke emner.

Det er også grunn til å merke seg at variasjonsbredden er stor, spesielt for sosiodemografiske emner. Der hadde vi også et problem med noen meldinger som var sendt ut om helsepersonell. Det var sendt en melding om leger, en om fysioterapeuter, én om tannleger og en om sykepleiere. Dette var i mars 1986. Både NTB og avisene tok litt fra hver av disse meldingene og laget en felles omtale. For hver enkelt av disse meldingene er det således tvil om hvor mange AS som i hovedsak bygger på den ene eller den andre. Dette er et eksempel på at man kanskje kan slå sammen meldinger og få flere omtaler dersom tingene blir satt noe i sammenheng og overskrift og de første setningene er tilstrekkelig interessevekkende. Dette er bare nevnt som et eksempel, og det er meldinger med et bredere innhold enn et kort referat fra en tabell som gjerne får flest omtaler. Vi registrerer også at både NTB og de andre pressebyråene i en viss utstrekning skriver om og forkorter de AS som SSB sender ut. Det kan være av interesse både å se på hvilke meldinger pressebyråene formidler videre i sin regi, og hvordan de vinkler stoffet. Vi har ikke foretatt beregninger over hvilke meldinger som er gjengitt etter AS og hvilke som er gjengitt etter bearbeiding av et pressebyrå. Noe av dette vil komme frem i andre del av analysen hvor det blir registrert om pressebyrå har vært kilde.

4.5. Antall omtaler i relasjon til type innhold

Pressemeldingene har vært vurdert ut fra disse kriterier:

- A. Nøytral, verbal gjengivelse av statistikkresultatet uten sammenlikning med tidligere perioder eller annen statistikk.
- B. Nøytral, verbal gjengivelse av statistikkresultatet med en enkel sammenlikning med forrige periode det er laget statistikk for.
- C. Statistikken er kommentert eller det er foretatt sammenlikninger med tall som viser utviklingstrekk (trend) over flere perioder, eller det er foretatt sammenlikninger med annen statistikk.

Før vi kom frem til denne tredeling forsøkte vi en mer detaljert oppdeling av type statistikk, men fant etter hvert at dette ga lite. Meldingene fra ulike områder er nokså stereotype, de forteller om resultatene, at så og så mange osv. og at dette sammenliknet med forrige periode var høyere eller lavere. Det var spesielt gruppe C vi gjerne hadde delt opp for å skille mellom de pressemeldinger som inneholdt tidsserier/trendoversikter og de som hadde fyldige kommentarer og kanskje også sammenlikninger med resultater fra andre kilder, som f.eks. konjunkturoversikter med sammenlikning OECD-data. Tallet var imidlertid så lite at det ikke var meningsfylt å lage noe skille. Av de 36 meldinger som vi har katalogisert under gruppe C var det bare en 2-3 som kvalifiserte til egen gruppe med kommentarer til atskillelse fra de med tidsserier.

I tabell E har vi satt opp resultatene av fordelingen på type innhold for pressemeldingene om de enkelte emner.

Tabell E. Antall pressemeldinger etter type innhold A, B og C som definert foran, og emne

	1985				1986			
	A	B	C	Sum	A	B	C	Sum
ALLE - antall	2	54	26	82*	2	54	9	65*
- prosent	2,-	66,-	31,-	100,-	3,-	83,-	14,-	100
- omtaler pr. AS	10,5	3,2	9,7	7,1	10,5	4,-	18,8	6,2
- ekskl. Øk.utsyn	10,5	3,2	6,4	6,1	10,5	4,-	12,4	5,2
EMNE								
1 Naturressurser og miljø	-	-	2,-	2,-	-	-	1,-	1,-
Omtaler pr. AS	-	-	-	-	22,-	22,-
2 Sosiodemografiske emner	1,-	6,-	2,-	9,-	-	5,-	2,-	7,-
Omtaler pr. AS	16,-	6,7	34,-	13,8	-	7,2	20,-	8,-
3 Sosioøkonomiske emner	1,-	13,-	1,-	15,-	1,-	7,-	-	8,-
Omtaler pr. AS	5,-	4,8	14,-	5,4	13,-	3,1	-	4,4
4 Næringsøkonomiske emner	-	29,-	15,-	44,-	1,-	37,-	4,-	42,-
Omtaler pr. AS	-	2,1	2,2	2,1	8,-	3,4	6,5	3,6
5 Samfunnsøkonomiske emner	-	6,-	5,-	11,-*	-	5,-	2,-	7,-*
Omtaler pr. AS	-	1,8	22,4	11,2	-	5,8	40,5	15,7
Ekskl. Øk. utsyn ..	-	1,8	4,8	3,-	-	5,8	11,-	6,7
6 Samfunnsorganistoriske emner	-	-	1,-	1,-	-	-	-	-
Omtaler pr. AS	-	-	26,-	26,-	-	-	-	-

* Ekskl. Øk. utsyn 81 AS 1985 og 64 AS 1986 ALLE
 " " " 10 " 1986 og 6 " 1986 Hovedemne 5

Analysen omfatter alstå i alt 147 pressemeldinger, 82 fra første kvartal 1985 og 65 fra første kvartal 1986. I denne oversikten har vi også tatt med pressemeldingen om Økonomisk utsyn for begge år. En prosentfordeling for alle 147 meldinger viser at 3 prosent faller under type A, 72 prosent på type B og 25 prosent er klassifisert som type C. Sammenliknes dette med prosentfordelingen totalt for hvert av de 2 årene kan det se ut som om det er vesentlig færre meldinger relativt sett som kan katalogiseres under C i 1986 enn i 1985. Dette

kan ha sammenheng med at antall meldinger basert på årsstatistikk er vesentlig lavere for de 2 månedene som er analysert i 1986 enn de som kom i første kvartal 1985. Det behøver således ikke bety at det er en markant forskjell fra det ene året til det andre. Materialet er såvidt beskjedent at både periode og andre tilfeldigheter kan virke inn på resultatene.

Det vi likevel må kunne fastslå er at hovedtyngden av meldingene innen de emner der det er produsert flest AS, er enkle verbale oppramsinger av periodens statistikk. I tillegg kommer en konkret sammenlikning med forrige periode, uten kommentarer eller forsøk på å antyde om dette er en generell trend over f.eks. en lengre periode eller om det er et tilfeldig utslag. Det er jo slike kommentarer journalistene har uttrykt ønske om både i undersøkelsen Avisenes bruk av statistikk og i mer tilfeldige samtaler. Av vår analyse går det imidlertid frem at de pressemeldinger som er gruppert under C, har fått flere omtaler enn de øvrige. Det kan imidlertid også ha sammenheng med emne som er omtalt, men kan også skyldes at journalistene har funnet at det er større nyhetsverdi i de meldingene som er mer fyldige og forklarende.

Dette må ikke oppfattes slik at man for en hver pris skal gjøre enhver av våre AS til en nyhet. Det ville være for mye forlangt, og vi kan ikke vente at stort annet enn befolkningstall og prisindekser er nyhet hver eneste måned. Selv ikke befolkningstall er interessante når de bare viser at befolkningen har økt fra 42 130 til 42 135 i løpet av en kort periode. Slike meldinger skal ut, de er et viktig ledd i det bakgrunnsmateriale en journalist trenger når han begynner på et arbeid. Men når vi har virkelige nyheter å by på, bør de fremheves enten som en egen melding uavhengig av de regelmessige og nøytrale, eller som en ingress til den nøytrale meldingen. Det er tross alt den kontekst statistikken kan presenteres i som er interessant, ikke bare tallene isolert sett. De er mer interessante for spesialistene som har tid og mulighet for å vurdere dem i sammenheng med annet materiale de har foran seg. En journalist vil neppe finne på å gå bakover på en rekke meldinger for å se etter om den sist ankomne er av spesiell interesse. Så god tid kan vi neppe vente at redaktører og journalister har.

Av tabell E foran fremgår også antall omtaler pr. AS for hver enkelt emnegruppe mot type innhold. Vi ser da at det er

pressemeldinger av type C med kommentarer og/eller tidsserier som oppnår flest omtaler gjennomsnittlig. Av disse er det igjen emne som gir et visst utslag selv om vi må være forsiktig med slutninger på grunn av få pressemeldinger pr. emne. Men det er altså igjen emnene sosiodemografi og noen meldinger om samfunnsøkonomi som oppnår relativt flest omtaler. Forbausende nok får kommenterende pressemeldinger om næringsøkonomi relativt få omtaler. Når det gjelder meldingene under A som altså verken har kommentarer eller sammenligninger kan nevnes at den ene som har flest meldinger, dreier seg om påskeferie. Det er et nært og ikke minst aktuelt emne, fordi den ble sendt ut ved påsketider. En melding med relasjon til det som var på dagsorden.

Selv om dette materiale er ganske begrenset ser det ut til at det er emne og type innhold som virker inn på i hvilken grad pressemeldingen blir brukt i avisen og ikke bare som bakgrunnsstoff.

Vi har i tabell E tatt med tall både med og uten pressemeldingene om Økonomisk utsyn, fordi disse meldingene har fått et ekstremt høyt antall omtaler, 93 i 1985 og 70 i 1986.

4.6. Pressemeldingenes overskrift

Overskriftene på de ulike AS er vurdert ut fra disse kriterier:

- I Nøytral overskrift som indikerer hvilken statistikk det gjelder som f.eks. konsumprisindeks, utenrikshandel, hagebrukstelling o.l.
- II En interessevekkende overskrift som peker på et viktig resultat av statistikken for vedkommende periode. Det forutsettes at overskriften følges opp umiddelbart eller senest i annet avsnitt i meldingen, slik at det blir sammenheng mellom overskrift og melding.
- III Interessevekkende overskrifter, men som ikke følges opp i første eller annet avsnitt av teksten. Poenget som er utgangspunkt for overskriften glemmes bort, eller er uklart uttrykt. Det kan også være en bruk av fremmedord i overskriften som er selvsagt for en statistiker, men som personer med annen bakgrunn kan ha problemer med å oppfatte.

Med utgangspunkt i disse kriterier har vi satt opp tabell F.

Tabell F. Antall pressemeldinger etter type overskrift (nøytral (I), interessevekkende (II) og liten overensstemmelse overskrift/innhold (III) etter emne og type innhold

	1985				1986			
	I	II	III	Sum	I	II	III	Sum
ALLE - antall	60	21	1	82	48	14	3	65
- prosent	73	26	1	100	74	22	4	100
- omtaler pr. AS	3,-	12,2*	9,-	7,1	4,6*	7,1	4,7	6,2
EMNE - antall								
1 Naturressurser og miljø	1	1	-	2	1	-	-	1
2 Sosiodemografiske emner	3	6	-	9	5	2	-	7
3 Sosioøkonomiske emner	13	2	-	15	8	-	-	8
4 Næringsøkonomiske emner	34	9	1	44	28	11	3	42
5 Samfunnsøkonomiske emner	8	3	-	11	6	1	-	7
6 Samfunnsorganistoriske emner	1	-	-	1	-	-	-	-
TYPE INNHOLD								
A Nøytral gjengivelse								
- antall	1	1	-	2	-	1	-	1
- omtaler pr. AS ..	5,-	16,-	-	10,5	-	8,-	-	8,-
B Nøytral med sammenlikning								
- antall	45	8	1	54	45	7	2	54
- omtaler pr. AS ..	2,6	6,-	9,-	3,2	4,1	3,8	3,-	4,-
C Kommentarer/trend								
- antall	14	12	-	26	3	6	-	9
- omtaler pr. AS (ekskl. Øk.utsyn)	4,5	8,9	-	6,4	11,5	12,7	-	12,4

* Ekskl. Øk.utsyn 1985 II = 8,2 og 1986 I = 3,2.

Resultatene av disse beregninger indikerer at også interessevekkende overskrifter har innflytelse på bruken av pressemeldingene. De meldingene som er katalogisert som II har fått relativt flere omtaler enn de med nøytral overskrift.

Vi har også foretatt en krysstabulering mellom type innhold og type overskrift. De ganske få som er kategorisert som III, er så få at her vil det være tilfeldigheter som spiller inn i større grad enn for de øvrige. Vi ser igjen en viss positiv sammenheng mellom antall omtaler og de AS som inneholder kommentarer og som også har en interessevekkende overskrift. Resultatene spriker imidlertid noe mellom meldingene fra 1985 og de fra 1986, slik at man ikke uten videre kan slutte at disse faktorer i sammenheng har resultert i flere omtaler. Men det er all grunn til å anta at en kombinasjon av en interessevekkende og samtidig dekkende overskrift, kombinert med et innhold som er noe mer enn en tørr oppramsing av tall, lettere vil bli brukt i pressen enn de nøytrale meldingene med nøytrale overskrifter.

Det er imidlertid en ting å bemerke til de interessevekkende overskriftene. De kan ha negativ innflytelse når det gjelder å finne tilbake til meldingene. Med den stigende bruk av EDB som medium for gjenfinning av stoff vil det være av betydning at stikkord og/eller emne tydelig kommer frem. Det bør overveies om alle AS i tillegg til nummer og år bør få en tilføyelse som klart viser hvilket statistikkemne/emneord som er aktuelt. Vi kan tenke oss at man bruker lønn som stikkord for alle lønnsstatistikkene. Da kan forfatteren velge samme overskrift som brukes i Statistisk ukehefte eller en mer interessevekkende overskrift med utgangspunkt i statistikkens innhold. Det som imidlertid er meget viktig i denne sammenheng er at den overskrift eller stikkord en velger i tilknytning til AS-nummeret, har klar sammenheng med hovedordet i SU-meldingene, slik at de kombineres dersom mediene mottar begge kategorier. Dette vil også være viktig senere når - eller hvis - PUBL-DOK med innholdsfortegnelser både for publikasjonene og for de periodiske publikasjoner blir tilgjengelig on-line, og for bruk av SSB-data. Ved en løsning som utvetydig viser mottaker til vår normale statistikkgruppering - samtidig som vi gir et hint om innholdet eller det mest interessante i meldingen gjennom en dekkende overskrift -ville vi bedre vår service overfor mediene.

5. Avsluttende kommentarer

Den ene hypotesen var at pressemeldinger med få tall, og med kommentarer og sammenlikninger blir brukt hyppigere i mediene enn de med mange tall og oppramsinger. Omtrent en firedel av pressemeldingene (35 av 147) hadde kommentarer og sammenlikninger i tillegg til en verbal omtale av statistikkresultatene. Disse 35 meldingene fikk i alt 413 omtaler eller omtrent 40 prosent (11,8 klipp pr. AS). Uten omtalene av økonomiske analyser fikk 33 meldinger med

kommentarer 250 omtaler, dvs. ca. 25 prosent av omtalene (7,6 klipp pr. AS). Referer også tabell E. Forsåvidt kan en altså si at hypotesen er sann, men ikke uten forbehold. Spredningen er stor, 8 av de gode meldingene fikk 0 eller 1 klipp. Flere faktorer påvirker pressens bruk av SSB's meldinger, både slike som har relasjon til mediet (ref. avsnitt 4.1) og emne, periodisitet, nyhetsverdi og aktualitet i forhold til det som er på dagsorden.

Den andre hypotesen om at meldinger med mange lange og vanskelige ord - høy LIKS - ville få færre omtaler, er ikke bevist. Det er mange andre faktorer, som vi nevnte i forrige avsnitt som virker inn. Det må imidlertid ikke bli en sovepute. De gamle regler for utforming bør ikke glemmes.

- 1) Stoffet må presenteres enkelt og konsentrert. Kommentarer og sammenlikninger bør med.
- 2) Overskrifter og ingress bør utfylle hverandre. I en del tilfeller vil bare en del av meldingen bli gjengitt - og journalistene klipper nedenfra.
- 3) Skriv enkelt, med korte setninger, og bruk ikke for mange fremmedord. En god formulering er viktig.

Til slutt vil vi nevne en mulighet, som også tidligere har vært diskutert, nemlig å bruke særtrykk fra ukeheftet som pressemelding, spesielt når det gjelder månedsstatistikkene, dersom ikke resultatene er spesielt interessante. Så kunne man heller lage pressemeldinger sjeldnere, f.eks. hvert halvår eller når det er større sprang opp eller ned. Da kunne vi legge mer arbeid i disse meldingene og få med kommentarer og en dekkende overskrift. Før slike endringer gjennomføres bør man foreta en enkel spørreunde blant journalister om denne løsningen. Det bør i første rekke være aktuelt å kontakte journalister i større aviser, som har mye næringslivstoff. Formålet er å finne ut om de da vil bruke våre meldinger i større utstrekning enn nå. Som bakgrunnsstoff vil imidlertid særtrykket sannsynligvis være like tjenlig som en verbal statistikkoppramsing.

Pressen vurderer den informasjon de mottar på sine egne premisser. Det er stor konkurranse om såvel journalisters som publikums oppmerksomhet. Illustrasjoner blir stadig viktigere på ordenes bekostning. Pressebyråene uttaler at de mangler illustrasjoner, men de har ikke tid til å omsette våre tabeller til diagrammer. En måte - i tillegg til interessevekkende innhold - for å oppnå omtaler vil derfor være å supplere tekstene med grafiske fremstillinger.

LITTERATUR

- Argel, Liv: Avisenes bruk av Statistisk Sentralbyrås pressemeldinger og publikasjoner. Registrering av et utvalg av avisklipp fra 1980, 1981 og 1982. SSB IN 83/5.
- Argel, Liv: Avisenes bruk av statistikk. Resultater fra en postundersøkelse i oktober 1984. Rapp 86/11.
- Argel, Liv: Avisenes statistikkbruk. Resultater fra en klippanalyse om spesielle emner høsten 1983 og alle presseklipp fra uke 5-9- (februar 1984). IN 85/11.
- Bjørnsen, Mette
Kofoed m.fl.: Om skolebøgers behandling av forholdene indenfor ervervs- og arbeidslivet. Uddannelse november 1979.
- Eriksen, Jens-Martin
og Møller, Bent: Svære ord - og lette. København 1984.
- Hedman, Lowe: Utveckling av innehållsanalytisk metod. Rapport fra ett symposium 1979. Uppsala Universitet, Sociologiska Institutionen.
- Holsti, Ole R.: Content analysis for the Social Sciences and Humanities Reading 1969.
- Strand, Hans, red.: Tilförlitlighetsproblem vid tolkning och innehållsanalys, Stockholm 1983.
- Vinje, Finn-Erik: Norsk i embets medfør. Universitetsforlaget 1980.
- Vinje, Finn-Erik
og Helge Østby: Vanskelig ord i nyhetene (VON) - en ordkunnskapsundersøkelse NRK's kontaktutvalg med samfunnsforskningen. STensil Oslo/Bergen 1980.
- Western, Knut: Norsk i Byrået. Statistisk Sentralbyrås Håndbøker nr. 41, Oslo 1978.

ANALYSE AV PRESSEMELDINGER - AKTUELL STATISTRIKK 1. KVARTAL 1985

Tabell 1. Pressemeldinger (AS) etter antall omtaler i mediene, periodisitet for statistikkgrunnlaget og faktorer som påvirker meldingens lesbarhet. Prosentandeler og (veid) gjennomsnitt

	Antall AS	Antall omtaler pr. AS	Periodisitet (antall)				Lesbarhet			
			År 1	Kv. 2	Mnd. 3	Enkel 4	LIKS gj.sn.	Andel tall av ord	Antall ord pr. setning gj.sn.	Andel med tabell
0. GENERELLE EMNER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. NATURRESSURSER OG NATURMILJØ	2	..	2	-	-	-	62	8,-	18,-	-
10 Ressurs- og miljøregnskap og andre generelle ressurs- og miljøemner	2	..	2	-	-	-	62	8,-	18,-	-
2. SOSIODEMOGRAFISKE EMNER	9	13,8	9	-	-	-	55	12	16,8	-
21 Befolkning	3	23,7	3	-	-	-	55	12	17,6	-
22 Helseforhold og helsetjeneste	1	9	1	-	-	-	64	18	18,3	-
23 Utdanning og skolevesen	3	7	3	-	-	-	54	11	15,-	-
24 Kulturelle forhold, generelle tids- bruk, ferie og fritid	1	16	1	-	-	-	61	8	12,1	-
25 Sosiale forhold og sosialvesen	1	7	1	-	-	-	52	14	17,7	-
3. SOSIOØKONOMISKE EMNER	15	5,4	2	5	8	-	66	14	17,6	26
32 Arbeidskraft	2	2,5	1	1	-	-	71	17	17,6	-
33 Lønn	9	2,8	9	-	-	-	67	14	18,-	11
34 Personlig inntekt og formue	1	14	1	-	-	-	63	6	17,4	100
35 Personlig forbruk	3	12,3	-	-	3	-	63	16	16,8	100
4. NÆRINGSØKONOMISKE EMNER	44	2,1	14	5	25	-	60	14	16,2	45
40 Generelle næringsøkonomiske emner ...	1	-	-	-	1	-	66	16	14,-	-
41 Jordbruk, skogbruk, jakt, fiske og fangst	5	3,4	5	-	-	-	48	13	14,4	60
42 Oljeutvinning, bergverk, industri og kraftforsyning	13	1,9	4	2	8	-	64	12	15,2	76
43 Bygge- og anleggsvirksomhet	7	2,9	1	1	5	-	66	16	21,6	-
44 Utenrikshandel	5	2,8	1	1	3	-	63	15	18,2	80
45 Varehandel	7	0,4	-	-	7	-	61	13	13,3	28
46 Samferdsel og reiseliv	6	2,3	3	1	2	-	55	15	15,9	-
5. SAMFUNNSØKONOMISKE EMNER *	11	11,2	7	1	3	-	62	12	21,-	36
50 Nasjonalregnskap og andre generelle samfunnsøkonomiske emner	4	25	3	-	1	-	55	13	17,4	75
52 Finansinstitusjoner, penger og kreditt	5	4,2	3	-	2	-	65	15	22,3	-
53 Konjunkturer	2	1,-	1	1	-	-	66	9	24,-	50
* TOTAL UTEN AS OM ØKONOMISK UTSYN	10	3,-	6	1	3	-	64	13	22,2	30
6. SAMFUNNSORGANISATORISKE EMNER	1	26,-	-	-	-	1	57	38	18,9	-
62 Politiske emner	1	26,-	-	-	-	1	57	38	18,9	-

TABELL 2 - UTSKRIFT AV TELLESKJEMA AS UTSENDT 1. KVARTAL 1985

AS-NR.	EMNE-GRUPPE	PERIODISITET				LIKS-BEREGNING							LIKS	TABELL		KLIPP ANTALL FRA				SUM KLIPP
		1 A	2 K	3 M	4 E	Ant. ord	Ant. setn.	Ord pr. setn.	Ant. Lange ord	Ant. tall	Sum LO+T	Pst. LO+T		Ja	Nei	OsLo-aviser Store	OsLo-aviser Små	Utenbys-aviser Store	Utenbys-aviser Små	
42	10	1				239	15	15,2	77	29	106	44,4	60							..
29	10	1				304	21	14,3	134	15	149	49,-	63						..	
1	21	1				238	10	23,8	52	23	75	31,5	55			3	1	26	30	
43	21	1				276	17	16,2	71	34	105	38,-	54		1	8	1	28	38	
61	21	1				207	14	14,8	61	31	92	44,4	59				1	1	3	
52	22	1				201	11	18,3	54	37	91	45,3	64		2			7	9	
62	23	1				119	7	17,-	44	6	50	42,-	59			1	1	4	6	
55	23	1				274	19	14,4	43	40	83	30,3	45				2	1	3	
56	23	1				131	9	14,6	43	10	53	40,-	55		2	1	1	8	12	
79	24	1				109	9	12,1	44	9	53	48,6	61				1	15	16	
3	25	1				212	12	17,7	42	30	72	33,9	52					6	7	
14	32		1			187	10	18,7	72	37	109	58,3	77						-	
45	32	1				59	4	14,8	19	5	24	40,7	56		1			3	5	
5	33	1				78	4	19,5	20	15	35	44,9	64							
6	33	1				78	4	19,5	26	11	37	47,4	67	1						
46	33	1				50	2	25,-	16	12	38	76,-	101		2			15	17	
44	33	1				127	8	15,9	43	16	59	46,5	62			1			1	
32	33	1				168	10	16,8	72	18	88	52,4	69					1	1	
58	33	1				114	9	12,7	46	12	58	50,9	64					1	2	
63	33	1				112	6	18,7	41	8	49	43,8	63					4	4	
80	33	1				143	6	23,8	43	27	70	48,9	73						-	
78	33	1				69	3	23,0	17	10	27	39,1	62						-	
64	34	1				157	9	17,4	62	10	72	45,9	63	1		3	2	1	8	14
10	35			1		139	10	13,9	48	25	73	52,5	66	1		1	2		19	22
66	35			1		140	8	17,5	38	18	56	40,-	58	1		1		1	4	7
35	35			1		157	8	19,6	48	25	73	46,5	66	1			1			8
60	40			1		98	7	14,0	35	16	51	52,-	66							-
382	41	1				66	5	13,2	13	6	19	28,7	42	1		1		1	1	3
2	41	1				92	6	15,3	18	12	30	32,6	48	1				1	1	1
13	41	1				99	7	14,1	19	11	30	30,3	44				1	2	3	3
72	41	1				137	11	12,5	28	22	50	36,5	49	1				4	4	4
73	41	1				227	14	16,2	49	28	77	33,9	50			2		4	4	6
8	42			1		193	13	14,8	72	14	86	44,6	59	1		1	1	3	5	11
7	42			1		126	9	14,-	40	11	51	40,5	55	1				1	1	1
26	42	1				140	10	14,0	40	20	60	42,9	57	1						-
16	42			1		118	11	17,2	52	18	70	59,3	77							-
18	42	1				78	5	15,6	28	12	40	51,3	67					2	1	3
21	42	1				144	7	20,6	24	15	39	27,1	48	1			3			3

AS-NR.	EMNE-GRUPPE	PERIODISITET				LIKS-BEREGNING							LIKS	TABELL		KLIPP ANTALL FRA				SUM KLIPP
		1 A	2 K	3 M	4 E	Ant. ord	Ant. setn.	Ord pr. setn.	Ant. Lange ord	Ant. tall	Sum L0+T	Pst. L0+T		Ja	Nei	OsLo-aviser Store	OsLo-aviser Små	Utenbys-aviser Store	Utenbys-aviser Små	
25	42	1				182	11	16,5	62	16	78	42,9	59	1				1		1
33	42		1			232	12	19,3	86	46	132	56,9	76		1					1
54	42			1		133	10	13,3	56	13	99	74,4	88	1					1	1
47	42			1		78	6	13,0	26	10	36	46,2	59	1						-
70	42		1			156	8	19,5	64	23	87	55,8	75	1	1			1		2
75	42			1		78	6	13,0	26	10	36	46,2	59	1						-
59	42			1		117	9	13,0	34	13	47	40,2	53	1						-
4	43			1		129	6	21,5	45	17	62	48,1	70				1	1		2
20	43	1				242	12	20,2	48	35	83	34,3	55		1	1		6	1	9
28	43			1		143	6	23,8	41	24	65	45,5	69				2			2
34	43			1		126	5	25,2	34	24	58	46,-	71							
49	43		1			130	5	26,-	29	20	49	37,7	64		1			3		4
57	43			1		121	6	20,2	40	18	58	47,9	68		1				1	2
81	43			1		212	11	19,3	55	45	100	47,2	67				1			1
19	44			1		135	10	13,5	52	24	76	56,3	70	1			1	2	4	1
37	44			1		173	10	17,3	43	17	60	34,7	52	1		1		1		2
40	44		1			158	8	19,6	47	34	81	51,3	71	1						-
39	44	1				93	4	23,6	17	17	34	36,6	60							
67	44			1		188	9	20,9	60	23	83	44,1	65	1			2	1	1	4
9	45			1		121	9	13,4	37	16	53	43,8	57							-
15	45			1		41	4	10,3	19	8	27	65,8	76	1						1
31	45			1		121	9	13,4	37	16	53	43,8	57					2		2
38	45			1		36	3	12,0	12	8	20	55,6	68	1						-
69	45			1		36	3	12,0	14	6	20	55,6	69							-
68	45			1		121	9	13,4	37	16	53	43,8	57							-
77	45			1		134	9	14,8	48	15	63	47,-	62							-
11	46	1				210	13	16,2	43	29	71	33,8	50				1	1		2
23	46		1			166	10	16,6	45	30	75	45,2	62			1				1
51	46			1		65	4	16,3	10	12	22	33,8	50					3		3
50	46	1				128	9	14,2	35	18	53	41,4	56					3		3
48	46	1				151	10	15,1	46	25	71	47,-	62		1			1		2
76	46			1		57	3	19,-	12	3	15	26,3	45					3		3
12	50			1		138	7	19,7	34	20	54	39,1	59				2			2
24	50	1				175	13	13,5	48	14	62	35,4	49	1		3	13	5	63	9
41	50			1		139	7	19,9	33	20	53	38,1	58	1		1				1
74	50	1				139	7	19,9	32	23	55	39,6	60					3	1	4
22	52	1				192	10	19,2	61	25	86	44,7	64					2		2
27	52	1				225	9	25,-	70	42	112	49,8	75				8	6	1	15
30	52	1				131	7	18,8	36	24	60	45,8	65				1	2		3
53	52			1		96	4	24,0	21	13	34	35,4	59							-
71	52			1		180	7	25,7	43	24	67	37,2	63					1		1
17	53		1			264	13	20,3	89	41	130	49,2	70	1		1				1
65	53	1				337	12	28,1	106	15	121	35,9	64						1	1
36	62	1				208	11	18,9	56	24	80	38,5	57			1	3	4	14	4

ANALYSE AV PRESSEMELDINGER - AKTUELL STATISTIKK - FEBRUAR OG MARS 1986

Tabell 3. Pressemeldinger (AS) etter antall omtaler i mediene, periodisitet for statistikkgrunnlaget og faktorer som påvirker meldingens lesbarhet. Prosentandeler og veid gjennomsnitt

	Antall AS	Antall omtaler pr. AS	Periodisitet (antall)				Lesbarhet			
			År	Kv.	Mnd.	Enkel	LIKS gj.sn.	Andel tall av ord	Antall ord pr. setning	Andel med tabell gj.sn.
0. GENERELLE EMNER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1. NATURRESSURSER OG NATURMILJØ	1	22,-*	1	-	-	-	62	10	17,8	-
10 Ressurs- og miljøregnskap og andre generelle ressurs- og miljøemner	2	9,-	2	-	-	-	62	8,-	18,-	-
2. SOSIODEMOGRAFISKE EMNER	7	109,-	3	-	-	4	61	13	16,8	-
21 Befolkning	2	20,-	2	-	-	-	58	11	17,2	-
22 Helseforhold og helsetjeneste	5	7,2	1	-	-	4	63	15	16,5	-
3. SOSIOØKONOMISKE EMNER	8	4,4	4	2	2	-	66	10	15,7	-
32 Arbeidskraft	1	13,-	1	-	-	-	54	7	14,5	-
33 Lønn	7	3,1	3	2	2	-	67	11	15,8	-
4. NÆRINGSØKONOMISKE EMNER	42	3,6	10	6	22	4	59	14	16,5	30
40 Generelle næringsøkonomiske emner ...	1	2,-	1	-	-	-	63	16	16,7	-
41 Jordbruk, skogbruk, jakt, fiske og fangst	9	4,-	5	-	-	4	49	13	15,7	11
42 Oljeutvinning, bergverk, industri og kraftforsyning	10	1,7	1	3	6	-	66	13	16,4	50
43 Bygge- og anleggsvirksomhet	5	3,6	-	1	4	-	63	16	18,9	-
44 Utenrikshandel	4	1,5	1	1	2	-	60	15	19,4	75
45 Varehandel	7	6,-	-	1	6	-	60	14	13,6	57
46 Samferdsel og reiseliv	6	5,-	2	-	4	-	60	15	17,1	-
5. SAMFUNNSØKONOMISKE EMNER *	7	15,7	3	-	3	1	58	9	19,9	14
50 Nasjonalregnskap og andre generelle samfunnsøkonomiske emner	2	35,-	1	-	1	-	55	8	17,2	50
52 Finansinstitusjoner, penger og kreditt	4	7,3	2	-	2	-	62	13	22,-	-
53 Konjunkturer	1	11,-	-	-	-	1	59	3	25,-	-
* TOTAL UTEN AS OM ØKONOMISK UTSYN	6	6,7	2	-	2	1	61	10	22,2	16
6. SAMFUNNSORGANISATORISKE EMNER	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

* 30 omtaler basert på selve rapporten Naturressurser og miljø er ikke tatt med her.

TABELL 4 - ØTSKRIFT AV TELLESKJEMA AS FOR FEBRUAR OG MARS MÅNED 1986

AS-NR.	EMNE-GRUPPE	PERIODISITET				LIKS-BEREGNING							LIKS	TABELL		KLIPP ANTALL FRA				SUM KLIPP	
		1 A	2 K	3 M	4 E	Ant. ord	Ant. setn.	Ord pr. setn.	Ant. Lange ord	Ant. taLL	Sum LO+T	Pst. LO+T		Ja	Nei	Oslo-aviser Store	Oslo-aviser Små	Utenbys-aviser Store	Utenbys-aviser Små		Tids-skr.
25	10	1				259	15	17,8	90	26	116	44,8	62			2	2	1	17		22
82	21	1				293	17	17,2	70	36	106	36,2	53			2	1	3	14	2	22
88	21	1				276	16	17,3	94	31	125	45,3	63			1		3	12	2	18
83	22				1	173	10	17,3	48	27	75	43,4	61			1		2	4	1	8
85	22				1	118	8	14,8	46	15	61	51,7	67			1		2	2	1	4
84	22				1	153	9	17,-	52	22	74	48,4	65					2	2	1	3
86	22				1	116	8	14,5	36	18	54	46,6	61			1		6	6	1	8
57	22	1				201	11	18,2	54	37	91	45,3	64			1		2	10		13
66	32	1				58	4	14,5	19	4	23	39,7	54				1	1	10	1	13
40	33		1			37	2	18,5	13	4	17	45,9	64					2	2		2
47	33		1			50	2	25,0	16	12	28	56,-	81			1		1	1		2
29	33	1				112	6	18,6	41	8	49	43,8	62							1	1
53	33	1				127	8	15,8	43	16	59	46,5	62					1	1		1
79	33			1		121	10	12,1	61	10	71	58,7	71					1	1		1
65	33			1		114	9	12,7	46	12	58	50,9	64				2	9	1	12	
56	33	1				103	5	20,6	35	12	47	45,6	66			1		2	2	1	3
46	40	1				167	10	16,7	49	28	77	46,1	63					1	1	1	2
42	41	1				81	7	11,5	20	14	34	42,-	54								
73	41	1				174	14	12,4	23	30	53	30,5	43					3			3
32	41	1				67	4	16,8	16	7	23	34,3	51	1			1	11	1	13	
26	41				1	206	11	18,7	31	20	51	24,8	43					2			2
58	41				1	212	13	16,2	38	26	64	30,2	46			1		1	1		2
59	41	1				107	7	15,2	37	12	49	45,8	61					4	4		8
43	41				1	163	9	18,1	30	24	54	33,1	51					1	1		2
55	41				1	204	10	20,4	41	28	69	33,8	54			1		1	1		2
81	41	1				137	11	12,5	28	22	50	36,5	49					4			4
27	42	1				133	10	13,3	56	13	69	51,8	65	1			1	7	1	9	
36	42		1			152	9	16,8	53	31	84	55,3	72								
54	42			1		100	6	16,6	37	19	56	56,-	73								
76	42		1			177	9	19,6	63	24	87	49,2	69								
62	42			1		193	13	14,8	72	14	86	44,6	59	1							
51	42			1		94	6	15,6	21	13	34	36,1	52	1						1	1
74	42		1			175	9	19,4	73	24	97	55,4	75	1			2				2
60	42			1		111	9	12,3	35	13	48	43,2	56	1		1		4			5
78	42			1		312	17	18,4	94	38	132	42,3	61					2	8		10
87	42			1		93	6	15,5	23	13	36	38,7	54	1							
89	43			1		290	18	16,1	72	44	116	40,-	56					1	2		3
52	43			1		212	11	19,3	55	45	100	47,1	67					1			1
64	43			1		143	6	23,8	41	24	65	45,5	69				1	5	1	7	
49	43		1			175	10	17,5	51	25	76	43,4	61							1	1
31	43			1		143	6	23,8	41	24	65	45,5	69					3	3	3	6

AS-NR.	EMNE-GRUPPE	PERIODISITET				LIKS-BEREGNING							LIKS		TARELL		ANTALL KLIPP FRA				SUM KLIPP
		1 A	2 K	3 M	4 E	Ant. ord	Ant. setn.	Ord pr. setn.	Ant. Lange ord	Ant. tall	Sum LO+T	Pst. LO+T	LIKS	Ja	Nei	Oslo-aviser Store	Oslo-aviser Små	Utenbys-aviser Store	Utenbys-aviser Små	Tids-skr.	
35	44		1			162	8	20,2	35	34	69	42,6	63								
34	44	1				98	5	19,6	17	20	37	37,8	57								
38	44			1		173	10	17,3	43	17	60	34,7	52	1		1		1	1	2	5
69	44			1		188	9	20,9	60	23	83	44,1	65	1				1	1		1
39	45			1		89	7	12,7	35	14	49	55,1	68	1				1			1
33	45			1		153	11	13,3	48	28	76	49,7	63	1		1		3	11	1	16
37	45			1		121	9	13,4	37	16	53	43,8	57			1					1
61	45		1			109	8	13,6	32	13	45	41,3	55						3	1	4
67	45			1		139	9	15,4	44	20	64	46,-	61	1				5	15		20
68	45			1		121	9	13,4	37	16	53	43,8	57								
70	45			1		71	6	11,8	27	9	36	50,7	63	1							
41	46			1		33	2	16,5	8	6	14	42,4	59								
71	46			1		56	3	18,7	10	10	20	35,7	54						6		6
72	46	1				127	8	15,9	33	18	51	40,1	56					2	10	2	14
63	46	1				104	7	14,9	35	18	53	50,9	66				1		3		4
77	46			1		210	11	19,1	60	31	91	43,3	62								
50	46			1		222	13	17,0	64	31	95	42,8	57			1		1	3	1	6
28	50	1				491	29	16,9	140	35	175	35,6	53			5	4	15	43	3	70
48	50			1		111	6	18,5	36	18	54	48,7	67	1							
44	52	1				166	8	20,8	48	31	79	47,6	68				1	2	14	2	19
45	52			1		75	3	25,0	14	8	22	29,3	54			1					1
80	52			1		126	5	25,2	29	14	43	34,1	59			1	1		2		4
30	52	1				139	7	19,9	41	15	56	40,3	60					1	4		5
75	53				1	250	10	25,-	78	8	86	34,4	59					2	8	1	11