

Øyvin Kleven og Odd Frank Vaage

Medieundersøkelsen 1999
Dokumentasjonsrapport

Notater

Innhold

1. Innledning.....	2
2. Utvalg	2
3. Datafangst.....	3
3.1 Innsamlingsmåte: Edb-assistert telefonintervju	3
3.2 Feltperiode og feltarbeid.....	3
4. Datakvalitet.....	5
4.1 Utvalgsskjevhet	5
4.2 Analyse av frafallet.....	6
4.3 Usikkerhet og feilmarginer	10
4.4 EDB-assistert intervjuing, innsamlingsfeil og bearbeidingsfeil.....	11
5. Test av spørsmålene om tid brukt til å se på fjernsyn og høre på radio.	12
5.1 Det opprinnelige opplegget.....	13
5.2 Testopplegget	13
5.3 Resultat av testen:.....	16
5.4 Konklusjon	19
5.5 Hvor stort bør tilleggsutvalget være?.....	20
6. Referanser.....	22

Tabeller

Tabell 1. Nøkkeltall	2
Tabell 2. Antall intervju etter kvartal og dag. Antall og prosent	4
Tabell 3: Avgang etter årsak.....	5
Tabell 4. Bruttoutvalget, frafallet og nettoutvalget, etter kjønn, alder og landsdel. Prosent	6
Tabell 5. Svarprosent og frafall etter årsaker blant kjønn, alder og landsdel, alle kvartaler 1999. Prosent	7
Tabell 6. Utvalgte kjennetegn i nettoutvalget sammenliknet med målgruppen.....	9
Tabell 7. Forventet standardavvik for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser.	11
Tabell 8: Andel som ser på fjernsyn en gjennomsnittsdag, tid brukt blant alle og blant de som ser fjernsyn. Mediebruksundersøkelsen i september 1998 og test i samme periode.	16
Tabell 9: Andel som lytter på radio en gjennomsnittsdag, tid brukt blant alle og blant de som lytter. Mediebruksundersøkelsen i september 1998 og test i samme periode.	16
Tabell 10: Andel som lytter på plater/kassetter/cd en gjennomsnittsdag, tid brukt blant alle og blant de som lytter. Mediebruksundersøkelsen i september 1998 og test i samme periode.	17
Tabell 11: Andel som ser på fjernsyn til ulike tider av døgnet en gjennomsnittsdag. Mediebruksundersøkelsen i september 1998 og test i samme periode.....	17
Tabell 12: Andel som lytter på radio til ulike tider av døgnet en gjennomsnittsdag. Mediebruksundersøkelsen i september 1998 og test i samme periode.....	18
Tabell 13: Andeler radiolyttere og TV-seere som har oppgitt tid brukt på halvtimesnivå. Prosent.....	18
Tabell 14: Tid brukt på TV blant alle, etter kjønn og alder mars 1998-desember 1999 og i testen september 1998. Minutter.....	19
Tabell 15: Tid brukt på radio blant alle, etter kjønn og alder mars 1998-desember 1999 og i testen september 1998. Minutter.....	20
Tabell 16. Terskelverdier for signifikans med signifikansnivå 5 prosent.....	21
Tabell 17. Signifikanssannsynlighet for observert differanse på 10 minutter etter størrelsen på tilleggsutvalget. Prosent.....	21

Figurer

Figur 1. Antall gjennomførte intervju per uke	3
Figur 2. Variasjon i frafallsårsaker etter kvartal. Prosent.....	8
Figur 3: Utviklingen i svarprosent fra 1991 til 1999.....	10

Vedlegg:

Informasjonsbrev til respondenter.....	23
Instruks til intervjuere	27
Spørreskjema.....	34
De sist utgitte publikasjoner i serien Notater	49

1. Innledning

I dette notatet legger Statistisk sentralbyrå (SSB) frem en metodisk dokumentasjon fra Norsk mediebarometer 1999. Seksjon for intervjuundersøkelser (SSB) stod for innsamlingen av dataene i undersøkelsen, som ble gjennomført på oppdrag fra seksjon for leveårsstatistikk (SSB) og Institutt for Journalistikk. Undersøkelsen er finansiert med midler fra Statens medieforvaltning/Rådet for anvendt medieforskning og Telenor. Odd Frank Vaage ved seksjon for leveårsstatistikk var ansvarlig for undersøkelsen.

Ved seksjon for intervjuundersøkelser i SSB var Anne Sundvoll og Øyvind Kleven planleggere for prosjektet. Thore Nafstad-Bakke tilrettela utvalget. Grete Korsvoll var intervjukontakt. Solveig Myklestad laget edb-programmet og foretok filetableringen. Ibrahim M. Shaikh sto for pakking og utsendelse av IO-brev. Øyvind Kleven har skrevet kapitlene 1-4, mens Odd Frank Vaage har skrevet kapittel 5 i dette notatet.

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

I denne publikasjonen legges det ikke frem resultater fra undersøkelsen. Interesserte kan se Vaage (2000), hovedtall er også publisert på <http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/sa36/>.

Tabell 1. Nøkkeltall

	Feltperiode	I alt	Netto- utvalg	Frafall	Brutto- utvalg	Avgang	Utvalg
Alle kvartal	-	100,0	73,3	27,6	2589	11	2600
1. Kvartal	8.mars - 27. mars	100,0	74,5	25,5	648	2	650
2. Kvartal	31. mai - 19. juni	100,0	71,3	28,7	647	3	650
3. Kvartal	30. aug. - 18. sept	100,0	74,9	25,1	645	5	650
4. Kvartal	29. nov. - 18. des.	100,0	73,0	27,0	649	1	650

Innsamlingsmetode: telefonintervju

Intervjutilid i gjennomsnitt: 30 minutter

2. Utvalg

Til undersøkelsen i 1999 ble det trukket et landsomfattende utvalg på 2600 personer i alderen 9-79 år. Utvalget er trukket som et sansynlighetsutvalg i ett trinn og er selvveiende (SSBs utvalgsplan er ikke benyttet). For å få et mest mulig oppdatert utvalg er det hensiktsmessig å trekke utvalget så nært intervjustart som praktisk mulig. Det ble derfor trukket 650 personer i februar, mai, august og november. De 650 personene ble så fordelt tilfeldig med lik proporsjonalitet mellom ukedagene.

3. Datafangst

3.1 Innsamlingsmåte: Edb-assistert telefonintervju

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

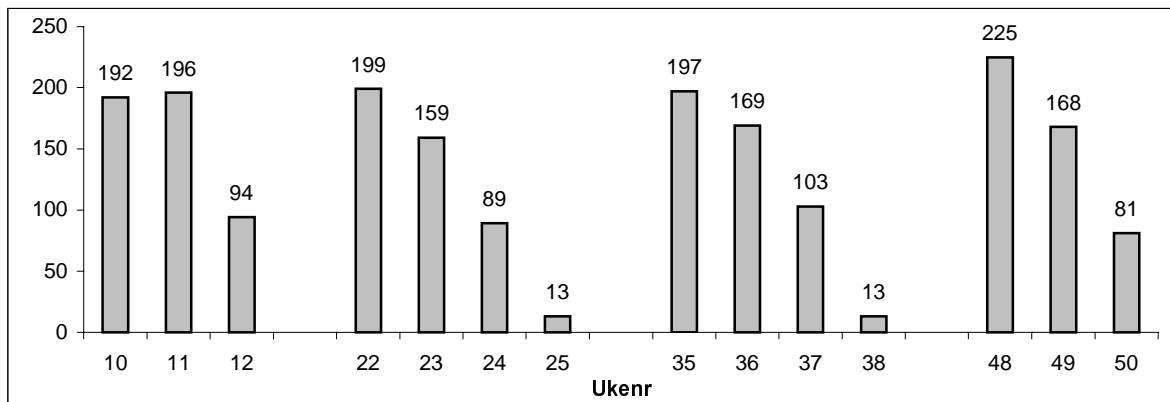
3.2 Feltperiode og feltarbeid

Som det fremgår av tabell 1 ble intervjuene foretatt i fire perioder med tre eller fire ukers feltperioder. 1. periode gikk fra 8 til 27. mars, 2. periode fra 31. mai til 19. juni, 3. periode fra 30. august til 18. september og 4. periode fra 29. november til 18. desember. Figur 1 viser antall foretatte intervju i løpet av 1999.

For å få et godt datagrunnlag i målinger av mediebruk, blir intervjuene fordelt på de forskjellige dagene i uka. Hvert intervjuobjekt får tildelt én bestemt ukedag som de skal intervjues om. For at intervjuobjektet skal huske hva han eller hun har hørt eller sett i mediene, bør intervjuingen aller helst foretas dagen etter i nødsfall to dager etter den aktuelle dagen. Personer som det ikke blir foretatt intervju med den første uken blir dermed kontaktet på nytt den aktuelle dagen en uke senere.

Innsamlingsperioden for Mediebruksundersøkelsen 1999 var i utgangspunktet to uker i hvert kvartal. Dersom det var enkelte IO intervjueren ikke hadde fått intervju med i de to første ukene, kunne også en tredje uke i hver periode benyttes. Som det fremgår av figur 1 og tabell 2 ble det i 2 og 4. kvartal også foretatt enkelte intervjuer i begynnelsen av uke fire. I instruksjonen til intervjuerne er det lagt vekt på at de ikke skal utsette starten av feltperioden uten at det er tvingende nødvendig. Hvis uforutsette ting dukker opp skulle intervjuerne kontakte kontoret. Av figur 1 fremgår det at de fleste intervjuene blir foretatt de første to ukene i hvert kvartal. Intervjuene som blir foretatt uke tre og fire er stort sett foretatt med personer som er blitt rekontaktet. Personer som det ikke oppnås intervju med ved første kontaktforsøk, med mindre de har gitt uttrykk for at de ikke ønsker å delta, blir kontaktet på nytt av seniorintervjuere. Seniorintervjuere er spesialutdannet for å spore opp og motivere personer som er vanskelig å treffe til å delta.

Figur 1. Antall gjennomførte intervju per uke



Hvis det i undersøkelser av mediebruk systematisk blir foretatt uforholdsmessige flere intervju en spesiell ukedag (f.eks. lørdager) eller en spesiell dag (f.eks. lørdag 13. mars) kan dette gi et fordreid bilde av mediebruken. I SSBs medieundersøkelser har en derfor valgt å på forhånd fordele intervjuene på faste dager. Men det er også hensiktsmessig at intervjuene blir mest mulig spredt innenfor de fire feltperiodene. I Tabell 2 (på neste side) har vi derfor gitt en mer detaljert oversikt over hvordan intervjuene er fordelt etter faktisk intervjudag, altså den dagen selve intervjuet er foretatt, enn i figur 1.

Tabell 2 Antall intervju etter kvartal og dag. Antall og prosent.

	I alt		1. Kvartal		2. Kvartal		3. Kvartal		4. Kvartal	
	antall	prosent	antall	prosent	antall	prosent	antall	prosent	antall	prosent
I alt	1898	100,0	482	100,0	460	100,0	482	100,0	474	100,0
mandag	495	26,1	115	23,9	124	27,0	125	25,9	131	27,6
tirsdag	288	15,2	74	15,4	75	16,3	73	15,1	66	13,9
onsdag	283	14,9	78	16,2	63	13,7	72	14,9	70	14,8
torsdag	265	14,0	70	14,5	59	12,8	70	14,5	66	13,9
fredag	286	15,1	69	14,3	66	14,3	80	16,6	71	15,0
lørdag	227	12,0	57	11,8	57	12,4	55	11,4	58	12,2
søndag	54	2,8	19	3,9	16	3,5	7	1,5	12	2,5
Uke 1										
Før feltperioden	5	0,3	1	0,2	3	0,7	1	0,2	-	0,0
mandag	185	9,7	36	7,5	42	9,1	51	10,6	56	11,8
tirsdag	120	6,3	28	5,8	29	6,3	31	6,4	32	6,8
onsdag	140	7,4	33	6,8	36	7,8	34	7,1	37	7,8
torsdag	119	6,3	30	6,2	27	5,9	25	5,2	37	7,8
fredag	122	6,4	25	5,2	32	7,0	32	6,6	33	7,0
lørdag	99	5,2	30	6,2	24	5,2	20	4,1	25	5,3
søndag	23	1,2	9	1,9	6	1,3	3	0,6	5	1,1
Uke 2										
mandag	187	9,9	49	10,2	44	9,6	39	8,1	55	11,6
tirsdag	110	5,8	27	5,6	34	7,4	27	5,6	22	4,6
onsdag	96	5,1	33	6,8	15	3,3	23	4,8	25	5,3
torsdag	98	5,2	29	6,0	26	5,7	27	5,6	16	3,4
fredag	108	5,7	33	6,8	20	4,3	28	5,8	27	5,7
lørdag	79	4,2	21	4,4	16	3,5	23	4,8	19	4,0
søndag	14	0,7	4	0,8	4	0,9	2	0,4	4	0,8
Uke 3										
mandag	102	5,4	30	6,2	26	5,7	26	5,4	20	4,2
tirsdag	53	2,8	19	3,9	11	2,4	11	2,3	12	2,5
onsdag	47	2,5	12	2,5	12	2,6	15	3,1	8	1,7
torsdag	48	2,5	11	2,3	6	1,3	18	3,7	13	2,7
fredag	56	3,0	11	2,3	14	3,0	20	4,1	11	2,3
lørdag	48	2,5	6	1,2	16	3,5	12	2,5	14	3,0
søndag	13	0,7	5	1,0	4	0,9	1	0,2	3	0,6
Uke 4										
mandag	21	1,1	-	0,0	12	2,6	9	1,9	-	0,0
tirsdag	5	0,3	-	0,0	1	0,2	4	0,8	-	0,0
Antall intervju	1898		482		460		482		474	

Tabell 2 viser at det er en god spredning med hensyn til hvilken ukedag intervjuene blir foretatt. Det ble foretatt fleste intervjuer på mandager, svært få intervjuer på søndager, mens lørdag er den dårligste "tillatte" intervjudagen. Årsaken til at mandag er den dagen med flest intervju er at personer som skal intervjues om medier de har brukt lørdag, med mindre de selv uttrykker ønske om å bli intervjuet på søndag, skal intervjues den påfølgende mandag. Intervjuingen for både lørdag og søndag blir dermed stort sett gjennomført på mandager. Siden en del personer ikke ønsker å bli intervjuet i helgen blir intervjuer om mediebruk på fredager i enkelte tilfeller også tatt på mandag. Intervjuerne for overtidsbetalt hvis de foretar intervjuer i helgene,

personene som skal intervjues får ingen form for incitament. Tendensen i materialet viser at å foreta intervjuer i helger ikke er generelt problematisk.

I tall som publiseres i Norsk mediebarometer 1999 tar en hensyn til eventuelle skjevheter som introduseres med hensyn til ukedag, ved at det vektes slik at de forskjellige ukedagene teller like mye (se Vaage 2000:75).

4. Datakvalitet

I en utvalgsundersøkelse er kvaliteten på dataene som samles inn betinget av en rekke forhold. I kapittel 4 skal vi se på en rekke ulike ting som kan forringe kvaliteten med vekt på forhold der det er mulig å uttrykke dette som en størrelse.

4.1 Utvalgsskjevhet

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

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 det kun er elleve personer av det opprinnelige utvalget på 2600 personer som er avganger. Siden utvalget er trukket fra BEBAS så nært opp til intervjustart som mulig for alle de fire kvartalene er avganger ikke noe problem.¹ Andelen avganger er så liten at den ikke kan innføre utvalgsskjevheter når utvalget er på denne størrelsen.²

Tabell 3: Avgang etter årsak

Avgang	Antall personer	Prosent av avgang	Prosent av utvalg
Avgang i alt	11	100,0	0,4
Død	3	27,3	0,1
Bosatt i utlandet i over 6 måneder	6	54,5	0,2
Andre årsaker	2	18,2	0,1

Den andelen personer vi står igjen med etter at avganger er fjernet kalles bruttoutvalg. Bruttoutvalget er det utvalget vi faktisk forsøker å intervjuer. Andelen personer vi oppnådde intervju med kalles nettoutvalget. Den andelen som består av differensen mellom bruttoutvalget og nettoutvalget kalles frafall. Frafall kan føre til skjevhet mellom bruttoutvalget og nettoutvalget når fordelingen av et bestemt kjennemerke er annerledes blant dem som svarte, enn blant dem som ble forsøkt intervjuet. Skjevhet innebærer at nettoutvalget ikke er statistisk representativt for målgruppen. Skjevhet i forhold til ett kjennemerke medfører ikke nødvendigvis at nettoutvalget er skjevt i forhold til andre kjennemerker. På den annen side gir godt samsvar mellom fordelingene i nettoutvalget og

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

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

bruttoutvalget for ett eller flere kjennemerker, ingen garanti for at utvalget ikke er skjevt for andre kjennemerker.

I vurderingen av utvalgsskjevhet bør en knytte størst oppmerksomhet til avvikene mellom nettoutvalget og bruttoutvalget. Tabell 4 gir mulighet til å belyse eventuelle skjevheter på grunn av frafallet for kjønn, alder og landsdel. Dette kan en gjøre ved å sammenlikne fordelingen i bruttoutvalget med fordelingen i nettoutvalget. Dersom det er stort avvik mellom disse to fordelingene, viser dette at det foreligger utvalgsskjevhet for disse gruppene.

Tabell 4. Bruttoutvalget, frafallet og nettoutvalget, etter kjønn, alder og landsdel. Prosent

	Bruttoutvalg	Frafall	Nettutvalg
I alt	100,0	100,0	100,0
Kjønn			
Menn	50	53	49
Kvinner	50	47	51
Alder			
9-15	10	8	11
16-24	13	14	13
25-44	37	35	37
45-66	28	27	28
67-79	12	15	11
Landsdel			
Akershus og Oslo	20	24	20
Hedmark og Oppland	8	8	8
Østlandet ellers	20	24	19
Agder og Rogaland	15	12	16
Vestlandet	17	15	18
Trøndelag	10	9	10
Nord-Norge	9	9	9
Tallet på personer	2589	691	1898

Av tabell 4 fremgår det at frafallet ikke har ført til noen klare skjevheter i nettoutvalget i forhold til bruttoutvalget

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

Tabell 5 viser frafallsårsaker etter kjønn, alder og landsdel. Vi ser at den hyppigste frafallsårsaken er "neker å delta". Andelen 'Ikke truffet' utgjør også en betydelig andel blant frafallet. En tommelfingerregel i vurdering av frafall sier at 'Neker' bør utgjøre den største andelen. Det er grunn til å tro at andelen som neker i mindre grad skiller seg fra resten av populasjonen enn personer som intervjuerne ikke oppnår kontakt med eller som er forhindret fra å delta.

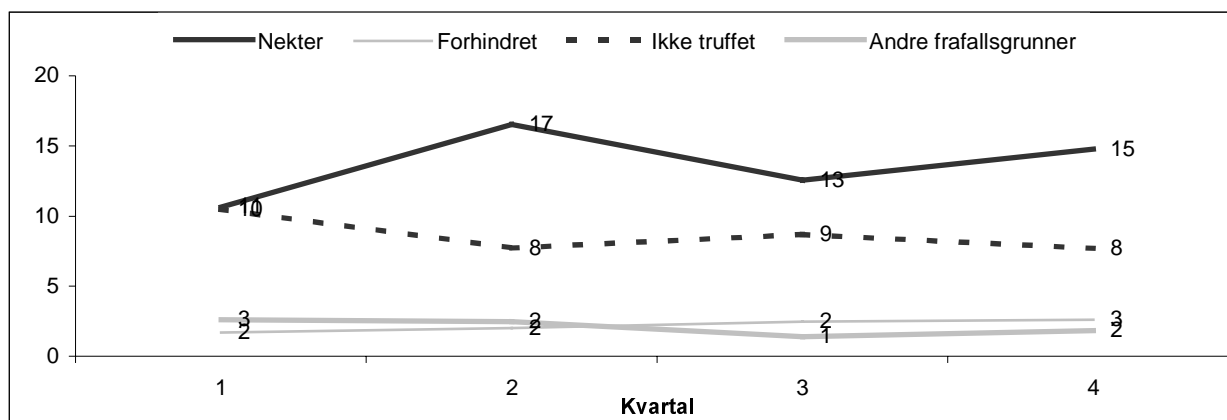
Vi ser videre av tabell 5 at svarprosenten er lavest blant de eldste (67 år og over) og blant "voksne ungdommer" (16-24 år). Det er betegnende at mens andelen 'Nekter' er betydelig høyere blant de eldste er andelen 'Ikke truffet' høyest blant 16-24 åringer. Svarprosent svinger også imellom landselene, det er cirka 10 prosent høyere svarandel i Agder/Rogaland enn det er i 'Østlandet ellers'. Det er ellers interessant å merke seg at 'Ikke truffet' er den viktigste frafallsårsaken i de tre nordligste fylker.

Tabell 5. Svarprosent og frafall etter årsaker blant kjønn, alder og landsdel, alle kvartaler 1999. Prosent.

	I alt	Intervju	Nekter	Forhindret	Ikke truffet	Annet frafall	Antall personer
I alt	100,0	73,3	13,6	2,2	8,7	2,2	2589
Kjønn							
Menn	100,0	71,7	12,9	1,9	11,1	2,4	1290
Kvinner	100,0	74,9	14,4	2,5	6,2	2,0	1299
Aldersgrupper							
9-15	100,0	78,9	13,4	1,5	4,2	1,9	261
16-24	100,0	71,3	9,5	0,3	14,4	4,6	348
25-44	100,0	74,7	12,6	1,7	9,3	1,8	951
45-66	100,0	73,5	14,4	1,8	8,0	2,2	714
67-79	100,0	66,3	19,7	7,3	5,7	1,0	315
Landsdel							
Oslo og Akershus	100,0	70,0	13,1	2,9	10,7	3,3	543
Hedmark og Oppland	100,0	73,1	14,2	0,9	9,9	1,9	212
Østlandet ellers	100,0	68,4	15,8	4,0	9,7	2,1	525
Agder/Rogaland	100,0	79,0	13,3	1,3	5,0	1,3	377
Vestlandet	100,0	77,0	13,7	0,5	6,8	2,0	444
Trøndelag	100,0	75,1	13,7	2,4	6,4	2,4	249
Nord-Norge	100,0	74,1	10,0	2,1	12,1	1,7	239

Ser vi på variasjonen i frafallsårsaker etter kvartal (figur 2 neste side) ser vi at disse er relativt stabile. Gjennom hele nittitallet har en registrert at svarprosenten er lavest for 2. kvartal (se for øvrig tabell 1). Ulike årsakshypoteser for å forklare dette har blitt introdusert. En sentral hypotese gikk ut på at folk i mindre grad var å treffe på grunn av sommerlige sysler. Denne hypotesen kan forkastes på bakgrunn av figur 2. Vi ser at det kun er andelen 'Nekter' som øker for 2. kvartal, 'Ikke truffet' når derimot et lavmål. På bakgrunn av figur 2 kan vi formulere en hypotese om at folk i mindre grad ønsker å delta på grunn av sommerlige sysler.

Figur 2 Variasjon i frafallsårsaker etter kvartal. Prosent



I tabell 6 (neste side) viser vi en sammenlikning mellom utvalgte kjennetegn i nettoutvalget og målgruppen for undersøkelsen. For kjønn, alder, og landsdel kjenner vi med stor sikkerhet fordelingen i målgruppen. For kjennemerkene husholdningsstørrelse, husholdningsinntekt og sosioøkonomisk status kjenner vi ikke den nøyaktige fordelingen i målgruppen. For yrkesstatus har vi benyttet tall fra Arbeidskraftsundersøkelsen (AKU).³ For husholdningsstørrelse og husholdningsinntekt har vi benyttet tall fra og Inntekt- og formueundersøkelsen for husholdninger.⁴ I sammenlikning av utdanning har vi benyttet SSBs register over befolkningen høyeste utdanning.⁵ En må ikke legge for mye vekt på sammenlikninger mellom målgruppen og nettoutvalget når det gjelder husholdningsinntekt- og størrelse, sosioøkonomisk status og utdanning. Vi har tatt dette med for å måle utviklingen i frafallet etter disse variablene over tid.

Vi vil allikevel kommentere utvalgsskjevheten som fremgår av tabell 6 når det gjelder husholdningsstørrelse. Her ser vi at enpersonshusholdninger er underrepresentert med 5 prosent. I de fleste utvalgsundersøkelser har en registrert at enpersonshusholdninger blir underrepresentert. Årsaken er sannsynligvis at i flerpersonshusholdninger er det andre som kan ta imot beskjed hvis den utvalgte personen ikke er hjemme når intervjueren tar kontakt. For kjønn, alder og landsdel er det ubetydelige forskjeller mellom målgruppen og nettoutvalget.

I mediebruksundersøkelsen er det en langt større andel personer med en utdanning av minst 15 års varighet, over åtte prosent flere enn i utdanningsregisteret. I de fleste utvalgsundersøkelser SSB foretar i dag blir utdanning koplet fra register. Tidligere var det mer vanlig å spørre respondentene selv om å oppgi sin utdanning, i mediebruksundersøkelsen blir respondentene fortsatt spurt om utdanning. I registeret over befolkningen høyeste utdanning kan det mangle opplysninger om utdanning tatt i utlandet, samt at fullførte grunnfag og mellomfag ikke registreres med mindre de inngår i en grad. Dette fanges opp i mediebruksundersøkelsen slik at andelen med høyere utdanning blir forholdsvis høyere her enn i registeret. Siden det er påvist en sammenheng mellom mediebruk og utdanning, samt for å kunne sammenlikne mediebruken over tid, har vi valgt å fortsette med å spørre om utdanning.

³ AKU tallene er fra 1995. De er ikke helt sammenliknbare med tall fra mediebruksundersøkelsen. I AKU 1995 ble alle personer som var sysselsatt regnet med som arbeider, funksjonær eller selvstendig. I medieundersøkelsen blir bare personer som arbeidet mer enn 10 timer regnet som sysselsatt (arbeider, funksjonær og selvstendig). Dette forklarer sannsynligvis hvorfor arbeidere er "underrepresentert" og studenter "overrepresentert" i mediebruksundersøkelsen. Det samme er tilfellet for pensjonister.

⁴ SSB gir ikke offisielle tall på personnivå på grunnlag av Inntekts- og formueundersøkelsen for husholdninger. I mediebruksundersøkelsen 1999 var det 200 respondenter (10,5 %) som ikke oppga husholdningsinntekt, en så stor andel uoppgitt gir økt usikkerhet i estimatene.

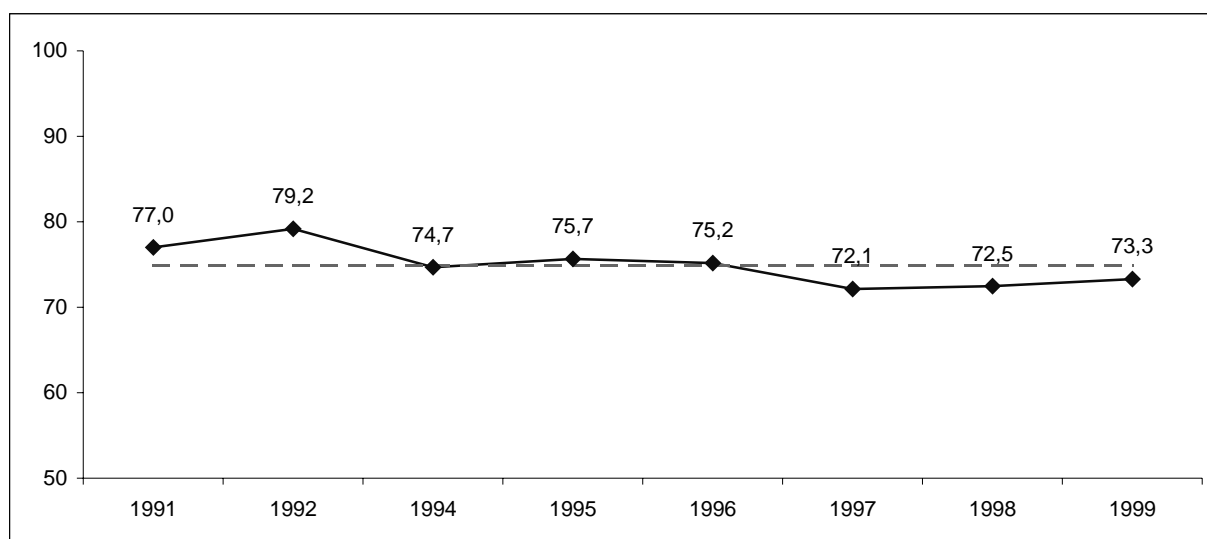
⁵ I mediebruksundersøkelsen blir personene spurt om lengde og type utdanning, mens det i registeret er opplysninger fra utdanningsinstitusjonene. Størrelsene er derfor ikke helt sammenliknbare. 30 respondenter (1,6 %) har ikke oppgitt utdanning.

Tabell 6. Utvalgte kjennetegn i nettoutvalget sammenliknet med målgruppen.

	Antall	Prosent	Prosent i målgruppen	Differanse mellom nettoutvalg og målgruppe
Alle	1898	.	.	.
Kjønn				
Menn	925	48,7	49,9	-1,2
Kvinner	973	51,3	50,1	1,2
Alder				
9-12	112	5,9	4,3	1,6
13-15	94	5,0	4,4	0,6
16-19	112	5,9	6,1	-0,2
20-24	136	7,2	9,0	<u>-1,9</u>
25-34	388	20,4	18,6	1,8
35-44	323	17,0	17,4	-0,3
45-54	312	16,4	15,3	1,1
55-66	212	11,2	12,3	-1,2
67-79	209	11,0	12,5	-1,5
Utdanning (16-79 år)⁵				
Ungdomsskolenivå	296	17,8	21,3	-3,5
Videregående skolenivå	896	53,9	55,6	-1,7
Universitet/høgskolenivå I	111	6,7	9,9	-3,2
Universitet/ høgskolenivå II+	359	21,6	13,2	8,4
Husholdningsinntekt⁴				
Under 200 000 kr.	290	17,1	18,0	-0,9
200 000 - 299 000	284	16,7	17,0	-0,3
300 000 - 399 000	268	15,8	15,0	0,8
400 000 - 499 000	336	19,8	17,0	2,8
500 000 - 599 000	225	13,3	13,0	0,3
600 000 eller mer	295	17,4	20,0	-2,6
Sosioøkonomisk status (16-79 år)³				
Arbeidere	244	14,8	21,3	-6,5
Lavere funksjonærer	144	8,7	12,8	-4,1
Høyere funksjonærer	635	38,5	36,1	2,3
Selvstendige	103	6,2	4,9	1,3
Elever/studenter	161	9,8	5,2	4,5
Pensjonister	308	18,7	14,5	4,2
Hjemmearbeidende	56	3,4	5,1	-1,7
Husholdningsstørrelse				
Bor alene	257	13,5	18,6	<u>-5,1</u>
2 husholdningsmedlemmer	545	28,7	26,2	<u>2,5</u>
3 husholdningsmedlemmer	376	19,8	17,7	<u>2,1</u>
4 husholdningsmedlemmer	430	22,7	21,8	0,9
5 husholdningsmedlemmer eller flere	290	15,3	15,6	-0,3
Landsdel				
Oslo og Akershus	380	20,0	21,7	-1,7
Hedmark og Oppland	155	8,2	8,3	-0,1
Østlandet ellers	359	18,9	19,3	-0,3
Agder/Rogaland	298	15,7	14,0	1,7
Vestlandet	342	18,0	17,6	0,4
Trøndelag	186	9,8	8,7	1,1
Nord-Norge	178	9,4	10,4	-1,0

En målsettingen med mediebruksundersøkelsene er å måle utviklingen av mediebruk over tid. I den forbindelse er det viktig å se på utviklingen av svarprosenten over tid. Den heltrukne grafen i figur 3 viser utviklingen i svarprosent fra 1991 og frem til 1999, den stiplede grafen viser gjennomsnittlig svarprosent for hele nittitallet. I 1991, 1994 og 1997 ble det gjennomført undersøkelser om kultur- og mediebruk, mens det i 1992, 1995, 1996, 1998 og 1999 kun ble gjennomført mediebruksundersøkelser. Vi ser at det er et gjennomgående trekk at svarprosenten blir lavere i de årene vi gjennomfører kultur- og mediebruksundersøkelser. Den viktigste årsaken til dette er sannsynligvis at lengre intervjuetid gir økt frafall. Videre viser figuren at frafallet har økt i de senere år, men at vi i 1999 har greid å snu trenden.

Figur 3: Utviklingen i svarprosent fra 1991 til 1999



4.3 Usikkerhet og feilmarginer

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

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

Det er ikke foretatt egne beregninger av slike anslag for denne undersøkelsen. Tabell 7 viser likevel tilnærmet størrelse på standardavviket for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser. Av tabell 7 går det fram at usikkerheten minker når antall observasjoner øker, og at usikkerheten øker når observasjoner minker og når prosenttallet nærmer seg 50.

Tabell 7. Forventet standardavvik for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser.

Prosent	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	35/65	40/60	50/50
Antall observasjoner									
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
450	1,0	1,4	1,7	1,9	2,0	2,2	2,3	2,3	2,4
500	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,1	2,1	2,2	2,2
1000	0,7	0,9	1,1	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,6
1500	0,6	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3
1898	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1

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.

For å illustrerer hvordan en kan bruke tabell 7 for å finne konfidensintervaller kan vi ta utgangspunkt i antall personer som hører på radio en gjennomsnittsdag i 1999: 60 prosent av den norske befolkning mellom 9 og 79 år hørte på radio en gjennomsnittsdag i 1999 (Vaage 2000:15). Anslaget på standardavviket til et observert prosenttall på 60 er 1,1 når antall observasjoner er 1889. Konfidensintervallet for den sanne verdi får grensene $60 \pm 2 * 1,1$. Det vil si at intervallet som strekker seg fra 62,2 til 57,8 prosent med 95 prosent sannsynlighet inneholder den tallstørrelsen en ville fått om hele befolkningen mellom 9 og 79 år hadde vært med i undersøkelsen.

Ofte er det ønskelig å sammenlikne prosenttall for flere grupper. Når to usikre tall sammenliknes, vil usikkerheten på forskjellen mellom dem vanligvis bli større enn usikkerheten knyttet til hvert enkelt tall. Standardavviket til forskjeller mellom to prosenttall er lik 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 EDB-assistert intervjuing, innsamlingsfeil og bearbeidingsfeil

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

Datainnsamlingen i denne undersøkelsen foregikk ved hjelp av pc-er. Intervjuerne ringte opp respondentene, leste opp spørsmålene fra dataskjermen og registrerte svarene direkte på maskinen. En fordel med EDB-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 EDB-assistert intervjuing mulighet for direkte kontroll av svarkonsistens mellom ulike spørsmål. For hvert spørsmål er det lagt inn grenser for gyldige verdier. I tillegg er det bygget inn et omfattende feilmeldingssystem dersom intervjueren taster inn et svar som er inkonsistent i forhold til tidligere svar.

Alle disse sidene ved EDB-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. EDB-assistert intervjuing hindrer likevel ikke alle feil. Redusert datakvalitet kan for eksempel være et resultat av dårlig formulerte spørsmål, eller at det er dårlig samsvar mellom spørsmål og svaralternativer

Innsamlingsfeil kan også komme av at intervjupersonen avgir feil svar. Det kan skyldes vansker med å huske forhold tilbake i tiden. Det kan også skyldes misforståelser av spørsmål. Når det blir spurt om forhold som folk erfaringsmessig finner kompliserte, må en regne med å få en del feilaktige svar. I spørsmål om utdanning står vi i fare for at respondenter kan feilaktig oppgi visse typer utdanning som høyere utdanning. Det er derfor blitt diskutert hvorvidt en bør gå over til å benytte registeropplysninger for utdanning. Hensynet til tidsserien har gjort at vi foreløpig ikke har endret på spørsmålsformuleringen eller begynt å benytte register (se for øvrig side 8). 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 som det er mulig, er erfaringen at de statistiske resultatene i de fleste tilfeller påvirkes forholdsvis lite av både innsamlingsfeil og bearbeidingsfeil. Virkningen av feil kan likevel være av betydning i noen tilfeller. Det gjelder særlig hvis feilen er systematisk, det vil si at den samme feilen gjøres relativt ofte. Tilfeldige feil har forventningen 0, og medfører ikke skjevhet i estimatene. En tenker seg at feil som ikke er systematiske trekker like mye i hver retning, og at de derfor har svært liten effekt.

5. Test av spørsmålene om tid brukt til å se på fjernsyn og høre på radio.

I de seinere årene har tallene for tid brukt til radiolytting og fjernsynsning fra Norsk Gallup og MMI vært systematisk høyere enn de resultatene SSB har fått i Mediebruksundersøkelsen. Dette kan ha forskjellige forklaringer. For å teste om spørsmålsstillingen kan være blant årsakene, ble formuleringene på disse spørsmålene forandret, og rettet til et testutvalg på 268 personer i septemberundersøkelsen 1998. Det ordinære utvalget fikk de tradisjonelle spørsmålene og fungerte dermed som et kontrollutvalg.

De spørsmålene som vanligvis er brukt er generelle for tidsbruk hele døgnet: "Omtrent hvor lang tid hørte du alt i alt på radio i perioden fra kl. 6 om morgenen i går til kl. 6 om morgenen i dag tidlig?" Dette spørsmålet følger etter et spørsmål om når man hørte på radio i går, deretter mer konkret hvilke kanaler man hørte på og hvilke typer program man hørte på. Disse forutgående spørsmålene kan fungere som en hjelp til å huske bedre hva man brukte av tid til radiolytting. Spørsmålene er lagt i en slik rekkefølge for at de skal gi intervjuobjektet (IO) best mulig utgangspunkt for tenke gjennom hva han/hun gjorde dagen i forveien.

Det alternative opplegget knytter tiden brukt til radiolyttig (og fjernsynsning) direkte til de forutgående spørsmålene. Det mest omfattende opplegget vil være å knytte tidsbruken til alle de forutgående svarene, både tidsintervall, kanal og programtype. Dette vil bli svært omstendelig og krevende, med mange tilfeldige svar. Det vil også bli svært omstendelig å knytte tidsbruken til både tidsintervall og kanal. Noe mindre omstendelig vil det være å knytte tidsbruken bare til døgnetts ulike tidsintervaller. Dette vil bare ha liten betydning for intervjuets lengde, og dermed heller ikke øke kostnadene for undersøkelsen i særlig grad. Det viktigste er likevel at det ikke vil bli for detaljert og spissfindig for intervjuobjektet - og at svarene står i et brukbart forhold til virkeligheten.

5.1 Det opprinnelige opplegget

I det opprinnelige opplegget blir ikke tidsperiodene som benyttes i undersøkelsen lest opp. Etter å ha svart "ja" på om man hørte på radio i går, er spørsmålet: "Når på døgnet hørte du på radio i går?" Intervjuer krysser så av de alternativene som passer i forhold til IOs svar. De alternativene - som ikke leses opp - er:

- mellom kl. 6 og 10 om morgenen
- mellom kl 10 og 15 om dagen
- mellom kl. 15 og 19 om ettermiddagen
- mellom kl. 19 og 22 om kvelden
- mellom kl. 22 og 24 om kvelden
- mellom kl. 24 og 06 om natten

Deretter blir IO spurt om hvilke kanaler han/hun hørte dagen i forveien og hva slags type program som ble hørt på. Til slutt blir så IO spurt om hvor lang tid alt i alt som ble brukt på radiolytting dagen i forveien. Det samme opplegget benyttes for tv-seing.

5.2 Testopplegget

Etter det alternative opplegget skal i prinsippet alle tidsperiodene som blir nevnt ovenfor leses opp, men de er noe justert i forhold til hvordan radiolytting og fjernsynseing fordeler seg over døgnet. De som svarer "ja" på de enkelte periodene får spørsmål om i hvilket eller hvilke tidsrom de hørte på radio i denne perioden. For hver periode blir IO bedt om å tenke på hvilke kanaler og program de hørte/så på. Selve registreringen av kanal og program skjer derimot etter alle tidsangivelsene.

Radio

1. Tenk på hva du gjorde mellom kl. 6 og 10 i går. Hørte du da på radio?

Ja

Nei

Hørte ikke på radio i går

2. Tenk på hvilke radiokanaler og radioprogram du hørte på i denne perioden. Kan du da huske når du hørte på radio mellom kl. 6 og 10?

Mellom kl. og kl.
Time Minutt Time Minutt

Og mellom kl. og kl.
Time Minutt Time Minutt

Evt. flere...

3. Tenk så på hva du gjorde mellom kl. 10 og 15 i går. Hørte du da på radio?

Ja

Nei

Hørte ikke på radio i går

4. Tenk på hvilke radiokanaler og radioprogram du hørte på i denne perioden. Kan du da huske når du hørte på radio mellom kl. 10 og 15?

Mellom kl. og kl.
Time Minutt Time Minutt

Og mellom kl. og kl.
Time Minutt Time Minutt

Evt. flere...

Osv.

kl. 15-19

kl. 19-22

kl. 22-24

kl. 24-06

5. Hvilke radiokanaler hørte du på mellom kl 6 i går morges og kl 6 idag tidlig.

6. Så vil vi vite hva slags radioprogram du hørte på i (kanaler hørt på) i går?

Fjernsyn

1. Tenk på hva du gjorde mellom kl. 6 og 12 i går. Så du da på fjernsyn?

Ja

Nei

Så ikke på fjernsyn i går

2. Tenk på hvilke fjernsynskanaler og fjernsynsprogram du så på i denne perioden. Kan du da huske når du så på fjernsyn mellom kl. 6 og 12?

Mellom kl. og kl.
Time Minutt Time Minutt

Og mellom kl. og kl.
Time Minutt Time Minutt

Evt. flere...

3. Tenk så på hva du gjorde mellom kl. 12 og 18 i går. Så du da på fjernsyn?

Ja

Nei

Så ikke på fjernsyn i går

4. Tenk på hvilke fjernsynskanaler og fjernsynsprogram du så på i denne perioden. Kan du da huske når du så på fjernsyn mellom kl. 12 og 18?

Mellom kl. og kl.
Time Minutt Time Minutt

Og mellom kl. og kl.
Time Minutt Time Minutt

Evt. flere...

Osv.

kl. 18-21

kl. 21-24

kl. 24-06

5. Hvilke fjernsynskanaler så du på mellom kl 6 i går morges og kl 6 idag tidlig?

6. Så vil vi vite hva slags fjernsynsprogram du så på i (kanaler hørt på) i går?

5.3 Resultat av testen:

Tabell 8: Andel som ser på fjernsyn en gjennomsnittsdag, tid brukt blant alle og blant de som ser fjernsyn. Mediebruksundersøkelsen i september 1998 og test i samme periode.

	Andel TV-seere		Tid sett alle		Tid sett seere		Antall svar	
	sept.	test	sept.	test	sept.	test	sept.	test
Alle	80	80	108	134	134	167	469	268
Kjønn								
Menn	85	87	120	145	142	167	232	139
Kvinner	76	73	95	122	126	167	237	129
Alder								
9-15 år	88	75	124	111	142	148	48	24
16-24 år	80	86	94	132	118	153	64	29
25-44 år	81	76	107	127	131	168	176	104
45-66 år	76	81	96	129	126	159	137	83
67-79 år	84	93	150	196	179	212	44	28

Tallene viser at det er lite sannsynlig at andelen som ser på fjernsyn blir endret betydelig ved å bruke testopplegget. Det er tydelige avvik mellom mediebarometeret og testen for den laveste og den høyeste aldersgruppen, men her er utvalget så lavt at det er stor usikkerhet knyttet til dem.

Det er derimot klare forskjeller når det gjelder tiden brukt til fjernsynsseing. I gjennomsnitt er det en økning blant de som ser på fjernsyn på ca. 25 prosent. Det er dermed stor sannsynlighet for at testmetoden fanger opp mer av den tiden som blir brukt til fjernsynsseing. Når forskjellen er liten blant de yngste, kan dette muligens skyldes at de har fjernsynsseingen sin mer konsentrert på ettermiddag og tidlig kveld, slik at forskjellen mellom de to spørreteknikkene ikke har samme effekt som for personer som har en spredt fjernsynsseing over større del av døgnet.

Tabell 9: Andel som lytter på radio en gjennomsnittsdag, tid brukt blant alle og blant de som lytter. Mediebruksundersøkelsen i september 1998 og test i samme periode.

	Andel radiolyttere		Tid lyttet alle		Tid lyttet blant lyttere		Antall svar	
	sept	test	sept.	test	sept	test	sept.	test
Alle	61	64	86	125	142	194	469	268
Kjønn								
Menn	61	65	89	129	145	200	232	139
Kvinner	61	64	84	120	139	189	237	129
Alder								
9-15 år	35	38	22	25	66	67	48	24
16-24 år	53	66	78	126	147	192	64	29
25-44 år	65	68	94	132	145	193	176	104
45-66 år	67	66	91	146	135	221	137	83
67-79 år	66	64	122	119	184	185	44	28

Tallene for radio viser samme tendens som for fjernsyn; andelen radiolyttere per dag er nokså lik, mens tid brukt til radiolytting er høyere med testspørsmålene. Økningen er i gjennomsnitt på 37 prosent. For den laveste og den høyeste aldersgruppen er det derimot ikke noen forskjell mellom testen

og mediebruksundersøkelsen. Her kan årsaken være usikkerhet pga. lite utvalg. For barnas del kan det også være slik at den perioden de lytter er så begrenset at de har god oversikt over lyttingen sin.

Tabell 10: Andel som lytter på plater/kassetter/cd en gjennomsnittsdag, tid brukt blant alle og blant de som lytter. Mediebruksundersøkelsen i september 1998 og test i samme periode.

	Andel platelyttere		Tid lyttet alle		Tid lyttet blant lyttere		Antall svar	
	sept.	test	sept.	test	sept.	test	sept.	test
Alle	38	37	27	29	71	80	469	268
Kjønn								
Menn	37	39	24	33	64	86	232	139
Kvinner	39	34	30	25	76	73	237	129
Alder								
9-15 år	67	71	30	43	45	61	48	24
16-24 år	75	83	74	88	98	106	64	29
25-44 år	38	37	26	28	70	80	176	104
45-66 år	23	20	13	13	58	64	137	83
67-79 år	5	7	2	4	35	60	44	28

I testen ble det også stilt spørsmål om lytting til plater/kassetter/CD-plater, men på samme måte som i hovedundersøkelsen. Dette ble brukt som kontrollspørsmål. Tallene for denne type medier viser at forskjellene er små og usystematiske. De er ikke på det nivået som vi finner for radio og fjernsyn. Dette burde derfor være en indikasjon på at de forskjellene vi finner for radio og fjernsyn ikke er rent tilfeldig, men bør skyldes ulike spørreteknikk i testen og i mediebruksundersøkelsen.

Ulike tider av døgnet

Det var også en mulighet for at andelen som ser på fjernsyn og lytter til radio til ulike tider av døgnet ville bli forskjellig mellom testen og mediebruksundersøkelsen.

Tabell 11: Andel som ser på fjernsyn til ulike tider av døgnet en gjennomsnittsdag. Mediebruksundersøkelsen i september 1998 og test i samme periode.

	kl. 6-10		kl. 10-15		kl. 15-19		kl. 19-24		kl. 24-06	
	sept	test	sept	test	sept	test	sept	test	sept	test
Alle	5	8	4	10	30	43	73	72	4	5
Alder										
9-15 år	13	29	10	17	44	46	67	50	2	13
16-24 år	6	3	0	17	30	38	64	69	3	10
25-44 år	4	8	3	9	25	38	76	67	7	3
45-66 år	2	5	2	10	23	42	72	80	4	4
67-79 år	9	4	9	7	57	64	80	89	0	4

Tabell 11 viser forskjellene for fjernsynsseingen. Forskjellene er ikke helt systematiske. Seing på kveldstid og om natten er nokså lik mellom de to spørreteknikkene. På morgen, dag og ettermiddagstid er derimot forskjellen mer markante. Særlig gjelder det ettermiddag, hvor alle aldersgrupper viser en høyere andel i testen enn i hovedundersøkelsen.

Tabell 12: Andel som lytter på radio til ulike tider av døgnet en gjennomsnittsdag. Mediebruksundersøkelsen i september 1998 og test i samme periode.

	kl. 6-10		kl. 10-15		kl. 15-19		kl. 19-24		kl. 24-06	
	sept	test	sept	test	sept	test	sept	test	sept	test
Alle	39	46	26	27	28	28	11	13	1	3
Alder										
9-15 år	10	21	6	4	13	13	17	8	0	0
16-24 år	22	28	13	24	30	31	22	38	3	7
25-44 år	40	48	30	32	33	28	8	13	1	5
45-66 år	50	52	31	31	27	33	9	8	1	2
67-79 år	59	57	34	21	20	29	7	4	5	0

Forskjellene mellom testen og mediebruksundersøkelsen er derimot små når det gjelder radiolytting til ulike tider av døgnet. Forskjellen er størst om morgenen, men heller ikke her er det noen entydig økning; blant de eldre er andelen lavere i testen.

Tabell 13: Andeler radiolyttere og TV-seere som har oppgitt tid brukt på halvtimesnivå. Prosent

Minutter	Radio		Fjernsyn	
	sept	test	sept	test
30	10	8	8	11
60	14	12	11	5
90	5	4	9	7
120	15	9	16	10
150	3	4	7	6
180	8	11	12	9
210	1	3	3	6
240	5	4	9	3
270	1	0	3	3
300	5	3	2	3
330	0	2	0	2
360	2	4	1	1
390	0	0	0	1
420	2	1	0	1
450	1	2	0	1
480	1	1	1	1
510	0	1	0	0
540	0	1	0	1
570	0	1	0	1
600	0	1	0	0
630	0	1	0	0
660	0	1	0	0
690	0	1	0	0
720	1	0	0	1
750	0	1	0	0
Sum	74	76	82	73

Noe av kritikken mot det opprinnelige opplegget var at man fikk mange svar på tid sett og hørt med runde tall, dvs. på halvtimes- eller timesnivå. Med det nye opplegget, der man ble spurt om når man startet og sluttet å se/høre, skulle dette i teorien bli mer presist.

Slik tabell 13 viser, ble forskjellen mellom det opprinnelige opplegget og testen, nokså liten. For tv-seingen sin del var det noen færre svar på halvtimesnivå på testen enn på det opprinnelige opplegget. Likevel var omtrent tre av fire svar på halvtimesnivå. For radiolytting ble det flere svar på halvtimesnivå i testen enn i det opprinnelige opplegget.

5.4 Konklusjon

På grunnlag av de resultatene testen viste i forhold til det opprinnelige opplegget, ble det valgt å endre opplegget for spørsmålene i mediebruksundersøkelsen når det gjelder tid brukt til radiolytting og fjernsynsseing. Derimot ble opplegget for måling av prosentandel som ser på fjernsyn og hører på radio per dag beholdt som før.

Endringen på tidsbruk ble ikke gjort slik opplegget var i testen. Opplegget som ble brukt i testen var temmelig komplisert og samtidig nokså avvikende fra målinger på tid brukt på andre medier. En måling av tidsbruk innenfor intervaller, der man bare framhever noen få tema og ser bort fra andre kan også ha en tendens til å overfokusere på denne type aktiviteter men andre aktiviteter man gjorde i samme periode blir utelatt.

En alternativ måte å måle tid på ble derfor valgt. Dette opplegget går ut på at man først spør alle om de har sett fjernsyn/hørt på radio dagen i forveien. Deretter splittes døgnet opp i seks perioder:

6-10, 10-15, 15-19, 19-22, 22-24, 24-06.

For hver av disse periodene blir de som har benyttet mediet dagen i forveien spurt om de så/hørte på mediet i denne perioden og hvor lenge han/hun gjorde dette. Dette gir informasjon om mediebruk fordelt over døgnet og den sammenslåtte tidsbruken gir tid til mediebruk per døgn.

Slik ble resultatene i 1999

Tabell 14: Tid brukt på TV blant alle, etter kjønn og alder mars 1998-desember 1999 og i testen september 1998. Minutter.

	Mars 98	Juni 98	Sept. 98	Test 98	Des. 98	Mars 99	Juni 99	Sept. 99	Des. 99
Alle	129	126	108	134	114	154	124	130	157
Kjønn									
Menn	122	138	120	145	122	174	131	121	161
Kvinner	136	115	95	122	107	135	117	139	153
Alder									
9-15 år	116	128	124	111	141	166	117	131	142
16-24 år	128	151	94	132	96	149	152	158	152
25-44 år	119	123	107	127	107	144	108	122	150
45-66 år	132	116	96	129	117	149	115	117	165
67-79 år	174	138	151	196	112	190	170	163	184

Tabell 14 viser at det fra 1998 til 1999 er blitt en heving av tidsbruken på fjernsynsseing i undersøkelsen. 1999-tallene er dermed mer i tråd med testen som ble gjennomført i september 1998. Dette gjelder for befolkningen totalt og blant menn og kvinner og i ulike aldersgrupper.

Tabell 15: Tid brukt på radio blant alle, etter kjønn og alder mars 1998-desember 1999 og i testen september 1998. Minutter.

	Mars 98	Juni 98	Sept. 98	Test 98	Des. 98	Mars 99	Juni 99	Sept. 99	Des. 99
Alle	76	81	86	125	88	99	92	88	91
Kjønn									
Menn	77	76	89	129	89	98	94	90	85
Kvinner	74	86	84	120	86	100	90	87	97
Alder									
9-15 år	25	23	22	25	16	39	43	13	24
16-24 år	77	73	78	126	65	74	91	76	100
25-44 år	75	100	94	132	90	112	104	93	90
45-66 år	90	81	91	146	129	117	90	101	103
67-79 år	97	92	122	119	71	96	102	129	122

Det er liten endring i tidsbruk på radiolytting i undersøkelsene i 1998 og 1999. Vi har ikke fått det utslaget som testen i 1998 skulle tilsi. Dette kan skyldes at testopplegget som ble brukt for radiolyttingens del har overfokuset på denne aktiviteten og kan ha fanget opp perioder der radioen har stått på mens det ikke har vært noen reell radiolytting. Det opplegget som er brukt fra mars 1999 retter seg mest inn på å fange opp folks reelle radiolytting.

5.5 Hvor stort bør tilleggsutvalget være?

Tilleggsutvalget må trekkes på samme måte som det ordinære utvalget. Resultatene fra begge utvalg vil være beheftet med usikkerhet, slik at eventuelle differanser må være av en viss størrelse før vi vil tolke dem som uttrykk for reelle forskjeller. Vi har gjort noen beregninger for å få et begrep om hvilken størrelsesorden det her dreier seg om. Datamaterialet fra juniundersøkelsen 1997 gir et standardavvik for daglig TV-seing på 93,7 minutter og for radiolytting på 111,3 minutter.

Vi forutsetter at usikkerheten i disse tallene ikke avviker vesentlig fra året ellers, og at de er også er representative for usikkerheten i tilleggsutvalget. Størrelsen på det ordinære utvalget ligger fast. Med svarprosenten på linje med det som har vært vanlig i de senere undersøkelsene vil vi få ca 450 observasjoner i det ordinære nettoutvalget. Mulighetene for å regulere presisjonsnivået i resultatene ligger i første rekke i størrelsen på tilleggsutvalget.

Tabell 16 viser hvor stor differanse som må observeres mellom ordinært utvalg og kontrollutvalg for at den skal være signifikant med et signifikansnivå på 5 prosent. Hvis kontrollutvalget bare omfatter 100 svar, må vi måle forskjeller i gjennomsnittlig daglig TV-seing på vel 20 minutter og i daglig radiolytting på vel 24 minutter for at forskjellene skal være signifikante med nivå 5 prosent. Ved å doble kontrollutvalget i forhold til dette, dvs å få ca 200 svar, reduseres kravet til observert differanse med ca 25 prosent. Ved ytterligere økning i kontrollutvalget blir presisjonsgevinsten fort nokså marginal.

En annen måte å formulere desisjonsspørsmålet på, er å si at vi må måle en differanse av en viss størrelse for å vurdere en omlegging. Hvis vi setter dette nivået til 10 minutter, blir spørsmålet hvor sannsynlig en slik forskjell er for ulike utvalgsstørrelser. Tabell 17 viser dette.

Tabell 16. Terskelverdier for signifikans med signifikansnivå 5 prosent.

Antall svar i tilleggsutvalget	Observert differanse i minutter	
	TV-seing	radiolytting
100	20,30	24,11
150	17,31	20,56
200	15,61	18,53
250	14,49	17,20
300	13,69	16,26
350	13,09	15,54
400	12,62	14,99
450	12,24	14,54
500	11,93	14,17
550	11,67	13,86
600	11,45	13,60

Tabell 17. Signifikanssannsynlighet for observert differanse på 10 minutter etter størrelsen på tilleggsutvalget. Prosent

Antall svar i tilleggsutvalget	TV-seing	radiolytting
100	33	42
150	26	34
200	21	29
250	18	25
300	15	23
350	13	21
400	12	19
450	11	18
500	10	17
550	9	16
600	9	15

For et nettoutvalg på 200 tilsvarende en altså en differanse på 10 minutter mht TV-seing et signifikansnivå på 21 prosent. Med et nettoutvalg på 300 er nivået nede på 15 prosent. Det kreves betydelig økning for å øke nivået særlig utover dette.

En betydelig del av kostnadene forbundet med gjennomføringen av eksperimentet vil være knyttet til intervjuingen. Jo større utvalg, jo større relativ andel utgjør de variable kostnadene. Vi har ikke gjort noe forsøk på en eksakt beregning av noe skjæringspunkt, men når vi kommer opp i nettoutvalg på 300-350 må gevinsten i presisjon sies å være liten i forhold til økningen i kostnader. Vi må ta høyde for en del frafall, slik at for å sitte igjen med 300 svar trenger vi å intervju minst 400 personer. Det tilsvarende en svarprosent på 75. Vi mener at et tilleggsutvalg på brutto 400 personer vil være et bra kompromiss mellom krav til sikkerhet og hensyn til kostnader.

6. Referanser

Vaage, Odd Frank (2000) *Norsk Mediebarometer 1999. Statistiske analyser 36*. Statistisk sentralbyrå
Oslo-Kongsvinger

Oslo, november 1999

Saksbehandler: Anne Sundvoll, tlf.: 800 83 028 (grønt nummer)

Seksjon for intervjuundersøkelser

Undersøkelse om bruk av massemedier

Statistisk sentralbyrå skal nå gjennomføre en undersøkelse om bruk av massemedier. Undersøkelsen gjennomføres i samarbeid med Institutt for journalistikk og Telenor. Formålet med undersøkelsen er å lage offentlig statistikk over tilgang til og bruk av massemedier som fjernsyn, radio og aviser. Slik informasjon er nyttig for myndigheter og andre som legger til rette medietilbud. I tillegg vil resultatene bli brukt i våre egne publikasjoner, i forskning og undervisning.

Til undersøkelsen er det trukket et tilfeldig landsdekkende utvalg på 2 600 personer i alderen 9-79 år. **Du er kommet med i dette utvalget** og vil om kort tid bli kontaktet av en av våre intervjuere som vil avtale tid for et intervju. Intervjuet tar under en halv time og vil bli gjennomført på telefon.

Det er frivillig å delta, men skal vi få pålitelige resultater er vi avhengige av at de som er trukket ut deltar. Utvalget danner et tverrsnitt av den norske befolkning. Svarene fra den enkelte forteller derfor noe om den befolkningsgruppen han eller hun tilhører. Når noen ikke svarer, får vi dårligere informasjon om en del av befolkningen. **Vi kan ikke erstatte deg med en annen.**

Undersøkelsen er godkjent av Datatilsynet og personopplysninger vil bli behandlet etter lovbestemte regler. Vi vil aldri offentliggjøre eller videreformidle opplysninger om hva den enkelte har svart. Alle personidentifiserbare opplysninger vil bli fjernet senest 6 måneder etter at datainnsamlingen er avsluttet.

Intervjuerne og alle andre som arbeider i Statistisk sentralbyrå har taushetsplikt. Intervjueren som ringer vil forklare deg hvordan du kan gå fram dersom du ønsker å få bekreftet at vedkommende arbeider for Statistisk sentralbyrå.

For mer informasjon, ring gratis på ovennevnte telefonnummer. Vi håper du vil delta!

Med vennlig hilsen

Svein Longva
adm. direktør

Asle Rolland
seksjonssjef

Oslo, november 1999

Saksbehandlar: Anne Sundvoll, tlf.: 800 83 028 (grønt nummer)

Seksjon for intervjuundersøkingar

Undersøking om bruk av massemedium

Statistisk sentralbyrå gjennomfører no ei undersøking om bruk av massemedium. Undersøkinga blir gjennomført i samarbeid med Institutt for journalistikk og Telenor. Føremålet med undersøkinga er å lage offentleg statistikk over tilgangen til og bruken av massemedium. Slik informasjon er nyttig for styresmaktene og andre som legg til rette medietilboda. I tillegg vil resultatene bli nytta i våre eigne publikasjonar, i forskning og undervisning.

Til undersøkinga er det trekt eit tilfeldig utval frå heile landet på om lag 2 600 personar i alderen 9-79 år. **Du er kome med i dette utvalet** og vil om kort tid bli kontakta av ein av intervjuarane våre. Intervjuet tek under ein halv time og vil bli gjennomført over telefon.

Du står fritt til å velje om du vil vere med i undersøkinga, men skal vi få pålitelege resultat er det avgjerande at dei som er trekte ut blir med. Utvalet dannar eit tverrsnitt av innbyggjarane i Noreg. Svare frå den enkelte fortel difor noko om den gruppa han eller ho høyrer til. Når nokon ikkje svarar, får vi dermed dårlegare opplysningar om ein del av befolkninga. **Vi kan ikkje erstatte deg med ein annan person.**

Undersøkinga er godkjend av Datatilsynet og personopplysningar vil bli handsama etter lovfesta reglar. Vi vil aldri offentleggjere eller vidareformidle opplysningar om kva den enkelte har svart. Alle personidentifiserbare opplysningar vil bli fjerna seinast 6 månader etter at datainnsamlinga er avslutta.

Intervjuarane og alle andre som arbeider i Statistisk sentralbyrå har teieplikt. Intervjuaren som ringjer vil fortelje korleis du kan gå fram om du ønskjer å få stadfesta at vedkomande arbeider for Statistisk sentralbyrå.

For meir informasjon, ring gratis på telefonnummer 800 83 028. Vi håpar du vil vere med!

Med venleg helsing

Svein Longva
adm. direktør

Asle Rolland
seksjonssjef

Oslo, november 1999

Saksbehandler: Anne Sundvoll , tlf.: 800 83 028 (grønt nummer)

Seksjon for intervjuundersøkelser

Undersøkelse om bruk av massemedier

Statistisk sentralbyrå skal nå gjennomføre en undersøkelse om bruk av massemedier. Undersøkelsen gjennomføres i samarbeid med Institutt for journalistikk og Telenor. Formålet med undersøkelsen er å lage offentlig statistikk over tilgang til og bruk av massemedier som fjernsyn, radio og aviser. Slik informasjon er nyttig for myndigheter og andre som legger til rette medietilbud. I tillegg vil resultatene bli brukt i våre egne publikasjoner, i forskning og undervisning.

Til undersøkelsen er det trukket et tilfeldig landsdekkende utvalg på 2 600 personer i alderen 9-79 år.

Du har et barn under 18 år som er kommet i utvalget. Barn som er 16 eller 17 år får eget brev om undersøkelsen. Dere vil om kort tid bli kontaktet av en av våre intervjuere, som vil avtale tid for et intervju. Intervjuet tar under en halv time og vil bli gjennomført på telefon.

Når personer under 18 år er trukket ut, vil intervjueren be om foresattes samtykke til å stille spørsmålene. Intervjuet bør helst gjennomføres ved at barnet og intervjueren får snakke uforstyrret sammen. Vi ser gjerne at foresatte er tilgjengelige under intervjuet. Noen spørsmål som gjelder hele husholdningen skal stilles til en av de foresatte. Det kan også hende at barnet trenger hjelp av foresatte til å besvare noen av de andre spørsmålene.

Det er frivillig å delta, men skal vi få pålitelige resultater er vi avhengige av at de som er trukket ut deltar. Utvalget danner et tverrsnitt av den norske befolkning. Svarene fra den enkelte forteller derfor noe om den befolkningsgruppen han eller hun tilhører. **Vi har ikke anledning til å erstatte en som ikke svarer med en annen.** Når noen ikke svarer, får vi dårligere informasjon om en del av befolkningen.

Undersøkelsen er godkjent av Datatilsynet og personopplysninger vil bli behandlet etter lovbestemte regler. Vi vil aldri offentliggjøre eller videreformidle opplysninger om hva den enkelte har svart. Alle personidentifiserbare opplysninger vil bli fjernet senest 6 måneder etter at datainnsamlingen er avsluttet.

Intervjuerne og alle andre som arbeider i Statistisk sentralbyrå har taushetsplikt. Intervjueren som ringer vil forklare deg hvordan du kan gå fram dersom du ønsker å få bekreftet at vedkommende arbeider for Statistisk sentralbyrå.

For mer informasjon, ring gratis på ovennevnte telefonnummer. Vi håper at dere vil delta!

Med vennlig hilsen

Svein Longva
adm. direktør

Asle Rolland
seksjonssjef

Oslo, november 1999

Saksbehandlar: Anne Sundvoll, tlf.: 800 83 028 (grønt nummer)

Seksjon for intervjuundersøkingar

Undersøking om bruk av massemedium

Statistisk sentralbyrå gjennomfører no ei undersøking om bruk av massemedium. Undersøkinga blir gjennomført i samarbeid med Institutt for journalistikk og Telenor. Føremålet med undersøkinga er å lage offentleg statistikk over tilgangen til og bruken av massemedium. Slik informasjon er nyttig for styresmaktene og andre som legg til rette medietilbod. I tillegg blir resultatane nytta i våre eigne publikasjonar, i forskning og undervisning.

Til undersøkinga er det trekt eit tilfeldig utval frå heile landet på om lag 2 600 personar i alderen 9-79 år. **Du har barn under 18 år som er kome med i utvalet.** Barn som er 16 eller 17 år, får eige brev om undersøkinga. De vil om kort tid bli kontakta av ein av intervjuarane våre. Intervjuet tek under ein halv time og vil bli gjennomført over telefon.

Når personar under 18 år er trekte ut, vil intervjuaren be føresette om samtykke til å stille spørsmål. Intervjuet bør helst bli gjennomført ved at barnet og intervjuaren får snakke uforstyrra saman. Vi ser gjerne at føresette er tilgjengelege under intervjuet. Nokre spørsmål som gjeld hushaldet skal stillast til ein av dei føresette. Det kan og hende at barnet treng hjelp av føresette til å svare på nokre av dei andre spørsmåla.

De står fritt til å velje om de vil vere med i undersøkinga, men skal vi få pålitelege resultat er det avgjerande at dei som er trekte ut blir med. Utvalet dannar eit tverrsnitt av innbyggjarane i Noreg. Svara frå den enkelte fortel difor noko om den gruppa han eller ho høyrer til. **Vi kan ikkje erstatte ein som ikkje svarar med ein annan person.** Når nokon ikkje svarar, får vi dårlegare opplysningar om ein del av befolkninga.

Undersøkinga er godkjend av Datatilsynet og personopplysningar vil bli handsama etter lovfesta reglar. Vi vil aldri offentliggjere eller vidareformidle opplysningar om kva den enkelte har svart. Alle personidentifiserbare opplysningar vil bli fjerna seinast 6 månader etter at datainnsamlinga er avslutta. **Intervjuarane og alle andre som arbeider i Statistisk sentralbyrå har teieplikt.** Intervjuaren som ringjer vil fortelje korleis de kan gå fram om du ønskjer å få stadfesta at vedkomande arbeider for Statistisk sentralbyrå.

For meir informasjon, ring gratis på telefonnummer 800 83 028. Vi håpar de vil vere med!

Med venleg helsing

Svein Longva
adm. direktør

Asle Rolland
seksjonssjef

INSTRUKS

Orientering og veiledning for intervjuerne

Produktnr. 590-3

MEDIEBRUKSUNDERSØKELSEN 1999

Innhold:	Side:
I. INNLEDNING	2
II. UTVALG, IO-LISTE, IO-BREV	2
1. Utvalg	2
2. IO-listen	2
3. IO-brev. Oversikt over ulike brevtyper	2
III. GJENNOMFØRINGEN AV FELTARBEIDET	3
1. Datainnsamlingen	3
2. Innsamlingsperioden	3
3. Telefonintervju	3
4. Intervju med barn	3
5. Forhåndsavtale om intervju	4
6. Registrering av frafall/avgang	4
7. Kontakten med kontoret	5
IV. INSTRUKS TIL UTFYLLING AV SKJEMA	5
1. Generelt	5
2. De enkelte spørsmålene i skjemaet	5
V. TID TIL FORBEREDELSE OG BETALING FOR PÅLAGT LØRDAGSARBEID..	7

- Kontaktpersoner:
- Planlegger: Anne Sundvoll tlf: 22 86 46 62
- Intervjuerkontakt: Grete Korsvoll tlf. 22 86 46 96
- EDB- ansvarlig: Solveig Myklestad tlf: 22 86 49 92

I. INNLEDNING

Undersøkelsen utføres i samarbeid med Institutt for journalistikk og Telenor. Formålet med undersøkelsen er:

- å kartlegge omfanget av folks bruk av massemedier,
- å gi et bilde av sesongmessige variasjoner i massemediebruken,
- å finne ut hva slags medier og kanaler ulike befolkningsgrupper velger.

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

SSB har tidligere gjennomført flere undersøkelser om massemediebruk. Den siste var i 1998, etter samme opplegg som denne. Vi regner med at resultatene vil bli viet stor offentlig oppmerksomhet.

II. UTVALG, IO-LISTE, IO-BREV

1. Utvalg

Til undersøkelsen er det trukket et utvalg på 2 600 personer i alderen 9-79 år. Disse er fordelt med 650 IO i henholdsvis mars, juni, september og desember, og hvert IO skal intervjues om en bestemt ukedag.

2. IO-listen

Personer som skal intervjues - dvs. IO - er merket med den ukedagen de skal intervjues om. Dersom IO ikke er husholdningens referanseperson, er referansepersonen tatt med helt til høyre på IO-listen, for å lette intervjuernes arbeid med å finne IO. IO's alder kommer automatisk fram i neste bilde når du har valgt IO fra listen. IO's alder skal være til hjelp for intervjuerne da det er en del spørsmål der foresatte skal svare i stedet for IO **9-15 år** (spm. B12-B13, B25-B31) eller for IO **16-18 år** (spørsmål B29-B31).

3. IO-brev. Oversikt over ulike brevtyper

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

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

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

III. GJENNOMFØRINGEN AV FELTARBEIDET

1. Datainnsamlingen

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

IO som skal intervjues om medier de har brukt lørdag, bør helst intervjues den påfølgende mandag, hvis de ikke selv uttrykker ønske om intervju på søndag og dette passer for deg. **Intervjuingen både for lørdag og søndag bør altså gjennomføres på mandag.**

2. Innsamlingsperioden

Innsamlingsperioden for Mediebruksundersøkelsen 1999 er to uker i hver periode. I nødsfall kan også den tredje uka i hver periode benyttes. Dette gjelder dersom det er enkelte IO du ikke har fått intervju med i de to foregående ukene. Utsett ikke starten av undersøkelsen uten at det er tvingende nødvendig. Hvis uforutsette ting dukker opp, kontakt kontoret. **Første feltperiode går fram til påske. Dersom vi blir nødt til å gjøre oppfølging etter påske, har vi plutselig kommet inn i en ny årstid med ny programsesong. Dette vil ha uheldige konsekvenser for målingen av medievaner.**

Intervjuperiodene er:

1. periode: 8.- 20. mars (22. - 27. mars)
2. periode: 31. mai - 12. juni (14. - 19. juni)
3. periode: 30. aug. - 11. sept. (13. - 18. sept.)
4. periode: 29. nov. - 11. des. (13. - 18. des.)

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

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

3. Telefonintervju.

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

4. Intervju med barn

I brevet til foresatte gjør vi oppmerksom på at intervjueren vil ta kontakt og foreta intervju over telefon. Vi opplyser også om at det er enkelte spørsmål som vi ønsker å stille til barnets foresatte.

Derfor bør foresatte være tilgjengelig mens barnet blir intervjuet. Avtal på forhånd med foresatte at de overtar når de aktuelle spørsmålene dukker opp.

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

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

5. Forhåndsavtale om intervju

For IO under 18 år skal du først innhente samtykke fra barnets foresatte. Dersom du ikke får foresattes tillatelse til å intervju, blir det frafall.

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

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

6. Registrering av frafall/avgang.

Her er kodene som gjelder når det er frafall, avgang.

Frafall (alternativ 3 på innledningsbilde)

- 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 pga skolegang/arbeid
- 32- Midlertidig fravær pga ferie e.l.
- 34- IO har ikke telefon/ finner ikke adressen, boligen.
- 35- IO ikke å treffe av andre årsaker

- 41- Andre frafallsgrunner

Avgang(alternativ 4 på

- 51- IO død
- 52- Bosatt i utlandet minst 6 mnd(utvandret).
- 53- Bosatt på institusjon

Overføring

- 61- Kjenner IO
- 62 - Intervjuer kapasitetsproblemer, sykdom o.l.

Overføring til annen intervjuer skal kun brukes på grunn av egen sykdom eller kapasitetsproblemer.

7. Kontakten med kontoret

Kontaktperson ved kontoret er Grete Korsvoll (tlf.: 22 86 46 96). Du må **ikke nøle med å ta kontakt** om det er noe du ikke finner ut av, men vi ber deg først se etter i instruksene, om det står noe der som er svar på spørsmålene dine.

IV. INSTRUKS TIL UTFYLLING AV SKJEMA

1. Generelt

Før du starter intervjuarbeidet, er det viktig at du er fortrolig med spørsmålene i skjemaet, bl.a. hvilke spørsmål du skal stille til foresatte når IO er under 18 eller under 16 år.

Det er viktig at IO har forståelse for hvordan intervjuet skal foregå. I tilfelle du føler behov for å utdype innledningsteksten med en ytterligere presisering, har vi formulert et avsnitt du kan ha «for hånden»:

«---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. Denne undersøkelsen inneholder spørsmål om flere ulike tema. Det er vanskelig å lage spørsmål som passer like godt for alle men det er fint om du kan prøve å gi et svar, selv om det skulle komme et spørsmål som du ikke synes passer så godt.»

Når det gjelder en del av spørsmålene er det flere steder mer enn 9 svaralternativer. Husk da på å bruke mellomromstasten eller bindestrek mellom hvert tall du skriver. Skriver du f.eks. alternativ 1 og 2 uten noe mellomrom, vil programmet oppfatte dette som om du skrev alternativet 12.

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

2. De enkelte spørsmålene i skjemaet

RAD. 4:

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

RAD. 5:

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

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

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

FJERN. 1:

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

FJERN. 2:

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

FJERN. 3:

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

FJERN. 3 og 9:

NRK TO må ikke forveksles med den reklamefinansierte kanalen TV2.

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

TV-titting på Kanal M plasseres under "andre kanaler"

FJERN. 10:

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

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

DATA 1:

CD ROM-spiller er en CD-spiller bygget inn i en PC hvor en kan spille plater som inneholder TV-spill, leksikon eller annen form for informasjon eller underholdning. Dette kalles også "multi-media PC". **Modem** og **ISDN** er utstyr som er nødvendig for at en PC skal kunne kobles til telefonnettet, slik at man kan ha direkte kontakt med andre PC'er eller databaser utenfor hjemmet, også utenfor Norges grenser.

INTER. 2:

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

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

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

AVIS.1: Det er bare trykte aviser som skal med. Avislesing på internett eller på lystavler tas ikke med

AVIS. 2:

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

KINO. 1:

I dette spørsmålet blir IO bedt om å angi antall ganger han eller hun 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.

SPM B12

Skoleelever som bor på internat, skal regnes bosatt på hjemstedsadressen

SPM. B14:

Hvis IO er 16 år og ennå ikke ferdig med ni-årig skole, kryss av 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.

V. TID TIL FORBEREDELSE OG BETALING FOR PÅLAGT LØRDAGSARBEID

Dere får 1 time for å sette dere inn i undersøkelsen. Dette påføres av oss.

Arbeid som dere må utføre på lørdag (med IO som skal kontaktes på lørdag og eventuelt gjenstående fredags-IO), godtgjøres med timelønnen + 45 %. Jmf. overenskomsten pkt. 3.1. avsnitt 3. Dere behøver ikke skrive noen merknad om dette i CAP. Systemet «ser» det ut fra datoen.

UNDERSØKELSE OM MEDIEBRUK 1999

Papirskjema

Vi begynner med noen spørsmål om radioapparater og radiotilbud.

RAD. 1 Kan du ta inn nærradiosendinger på noen radio i din husholdning?

- 1 JA
2 NEI
3 VET IKKE

RAD. 2 Hørte du på radio i går (i forgårs)? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Ta også med lytting på nærradio.

- 1 JA → RAD. 3
2 NEI → MUS. 1

RAD. 3 Hørte du på radio...

- A. mellom kl. 6 og 10 om morgenen i går? 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 i går (i forgårs)?

1. NRK P1
2. NRK P2
3. NRK P3
4. NRK, USPESIFISERT
5. P4
6. NÆRRADIO
7. ANNEN RADIOLYTTING
VET IKKE
-

*RAD. 5_ Hva slags radioprogram hørte du på i ... (kanal hørt i spm. 4) i går (i forgårs)?

1. SPORTSPROGRAM
2. DISTRIKTSPROGRAM/LOKALE NYHETER .
3. NYHETER ELLER NYHETSMAGASIN
UTENOM DISTRIKTSPROGRAM
4. VÆRMELDING
5. INFORMASJONSPROGRAM OM KULTURLIV
6. ANDRE INFORMASJONSPROGRAM, KÅSERI
FOREDRAG OM ARBEIDSLIV, NATUR,
SAMFUNN, POLITIKK, HJEM/FRITID ..
7. RELIGIØSE PROGRAM
8. RADIOTEATER ELLER OPPLESNINGER ..
9. KLASSISK MUSIKK, OPERA,
OPERETTE, MUSIKALER
10. KORPS- ELLER JANITSJARMUSIKK
11. FOLKEMUSIKK
12. PROGRAM OM POPULÆRMUSIKK,
ROCK, POP, JAZZ,
COUNTRY AND WESTERN
13. UNDERHOLDNINGSPROGRAM, LETTE
MAGASINPOSTER, KONKURRANSER
14. BARNE- OG UNGDOMSPROGRAM,
UTENOM RENE MUSIKKPROGRAM
15. ANDRE/USPESIFISERTE PROGRAM

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

MUS. 1B Har du platespiller hjemme eller i bil? JA/NEI

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

MUS. 2 Hørte du på kassettspiller, platespiller eller CD-spiller i går (i forgårs)? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

- 1
- A. KASSETTSPILLER → MUS. 3
- B. PLATESPILLER → MUS. 3
- C. CD-SPILLER → MUS. 3
- D. NEI, INGEN AV DELENE → FJERN. 1

MUS. 3 Omtrent hvor lang tid hørte du alt i alt på kassettspiller, platespiller eller CD-spiller i går (i forgårs)? Regn med både musikk og annet du hørte på.

TIMER

MINUTTER

STILLES BARE HVIS IO LYTTET TIL MER ENN ETT AV ALTERNATIVENE I MUS. 2. ANDRE GÅR TIL FJERN. 1.

MUS. 4 Hvor mye av dette var lytting på....

A.kassettspiller? ...
TIMER MINUTTER

B.platespiller?
TIMER MINUTTER

C.CD-spiller?
TIMER MINUTTER

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

- | |
|---------------------|
| 1 HAR 1 APPARAT |
| 2 HAR 2 |
| 3 HAR 3 |
| 4 HAR 4 |
| 5 HAR 5 |
| 6 HAR 6 |
| 7 HAR 7 ELLER FLERE |

→ FJERN. 2

8 HAR IKKE FJERNSYN HJEMME → FJERN. 6

*FJERN. 2 Har du fjernsynsapparat som er knyttet til

	JA 1	NEI 2	VET IKKE 3
A. - privat parabolantenne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. - kabelnett som dekker et større boligområde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. - fellesantenne for et mindre antall boliger eller leiligheter	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. - egen vanlig antenne der du kan ta inn flere kanaler enn NRK1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

*FJERN. 3 STILLES TIL IO SOM HAR SVART JA PÅ MINST ETT AV ALTERNATIVENE I SPØRSMÅL FJERN. 2. ANDRE GÅR TIL SPØRSMÅL FJERN 5.

Har du i tillegg til fjernsynssendinger fra NRK1 mulighet til å ta inn

	JA 1	NEI 2	VET IKKE 3
A. NrK 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. Norsk TV2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. TV Norge	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. TV3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. Andre norske reklamefinansierte fjernsynskanaler ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. Lokalfjernsyn utenom distriktsfjernsyn fra NRK	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
G. Svensk kanal 1 eller 2.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
H. Andre nabolands nasjonale TV-kanaler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
I. Andre nordiske reklamefinansierte fjernsynskanaler..	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
J. Reklamefinansierte TV-kanaler fra land utenom Norden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
T. Andre TV-kanaler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

FJERN. 4A Er det noen TV-kanaler husholdningen betaler særskilt for å kunne motta, dvs. såkalt betal-TV-abonnement?

- 1 JA -----> B Er dette eller noen av disse filmkanaler, f.eks. Filmnet eller TV1000?
 2 NEI -----> 5 1. JA
 3 VET IKKE -----> 5 2. NEI
 3. VET IKKE

FJERN. 5 Har du fjernsynsapparat hjemme der du med en fjernkontroll kan ta inn tekst-TV?

- 1 JA -----> FJERN. 6
 2 NEI -----> FJERN. 7
 VET IKKE -----> FJERN. 7

FJERN. 6 Så du på tekst-TV i går (i forgårs)?

- 1 JA
 2 NEI

FJERN. 7 Så du på fjernsyn i går (i forgårs)? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Ta ikke med videoseing.

- 1 JA -----> FJERN. 8
 2 NEI -----> VIDEO. 1

FJERN. 8 så du på fjernsyn...

- A. mellom kl. 6 og 10 om morgenen i går? 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 i går (i forgårs)?

1. NRK1
2. NRK TO
3. NORSK TV2
4. TV NORGE
5. TV3
6. ANDRE NORSKE REKLAMEFINANSIERTE KANALER
7. LOKAL-TV UTENOM NRK
8. SVENSK TV1/2
9. SVENSK TV4
10. ANDRE KANALER

*FJERN. 10 Hva slags fjernsynsprogram så du på i ... (KANAL SETT I FJERN. 9) i går (i forgårs)?

1. SPORTSPROGRAM
2. NYHETER ELLER NYHETSMAGASIN
3. DEBATTPROGRAM
4. INFORMASJONSPROGRAM OM SAMFUNN
5. INFORMASJONSPROGRAM OM KULTURLIV
6. PROGRAM OM TEKNIKK ELLER VITENSKAP
7. NATURPROGRAM
8. ANNEN TYPE INFORMASJONSPROGRAM
9. FJERNSYNSTEATER ELLER TEATER-OVERFØRINGER
10. BALLETT, OPERA, OPERETTE, MUSIKAL
11. SPILLEFILM, FJERNSYNSFILM
12. TV-SERIE
13. MUSIKKVIDEOER ELLER ANNET POP-PROGRAM
14. SERIØS MUSIKK
15. SPØRREKONKURRANSE
16. ANNEN UNDERHOLDNING
17. BARNE- OG UNGDOMSPROGRAM
18. RELIGIØSE PROGRAM
19. ANDRE/USPESIFISERTE PROGRAM

VIDEO. 1 Har du videospiller hjemme?

- | | | |
|---|--------------------------|---------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | J A |
| 2 | <input type="checkbox"/> | N E I |
| 3 | <input type="checkbox"/> | V E T I K K E |

VIDEO. 2 Så du på videofilm, video-opptak av fjernsynsprogram eller egenprodusert video-opptak i går (i forgårs)? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

J A ———> 2B
 N E I ———> SPILL. 1

VIDEO. 2B. Så du egenprodusert video	J A / N E I	} ———> VIDEO. 3
VIDEO. 2C. Så du opptak av fjernsynsprogram	J A / N E I	
VIDEO. 2D. Så du kjøpt eller leid videofilm	J A / N E I	

VIDEO. 3 Omtrent hvor lang tid så du på video i perioden fra kl. 6 om morgenen i går (i forgårs) til kl. 6 neste morgen?

<input type="text"/>	<input type="text"/>
T I M E R	M I N U T T E R

SPILL. 1 Har du eller noen andre i husholdningen din elektronisk spill som kobles til fjernsyn?

- 1 JA
2 NEI

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

- A. HJEMME ———> SPILL. 3
B. HOS ANDRE ———> SPILL. 3
C. NEI ———> DATA. 1

SPILL. 3 Brukte du noe slikt utstyr hjemme eller hjemme hos andre i går (i forgårs)?

- A. HJEMME ———> SPILL. 4
B. HOS ANDRE ———> SPILL. 4
C. NEI ———> DATA. 1

SPILL. 4 Omtrent hvor lang tid brukte du på dette i går (i forgårs)?

TIMER		MINUTTER	

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

- 1 JA ———> SPM A Er det CD ROM-spiller knyttet til denne maskinen?
2 NEI → DATA. 2 SPM B Er det Modem eller ISDN knyttet til denne maskinen?
SPM C Er det Internett-abonnement knyttet til denne maskinen?

DATA. 2 Har du i løpet av de siste syv dager brukt PC eller annen datamaskin...

- | | |
|---|------------|
| A ..hjemme
B ..på arbeid utenfor hjemmet
C ..på skole
D ..noe annet sted | → INTER. 1 |
|---|------------|

INGEN AV DELENE → TELE 1

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

- JA ————— 1B_1 Ble Internett brukt i forbindelse med...
NEI → DATA 3 ...arbeid
 1B_2...utdanning
 1B_3...privat

FOR HVERT AV SVARALTERNATIVENE SOM ER BRUKT I INTER 1B:

*INTER 2 1. Da du brukte Internett (i arbeid (A)/i utdanning (B)/privat (C)) siste uke; brukte du da...

... e-post

INTER 2 2 ... web-sider

INTER 2 3 ... nyhetsgrupper, også kalt news eller elektronisk oppslagstavle

INTER 2 4 ... Chat eller IRC

INTER 2 5 ... noe annet

INTER. 3 Brukte du Internett i går (I forgårs)?

JA
NEI

ER DET KRYSSET AV PÅ DATA. 2B OG/ELLER 2D, STILL SPØRSMÅL DATA. 3A. ELLERS GÅ TIL TELE 1.

DATA. 3A Brukte du PC eller annen datamaskin hjemme eller hjemme hos andre i går (I forgårs)?

- 1 HJEMME → 3B
2 HOS ANDRE → 3B
3 NEI → TELE. 1
-

DATA. 3B Omtrent hvor lang tid brukte du på dette i går (i forgårs)?

TIMER			MINUTTER	

DATA. 4 Brukte du hjemmedatamaskin i går (i forgårs)

	JA	NEI
A. - til underholdning eller spill	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
B. - som praktisk hjelpemiddel til hjem eller fritid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
C. - som hjelpemiddel i forbindelse med skolearbeid eller annen utdanning	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
D. - i forbindelse med ditt daglige arbeid (IKKE TIL IO 9-15 ÅR).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
E. - for kommunikasjon med modem, ISDN eller fax	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
F. - med CD ROM som hjelpemiddel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TELE 1A. Eier eller disponerer du mobiltelefon stort sett alene?

- 1 JA 2
2 NEI 1B

TELE 1B. Har du regelmessig adgang til mobiltelefon?

- 1 JA 2
2 NEI 1C

TELE 1C. Har du adgang til mobiltelefon av og til?

- 1 JA 2
2 NEI 4A

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 (EVNT. ANDRE ORGANISASJONER)
D. ANDRE

TELE 3. Hvor mange mobiltelefoner finnes det i din husholdning?

TELE 4A. Hvor mange private telefonsamtaler hadde du i alt i går (i forgårs)?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Regn både inn- og utgående samtaler

PRIVATE TELEFONSAMTALER I ARBEIDSTIDEN SKAL OGSÅ MED

INGEN	ANTALL:
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

TELE 4B. Hvor mange av disse samtalene brukte du mobiltelefon?

TELE 4B.ALT: Brukte du mobiltelefon i denne samtalen?

TELE. 5A. Hvor lang tid brukte du i alt på private telefonsamtaler/denne telefonsamtalen i går (i forgårs)?

TELE 5B. Hvor mye av denne tiden brukte du mobiltelefon

AVIS. 1A Leste du noen avis i går (i forgårs)? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

- 1 JA → B
2 NEI → AVIS. 5

AVIS. 1B hvor mange aviser leste du i går?

ANTALL:.....

*AVIS. 2 Hvilken avis eller hvilke aviser leste du i går (i forgårs)? SKRIV AVISNAVN. HAR IO LEST FLERE AVISER, SKRIV FØRST DEN AVIS IO LESTE MEST I, 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 i går (i forgårs)?

- | | |
|---|--------------------------|
| | 1 |
| 1. MELLOM KL. 6 OG 10 OM MORGENEN | <input type="checkbox"/> |
| 2. MELLOM KL. 10 OG 15 OM DAGEN | <input type="checkbox"/> |
| 3. MELLOM KL. 15 OG 19 OM ETTERMIDDAGEN | <input type="checkbox"/> |
| 4. MELLOM KL. 19 OG 22 OM KVELDEN | <input type="checkbox"/> |
| 5. MELLOM KL. 22 OG 24 OM KVELDEN | <input type="checkbox"/> |
| 6. MELLOM KL. 24 OG 06 OM NATTEN | <input type="checkbox"/> |

AVIS. 4 Omtrent hvor lang tid brukte du på å lese avis i går (i forgårs)?

TIMER	MINUTTER

AVIS. 5 Har du lest noe tidsskrift, foreningsblad eller lignende i løpet av de siste 7 dager?

- | | | | | |
|---|--------------------------|-----|---|---------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | JA | → | 6 |
| 2 | <input type="checkbox"/> | NEI | → | BLAD. 2 |

AVIS. 6A Leste du noe tidsskrift, foreningsblad eller lignende i går (i forgårs)?

- | | | | | |
|---|--------------------------|-----|---|---------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | JA | → | B |
| 2 | <input type="checkbox"/> | NEI | → | BLAD. 2 |

AVIS. 6B. Hva slags tidsskrift eller blad av denne typen leste du i går? Leste du i flere, nevnt det du leste mest i.

- | | | |
|----|--------------------------|-------------------------|
| 11 | <input type="checkbox"/> | NÆRINGS-, FAGBLAD |
| 12 | <input type="checkbox"/> | FAGFORENINGSBLAD |
| 21 | <input type="checkbox"/> | SAMFUNN, POLITIKK |
| 22 | <input type="checkbox"/> | KUNST, KULTUR, HISTORIE |
| 23 | <input type="checkbox"/> | ALMEN POPULÆRVITENSKAP |
| 24 | <input type="checkbox"/> | HELSE, MILJØ |
| 25 | <input type="checkbox"/> | HJEM, BOLIG |
| 26 | <input type="checkbox"/> | HOBBY, FRITID, SPORT |
| 27 | <input type="checkbox"/> | ANNET, UBESTEMT |

BLAD. 1 Omtrent hvor lang tid brukte du på å lese tidsskrift, foreningsblad eller lignende i går (i forgårs)?

TIMER	MINUTTER

BLAD. 2 Har du lest noe ukeblad eller tegneserieblad i løpet av de siste 7 dager? Ta ikke med høytlesing for barn.

- | | | | | | |
|---|-----|---|--------------------------------------|---|--------|
| 1 | JA | → | A Har du lest ukeblad siste 7 dager? | | JA/NEI |
| 2 | NEI | → | BOK. 1 | B Har du lest tegneserieblad siste 7 dager? | JA/NEI |

BLAD. 3 Leste du noe ukeblad eller tegneserieblad i går?

- | | | | | | |
|---|-----|---|---------------------------|----------------------------------|--------|
| 1 | JA | → | A Leste du ukeblad i går? | | JA/NEI |
| 2 | NEI | → | BOK. 1 | B Leste du tegneserieblad i går? | JA/NEI |

BLAD. 4A Hvilke ukeblad leste du i går?

- | | |
|--------------------------|------------------------|
| 11 ALLERS | 31 KVINNER OG KLÆR |
| 12 FAMILIEN | 32 DET NYE |
| 13 HJEMMET | 39 ANDRE KVINNEBLAD |
| 14 NORSK UKEBLAD | 41 VI MENN |
| 19 ANDRE FAMILIEBLAD | 49 ANDRE BLAD FOR MENN |
| | 50 ANDRE UKEBLAD |
| 22 SE OG HØR | 90 UKJENT |
| 29 ANDRE AKTUALITETSBLAD | |

BLAD. 4B Hvilke tegneserieblad leste du i går?

- 61 DONALD DUCK
 62 MIKKE MUS
 63 FANTOMET
 64 TOMMY OG TIGERN
 69 ANDRE TEGNESERIEBLAD
 90 UKJENT

BLAD. 5A Omtrent hvor lang tid brukte du på å lese slike blad i går (i forgårs)?

<input type="text"/>	<input type="text"/>
TIMER	MINUTTER

HVIS IO LESTE BÅDE UKEBLAD OG
 TEGNESERIEBLAD, SE BLAD. 3
 ANDRE GÅR TIL BOK. 1

BLAD. 5B Hvor mye av dette var
 lesing av tegneserier?

<input type="text"/>	<input type="text"/>
TIMER	MINUTTER

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.

- 1 JA → BOK. 2
 2 NEI → KINO. 1

BOK. 2 Leste du i noen bok i går (i forgårs)? 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.

- 1 JA → BOK. 3
 2 NEI → KINO. 1

BOK. 3 Når på døgnet leste du bøker i går (i forgårs)?

- | | | | |
|---|----------------------|--------------------------------------|----------------------|
| A. MELLOM KL. 6 OG 10 OM MORGENEN | <input type="text"/> | D. MELLOM KL. 19 OG 22 OM KVELDEN .. | <input type="text"/> |
| B. MELLOM KL. 10 OG 15 OM DAGEN | <input type="text"/> | E. MELLOM KL. 22 OG 24 OM NATTEN ... | <input type="text"/> |
| C. MELLOM KL. 15 OG 19 OM ETTERMIDDAGEN | <input type="text"/> | F. MELLOM KL. 24 OG 06 OM NATTEN ... | <input type="text"/> |

BOK. 4 Omtrent hvor lang tid brukte du på å lese bøker i går (i forgårs)?

<input type="text"/>	<input type="text"/>
TIMER	MINUTTER

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

- | | | |
|---|--------------------------|---|
| 1 | <input type="checkbox"/> | ROMAN, NOVELLESAMLING |
| 2 | <input type="checkbox"/> | SKUESPILL, DIKTSAMLING |
| 3 | <input type="checkbox"/> | BIOGRAFI, MEMOARER |
| 4 | <input type="checkbox"/> | NATURVITENSKAP, TEKNIKK, FRILUFTSLIV |
| 5 | <input type="checkbox"/> | SAMFUNNSSPØRSMÅL, POLITIKK, KUNST, HISTORIE |
| 6 | <input type="checkbox"/> | RELIGIØS LITTERATUR |
| 7 | <input type="checkbox"/> | ANNET |

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

INGEN	ANTALL:
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
↓	↓
2B	2A

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

- | | | | |
|---|----|--------------------------|----------------------|
| A | 11 | <input type="checkbox"/> | 7 DAGER ELLER MINDRE |
| | 12 | <input type="checkbox"/> | 8-30 DAGER SIDEN |
| | 13 | <input type="checkbox"/> | 1-3 MÅNEDE SIDEN |
| | 14 | <input type="checkbox"/> | 4-6 MÅNEDE SIDEN |
| | 15 | <input type="checkbox"/> | 7-12 MÅNEDE SIDEN |
| B | 21 | <input type="checkbox"/> | 13-23 MÅNEDE SIDEN |
| | 22 | <input type="checkbox"/> | 2 ÅR SIDEN |
| | 23 | <input type="checkbox"/> | 3-5 ÅR SIDEN |
| | 24 | <input type="checkbox"/> | 6-10 ÅR SIDEN |
| | 25 | <input type="checkbox"/> | 11 ÅR EL. MER SIDEN |
| | 26 | <input type="checkbox"/> | ALDRI |
| | 27 | <input type="checkbox"/> | HUSKER IKKE/VET IKKE |

SPM. B10 Er du født i Norge eller i utlandet?

- | | | |
|---|--------------------------|------------------|
| 1 | <input type="checkbox"/> | I UTLANDET → B11 |
| 2 | <input type="checkbox"/> | I NORGE → B12 |

SPM. B11 Hvilket land er du født i?

SVARKODE.....

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

*SPM. B12 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

SPM. B13 For hvert husholdningsmedlem utenom deg selv vil vi at du skal nevne kjønn, fødselsår og husholdningsmedlemets slektskapsforhold til deg.

HUSHOLDNINGS- MEDLEMSNR.	A.	B.	C.
	KJØNN 1=MANN 2=KVINNE	FØDSELSÅR	SLEKTSKAP TIL IO BRUK TALL FRA LISTEN
2	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
3	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
4	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
5	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
6	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
7	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
8	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
9	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>
10	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>

SLEKTSKAPSKODER:

1. EKTEFELLE ELLER SAMBOER
2. SØNN ELLER DATTER, STEBARN ELLER BARN AV SAMBOER, SVIGERSØNN ELLER SVIGERDATTER
3. SØSKEN
4. FAR ELLER MOR, SVIGERFAR ELLER SVIGERMOR
5. BESTEFAR ELLER BESTEMOR
6. BARNEBARN
7. ANDRE SLEKTNINGER
8. LOSJERENDE ELLER HYBELBOERE, ARBEIDSHJELP
9. ANDRE IKKE-SLEKTNINGER

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?

KRYSS 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 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, ALLMENN FAGLIG 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)

- 1 JA → B16A
- 2 NEI → B17

SPM. B16A Hvor lang normal varighet har denne utdanningen? Har du flere, ta bare med den som har lengst varighet.

ÅR

MÅNEDER

SPM. B16B Hvor mye av dette er utdanning på universitets- eller høgskolenivå?

IKKE NOE

ÅR

MÅNEDER

SPM. B17 Går du for tiden på skole eller studerer, vanligvis i 10 timer eller mer pr. uke?

- 1 JA
- 2 NEI

SPM. B18 Har du for tiden noe inntektsgivende arbeid? Som inntektsgivende arbeid regner vi også arbeid som familiemedlem uten fast avtalt lønn på gårdsbruk, i forretning og i familiebedrift ellers. Arbeid på en time eller mer pr. uke skal regnes med.

- 1 JA → B19
2 NEI → B23

*SPM. B19 Hvor mange timer pr. uke arbeider du vanligvis i ditt hovedyrke?
Regn også med overtidstimer og ekstraarbeid hjemme i forbindelse med dette arbeidet.

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.

TIMER PR. UKE — 10 TIMER ELLER MER → B20A
 UNDER 10 TIMER → B23

SPM. B20A Hva er ditt hovedyrke?

HOVEDYRKE:

SPM. B20B Har du en ledende stilling?

- 1 JA
2 NEI

SPM. B21 Arbeider du i dette yrket som selvstendig, som ansatt eller som familiemedlem uten fast avtalt lønn?

- 1 Selvstendig
2 Ansatt
3 Familiemedlem
4 ANNET ARBEIDSTAKERFORHOLD

*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 omreisende yrker
4. andre steder, f.eks. på feriested, på hotellrom, hos kunder eller lignende?

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?

→ B24

SPM. B23 Hva er din viktigste kilde til livsopphold?

- 1 ALDERS- ELLER TJENESTEPENSJON
2 UFØREPENSJON, ETTERLATTEPENSJON, STØNAD TIL UGIFT MOR
3 FORSØRGET
4 ANNET

*SPM. B31 Bor du/dere i et tettsted eller en by med.....

- under 2 000 personer
 - mellom 2 000 og 19 000 personer
 - mellom 20 000 og 99 000 personer
 - 100 000 personer eller flere
-

De sist utgitte publikasjonene i serien Notater

- | | | | |
|---------|---|---------|---|
| 2000/77 | P.O. Lande og J. Kittelsen: Forbruksundersøkinga 2000. Innlasting/Innsjekking: Brukardokumentasjon. 17s. | 2001/11 | B. Mathisen: Flyktninger og arbeidsmarkedet 4. kvartal 1999. 34s. |
| 2000/78 | J. Fosen, A.K. Johnsen og G. Røyne: Frafall blant innvandrere. En undersøkelse av frafall i Utdanningsundersøkelsen 1999 og i valgundersøkelser blant innvandrere. 53s. | 2001/12 | A. Rognan og N. Barrabés: NUS2000. Dokumentasjonsrapport. 36s. |
| 2000/79 | J. Kittelsen og P.O. Lande: OPPSLAG - Forbruksundersøkelsen. Brukerdokumentasjon. 39s. | 2001/13 | K.I. Bøe, J. Johansen og Ø. Sivertstøl: FD - Trygd: Dokumentasjonsrapport. Attføringspenger, 1992-1998. 88s. |
| 2000/80 | J. Kittelsen og P. O. Lande: Forbruksundersøkinga 2000. Systemdokumentasjon. 156s. | 2001/14 | O. Klungøy: Ekstremverdimodell for industrinæringenes investeringer i 90-årene. 30s. |
| 2000/81 | J.T. Lind: Testing av stokastiske individuelle effekter i paneldatamodeller. 17s. | 2001/15 | O. Klungøy: Markovkjede Monte Carlo i varianstkomponentmodell for sysselsettingsdata. 30s. |
| 2001/2 | D.Q. Pham: Innføring i tidsserier - sesongjustering og X-12-AMIRA. 110s. | 2001/16 | M. Bråthen og T. Pedersen: Tilpasning på arbeidsmarkedet for personer som går ut av status som yrkeshemmet i SOFA- søkerregisteret - 1998. 27s. |
| 2001/3 | O. Rognstad: Eiendomsomsetning. Dokumentasjon av datagrunnlag og bearbeidingsrutine. 72s. | 2001/17 | T. Martinsen: Statistikk over energibruk i Statistisk sentralbyrå - evaluering, brukerbehov og forutsetninger. 87s. |
| 2001/4 | T. Nøtnæs: Innføring i kognitiv kartlegging. 20s. | 2001/18 | L. Vågane: Undersøkelse om holdninger til frukt- og grøntabonnement blant foreldre med barn i grunnskolen. Dokumentasjonsrapport. 26s. |
| 2001/5 | T. Bye, M. Hansen og B. Strøm: Hvordan framskrive utslipp av klimagasser? 16s. | 2001/19 | H. Madsen og A. Langørgen: Anslag over antall etterspørere av grunnskoleopp-læring for voksne. 23s. |
| 2001/6 | A. Langørgen og R. Aaberge: KOM-MODE II estimert på data for 1998. 16s. | 2001/20 | B. Indahl, D.E. Sommervoll og J. Aasness: Virkninger på forbruksmønster, levestandard og klimagassutslipp av endringer i konsumentpriser. 27s. |
| 2001/7 | B.R. Joneid og J. Lajord: FD - Trygd: Dokumentasjonsrapport. Stønader til enslig forsørger. 1992-1999. 39s. | 2001/21 | A. Barstad: På vei mot det gode samfunn? Utredning til Finansdepartementet i forbindelse med arbeidet med nytt Langtidsprogram, 2002-2005. 363s. |
| 2001/8 | T. Karlsen, E. Karstensen og E. Evensen: Beregningsrutiner og teknisk programstruktur for fylkesfordelt nasjonalregnskap. 27s. | 2001/23 | L. Østby: Beskrivelse av nyankomne flykningers vei inn i det norske samfunnet. Notat til Lovutvalget som skal utrede og lage forslag til lovgivning om stønad for nyankomne innvandrere. 32s. |
| 2001/9 | L. Rognstad, N.M. Stølen, T. Jakobsen og P. Schønning: Regional statistikk og analyse - strategi og prioriteringer. 45s. | 2001/24 | T. Nøtnæs: Innføring i bruk av fokusgrupper. 22s. |
| 2001/10 | A. Akselsen og B.R. Joneid: FD - Trygd: Dokumentasjonsrapport. Pensjoner. Grunn- og hjelpestønader. 1992-1998. 94s. | | |