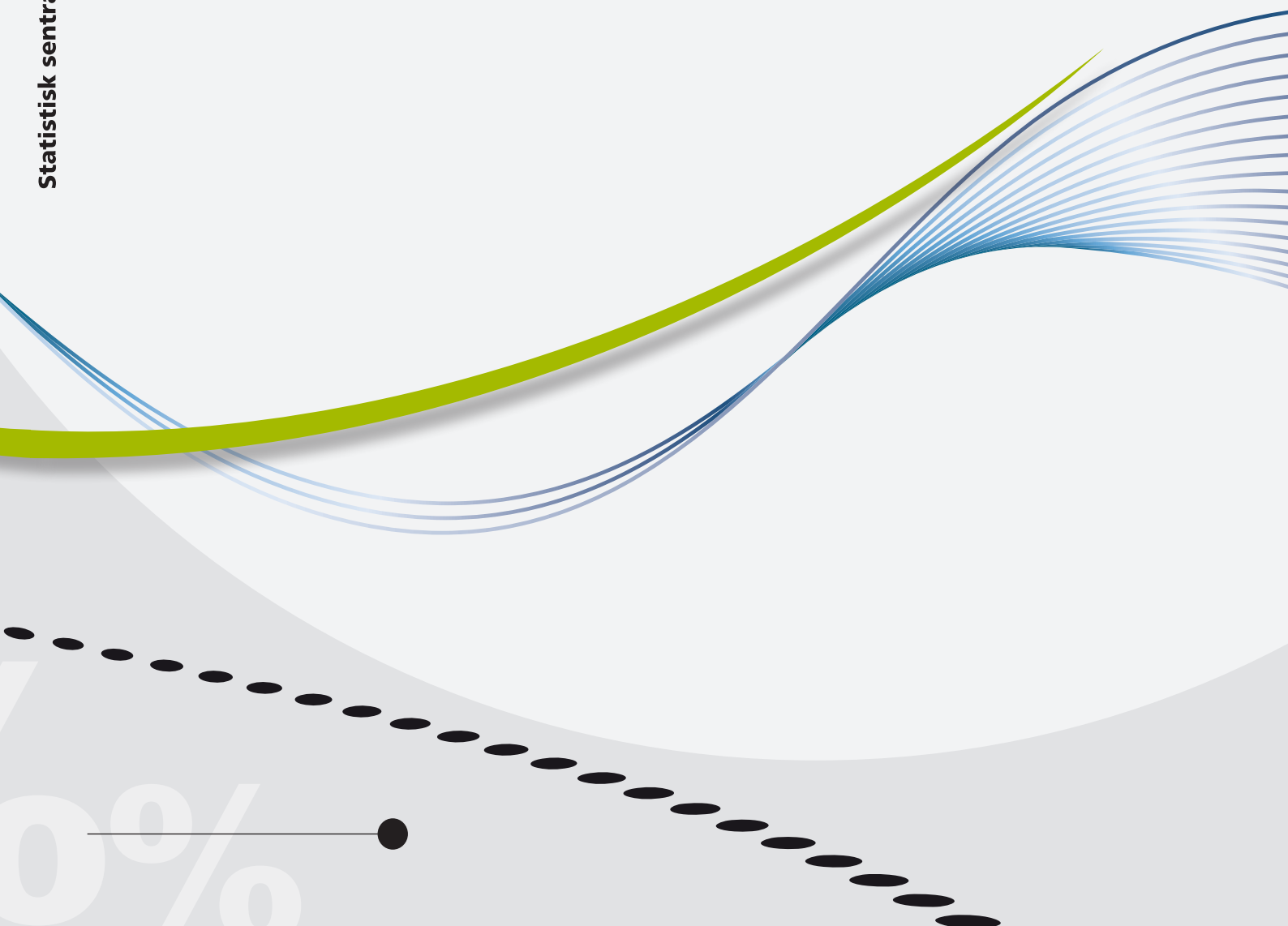




Aina Holmøy

Mediebruksundersøkelsen 2013

Dokumentasjonsrapport



Aina Holmøy

Mediebruksundersøkelsen 2013

Dokumentasjonsrapport

© Statistisk sentralbyrå Ved bruk av materiale fra denne publikasjonen skal Statistisk sentralbyrå oppgis som kilde. Publisert mars 2014	Standardtegn i tabeller Tall kan ikke forekomme Oppgave mangler Oppgave mangler foreløpig Tall kan ikke offentliggjøres Null Mindre enn 0,5 av den brukte enheten Mindre enn 0,05 av den brukte enheten Foreløpig tall Brudd i den loddrette serien Brudd i den vannrette serien Desimaltegn	Symbol : - 0 0,0 * — ,
---	--	---

Forord

I dette notatet legger Statistisk sentralbyrå (SSB) fram en metodisk dokumentasjon av Mediebruksundersøkelsen 2013. Avdeling for datafangst (SSB) sto for innsamlingen av dataene i undersøkelsen, som ble gjennomført på oppdrag fra Seksjon for leveårsstatistikk (SSB). Undersøkelsen er finansiert med midler fra Medietilsynet. Odd Frank Vaage ved Seksjon for leveårsstatistikk var faglig ansvarlig for undersøkelsen.

Aina Holmøy og Mathias Killengreen Revold ved Seksjon for intervju har vært ansvarlig for planlegging og gjennomføring av undersøkelsen. Jytte Miftari-Duemark ved Seksjon for datafangst tilrettela utvalget, programmerte intervjuskjemaet og foretok filetableringen.

Statistisk sentralbyrå, 4. mars 2014

Hans Henrik Scheel

Sammendrag

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

Til undersøkelsen i 2013 ble det trukket et utvalg på 2 989 personer i alderen 9–79 år. Vel 61 prosent av bruttoutvalget svarte på undersøkelsen. Den viktigste årsaken til frafall var at personene ikke ønsket å delta, deretter at vi ikke klarte å komme i kontakt med personer i utvalget. Det er spesielt aldersgruppen 25–44 år og personer med lav eller ingen utdanning som er vanskelige å få med på undersøkelsen.

I SSBs medieundersøkelser fordeles intervjuene på faste dager (referansedager). Det vil si at det på forhånd er bestemt hvilken dag en skal intervju om. Intervjuerne foretar intervjuet dagen etter referansedagen, subsidiært to dager etter. For å få et godt bilde av mediebruken er det viktig å få til en jevn fordeling av intervju på de ulike ukedagene. I 2013 klarte vi dette ganske bra, selv om der ble litt få intervju for referansedagen onsdag. Dette skyldes at det har vært noen torsdager (når vi intervjuer om referansedagen onsdag) gjennom året hvor vi ikke ha hatt intervjuing, men også at andelen som ikke ønsker å delta er størst for denne referansedagen.

Rapporten undersøker om frafallet har introdusert skjevheter for kjennetegnene alder, kjønn, landsdel og utdanning. Vi finner at avvikene mellom netto- og bruttoutvalgene generelt sett er små, og at de i de fleste tilfeller ikke har betydning for analysene. Vi finner noen avvik når det gjelder aldersfordeling. Personer i alderen 25–44 år er noe mindre representert i nettoutvalget enn personer fra 45 år og oppover. De største avvikene finner vi likevel når vi studerer utdanningsnivået. Personer med universitets- eller høyskoleutdanning er overrepresentert i nettoutvalget sammenliknet med personer med lavere utdanning.

Innhold

Forord.....	3
Sammendrag.....	4
Innhold	5
1. Bakgrunn og formål	6
2. Utvalg	6
3. Datainnsamling.....	6
3.1. Innsamlingsmetode	6
3.2. Feltperiode og feltarbeid.....	7
4. Datakvalitet	8
4.1. Skjevhet initiert ved frafall	8
4.2. Analyse av frafall	9
5. Statistisk usikkerhet og feilmarginer ved utvalgsundersøkelser	13
5.1. Eksempel på bruk av formel og tabell	15
6. Intervjumetode, innsamlingsfeil og bearbeidingsfeil.....	15
Vedlegg A	17
Figurregister	56
Tabellregister.....	56

1. Bakgrunn og formål

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

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

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

Tabell 1. Nøkkeltall for Mediebruksundersøkelsen. 2013

Nøkkeltall	Antall i alt	Prosent	Antall, første kvartal	Antall, andre kvartal	Antall, tredje kvartal	Antall, fjerde kvartal
Utvalg (personer trukket fra BeReg)	2 989		728	728	728	804
Avgang	19		4	2	10	3
Bruttoutvalg	2 970	100,0	724	726	718	802
Frafall	1 144	38,5	281	282	266	315
Nettoutvalg	1 826	61,5	443	444	452	487

Innsamlingsmetode Telefonintervju

Feltperiode 18.feb–16. mars , 21. mai–22. juni, 19.aug–18. sept, 18.nov–21. des.

Intervjutid 21 minutt i gjennomsnitt

2. Utvalg

Til undersøkelsen ble det trukket et landsomfattende utvalg på 2 989 personer i alderen 9–79 år. Utvalget er trukket fra SSBs befolkningsregister BeReg.¹ og er trukket som et selvveiende sannsynlighetsutvalg i ett trinn blant personer som står registret med telefon. For å få et mest mulig oppdatert utvalg, ble det trukket så nært opptil intervjustart som praktisk mulig. Delutvalgene ble derfor trukket i februar, mai, august og november og fordelt tilfeldig med lik proporsjonalitet på ukedagene. Siden dette er en telefonundersøkelse, ble utvalget trukket blant personer som er registrert med telefon, for å redusere andelen ikke truffet.

På grunn av litt lav svarprosent i de tre første kvartalene, ble utvalget i 4. kvartal økt med 76 personer. Formålet var å øke antallet i det totale nettoutvalget.

3. Datainnsamling

3.1. Innsamlingsmetode

Undersøkelsen er gjennomført ved intervju over telefon. Alle intervjuene ble foretatt av SSBs sentrale intervjukorps. Ved intervju med personer i alderen 9–15 år har foreldre eller andre foresatte vært tilgjengelig og svart på spørsmål om husholdningen og forsørgers kjennetegn.

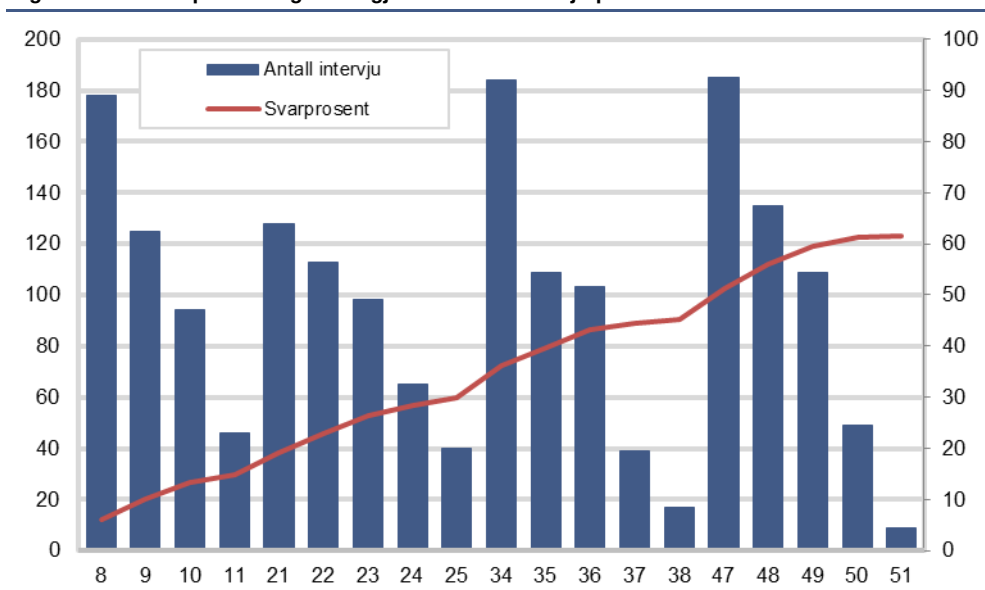
¹ Befolkningsregisteret omfatter SSBs populasjonsregister for personer og familier og er den statistiske kopien av Det sentrale folkeregister.

3.2. Feltperiode og feltarbeid

Feltperioden for Mediebruksundersøkelsen er delt i fire datafangstperioder over fire–fem uker (jf. tabell 1). Datafangstperiodene er i hovedsak i mars, juni, september og desember.

Figur 1 viser hvilke uker intervjuene ble gjennomført og utviklingen i svarprosent. Figuren viser at hoved andelen av intervjuene ble gjennomført den første og andre uka i feltperioden. Deretter synker antall intervju per uke relativt raskt. Figuren viser at datafangsten i 1. kvartal ble gjennomført på 4 uker, mens det i de resterende kvartalene ble brukt 5 uker. Vi endte til slutt på en svarprosent på 61,5 for hele året samlet.

Figur 1. Svarprosent og antall gjennomførte intervju per uke i felt



Referansedager

Hvis det tas flere intervju en spesiell ukedag (f.eks. lørdager), eller én spesiell dato (f.eks. lørdag 11. mars) kan det gi en gal framstilling av mediebruken. I SSBs medieundersøkelser fordeles derfor intervjuene på faste dager (referansedager). Det vil si at det på forhånd er bestemt hvilken dag en skal intervju om. Intervjuerne foretar intervjuet dagen etter referansedagen, subsidiært to dager etter. For referansedagen fredag kan det intervjues inntil tre dager etter, fordi intervjuerkapasiteten er begrenset på lørdager og det normalt ikke intervjues på søndager.

Mot slutten av kvartalene har det imidlertid vært vanlig å lempe noe på dette prinsippet, dels for å kunne få fulgt opp avtaler med respondenten, og dels for å øke antall intervju. Som tabell 2 viser, er det noe variasjon i antall intervju på de ulike referansedagene. En god spredning mellom de ulike dagene betyr at hver av referansedagene har i overkant av 14 prosent av intervjuene. For referansedagen onsdag er det gjennomført noen færre intervju enn på de andre dagene og vi ser at denne ligger så vidt under 13 prosent av totalt antall dager. Ellers er spredningen mellom referansedagene relativt jevn.

Tabell 2. Antall intervju etter referansedag, fordelt på kvartal og totalt for 2013. Antall og prosent av nettoutvalg

	Hele 2013		1. kvartal		2. kvartal		3. kvartal		4. kvartal	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
I alt	1 826	100	443	100	444	100	452	100	487	100
Mandag	270	14,8	68	15,4	69	15,5	60	13,3	73	15,0
Tirsdag	266	14,6	62	14,0	67	15,1	65	14,4	72	14,8
Onsdag	236	12,9	58	13,1	48	10,8	65	14,4	65	13,4
Torsdag	261	14,3	59	13,3	65	14,6	64	14,2	73	15,0
Fredag	267	14,6	67	15,1	68	15,3	67	14,8	65	13,4
Lørdag	267	14,6	67	15,1	63	14,2	65	14,4	72	14,8
Søndag	259	14,2	62	14,0	64	14,4	66	14,6	67	13,8

Selv om vi finner en god spredning på referansedager i 2013, anbefaler vi likevel brukere av datamaterialet til å vekte etter referansedagens inverse responssannsynlighet. I tall som publiseres i Norsk mediebarometer tas det hensyn til eventuelle skjevheter som introduseres med hensyn til ukedag og kvartal. Dette gjøres ved at det vektes slik at alle ukedagene teller like mye (se Vaage 2010:85).²

4. Datakvalitet

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

4.1. Skjevhet initiert ved frafall

Utvalgsskjevhet innebærer at fordelingen etter et bestemt kjennetegn er annerledes blant de som svarte enn de som ble forsøkt intervjuet. I en utvalgsundersøkelse kan skjevhet introduseres på tre forskjellige måter.

For det første snakker vi om skjevhet når fordelingen av et bestemt kjennetegn er annerledes i utvalget enn i populasjonen som undersøkelsen omfatter. Slik utvalgsskjevhet kan oppstå i utvalgstrekkingen hvor tilfeldigheter kan føre til at enkelte kjennetegn er ulikt fordelt i utvalget og populasjonen. Denne skjevheten skyldes tilfeldigheter i trekkingen. Det blir kontrollert for utvalgsskjevhet når det gjelder alder, kjønn og fylke under trekkrutinen, og vi kan derfor se bort fra dette i Mediebruksundersøkelsen.

For det andre kan det oppstå skjevhet i forbindelse med avganger. Med avgang menes personer som ikke lenger er i målgruppen for undersøkelsen, herunder døde og personer som er utvandret til utlandet. Av tabell 3 ser vi at 19 av det opprinnelige utvalget på 2 989 personer er avganger. Siden utvalget er trukket såpass nært opp til intervjustart som mulig, er avgangene for få til å innføre utvalgsskjevheter. Avganger kan gi utvalgsskjevhet hvis utvalgsplanen er gammel eller hvis en ikke kjenner populasjonen en trekker fra. Tabell 3 under viser avgangene etter årsak.

Tabell 3. Avgang etter årsak. Antall og prosent. 2013

Avgangsårsak	Antall	Prosent	Prosent av utvalg
I alt	19	100	0,6
Død	3	15,8	0,1
Bosatt i utlandet i over 6 måneder	12	63,2	0,4
Andre årsaker	4	21,1	0,1

² Vaage, Odd Frank: Norsk Mediebarometer 2010 Statistiske analyser

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

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

Tabell 4 viser at et lite avvik mellom kjønnene. Kvinner er noe underrepresentert i nettoutvalget i forhold til menn. Dett er litt større avvik når det gjelder aldersfordelingen. Personer i alderen 25-44 år er underrepresentert i nettoutvalget mens personer fra 45 år og oppover er tilsvarende overrepresentert. For landsdel er det kun små avvik. De største avvikene finner vi når vi studerer utdanningsnivået. Personer med universitets- eller høyskoleutdanning er overrepresentert i nettoutvalget mens personer med lavere utdanning er underrepresentert.

Tabell 4. Bruttoutvalget, frafallet og nettoutvalg etter kjønn, alder, landsdel og utdanning. 2013. Prosent

	Bruttoutvalg	Nettoutvalg	Frafall	Differanse netto-brutto
I alt	100	100	100	
Kjønn				
Kvinner	50,1	48,9	52,0	-1,2
Menn	49,9	51,1	48,0	1,2
Alder				
9-24 år	21,2	25,1	25,3	-0,1
25-44 år	34,7	31,9	39,0	-2,8
45-66 år	28,1	30,0	25,3	1,8
67-79 år	12,0	13,0	10,5	1
Landsdel				
Oslo og Akershus	22,6	23,4	21,2	0,8
Hedmark og Oppland	7,5	7,4	7,8	-0,1
Østlandet ellers	19,9	20,3	19,3	0,4
Agder/Rogaland	15,1	15,0	15,2	-0,1
Vestlandet	17,2	17,7	16,4	0,5
Trøndelag	8,4	8,5	9,5	0,1
Nord-Norge	8,9	7,8	10,6	-1,1
Utdanning				
Universitet/ høyskole	33,8	30,7	25,7	-3,1
Videregående	41,9	40,6	38,6	-1,3
Grunnskole	21,1	24,7	30,4	3,6
Ingen eller ukjent	3,2	4,0	5,4	0,8
Antall personer	2 970	1 826	1 144	

4.2. Analyse av frafall

Som tidligere nevnt bør en i vurderingen av utvalgsskjevhet knytte større oppmerksomhet til skjevhet som skyldes frafall enn til andre former for utvalgsskjevhet. Dette skyldes at de personene som deltar kan skille seg

systematisk fra de som ikke deltar. Tabell 5 gir en oversikt over de viktigste årsakene til frafall i undersøkelsen.

Tabell 5. Svarprosent og frafall etter årsak fordelt på kjønn, alder, landsdel og utdanning. 2013. Prosent

	Intervju	Ønsker ikke å delta	Forhindret	Ikke truffet	Annet	Antall
I alt	61,5	17,9	4,3	16,1	0,2	2 970
Kjønn						
Menn	63,0	16,9	3,4	16,1	0,3	1 482
Kvinner	60,0	18,9	4,9	16,1	0,1	1 488
Aldersgrupper						
9-24 år	61,4	20,2	1,7	16,4	0,3	748
25-44 år	56,7	16,4	5,0	21,8	0,2	1 029
45-66 år	65,4	17,6	4,2	12,7	0,1	836
67-79 år	66,4	18,2	8,4	6,7	0,3	357
Landsdel						
Akershus og Oslo	63,7	13,6	4,6	17,5	0,6	670
Hedmark og Oppland	60,5	20,2	4,0	14,8	0,5	223
Østlandet ellers	62,7	19,1	4,1	14,0	0,2	592
Agder og Rogaland	61,1	19,0	6,0	13,9	0,0	447
Vestlandet	63,2	16,8	4,1	15,9	0,0	511
Trøndelag	58,7	21,2	3,8	16,3	0,0	264
Nord-Norge	54,0	21,3	2,7	22,1	0,0	263
Utdanning						
Universitet/ høyskole	67,7	13,7	3,3	15,2	0,1	824
Videregående	63,3	17,1	3,1	16,2	0,2	1 091
Grunnskole	52,5	22,2	5,6	19,5	0,3	663
Ingen eller ukjent	48,2	13,9	19,4	18,5	0,0	108

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

Kvinner har litt høyere frafall enn menn. Det skyldes at kvinner i noe større grad enn menn ikke har ønsket å gjennomføre intervjuet.

Aldersgruppen 45-66 år skiller seg ut med den klart laveste svarprosenten. I denne gruppen er andelen vi ikke har kommet i kontakt med på nesten 22 prosent. I aldersgruppen 67-79 er over åtte prosent forhindret fra å delta. Denne aldersgruppen har likevel det laveste frafallet, noe som skyldes at denne gruppen har den klart laveste andelen «Ikke kontakt». Dette henger sammen med at denne aldersgruppen er mer tilgjengelig på telefon enn de yngre.

Når det gjelder landsdeler er det «Trøndelag og Nord-Norge» som skiller seg ut med lav svarprosent. I begge disse landsdelene er det mange som ikke ønsker å delta og «Nord-Norge» har i tillegg den høyeste andelen «Ikke truffet». «Nord-Norge» har dermed den laveste svarprosenten av landsdelene.

Vi finner de største forskjellene i svarprosent når vi sammenlikner de ulike utdanningsnivåene. Personer med universitets- eller høyskoleutdanning er mest villige til å delta i undersøkelsen. Fraffallet øker jo lavere utdanningsnivå personen har. Gruppen med ingen eller ukjent utdanning har over 50 prosent frafall. I denne gruppen er andelen som er forhindret som er fra å delta veldig høy. Dette skyldes at det er mange med språkproblemer i denne gruppen.

Fordi vi i Mediebruksundersøkelsen spør om en bestemt referansedag, er det nødvendig med en jevn fordeling av intervjuer på de ulike referansedagene (jf.

tabell 2). I tabell 6 vises svarprosent og årsaker til frafall fordelt på referansedager i 2013.

Tabell 6. Svarprosent og frafall etter referansedager. 2013. Prosent

	Intervju	Ønsker ikke å delta	Forhindret	Ikke truffet	Annet	Antall
Mandag	63,7	14,4	5,7	15,8	0,5	424
Tirsdag	62,6	17,9	4,9	14,4	0,2	425
Onsdag	55,7	20,8	5,0	18,2	0,5	424
Torsdag	61,9	17,8	4,5	15,9	0,0	422
Fredag	62,8	19,5	2,6	15,1	0,0	425
Lørdag	63,0	18,4	3,5	14,9	0,2	424
Søndag	60,8	16,7	4,2	18,3	0,0	426

Tabellen viser noen variasjoner mellom de ulike referansedagene. Referansedagene mandag, fredag og lørdag har høyest svarprosent, mens svarprosenten er lavest på onsdag. Dette skyldes at det har vært noen torsdager (når vi intervjuer om referansedagen onsdag) gjennom året hvor vi ikke ha hatt intervjuing, men også at andelen som ikke ønsker å delta er størst for denne referansedagen. Andelen vi ikke har kommet i kontakt med er størst for onsdag og søndag.

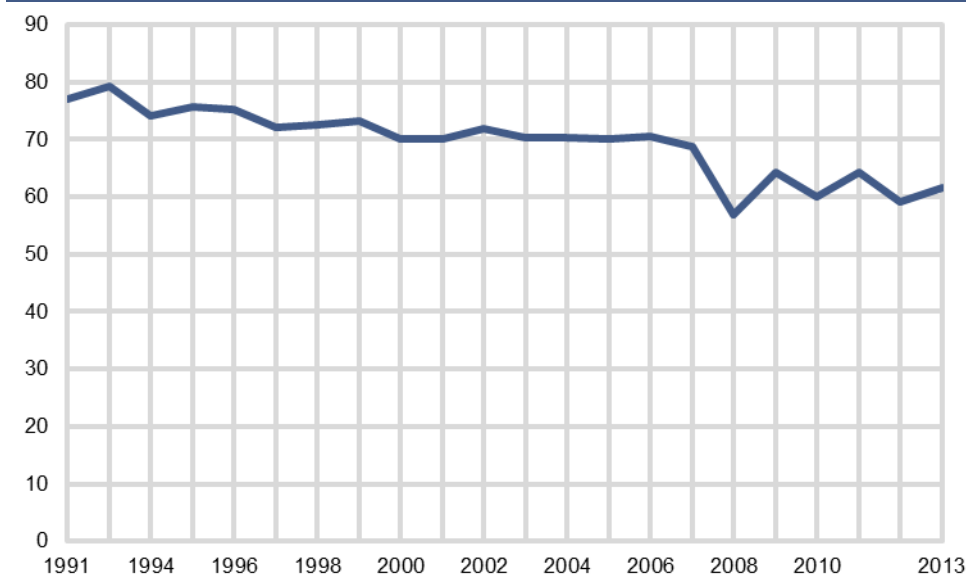
Utvikling over tid

Mediebruksundersøkelsen skal måle utviklingen i mediebruk over tid. I den forbindelse er det også viktig å se på utviklingen i svarprosenten. Grafen i figur 2 viser utviklingen i svarprosent i perioden 1991–2013.³

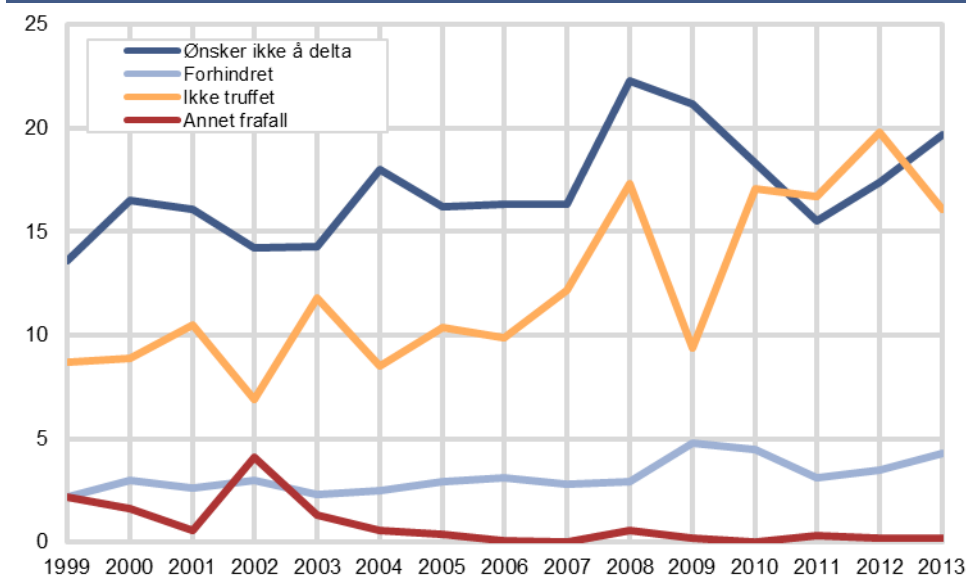
Nesten åtte av ti lot seg intervju på begynnelsen av 1990-tallet, syv av ti i 2005 og vel seks av ti i 2013. I perioden fra slutten av 1990-tallet og fram til 2007, lå svarprosenten stabilt rundt 70 prosent. I 2008 falt svarprosenten kraftig (se dokumentasjonsrapport fra 2008⁴). I 2009 klarte vi å løfte svarprosenten noe sammenliknet med 2008. Likevel lå den et godt stykke unna tidligere resultater. I 2010 var det en nedgang i svarprosenten igjen. En årsak til dette var at det ble implementert et nytt datasystem for datafangst i mai/ juni, og det er spesielt i dette kvartalet at svarprosenten er lav. I de andre kvartalene lå svarprosenten rundt samme nivå som i 2009, slik at resultatet fra mai/ juni medførte et samlet resultat som var noe dårligere enn i 2009. 2011 var et godt år, og svarprosenten nærmet seg 65 prosent. En årsak til nedgangen i 2012 er at undersøkelsen omfattet både kultur- og mediebruk, noe som betyr lenger skjema. I 2013 svar svarprosenten litt over nivået i 2010, men godt under resultatet i 2011. Noe av årsaken til nedgangen fra 2011 kan tilskrives at vi denne gang ikke sendte ut Flax-lodd sammen med informasjonsbrevet.

³ Mediebruksundersøkelsen ble ikke gjennomført i 1993.

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

Figur 2. Svarprosent Mediebruksundersøkelsen 1991–2013

Figur 3 viser hvordan frafallet fordeler seg i perioden 1999–2013. Dersom frafallet endrer seg eller vi får en annen type frafall enn tidligere, kan det gi en ny type usikkerhet for estimatene.

Figur 3. Frafall fordelt på hovedårsaker 1999–2013

Vi ser at størsteparten av fallet i svarprosenten kan forklares med en økning i andelen «Ønsker ikke å delta» og «Ikke truffet». Andelen som ikke ønsker å delta lå lenge stabilt litt i overkant av 15 prosent. I 2008 økte andelen kraftig til om lag 22 prosent. I 2009 sank den noe og nedgangen fortsatte også 2010 og 2011. Andelen som ikke ønsker å delta har igjen gått opp de siste to årene, og er nå på nærmere 20 prosent. Når det gjelder de vi ikke treffer, økte andelen en god del i 2007 og 2008. I 2009 falt denne andelen tilbake på et nivå som er relativt likt nivået i 1999–2006. I 2010 økte derimot andelen «Ikke truffet» til samme nivå som i 2008. Økningen mellom 2009 og 2010 er på syv prosentpoeng. Andelen «Ikke truffet» er i 2013 omtrent på samme nivå som i 2010.

5. Statistisk usikkerhet og feilmarginer ved utvalgsundersøkelser

Utvalget til Mediebruksundersøkelsen er trukket tilfeldig fra BeReg, Statistisk sentralbyrås kopi av Folkeregisteret. Gjennom utvalgsundersøkelser kan vi anslå forekomsten av ulike fenomener i en stor gruppe (populasjonen) ved å måle forekomsten bare i et mindre utvalg som er trukket fra populasjonen. Det gir store besparelser sammenlignet med om vi skulle gjennomført målingen i hele populasjonen, men samtidig får vi en viss usikkerhet i anslagene. Denne usikkerheten kan vi beregne når vi kjenner sannsynligheten for at hver enkelt enhet i populasjonen skal bli trukket til utvalget.

Metoden som brukes til å beregne et anslag (estimatet), kalles en estimator. Det er to aspekter ved en estimator som er viktige. For det første bør estimatoren gi omtrent korrekt verdi ved gjentatte forsøk. Det vil si at den "treffer målet" i den forstand at ved gjentatt trekking av utvalg, vil gjennomsnittsverdien av estimatene være sentret rundt den sanne populasjonsverdien; estimatoren er *forventningsrett*. I tillegg trenger vi et mål på hvor stor variasjon rundt populasjonsverdien estimatene har ved gjentatt trekking av utvalg. Det er denne variasjonen som er den statistiske usikkerheten til estimatet, og det vanlige målet er *standardfeilen*, *SE* (fra det engelske begrepet "standard error"), til estimatet. *SE* er definert som det estimerte standardavviket til estimatoren. *SE* forteller dermed hvor mye et anslag i gjennomsnitt vil avvike fra den sanne verdien.

Som en illustrasjon: La oss si vi ønsker å estimere prosentandelen kvinner, P_0 , i en befolkning (populasjon) med størrelse N . Anta utvalget av størrelse n er trukket tilfeldig, det vil si at alle enheter har samme sannsynlighet n/N for å bli med i utvalget. La P være prosentandelen kvinner i utvalget. Da er P en forventningsrett estimator for P_0 og standardfeilen er gitt ved:

$$SE(P) = \sqrt{\frac{P(100-P)}{n} \cdot \left(1 - \frac{n}{N}\right)}.$$

Estimeringsfeilen vi begår er forskjellen mellom P og P_0 . Denne er selvfølgelig ukjent, men vi kan gi et anslag, *feilmarginen*, på hvor stor den med en gitt sannsynlighet kan være. Feilmarginen er definert som $2 \cdot SE$. Intervallet

$$(P - 2 \cdot SE, P + 2 \cdot SE)$$

er et 95 prosent konfidensintervall. Det betyr at sannsynligheten for at intervallet dekker den sanne verdien P_0 er 0,95 (95 prosent). Eller sagt på en annen måte, ved gjentatte utvalg så vil 95 prosent av intervallene dekke den sanne verdien P_0 . Vi sier da at det er 95 prosent *sikkerhet* for at det *beregnete* intervallet dekker den sanne verdien. For utledning av disse formlene og tilsvarende resultater for andre typer variable og for mer kompliserte utvalgsplaner som stratifiserte utvalg og flertrinnsutvalg viser vi til Bjørnstad (2000).

I faktaboksen oppsummeres begrepsdefinisjoner og formler for estimering av prosenttall i en populasjon.

Statistisk usikkerhet for estimering av prosentandel av et kjennetegn ved enkelt tilfeldig utvalg

N	antall enheter i populasjonen
n	antall enheter i utvalget, trukket enkelt tilfeldig
P_0	prosentandel i populasjonen med kjennetegn a
x	antall enheter i utvalget med kjennetegn a
P	prosentandel i utvalget med kjennetegn a , $P = 100 \cdot (x/n)$
$100 - P$	prosentandel i utvalget som ikke har kjennetegn a

$$\text{Utvalgsvarians } \text{Var}(P) = \frac{P_0(100 - P_0)}{n} \cdot \left(1 - \frac{n}{N}\right)$$

95 prosent konfidensintervall for P_0 : $P \pm 2 \cdot SE$

$$\text{Standardfeil: } SE = \sqrt{\frac{P(100 - P)}{n} \cdot \left(1 - \frac{n}{N}\right)}$$

$$\text{Feilmargin} = 2 \cdot SE$$

I de fleste utvalgsundersøkelsene i SSB utgjør utvalget en svært liten del av populasjonen. Undersøkelsene tar sikte på å dekke store populasjoner, som for eksempel den norske befolkningen i sin helhet, alle arbeidstagere, alle norske bedrifter osv. Utvalgene som skal dekke disse populasjonene er små i forhold til populasjonsstørrelsene. Det betyr at utvalgsandelen n/N er neglisjerbar i formelen for SE , og vi kan benytte formelen

$$SE = \sqrt{\frac{P(100 - P)}{n}}$$

Vi legger merke til at konfidensintervalllets størrelse er avhengig av størrelsen på utvalget, men ikke av populasjonen. Standardfeilen blir mindre dess flere som er med i utvalget, og sammenhengen mellom størrelsen på standardfeilen og n er ikke lineær. For å få standardfeilen halvert, med samme verdi av P , så må utvalgsstørrelsen firedobles.

Vi ser at standardfeilen er størst når utvalgsresultatet er 50 prosent, og avtar symmetrisk etter hvert som prosentandelen nærmer seg 0 og 100.

I stedet for å foreta beregninger for hvert enkelt resultat, kan tabell 7 benyttes. Den viser standardfeil for observerte prosentandeler etter utvalgets størrelse, trukket enkelt tilfeldig.

Tabell 7. Standardfeil i prosentpoeng for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser, for enkelt tilfeldig utvalg.

$n: \setminus P:$	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	35/65	40/60	45/55	50/50
25	4,4	6,0	7,1	8,0	8,7	9,2	9,5	9,8	9,9	10,0
50	3,1	4,2	5,0	5,7	6,1	6,5	6,7	6,9	7,0	7,1
100	2,2	3,0	3,6	4,0	4,3	4,6	4,8	4,9	5,0	5,0
200	1,5	2,1	2,5	2,8	3,1	3,2	3,4	3,5	3,5	3,5
300	1,3	1,7	2,1	2,3	2,5	2,6	2,8	2,8	2,9	2,9
500	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,0	2,1	2,2	2,2	2,2
1 000	0,7	0,9	1,1	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,6	1,6
1 200	0,6	0,9	1,0	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,4	1,4
1 500	0,6	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3	1,3
1 826	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	1,1	1,1	1,2	0,5

Et utvalgsresultat på 40 prosent fra enkelt tilfeldig utvalg med 1 826 enheter har en standardfeil på 1,1 prosentpoeng. Dvs. at feilmarginen er 2,2 prosentpoeng og 95

prosent konfidensintervall er (37,8 - 42,2) prosent. Vi kan anslå med 95 prosent sikkerhet at andelen i populasjonen ligger mellom 37,8 og 42,2 prosent.

5.1. Eksempel på bruk av formel og tabell

Vi ønsker å anslå hvor mange nordmenn som ser på TV en gjennomsnittsdag. Vi har fått svar fra 1826 respondenter (n) som er trukket fra den norske befolkningen mellom 9 og 79 år. I 2013 var dette omtrent fire millioner personer (N). 1347 (x) av de spurte oppgir at de har sett på TV (ikke opptak) på referansedagen. De resterende 469 respondentene har altså ikke sett TV den aktuelle dagen. Andelen som ser TV er altså $x/n = 1347 / 1826 = 0,738$, eller 73,8 prosent. Siden $n/N = 0,0005$ så kan vi bruke den forenklede formelen for SE og får konfidensintervallet

$$73,8 \pm 2 \sqrt{\frac{73,8(100 - 73,8)}{1826}} = 73,8 \pm 2 (1,0) = 73,8 \pm 2,0.$$

Estimatet for andelen som ser på TV er altså 73,8 prosent. Feilmarginen for estimatet er 2,0 prosentpoeng, mens konfidensintervallet med 95 prosent sikkerhet forteller at andelen ligger mellom 71,8 og 75,8 prosent.

Vi kan også bruke tabell 7. Vi går inn på raden 1826 og kolonnen 25/75; som er en av kolonnen som ligger nærmest resultatet. I tabell 1 leser vi at standardfeilen er 1,0. Et 95 prosent konfidensintervall blir da $73,8 \pm 2 (1,0) = 73,8 \pm 2,0$, som er det samme som over.

6. Intervjumetode, innsamlingsfeil og bearbeidingsfeil

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

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

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

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

resultatene i de fleste tilfeller påvirkes forholdsvis lite av både innsamlings- 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.



Oslo, februar 2013
Saksbehandler: Aina Holmøy
Telefon: 800 83 028 (08.00–15.00)
Avdeling for datafangst

Mediebruksundersøkelsen 2013

I løpet av de nærmeste dagene vil en intervjuer fra Statistisk sentralbyrå kontakte deg i forbindelse med en undersøkelse om bruk av massemedier. Undersøkelsen av Statistisk sentralbyrå med støtte fra Medietilsynet. Formålet er å lage offisiell statistikk om tilgang til og bruk av massemedier. Informasjonen er nyttig for myndigheter og andre som legger til rette slike tilbud. Resultatene blir også brukt i våre egne publikasjoner, i forskning og undervisning.

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

For at resultatene skal bli så gode som mulig, er det viktig at alle som er trukket ut deltar. Utvalget skal representere hele Norges befolkning i aldersgruppen 9-79 år, og du er en av få som representerer din gruppe i forhold til kjennetegn som kjønn, alder og bosted. Vi kan derfor ikke erstatte deg med en annen. Det er imidlertid frivillig å delta, og du kan når som helst trekke deg fra undersøkelsen og kreve opplysninger slettet.

Undersøkelsen gjennomføres i henhold til statistikkloven og personopplysningsloven, og intervjueren har taushetsplikt. Du kan lese mer om dette i brosjyren.

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

Mer informasjon om undersøkelsen og hvordan du kontakter oss finner du i den vedlagte brosjyren.

Vi håper du vil delta!

Med vennlig hilsen

Hans Henrik Scheel
administrerende direktør

Bente Thomassen
seksjonssjef



Oslo, februar

2013

Saksbehandlar: Aina Holmøy

Telefon: 800 83 028 (08.00–15.00)

Avdeling for datafangst

Undersøking om bruk av massemedium 2013

I løpet av dei næraste dagane vil ein intervjuar frå Statistisk sentralbyrå kontakte deg i samband med ei undersøking om bruk av massemedium. Undersøkinga blir utført av Statistisk sentralbyrå med støtte frå Medietilsynet. Føremålet med undersøkinga er å lage offisiell statistikk om tilgang til og bruk av massemedium. Denne informasjonen er nyttig for styresmaktene og andre som legg til rette slike tilbod. Resultata blir og nytta i våre eigne statistikkar, i forskning og undervisning.

Du er ein av 2 800 personar som er trekte tilfeldig frå folkeregisteret til å vere med i undersøkinga. Intervjuet gjennomførast på telefon.

For at resultata skal bli så gode som mogeleg, er det viktig at alle som er trekte ut deltek. Utvalet skal representere heile Noregs befolkning i aldersgruppa 9-79 år, og du er ein av få som representerer di gruppe i forhold til kjenneteikn som kjønn, alder og bustad. Vi kan derfor ikkje erstatte deg med ein annan. Det er like fullt frivillig å delta, og du kan når som helst trekkje deg frå undersøkinga og krevje opplysningar sletta.

Undersøkinga blir gjennomført i samsvar med statistikklova og personopplysningslova, og intervjuaren har teieplikt. Du kan lese meir om dette i den vedlagde brosjyren.

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

Meir informasjon om undersøkinga og korleis du kan kontakte oss finn du i den vedlagde brosjyren.

Vi vonar du vil vere med!

Med venleg helsing

Hans Henrik Scheel
administrerende direktør

Bente Thomassen
seksjonssjef



Oslo, februar 2013
Saksbehandler: Aina Holmøy
Telefon: 800 83 028 (08 – 15.00)
Avdeling for datafangst

Mediebruksundersøkelsen 2013

Årlig gjennomfører Statistisk sentralbyrå en undersøkelse om mediebruk med støtte fra Medietilsynet. Til informasjon har din datter eller sønn blitt trukket ut til å delta i år og om kort tid vil en intervjuer fra Statistisk Sentralbyrå kontakte henne eller ham i forbindelse med undersøkelsen. Alle som er 16 år og eldre har også fått et eget brev om undersøkelsen.

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

Din datter eller sønn er en av 2 800 personer i alderen 9-79 år som er trukket tilfeldig fra Folkeregisteret til undersøkelsen. Det er frivillig å delta, men din sønns eller datters deltakelse vil være med på å sikre gode og riktige resultater. Intervjuet foregår på telefon.

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

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

Mer informasjon om undersøkelsen og hvordan dere kontakter oss finner dere i den vedlagte brosjyren.

Vi håper dere vil delta!

Med vennlig hilsen

Hans Henrik Scheel
adm. direktør

Bente Thomassen
seksjonssjef



Oslo, februar 2013
Saksbehandlar: Aina Holmøy
Telefon: 800 83 028 (08 – 15.00)
Avdeling for datafangst

Undersøking om bruk av kulturtilbod og massemedium 2013

Årleg gjennomfører Statistisk sentralbyrå (SSB) ei undersøking om mediebruk med støtte frå Medietilsynet. Til informasjon har dottera di eller sonen din blitt trekt ut til å delta i år og om kort tid vil ein intervjuar frå Statistisk sentralbyrå kontakte ho eller han i samband undersøkinga. Alle som er 16 år eller eldre har og fått eit eige brev om undersøkinga.

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

Din dotter eller son er ein av 2 800 personar i alderen 9-79 år som er trekte tilfeldig frå Folkeregisteret til undersøkinga. Det er frivillig å vere med, men det at dottera di eller sonen din deltek er med å gjere resultata frå undersøkinga best mogelig. Intervjuet gjennomførast på telefon.

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

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

Meir informasjon om undersøkinga, og korleis de kan kontakte oss finn de i den vedlagde brosjyren.

Vi vonar de vil vere med!

Med venleg helsing

Hans Henrik Scheel
adm. direktør

Bente Thomassen
seksjonssjef

Vedlegg C

Ønsker du å komme i kontakt med oss?

Dersom du ønsker flere opplysninger om undersøkelsen eller hva resultatene brukes til kan du ringe oss på 800 83 028 mellom 08.00 og 15.00. Intervjueren som tar kontakt med deg, kan også svare på spørsmål. Du kan også lese mer på: <http://www.ssb.no/medie/>

Statistisk sentralbyrå

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

Seksjon for leveårsstatistikk

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

Statistisk sentralbyrå

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

Telefon: 800 83 028 (08.00-15.00)

www.ssb.no

**Mediebruksundersøkelsen 2013**

Statistisk sentralbyrå
Statistics Norway

Design: Siri Bequith/Crestock

Bli med og bidra til økt kunnskap om nordmenns bruk av ulike medier.

Hva er mediebruksundersøkelsen?

Siden 1991 har Statistisk sentralbyrå gjennomført årlige undersøkelser om folks mediebruk. Undersøkelsen gjennomføres med støtte fra Medietilsynet. Den gir informasjon om utviklinger i folks vaner når det gjelder bruk av ulike medier som tv, aviser, ukeblader, Internett osv.

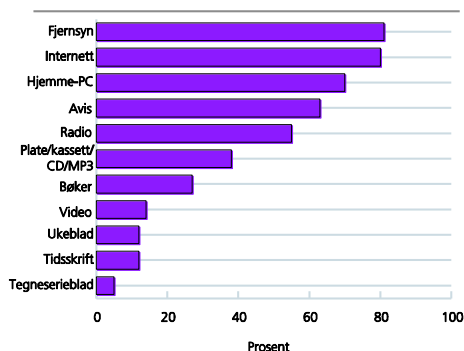
Formålet med undersøkelsen er å lage offisiell statistikk over befolkningens tilgang til og bruk av massemedier. Slik informasjon er nyttig for myndigheter og andre som ønsker å delta i utformingen av landets medietilbud. I tillegg vil resultatene bli brukt i ulike egne publikasjoner, i forskning og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

Hovedtemaene i undersøkelsen

Undersøkelsen dreier seg om ulike temaer. Blant disse er bruk av radio, fjernsyn, musikk, spill, IT, telefon, aviser, blader, bøker og kino. Ut fra dette kan vi gi svar på spørsmål som:

- *Hvor mange mennesker ser på TV i løpet av en dag?*
- *Leser folk sjeldnere bøker nå enn for 10 år siden?*
- *Bruker kvinner og menn like mye tid på Internett?*
- *Har flere voksne begynt å lese tegneserieblader?*
- *Hvor ofte går folk på kino?*

Denne figuren viser prosentandelen som har brukt ulike massemedier en gjennomsnittsdag i 2011.



Slik gjennomføres undersøkelsen

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

Sørg for at du teller med

Vi kan ikke intervju alle. Derfor trekker vi et utvalg som danner et bilde av den norske befolkningen i alderen 9 - 79 år. Vi kan ikke erstatte deg med en annen person. Hver enkelt i utvalget representerer en større gruppe mennesker. Vi trenger svar fra personer i alle aldre og fra hele landet, slik at resultatene blir dekkende for alle befolkningsgrupper.



Dersom det er mange yngre som ikke svarer, får vi for eksempel mindre sikre opplysninger om hvordan mediebruken blant unge er. Derfor er det viktig at alle som er trukket ut deltar slik at informasjonen vi får blir mest mulig riktig.

Du er garantert anonym

Mediebruksundersøkelsen gjennomføres etter lovpålagte regler og Statistisk sentralbyrå har utnevnt eget personvernombud godkjent av Datatilsynet. Alle som arbeider for Statistisk sentralbyrå har taushetsplikt. Opplysningene som samles inn skal kun brukes til å lage statistikk, og det vil aldri framgå hva enkeltpersoner har svart. Har du spørsmål om personvern kan du sende en e-post til personvernombudet@ssb.no eller ringe telefon 21 09 00 00.



Mediebruk 2013

Produktnummer 5904

Instruks

Orientering og veiledning for intervjuere

1 ORIENTERING OM UNDERSØKELSEN.....	2
2 GJENNOMFØRING AV UNDERSØKELSEN	2
2.1 Utvalg	2
2.2 Innsamlingsmetode: telefonintervju	2
2.3 Innsamlingsperiode	2
2.4 Målsetting	3
2.5 Dagbestemt intervjuing - viktig!	3
2.6 Avtaler på CATI: Mediebruksundersøkelsen er sårbar	3
2.7 IO-brev og brosjyre	4
3 VEILEDNING TIL INTERVJUARBEIDET	4
3.1 Første kontakt med IO og innledningstekst	4
3.2 Intervju med barn	4
3.3 Forhåndsavtale om intervju	5
3.4 Frafall og avgang	5
4 OM ENKELTSPØRSMÅL	6
4.1 Endringer fra 2011 til 2012	6
4.2 Generelt	6
4.3 De enkelte spørsmål	6
5 VEDLEGG	9
5.1 Vedlegg 1: IO-brev	9
5.2 Vedlegg 2: Foresattebrev	11

IT-ansvarlig:
Planlegger:

Jytte Miftari-Duemark
Aina Holmøy

21 09 42 08
21 09 43 97

1 ORIENTERING OM UNDERSØKELSEN

SSB har gjennomført årlige mediebruksundersøkelser siden 1991. Formålet med undersøkelsen er:

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

Undersøkelsen gjennomføres i samarbeid med Kulturdepartementet og Medietilsynet. Merk at Telenor ikke lenger er en samarbeidspartner for denne undersøkelsen. Institutt for journalistikk er faste brukere av dataene, og de inngår som en vesentlig del i NORDICOMs medierapportering "MedieNorge". Dataene benyttes også av personer innen medieprofesjonen. **Dataene benyttes særlig til å vise hvem som er brukere av medietilbud, og utviklingen på disse feltene fra år til år.**

SSB publiserer årlig "Norsk mediebarometer". Du kan finne mediebarometeret her:

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

I 2008 kom det dessuten en publikasjon i serien Statistiske analyser som heter "Kultur- og mediebruk i forandring Bruk av kulturtilbud og massemedier fra 1991 til 2006" (SA 95). I 2009 ble det gitt ut en rapport om Kultur og mediebruk blant personer med innvandrerbakgrunn, fra undersøkelsen i 2008. Rapporten ligger her: http://www.ssb.no/emner/07/02/rapp_200929/index.html

Dere kan lese mer på ssb.no:

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

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

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

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

2 GJENNOMFØRING AV UNDERSØKELSEN

2.1 Utvalg

Til den ordinære undersøkelsen er det trukket et utvalg på ca. 2 800 personer i alderen 9-79 år. Dette er et tilfeldig utvalg fra hele landet. Utvalget er fordelt med 728 IO i henholdsvis februar-mars, mai-juni, august-september og november-desember.

Oversikt over aldersfordeling i utvalget:

Aldersgr.	9 - 15 år	16 - 19 år	20 - 29 år	30 - 39 år	40 - 49 år	50 - 59 år	60 - 69 år	70 - 79 år
Antall	73	44	132	128	123	89	72	67

2.2 Innsamlingsmetode: telefonintervju

Intervjuene skal gjennomføres over telefon, og intervjudiden er i gjennomsnitt ca. 20 minutter. **Intervjuet er omtrent like langt som i 2011.**

2.3 Innsamlingsperiode

Mediebruksundersøkelsen 2013 gjennomføres en gang hvert kvartal. Hver datainnsamling strekker seg over 4 uker. Undersøkelsen gjennomføres i sin helhet av sentrale intervjuere.

Oversikt over de fire innsamlingsperiodene:

Kvartal	Dato
1. kvartal	18. februar – 16. mars
2. kvartal	21. mai – 15. juni
3. kvartal	19. august – 14. september
4. kvartal	18. november – 14. desember

2.4 Målsetting

Målet for undersøkelsen er minst 65 prosent oppslutning. For å nå dette målet forventer vi 6 intervju pr. 5 timers økt de to første ukene og to intervju pr. økt de to siste ukene av datafangsten.

2.5 Dagbestemt intervjuing - viktig!

I Mediebruksundersøkelsen er det viktig å få et tilstrekkelig antall intervju for hver av de ulike dagene i uken. Det er også viktig at det er en jevn fordeling av intervju mellom ukedagene. Hvert IO har derfor fått tildelt en **referansedag**. Flere av spørsmålene i skjemaet vil være knyttet til denne dagen. Personer som skal intervjues (IO), er merket i ringebildet med **den ukedagen de skal intervjues om**.

For å sikre best mulig kvalitet på dataene vi samler inn, er det viktig at IO blir intervjuet så tett opp til referansedagen som mulig. Hovedregelen er at intervjuet skal gjennomføres dagen etter referansedagen, eller eventuelt to dager etter. Av erfaring vet vi at det er vanskelig å oppnå tilstrekkelig antall intervju for referansedagen fredag. For fredag er det derfor tillatt å intervju hele tre dager etter referansedagen. Merk at dette ikke gjelder referansedagen lørdag (fordi mandag er en mye bedre intervjudag enn lørdag).

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

2.6 Avtaler på CATI: Mediebruksundersøkelsen er sårbar

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

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

Oversikt over hvilke dager intervjuet kan gjennomføres:

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

2.7 IO-brev og brosjyre

Det sendes ut IO brev og brosjyre til alle fra 16 år og oppover. For bar fra 9-15 år sendes IO-brev og brosjyre kun til foreldre. IO som er 16 og 17 år får eget brev og brosjyre samtidig som foresatte får brev og brosjyre.

Oversikt over ulike typer brev:

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

3 VEILEDNING TIL INTERVJUARBEIDET

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

3.1 Første kontakt med IO og innledningstekst

Det er ikke lagt inn noen ferdig formulert innledningstekst, da vi mener dere kan stå fritt i forhold til hvordan dere gjør avtaler med IO. Som vanlig gjelder det at dere henviser til IO-brevet. Det er viktig at IO har forståelse for hvordan intervjuet skal foregå. Ved oppstart av intervjuet, kan du gjerne bruke dette avsnittet:

«....Først vil jeg gjerne si noe om intervjumetoden vi bruker. Spørsmålene jeg skal stille, kommer fram på pc-en. Det er viktig at alle som er med i undersøkelsen får de samme spørsmålene stilt på samme måte. Vi må gjøre det slik for å kunne sammenligne de svarene vi får. Denne undersøkelsen inneholder spørsmål om flere ulike tema. Det er vanskelig å lage spørsmål som passer like godt for alle. Men jeg er takknemlig hvis du vil svare så godt du kan, selv om det skulle komme et spørsmål som du ikke synes passer så godt.»

3.2 Intervju med barn

I brevet til foresatte gjør vi oppmerksom på at intervjueren vil ta kontakt og foreta intervju over telefon. Foresatte bør være tilgjengelig mens barnet blir intervjuet. For IO under 16 år skal du først innhente samtykke fra barnets foresatte. Dersom du ikke får foresattes tillatelse til å intervju, blir det frafall.

Avtal på forhånd med foresatte at de overtar når de aktuelle spørsmålene dukker opp i slutten av skjemaet. For IO **9-15 år** gjelder dette fra "AntPers" til spørsmål B31. For IO **16-18 år** gjelder dette spørsmål B29-B31.

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

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

3.3 Forhåndsavtale om intervju

Dersom du avtaler intervjutid på forhånd, **unngå å nevne at IO blir stilt spørsmål om bruk av fjernsyn og radio for en bestemt dag**. En slik opplysning **kan** påvirke deres atferd, slik at vi får et skjevt bilde av deres mediebruk en tilfeldig valgt dag.

Dersom den dagen du ønsker å intervju IO ikke passer for han/henne, husk å fortelle IO at det er **samme ukedager** uken etter som er neste mulige intervjudag. Du finner en oversikt over aktuelle intervjudager på Cati-rommet.

3.4 Frafall og avgang

For frafallsårsakene 31-41 er vi helt avhengige av å få tilleggsopplysninger for å kunne utføre oppfølgingsarbeidet. **Vær nøye med å få med opplysninger om hvorvidt, og eventuelt hvordan, IO kan nåes på et midlertidig oppholdssted, samt eventuelt nytt telefonnummer.**

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

Frafalls- og avgangsårsaker (alternativ 3 i Innled):

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

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

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

Avgang (alternativ 4 i Innled):

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

Overføring (alternativ 2 i Innled):

- 80 - IO flyttet til annet område
- 81 - Kjenner IO
- 82 - Intervjuer har kapasitetsproblemer, er syk eller lignende/ overføring til lokal intervjuer**

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

Tast først "Barnet kan intervjues" i det bilde dere spør om lov til å intervju barnet. I neste bilde må dere så fylle ut frafallet og avslutte på vanlig måte.

4 OM ENKELTSPØRSMÅL

4.1 Endringer fra 2011 til 2013

Det er kun noen få endringer i skjema. Det har bla. kommet inn et spørsmål om hvilken type radiomottaker man har benyttet til å høre på radio (Rad7).

4.2 Generelt

Vet ikke og husker ikke

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

4.3 De enkelte spørsmål

RAD. 1:

Lokalradio må ikke forveksles med NRKs distriktssendinger.

RAD. 4:

NRK USPESIFISERT benytter du hvis IO ikke husker hvilken av NRKs radiokanaler han/hun hørte på. Her tas også med NRKs "spesialkanal" for klassisk musikk, "NRK alltid nyheter", radio for barn som heter "NRK Super" (barnetime m.m), NRK Gull (sender repriser av eldre program), NRK Jazz med flere.

RAD. 5:

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

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

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

MUS. 2, MUS. 2f

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

MUS. 6a-6d

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

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

FJERN. 1:

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

FJERN. 2digi:

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

FJERN. 3a-3t:

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

FJERN. 3f og 9:

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

FJERN. 10:

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

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

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

VIDEO 1 og 2

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

VIDEO1c:

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

Video 2d:

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

AVIS. 2:

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

KINO. 1

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

Antpers

Skoleelever som bor på internat, skal regnes bosatt på hjemstedsadressen

SPM. B14:

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

SPM. B19:

Hovedyrke er det yrke IO har flest arbeidstimer.

SPM. B22A:

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

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

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

SPM B23

Dersom arbeid er IOs viktigste kilde til livsopphold, hopper man over dette spørsmålet

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 (f.eks dersom IO bor i Oslo), fyller du dem ut selv uten å stille dem til IO.

Lykke til med intervjuingen!

5 VEDLEGG

5.1 Vedlegg 1: IO-brev

Oslo, februar 2013
Saksbehandler: Aina Holmøy
Telefon: 800 83 028 (08.00–15.00)
Avdeling for datafangst

Mediebruksundersøkelsen 2013

I løpet av de nærmeste dagene vil en intervjuer fra Statistisk sentralbyrå kontakte deg i forbindelse med en undersøkelse om bruk av massemedier. Undersøkelsen av Statistisk sentralbyrå med støtte fra Medietilsynet. Formålet er å lage offisiell statistikk om tilgang til og bruk av massemedier. Informasjonen er nyttig for myndigheter og andre som legger til rette slike tilbud. Resultatene blir også brukt i våre egne publikasjoner, i forskning og undervisning.

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

For at resultatene skal bli så gode som mulig, er det viktig at alle som er trukket ut deltar. Utvalget skal representere hele Norges befolkning i aldersgruppen 9-79 år, og du er en av få som representerer din gruppe i forhold til kjennetegn som kjønn, alder og bosted. Vi kan derfor ikke erstatte deg med en annen. Det er imidlertid frivillig å delta, og du kan når som helst trekke deg fra undersøkelsen og kreve opplysninger slettet.

Undersøkelsen gjennomføres i henhold til statistikkloven og personopplysningsloven, og intervjueren har taushetsplikt. Du kan lese mer om dette i brosjyren.

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

Mer informasjon om undersøkelsen og hvordan du kontakter oss finner du i den vedlagte brosjyren.

Vi håper du vil delta!

Med vennlig hilsen



Hans Henrik Scheel
adm. direktør



Bente Thomassen
seksjonssjef

Oslo, februar 2013
Saksbehandlar: Aina Holmøy
Telefon: 800 83 028 (08.00–15.00)
Avdeling for datafangst

Undersøking om bruk av massemedium 2013

I løpet av dei næraste dagane vil ein intervjuar frå Statistisk sentralbyrå kontakte deg i samband med ei undersøking om bruk av massemedium. Undersøkinga blir utført av Statistisk sentralbyrå med støtte frå Medietilsynet. Føremålet med undersøkinga er å lage offisiell statistikk om tilgang til og bruk av massemedium. Denne informasjonen er nyttig for styresmaktene og andre som legg til rette slike tilbod. Resultata blir og nytta i våre egne statistikkar, i forskning og undervisning.

Du er ein av 2 800 personar som er trekte tilfeldig frå folkeregisteret til å vere med i undersøkinga. Intervjuet gjennomførast på telefon.

For at resultata skal bli så gode som mogeleg, er det viktig at alle som er trekte ut deltek. Utvalet skal representere heile Noregs befolkning i aldersgruppa 9-79 år, og du er ein av få som representerer di gruppe i forhold til kjenneteikn som kjønn, alder og bustad. Vi kan derfor ikkje erstatte deg med ein annan. Det er like fullt frivillig å delta, og du kan når som helst trekkje deg frå undersøkinga og krevje opplysningar sletta.

Undersøkinga blir gjennomført i samsvar med statistikklova og personopplysningslova, og intervjuaren har teieplikt. Du kan lese meir om dette i den vedlagde brosjyren.

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

Meir informasjon om undersøkinga og korleis du kan kontakte oss finn du i den vedlagde brosjyren.

Vi vonar du vil vere med!

Med venleg helsing



Hans Henrik Scheel
adm. direktør



Bente Thomassen
seksjonssjef

5.2 Vedlegg 2: Foresattebrev

Oslo, februar 2013
Saksbehandler: Aina Holmøy
Telefon: 800 83 028 (08 – 15.00)
Avdeling for datafangst

Mediebruksundersøkelsen 2013

Årlig gjennomfører Statistisk sentralbyrå en undersøkelse om mediebruk med støtte fra Medietilsynet. Til informasjon har din datter eller sønn blitt trukket ut til å delta i år og om kort tid vil en intervjuer fra Statistisk Sentralbyrå kontakte henne eller ham i forbindelse med undersøkelsen. Alle som er 16 år og eldre har også fått et eget brev om undersøkelsen.

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

Din datter eller sønn er en av 2 800 personer i alderen 9-79 år som er trukket tilfeldig fra Folkeregisteret til undersøkelsen. Det er frivillig å delta, men din sønns eller datters deltakelse vil være med på å sikre gode og riktige resultater. Intervjuet foregår på telefon.

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

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

Mer informasjon om undersøkelsen og hvordan dere kontakter oss finner dere i den vedlagte brosjyren.

Vi håper dere vil delta!

Med vennlig hilsen



Hans Henrik Scheel
adm. direktør



Bente Thomassen
seksjonssjef

Oslo, februar 2013
Saksbehandlar: Aina Holmøy
Telefon: 800 83 028 (08 – 15.00)
Avdeling for datafangst

Undersøking om bruk av kulturtilbod og massemedium 2013

Årleg gjennomfører Statistisk sentralbyrå (SSB) ei undersøking om mediebruk med støtte frå Medietilsynet. Til informasjon har dottera di eller sonen din blitt trekt ut til å delta i år og om kort tid vil ein intervjuar frå Statistisk sentralbyrå kontakte ho eller han i samband undersøkinga. Alle som er 16 år eller eldre har og fått eit eige brev om undersøkinga.

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

Din dotter eller son er ein av 2 800 personar i alderen 9-79 år som er trekte tilfeldig frå Folkeregisteret til undersøkinga. Det er frivillig å vere med, men det at dottera di eller sonen din deltek er med å gjere resultata frå undersøkinga best mogelig. Intervjuet gjennomførast på telefon.

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

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

Meir informasjon om undersøkinga, og korleis de kan kontakte oss finn de i den vedlagde brosjyren.

Vi vonar de vil vere med!

Med venleg helsing



Hans Henrik Scheel
adm. direktør



Bente Thomassen
seksjonssjef



KULTUR- OG MEDIEBRUKSUNDERSØKELSEN 2013

Innled1

IO er under 15 år og vi må derfor få tillatelse av en foresatt til å gjennomføre intervjuet. Er det en foresatt i nærheten som kan gi tillatelse? Hvis ikke kan det inngås avtale om å ringe opp igjen på et annet tidspunkt.

På slutten av intervjuet har vi også noen spørsmål som bør besvares av en foresatt.

1. Start intervjuet
2. Lag avtale
3. Frafall
4. Avgang

Innled

REGISTRER OM DU SKAL STARTE INTERVJUET ELLER REGISTRERE EN OVERFØRING, FRAFALL ELLER AVGANG.

1. Start intervjuet
2. Overføring fra annen intervjuer
3. Frafall
4. Avgang

Samtykke1

Har du lest brevet og samtykker i å delta?

1. Ja, jeg har mottatt brevet og samtykker i å delta
2. Ja, jeg har fått referert innholdet av brevet og samtykker i å delta
3. Nei, og jeg samtykker ikke i å delta

KommNavn

IFØLGE VÅRE REGISTEROPPLYSNINGER BOR HAN/HUN I [REGKOMM] KOMMUNE. HVIS HAN/HUN BOR DER FORTSATT, TRYKK <ENTER>. HVIS IKKE SKRIV NYTT KOMMUNENAVN.

Radio

Nå kommer noen spørsmål om radio.

RAD. 6 Har du hørt på radio i løpet av de sist syv dager?

Radiolytting på internett regnes også med, men ikke podcasting.

Ja

Nei => Rad1

RAD. 2 Hørte du på radio ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Radiolytting på internett regnes også med, men ikke podcasting.

JA

NEI => Rad DAB

RAD. 3 Hørte du på radio...

A. mellom kl. 6 og 10 om morgenen ^KontaktPer? JA > Hvor lang tid hørte du da?
NEI> GÅ TIL 3B

B. mellom kl. 10 og 15 om dagen? JA > Hvor lang tid hørte du da?
NEI> GÅ TIL 3C

C. mellom kl. 15 og 19 om ettermiddagen? JA > Hvor lang tid hørte du da?
NEI> GÅ TIL 3D

MEDIEBRUKSUNDERSØKELSEN

D. mellom kl. 19 og 22 om kvelden? JA > Hvor lang tid hørte du da?
NEI> GÅ TIL 3E

E. mellom kl. 22 og 24 om kvelden? JA > Hvor lang tid hørte du da?
NEI> GÅ TIL 3F

F. mellom kl. 24 og 06 om natten? JA > Hvor lang tid hørte du da?
NEI> GÅ TIL 4

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

- A. NRK P1
- B. NRK P2
- C. NRK P3
- D. NRK, USPESIFISERT ELLER ANDRE NRK-KANALER
- E. P4
- F. RADIO NORGE
- G. LOKALRADIO, SOM FOR EKSEMPEL RADIO1, P5, RADIO METRO
- H. ANNEN RADIOLYTTING

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

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

Til Alle

*RAD. 1 Kan du ta inn lokalradiosendinger på stedet der du bor? Distriktsendinger på NRK skal ikke inkluderes. Det er kun NRK, Radio Norge og P4 som ikke er lokalradio.

- 1 JA
- 2 NEI

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

Bill Har du eller dere bil i husholdningen?

Ja
Nei

Bil2 Har du eller dere DAB-radio i bil?
Ja
Nei

Hvis RAD2=ja

RAD 7 Hva slags radiomottaker benyttet du til å høre på radio ^KontaktPer?
Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Flere svar er mulig.

FM-radio hjemme eller i bilen (For eksempel stasjonær radio, stereoanlegg, klokkeradio, FM-bilradio)
DAB-radio hjemme eller i bilen
Internett-radio
Strømming over internett på PC, nettbrett, smarttelefon eller lignende (for eksempel på nrk.no eller med radio-app)
TV-mottaker med digitalradio

Musikkmedier

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

*MUS. 1B Har du gramfonspiller hjemme?
JA
NEI

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

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

MUS. 2 Hørte du på kassettspiller, gramfonspiller, CD-spiller, Mp3-spiller eller annet utstyr for avspilling av lydfiler inkludert PC, smarttelefon, nettbrett eller streaming kontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

JA
NEI ⇒ FJERN. 1

MUS	2A. KASSETTSPILLER	⇒	MUS. 3
	2B. GRAMMOFONSPILLER	⇒	MUS. 3
	2D. CD-SPILLER	⇒	MUS. 3
	2E. MP3 SPILLER/ IPODSPILLER	⇒	MUS. 3
	2F. LYDFILER FRA PC	⇒	MUS. 3
	2G. SMARTTELEFON	⇒	MUS. 3
	2H. NETTBRETT	⇒	MUS. 3

MEDIEBRUKSUNDERSØKELSEN

MUS 3 Omtrent hvor lang tid hørte du alt i alt på kassettspiller, gramfonspiller, CD-spiller, Mp3-spiller eller annet utstyr for avspilling av lydfiler ^KontaktPer? Regn både med musikk og annet du eventuelt hørte på.

TIMER
MINUTTER

MUS 5 Hørte du på lydbok ^KontaktPer?

JÅ
NEI

Filter må ha hørt på noe i går.

NyMus6

Var noe av det du hørte på..

... lastet ned fra Internett og betalt for

... lastet ned fra Internett og ikke betalt for

.....direkte via Internet også kalt streaming, og betalt for som for eksempel Spotify og Wimp

... direkte via Internet også kalt streaming, og ikke betalt for som for eksempel gratisabonnement hos Spotify

Streaming vil si at du ikke laster ned lydfilene til PC eller annet medium, men spiller av direkte

JÅ
NEI

TV

*Nå kommer noen spørsmål om bruk av TV.

FJERN. 1 Har du TV-apparat hjemme, og i tilfelle hvor mange har du?

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

*FJERN. 2 Har du TV-pparat/ TV som er knyttet til

JÅ NEI

A. privat parabolantenne

B. kabelnett som dekker et større boligområde (for eksempel Canal Digital eller Get)

C. fellesantenne for et mindre antall boliger eller leiligheter

*Digi. det digitale bakkenettet. Da bruker man en vanlig antenne
koblet til en dekoder eller TV med innebygd digitalmottaker.
Kabel-TV eller parabolantenne skal ikke regnes med her.

Hvis ja i Digi

Digi_2 Har du et betalt abonnement, slik at du kan se flere enn
NRKs kanaler?

E. Internett-bredbåndsforbindelse, såkalt IPTV, slik at du på den måten
kan se ordinære tv-sendinger

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

*FJERN. 3 Har du i tillegg til TV-sendinger fra NRK mulighet til å ta inn

JÅ NEI VET IKKE

- B. Norsk TV 2
- C. TVNorge
- D. TV3
- F. Lokal-TV. Regn ikke med NRKs distriktssendinger.
GRØNN TEKST: FEKS TV 8, TV vest, TV Haugaland
- E. Andre norske reklamefinansierte TV-kanaler
GRØNN TEKST: FEKS FEM; VIASAT4, TV 2 ZEBRA, TV 2 NYHETSKANALEN, MAX, BLISS
- G. Svensk kanal 1 eller 2
- H. Filmkanaler din husholdning betaler spesielt for
- I. Sportskanaler din husholdning betaler spesielt for
- T. Andre TV-kanaler
GRØNN TEKST: FOR EKSEMPEL ANDRE BETALINGSKANALER, CNN, BBC, DISCOVERY, DANSK TV2, TV5.

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

FJERN. 7 Så du på TV ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Ta også med programmer du har sett på internett, som samtidig vises på TV. Ta ikke med seing på opptak av programmer, videobånd eller DVD.
JA
NEI ⇒ VIDEO 1

FJERN. 8 Så du på TV...

- A. mellom kl. 6 og 10 om morgenen ^KontaktPer? JA > Hvor lang tid så du da?
NEI> GÅ TIL B
- B. mellom kl. 10 og 15 om dagen? JA > Hvor lang tid så du da?
NEI> GÅ TIL C
- C. mellom kl. 15 og 19 om ettermiddagen? JA > Hvor lang tid så du da?
NEI> GÅ TIL D
- D. mellom kl. 19 og 22 om kvelden? JA > Hvor lang tid så du da?
NEI> GÅ TIL E
- E. mellom kl. 22 og 24 om kvelden? JA > Hvor lang tid så du da?
NEI> GÅ TIL F
- F. mellom kl. 24 og 06 om natten? JA > Hvor lang tid så du da?
NEI> GÅ TIL FJERN. 9

*FJERN. 9 Hvilke TV-kanaler så du på ^KontaktPer?

- A. NRK1
- B. NRK TO
- N. NRK 3
- O. NRK SUPER
- C. NORSK TV 2
- D. TVNORGE
- E. TV3
- I. TV2 NYHETSKANALEN (ikke fjern10)
- G. LOKAL-TV UTENOM NRK
- F. ANDRE NORSKE REKLAMEFINANSIERTE KANALER
- H. SVENSK TV1/2
- J. ANDRE KANALER
- K. VET IKKE
- L. TV 2 ZEBRA

- M. TV 2 BLISS
- N. FEM
- O. MAX
- P. VOX
- Q. VIASAT 4
- R. ULIKE SPORTSKANALER (ikke fjern 10) som for eksempel Eurosport, C more sport, TV 2 sport
- S. ULIKE FILMKANALER (ikke fjern 10) som for eksempel TV1000, Viasat, TV2 filmkanalen

*FJERN. 10 Hva slags TV-program så du på i ... (KANAL SETT I FJERN. 9) ^KontaktPer?

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

Video

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

JA
NEI

*VIDEO. 1c Har du harddiskoptaker, også kalt PVR, hjemme, altså en spiller som kan ta opp og spille av TV-programmer?

En harddiskoptaker/PVR kan ta opp og spille av fjernsynsprogrammer uten bruk av videobånd eller DVD-plater. Den kan også være integrert i en dekoder for kabel-TV eller satellitt-TV, eller være integret i DVD- eller Blueray spiller.

JA
NEI

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

JA
NEI

MEDIEBRUKSUNDERSØKELSEN

*VIDEO. 2A. Så du på DVD, Blu-ray, harddiskopptaker eller videofiler lagret på PC, eller videobånd ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Video on demand og streaming skal ikke inkluderes her
JA
NEI

Hvis ja i Video. 2a

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

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

VIDEO. 2Ad Så du på videofiler lastet ned på PC, nettbrett eller andre bærbare enheter ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Video on demand og streaming skal ikke inkluderes her
JA
NEI

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

Hvis ja i video 2Ac

Video2ac1

Var noe av dette opptak av et eller flere TV-programmer som ble vist samme dag?

Ja

Nei

Hvis ja i Video2ac1

Video2ac2

Omtrent hvor lang tid så du alt i alt på opptak av et eller flere TV-programmer? Regn bare med opptak av programmer som ble vist samme dag?

Timer Minutter...

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

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

JA

NEI

VIDEO. 2C. Så du opptak av TV-program ^KontaktPer?

JA

NEI

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

JA

NEI

Til alle

Video2e Så du videofilm ^KontaktPer som du betalte for og bestilte via en TV-dekoder eller over Internett? Dette inkluderer "video on demand" og streaming, for eksempel Netflix. Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja

Nei

VIDEO. 3 Hvor lang tid så du alt i alt på DVD, Blu-Ray, harddiskopptak, videofiler på PC, videobånd eller video on demand ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen?

TIMER MINUTTER

Filter hvis ja i VIDEO. 2A og/ eller Video2e

Spill

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

JA
NEI

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

Hvis Spill1=Nei alternativ formulering:

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

A. JA, HJEMME ⇒ SPILL 3 A
B. JA, HOS ANDRE ⇒ SPILL 3 B
C. NEI ⇒ Spill 5

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

A. HJEMME JA NEI ⇒ Spill 5
B. HOS ANDRE JA NEI ⇒ Spill 5

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

TIMER MINUTTER

Spill 5. Har du eller noen andre i husholdningen din håndholdte spill? Som for eksempel Nintendo DS eller Sony PSP? Vi tenker ikke på spill på telefon.

Ja
Nei

SPILL 6 Har du brukt noe slikt utstyr i løpet av de siste syv dager?

Ja
Nei

SPILL 7 Brukte du noe slikt utstyr ^KontaktPer?

Ja
Nei

SPILL. 8 Omtrent hvor lang tid brukte du på dette ^KontaktPer?

TIMER MINUTTER

DATA

Nå kommer noen spørsmål om bruk av data og Internett

DATA. 1 Har du eller andre i husholdningen din tilgang til PC eller annen datamaskin hjemme?

JA
NEI

DATA 1_2 Har du eller andre i husholdningen tilgang til nettbrett som for eksempel I-pad,

JA
NEI

DATA. 2

C. Har du/dere tilgang til internett hjemme?

Ja
Nei

MEDIEBRUKSUNDERSØKELSEN

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

Inkluder nettbrett og mobil

Ja

Nei

Data3b stilles kun til personer 16 år eller eldre)

DATA 3b Har du i løpet av de siste syv dager brukt PC eller annen datamaskin på arbeid utenfor hjemmet?

Inkluder nettbrett og mobil

Ja

Nei

DATA 3c Har du i løpet av de siste syv dager brukt PC eller annen datamaskin på skole eller i undervisningssammenheng?

Inkluder nettbrett og mobil

Ja

Nei

DATA 3d Har du i løpet av de siste syv dager brukt PC eller annen datamaskin noe annet sted?

Inkluder nettbrett og mobil

Ja

Nei

Hvis nei på Data3a, Data3b, Data3c og Data3d ⇒ Internett

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

Inkluder nettbrett og mobil

1 Hjemme

2 Hos andre

3 Nei ⇒ INTER 1a

DATA 6 Omtrent hvor lang tid brukte du på PC eller annen datamaskin hjemme ^KontaktPer?

Inkluder nettbrett og mobil

Timer og minutter brukt.

TIMER MINUTTER

DATA. 7 Brukte du PC eller annen datamaskin hjemme ^KontaktPer..

Inkluder nettbrett og mobil

JA NEI

A. - ...til spill?

B. - ...til underholdning?

C. - ...som praktisk hjelpemiddel til hjem eller fritid?

D. - ...som hjelpemiddel i forbindelse med skolearbeid eller annen utdanning?

E. - ...i forbindelse med ditt daglige arbeid? (IKKE TIL IO 9-15 ÅR)

F. - ..Annet?

INTERNET

INTER1a Vi skal nå stille noen spørsmål om bruk av Internett. Har du i løpet av de siste syv dager brukt Internett?

Inkluder nettbrett og mobil

JA

NEI ⇒ TELE 1A

Hvis inter 1a = ja

INTER. 1b

Har du i løpet av de siste syv dagene brukt Internett...

JA NEI

1. ... i forbindelse med arbeid? (stilles kun til personer som er 16 år eller eldre)

2. ... i forbindelse med utdanning?

3. ... privat?

Inter_kontakt Brukte du internett i ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl 6 om morgenen til kl seks neste morgen

Inkluder nettbrett og mobil

Ja

Nei => TELE 1A

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

Ja

Nei

Inter2d3 Brukte du Internett til chatting i Kontaktper?

Dette er interaktive kommunikasjonssystemer, der man har en skriftlig samtale på tomannshånd eller i større grupper.

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

Ja

Nei => Inter. blogg

Inter. 3c Hvilke nettstedet leste du nyheter fra ^KontaktPer?

AFTENPOSTEN

VG

DAGBLADET

ANDRE NETTUTGAVER AV PAPIRAVISER

NETTAVISEN

NRK

TV2

ABCNyheter

E24.no

Hegnar.no

Dagens Næringsliv (DN.no)

Bergens Tidende (BT.no)

BA.no (Bergensavisen)

Aftenbladet.no

Adressa.no

ANDRE NETTSTEDER

Inter._blogg Brukte du Internett til å lese blogger ^KontaktPer?

En blogg er en blanding av dagbok og logg som publiseres på internett

Ja

Nei

Inter4b Brukte du internett til å søke etter fakta og bakgrunnsinformasjon ^KontaktPer?

Ja

Nei

Inter6b Brukte du Internett til å innhente informasjon om arrangementer, restauranter, trafikkforhold eller liknende?"

Ja

Nei

Inter5b Brukte du Internett for å lese annonser ^KontaktPer?

Ja

Nei

Inter7a Brukte du internett ^KontaktPer til:

1) banktjenester

2) Å bestille billetter til for eksempel tog, båt, buss eller fly

3) Å bestille eller kjøpe varer

- 4) offentlige tjenester (min side, Altinn)
- 5) Andre tjenester

Inter9b Så du film, tv eller videoklipp på Internett ^KontaktPer? Regn både med direkte sendte programmer og opptak.

Ja
Nei -> INTER 10a

Inter9c Hvilke nettsteder så du film, TV eller videoklipp fra ^KontaktPer?

- 1 NRK.NO
- 2 TV2.NO
- 3 ANDRE NORSKE TV-KANALERS NETTSTEDER
- 4 UTENLANDSKE TV-KANALERS NETTSTEDER
- 5 NORSKE AVISERS NETTSTEDER
- 6 UTENLANDSKE AVISERS NETTSTEDER
- 7 NETTSTEDER SOM SPESIALISERER SEG PÅ VIDEOKLIPP, EKS. YOUTUBE
- 8 NETTSTEDER SOM VISER VIDEOFILMER MOT BETALING
- 9 ANDRE NETTSTEDER

Inter9cb
Var noe av det du så på...
... lastet ned betalt for
... lastet ned og ikke betalt for
.....direkte også kalt streaming og betalt for
... direkte også kalt streaming og ikke betalt for
Streaming vil si at du ikke laster ned lydfilene til PC eller annet medium

Inter9ca Hvis 1, 2, 3 eller 4 er merket av i Inter9c
Så du direkte kringkastede sendinger fra noen av TV-kanalenes nettsider ^KontaktPer?
Ja
Nei, kun opptak

Inter10b Brukte du internett til å spille spill ^KontaktPer?
Ja
Nei

STILLES IKKE HVIS DATA. 7F2=NEI

Inter10Nsb Brukte du Internett til å delta på det sosiale nettmediet Facebook? I ^KontaktPer?
Et sosialt nettmedium er et samlingssted på internett der brukerne kan legge ut informasjon om seg selv og lese informasjon andre har lagt ut. Det er mulig å kommunisere i grupper eller på tomannshånd.
Ja
Nei

Inter10Nsb1 Brukte du Internett til å delta på andre sosiale nettmedier som for eksempel Twitter, LinkedIn eller liknende i ^KontaktPer?
Et sosialt nettmedium er et samlingssted på internett der brukerne kan legge ut informasjon om seg selv og lese informasjon andre har lagt ut. Det er mulig å kommunisere i grupper eller på tomannshånd.
Ja
Nei

InterTEL Brukte du internett til en telefonsamtale via for eksempel Skype eller liknende i ^KontaktPer?

Inter10c Brukte du Internett ^KontaktPer til å lese tidsskrifter, foreningsblad, spesialblad, ukeblad, tegneserieblad og lignende?
JA
NEI

Inter11 Omtrent hvor lang tid brukte du alt i alt på Internett ^KontaktPer?
Timer Minutter

Telefon

TELE 1a Eier eller disponerer du mobiltelefon?

JA ⇒ TELE 2
NEI

Hvis ja i Tele 1a

Tele_ smart

Er dette en såkalt smarttelefon?

En smarttelefon er en avansert mobil med et mobilt operativsystem der brukeren selv har mulighet til å installere programmer og applikasjoner på telefonen. Smarttelefoner har berøringsskjerm eller tastatur. Den ligger i grenselandet mellom mobiltelefon og datamaskin og kan brukes til langt mer enn telefonsamtaler og SMS

Ja
Nei

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

- a. Private telefonsamtale?
- b. Sendt SMS?
- c. Høre på radio?
- d. Høre på musikk
Ikke musikk på radio, men på musikkfiler og streaming
- e. Se på tv?
- f. Være på internett?
- g. Sendt eller motta E-post
- h. Spille spill

Aviser

Nå kommer noen spørsmål om aviser, blader og bøker

AVIS 8 Har du lest noen avis i løpet av de siste syv dager? Gjelder bare aviser på papir, avislesning på Internet skal ikke inkluderes

Ja
Nei => AVIS 5

AVIS 1A Leste du noen avis ^KontaktPer? Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen. Igjen gjelder dette bare aviser på papir, avislesning på Internett tas ikke med.

JA
NEI ⇒ AVIS 5

AVIS 1B Hvor mange aviser leste du ^KontaktPer?

ANTALL:.....

AVIS 3 Når på døgnet leste du avis ^KontaktPer?

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

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

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

- A. AVIS 1
- B. AVIS 2
- C. AVIS 3

MEDIEBRUKSUNDERSØKELSEN

- D. AVIS 4
E. AVIS 5

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

TIMER MINUTTER

AVIS 5 Abonnerer du/dere på aviser hjemme?

JA ⇒ AVIS 6

NEI ⇒ BLAD 1

AVIS 6 Hvilke aviser abonnerer du/dere på?

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

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

Blader

BLAD 1 Har du lest noe tidsskrift, foreningsblad eller lignende i løpet av de siste 7 dager?
Lesing på Internett eller ukeblader skal ikke inkluderes

JA ⇒ BLAD 2A

NEI ⇒ BLAD 4

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

JA

NEI ⇒ BLAD. 4

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

11. NÆRINGS-, FAGBLAD

12. FAGFORENINGSBLAD

21. SAMFUNN, POLITIKK

22. KUNST, KULTUR, HISTORIE

23. ALMEN POPULÆRVITENSKAP

24. HELSE, MILJØ

25. HJEM, BOLIG

26. HOBBY, FRITID, SPORT

27. ANNET, UBESTEMT

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

TIMER MINUTTER

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

- A. JA ukeblad
- B. Ja tegneserieblad
- C. NEI $\Rightarrow$ BOK. 1

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

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

HVIS JA PÅ BLAD 5A

BLAD. 6A Hvilke ukeblad leste du ^KontaktPer?

- 01. ALLERS
- 02. FAMILIEN
- 03. HJEMMET
- 04. NORSK UKEBLAD
- 05. ANDRE FAMILIEBLADER
- 06. SE OG HØR
- 07. HER OG NÅ

- 08. AKTUALITETSBLADER (FOR EKSEMPEL AFTENPOSTEN INNSIKT OG ECONOMIST)
- 09. KVINNER OG KLÆR
- 10. DET NYE
- 16. KAMILLE
- 18. TARA
- 11. ANDRE KVINNEBLADER
- 12. VI MENN
- 13. ANDRE BLAD FOR MENN
- 17. VI OVER 60
- 19. TOPP
- 14. ANDRE UKEBLADER
- 15. UKJENT

HVIS JA PÅ BLAD 5B

BLAD. 6B Hvilke tegneserieblad leste du ^KontaktPer?

- 1. DONALD DUCK
- 3. FANTOMET
- 5. PONDUS
- 6. BILLY
- 7. WENDY
- 8. TOM & JERRY
- 10. NEMI
- 11. ANDRE TEGNESERIEBLADER
- 12. UKJENT

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

TIMER MINUTTER

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

TIMER MINUTTER

Bøker

BOK. 1 Har du lest noen bok i løpet av de 7 siste dager?

Bøker som brukes i forbindelse med arbeid, skole eller annen utdanning skal ikke tas med.
Ta heller ikke med høytlesing for barn eller e-bøker.

J
NEI

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

J
NEI ⇒ KINO 1

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

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

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

TIMER MINUTTER

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

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

Til alle

BOK6 E-bøker leses ved hjelp av et elektronisk hjelpemiddel som for eksempel lesebrett eller annet elektronisk verktøy (f.eks. PC eller nettbrett). Har du lest en eller flere e-bøker de siste syv dagene?

J
Nei

Hvis ja i BOK 6

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

BOK6B Har du eller andre i husholdningen tilgang til lesebrett som for eksempel Kindle?

KINO

*KINO 2 Hvor mange ganger i løpet av de siste 12 måneder har du sett en film på kino?
 INGEN
 ANTALL:

Hvis Kino2 >0

KINO 3a Hvor lenge er det siden du sist så en film på kino?

- 11. 7 DAGER ELLER MINDRE
- 12. 8-30 DAGER SIDEN
- 13. 1-3 MÅNEDER SIDEN
- 14. 4-6 MÅNEDER SIDEN
- 15. 7-12 MÅNEDER SIDEN

Hvis Kino2 = 0

KINO 3b Hvor lenge er det siden du sist så en film på kino?

- 21. 13-23 MÅNEDER SIDEN
- 22. 2 ÅR SIDEN
- 23. 3-5 ÅR SIDEN
- 24. 6-10 ÅR SIDEN
- 25. 11 ÅR EL. MER SIDEN
- 26. ALDRI

Bakgrunn

IKKE TIL 9-17 ÅRINGER

Siv Er du gift eller samboende?

- Ja, gift/registrert partner ⇒ Antpers
- Ja, samboende
- Nei

Sivstat Hva er din sivilstatus

- Ugift
- Gift/ registrert partner
- Enke/enkemann/ gjenlevende partner
- Separert/ separert partner
- Skilt/skilt partner

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

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

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

ANTALL

MEDIEBRUKSUNDERSØKELSEN

GJENTAS FOR ALLE PERSONER OPPGITT

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

Er dette en mann eller en kvinne?

Mann

Kvinne

Hvilket år er hun/han født?

Hvilket familieforhold har hun/han til XX

Boksklar ER HUSHOLDNINGSBOKSEN FERDIG UTFYLT NÅ?

JA

NEI

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

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

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

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

JA ⇒ B16A

NEI ⇒ B18

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

ÅR MÅNEDER

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

JA, ALT

JA, NOE

NEI

ÅR MÅNEDER

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

JA ⇒ B19

NEI

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

JA

NEI

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

Regn også med overtidstimer, men ikke timer som skal avspaseres.

DERSOM IO HAR FLERE YRKER, SKAL DET BARE REGNES MED ARBEIDSTIMER I HOVEDYRKET.

HVIS ARBEIDSTIDEN ER SESONGPREGET, FØR OPP ARBEIDSTIDEN SOM ER VANLIG PÅ DENNE ÅRSTIDEN.

HAR IO STERKT VARIERENDE ARBEIDSTID, FØR OPP ET ANSLAG FOR GJENNOMSNITTLIG ARBEIDSTID PR. UKE.

ANTALL

SPM. B20A Hva er ditt hovedyrke?

B20_Kod TRYKK <BACKSPACE> FOR Å VELGE YRKESKODE

SPM. B20B Har du en ledende stilling?

- JA
- NEI

SPM. B21 Arbeider du i ditt hovedyrke som.....

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

STILLES HVIS IO HAR SVART FLERE ALTERNATIVER I SPM. B22A. ELLERS GÅ TIL SPM. B24.

SPM. B22B Hvilken av arbeidsstedene er mest vanlig for deg?

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

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

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

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

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

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

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

*SPM. B25 Hvem er hovedinntektstaker i husholdningen?

- 1 IO ⇒ B29
- 2 ANDRE ENN IO ⇒ B14_H

B14_H Hvilken allmennutdanning har hovedinntektstakeren fullført?

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

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

B15_H Har hovedinntektstaker fullført annen utdanning hvor skolegangen eller studiene normalt varer minst 4-5 måneder på heltid? (LÆRE- ELLER PRAKSISTID TAS IKKE MED HER)

- JA
- NEI ⇒ B18_H

MEDIEBRUKSUNDERSØKELSEN

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

ÅR MÅNEDER

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

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

Hogsk Hvor mye av tiden var på hogskole- eller universitetsnivå?

HVIS DET ER ALT - KOMMER SVARENE FRA LINJA OVER AUTOMATISK INN HER - TRYKK BARE <ENTER>
ÅR MÅNEDER

B18_H Vi går så over til noen spørsmål om arbeid. Hadde hovedinntektstaker inntektsgivende arbeid i minst 1 time i forrige uke? Regn også med arbeid som familiemedlem uten fast avtalt lønn på gårdsbruk, i forretning og i familiebedrift ellers.

JA ⇒ B19
NEI

B18b_H Har hovedinntektstaker arbeid som du var borte fra i forrige uke?

JA
NEI

B19_H Hvor mange timer pr. uke arbeider hovedinntektstaker vanligvis i uka i hovedyrket?

Regn også med overtidstimer, men ikke timer som skal avspaseres.

HVIS ARBEIDSTIDEN ER SESONGPREGET, FØR OPP ARBEIDSTIDEN SOM ER VANLIG PÅ DENNE ÅRSTIDEN. HAR VEDKOMMENDE STERKT VARIERENDE ARBEIDSTID, FØR OPP ET ANSLAG FOR GJENNOMSNITTLIG ARBEIDSTID PR. UKE.

ANTALL

B20A_H Hva er hovedinntektstakers hovedyrke?

B20_H Kod TRYKK <BACKSPACE> FOR Å VELGE YRKESKODE

B20B_H Har hovedinntektstaker en ledende stilling?

JA
NEI

B21_H Arbeider hovedinntektstaker i sitt hovedyrke som

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

B23_H Jeg skal nå lese opp noen beskrivelser for viktigste kilde til livsopphold. Passer noen av disse beskrivelsene for hovedinntektstaker?

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

B24_H Omtrent hvor mange timer bruker du vanligvis til husarbeid per uke?

Som husarbeid regner vi aktiviteter som matlaging, rengjøring, vask og stell av tøy, men ikke pass av barn eller syke. Tid til innkjøp av matvarer regnes ikke med

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

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

MEDIEBRUKSUNDERSØKELSEN

TekstB29

IO ER UNDER 18 ÅR OG DA BØR DE NESTE SPØRSMÅLENE BESVARES AV EN FORESATT. DERSOM FORESATTE IKKE ER TILSTEDE, OG IO IKKE ER I STAND TIL Å SVARE, SÅ TRYKK VET IKKE.
Trykk ENTER

SPM. B29 Hva vil du anslå husholdningens brutto inntekt til i 2012? Rund av til nærmeste 1000 kr.
HAR IO PROBLEMER MED Å SVARE, BE OM SVAR I NÆRMESTE 10 000 KR. HVIS INGEN INNTEKT, MARKER MED 0.

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

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

Figurregister

1. Svarprosent og antall gjennomførte intervju per uke i felt.....	7
2. Svarprosent Mediebruksundersøkelsen 1991–2013.....	12
3. Frafall fordelt på hovedårsaker 1999–2013.....	12

Tabellregister

1. Nøkkeltall for Mediebruksundersøkelsen. 2013	6
2. Antall intervju etter referansedag, fordelt på kvartal og totalt for 2013. Antall og prosent av nettutvalg	8
3. Avgang etter årsak. Antall og prosent. 2013	8
4. Bruttoutvalget, frafallet og nettutvalg etter kjønn, alder, landsdel og utdanning. 2013. Prosent	9
5. Svarprosent og frafall etter årsak fordelt på kjønn, alder, landsdel og utdanning. 2013. Prosent.....	10
6. Svarprosent og frafall etter referansedager. 2013. Prosent.....	11
7. Standardfeil i prosentpoeng for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser, for enkelt tilfeldig utvalg.	14

Statistisk sentralbyrå

Postadresse:
Postboks 8131 Dep
NO-0033 Oslo

Besøksadresse:
Akersveien 26, Oslo
Oterveien 23, Kongsvinger

E-post: ssb@ssb.no
Internett: www.ssb.no
Telefon: 62 88 50 00

ISBN 978-82-537-8898-2 (elektronisk)



Statistisk sentralbyrå
Statistics Norway