



Mediebruksundersøkelsen 2022

Dokumentasjonsnotat

TALL

SOM FORTELLER

NOTATER / DOCUMENTS

2023/18

Sara Grimstad

I serien Notater publiseres dokumentasjon, metodebeskrivelser, modellbeskrivelser og standarder.

© Statistisk sentralbyrå

Publisert: 26. april 2023

ISBN 978-82-587-1719-2 (elektronisk)

ISSN 2535-7271 (elektronisk)

Standardtegn i tabeller	Symbol
Ikke mulig å oppgi tall Tall finnes ikke på dette tidspunktet fordi kategorien ikke var i bruk da tallene ble samlet inn.	.
Tallgrunnlag mangler Tall er ikke kommet inn i våre databaser eller er for usikre til å publiseres.	..
Vises ikke av konfidensialitetshensyn Tall publiseres ikke for å unngå å identifisere personer eller virksomheter.	:
Desimaltegn	,

Forord

I dette notatet legger Statistisk sentralbyrå (SSB) frem en metodisk dokumentasjon av gjennomføringen av Mediebruksundersøkelsen 2022.

I Statistisk sentralbyrå har seksjon for utdannings- og kulturstatistikk hatt det faglige ansvaret for undersøkelsen. Datainnsamlingen er utført av seksjon for personundersøkelser. Undersøkelsen er finansiert med midler fra Medietilsynet.

Emma Schiro ved seksjon for utdannings- og kulturstatistikk har ledet arbeidet med undersøkelsen og utviklingen av spørreskjemaet. Ved seksjon for personundersøkelser har Sara Grimstad ledet arbeidet med datainnsamlingen. Jytte Miftari-Duemark programmerte spørreskjemaet og foretok filetableringen, og Tore Nafstad-Bakke har trukket og tilrettelagt utvalget. Katharina Rossbach og Kari-Anne Lund ved seksjon for metoder var med i utformingen av spørreskjemaet og gjennomførte brukertester.

Seksjon for operasjonell forretningsstøtte har stått for utsending av informasjonsmateriell til respondentene og seksjon for brukerkontakt har, sammen med seksjon for personundersøkelser, håndtert henvendelser fra respondentene underveis i datainnsamlingen.

Statistisk sentralbyrå, [Godkjenningsdato]

[Navn på godkjenner]

Sammendrag

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

I 2022 ble Mediebruksundersøkelsen for første gang gjennomført som en undersøkelse med mixed-mode design. Respondentene kunne delta enten ved å fylle ut et selvadministrert webskjema eller ved å svare på et telefonintervju.

Til undersøkelsen i 2022 ble det trukket et utvalg på 6 000 personer i alderen 9 år og over. I tillegg ble det trukket et tilleggsutvalg på 3 000 personer i samme aldersgruppe blant innvandrere og personer med foreldre som har innvandret. Undersøkelsen ble gjennomført hvert kvartal, med en fjerdedel av utvalgene i hvert kvartal.

52 prosent av hovedutvalget og 50 prosent av tilleggsutvalget svarte på undersøkelsen. Den viktigste årsaken til frafall var at vi ikke klarte å komme i kontakt med alle personene i utvalget. Det er personer med lav eller ingen utdanning som er vanskeligst å få med på undersøkelsen. Dette gjelder for både hoved- og tilleggsutvalg.

I SSBs mediebruksundersøkelse er intervjuingen dagbestemt. Det vil si at vi spør respondentene om deres mediebruk for en bestemt dag i uka. For å få et godt bilde av mediebruken er det viktig å få til en jevn fordeling av intervju på de ulike ukedagene.

Frafall kan føre til utvalgsskjevhet, noe som innebærer at nettoutvalget (de som er intervjuet i undersøkelsen) ikke nødvendigvis er helt representativt for målgruppen. Vi har undersøkt om frafallet har medført skjevheter for kjennetegnene alder, kjønn, utdanningsnivå og landsdel. De største avvikene mellom brutto- og nettoutvalget finner vi når vi studerer utdanningsnivået. Personer med universitets- eller høyskoleutdanning er overrepresentert i nettoutvalget sammenliknet med personer med lavere utdanning. Dette gjelder både for hoved- og tilleggsutvalget. For å korrigere for skjevheter i forbindelse med analyser anbefaler vi at det brukes vekter.

Innhold

Forord	3
Sammendrag	4
1. Bakgrunn og formål	6
2. Utvalg	8
2.1. Periodeinndeling	8
3. Skjemautvikling	10
4. Datainnsamling	13
4.1. Innsamlingsmetode	13
4.2. Utsendinger	13
4.3. Feltperiode og feltarbeid.....	14
4.4. Språk	15
4.5. Referansedager	15
5. Datakvalitet	17
5.1. Skjevhet	17
5.2. Frafall	19
6. Statistisk usikkerhet og feilmarginer ved utvalgsundersøkelser	22
Statistisk usikkerhet for estimering av prosentandel av et kjennetegn ved enkelt tilfeldig utvalg	23
6.1. Eksempel på bruk av formel og tabell.....	24
7. Innsamlings- og bearbeidingsfeil	25
7.1. Innsamlingsfeil	25
7.2. Bearbeidingsfeil.....	26
Referanser	27
Vedlegg A: Utsendingstekster – hovedutvalg	28
Vedlegg B: Utsendingstekster – tillegg	32
Vedlegg C: SMS tekster – hovedutvalg	36
Vedlegg D: SMS tekster – tilleggsutvalg	37
Vedlegg E: Spørreskjema	38
Vedlegg F: Variabler fra register	72

1. Bakgrunn og formål

Statistisk sentralbyrå (SSB) har siden 1967 gjennomført utvalgsundersøkelser om bruk av massemedier. Fra og med 1991 har SSB årlig gjennomført kvartalsvise undersøkelser med et tverrsnittsutvalg av personer mellom 9 og 79 år. Fra og med 2022 er utvalgsdesignet endret. I tillegg til at utvalgsstørrelsen er økt, er alderen utvidet til å også inkludere personer over 79 år.

I 2022 ble Mediebruksundersøkelsen for første gang gjennomført som en mixed-mode undersøkelse, hvor det var mulig for respondentene å svare enten på et selvadministrert webskjema eller et telefonintervju.

Formålet med undersøkelsen er å gi en samlet framstilling av nordmenns bruk av ulike typer massemedier og tilgangen på slike medier. Det spørres om bruk av ulike typer medier: lydmedier (radio, musikkavspilling, podkast), filmmedier (TV, video, opptak fra tv etc.), internett og trykte medier (aviser, tidsskrifter, ukeblader etc.). Statistikken er en viktig informasjonskilde for offentlige myndigheter og andre som ønsker å delta i planlegging og utvikling av landets medietilbud. Resultatene publiseres årlig i Norsk mediebarometer (www.ssb.no/medie).

Med et stadig større tilfang av nye massemedier, og ikke minst plattformer, blir det mer komplekst å dekke det totale massemediebruksmønsteret i befolkningen. Særlig er det utfordrende å skille mellom bruk av tradisjonelle medieplattformer og nettmedier. Spørreskjemaet ble derfor gjennomgått og forbedret før undersøkelsen i 2022 for å fange opp bruken av nye mediekanaler og -plattformer. Det er likevel viktig å understreke at et viktig formål i undersøkelsen er å måle utviklingen over tid, noe som gjør at mer tradisjonelle medier fortsatt har stor plass i undersøkelsen.

Mediebruksundersøkelsen skal måle nordmenns bruk av ulike massemedier gjennom et helt år, og datafangsten gjennomføres derfor kvartalsvis gjennom året, med like store delutvalg per kvartal. For å få et godt bilde av mediebruken er det også viktig å få til en jevn fordeling av intervjuene på de ulike ukedagene.

Tabell 1.1 og 1.2 viser nøkkeltallene for undersøkelsens hoved- og tilleggsutvalg. Nettoutvalget inneholder personer som har svart på hele undersøkelsen. Partiell frafall angir personer som har svart på minst ett spørsmål i undersøkelsen, men ikke fullført.

Tabell 1.1 Nøkkeltall for Mediebruksundersøkelsen 2022. Hovedutvalg

	Antall	Prosent
Utvalg	6 000	
Avgang	27	
Bruttoutvalg	5 973	100,0
Partielt frafall (påbegynte)	338	5,6
Frafall	2 504	41,9
Nettoutvalg	3 131	52,4
Innsamlingsmetode	Selvutfylling på web og telefonintervju	
		21.feb – 27.mar
		23.mai – 26.jun
		29.aug – 02.okt
Feltperiode		14.nov – 19.des
Intervjutid	Median: 16 minutter	

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

Tabell 1.2 Nøkkeltall for Mediebruksundersøkelsen 2022. Tilleggsutvalg

	Antall	Prosent
Utvalg	3 000	
Avgang	13	
Bruttoutvalg	2 987	100,0
Partielt frafall (påbegynte)	139	4,4
Frafall	1 361	45,6
Nettoutvalg	1 487	49,8
Innsamlingsmetode	Selvutfylling på web og telefonintervju	
		21.feb – 27.mar
		23.mai – 26.jun
		29.aug – 02.okt
Feltperiode		14.nov – 19.des
Intervjutid		Median: 19 minutter

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

2. Utvalg

Til undersøkelsen ble det trukket et landsrepresentativt hovedutvalg på 6 000 personer i alderen 9 år og oppover. I tillegg ble det trukket et tilleggsutvalg på 3 000 personer, i samme aldersgruppe, blant innvandrere og personer født i Norge med innvandrerforeldre. Tabell 2.1 og 2.2 viser aldersfordelingen i henholdsvis hovedutvalget og tilleggsutvalget.

Utvalgene er trukket fra SSBs befolkningsregister BeReg¹. For å få et mest mulig oppdatert utvalg, ble det trukket så nært opptil intervjustart som praktisk mulig. Utvalgene ble derfor trukket i februar, mai, august og oktober.

Utvalgene ble koblet mot Kontakt- og reservasjonsregisteret (KRR)² for å få tak i mobilnummer og e-postadresse til respondentene. I tillegg ble programmet Telefinn benyttet for å koble på ytterligere telefonnumre. Telefinn benytter et web-basert telefonsøkeverktøy som henter telefonnumre fra Eniro sin telefondatabase for opplysningstjenesten 1880/Gule sider.

Tabell 2.1 Aldersfordeling i utvalget alle kvartaler. Hovedutvalg

	9-15 år	16-24 år	25-44 år	45-66 år	67-79 år	80 år og eldre	Totalt
Første kvartal	137	160	464	472	188	79	1 500
Andre kvartal	130	174	457	459	202	78	1 500
Tredje kvartal	114	191	434	484	185	92	1 500
Fjerde kvartal	125	164	440	482	202	87	1 500
Totalt	506	689	1795	1897	777	336	6 000

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022. Statistisk sentralbyrå

Tabell 2.2 Aldersfordeling i utvalget alle kvartaler. Hovedutvalg

	9-15 år	16-24 år	25-44 år	45-66 år	67-79 år	80 år og eldre	Totalt
Første kvartal	59	101	325	222	29	14	750
Andre kvartal	65	87	333	222	36	7	750
Tredje kvartal	72	96	336	210	29	7	750
Fjerde kvartal	46	91	320	242	47	4	750
Totalt	242	375	1314	896	141	32	3 000

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022. Statistisk sentralbyrå

2.1. Periodeinndeling

For å holde orden på alle utsendinger, ulike språkgrupper og når de ulike respondentene skulle ringes, ble de to utvalgene delt inn i perioder.

Periodeinndeling hovedutvalg

Tabell 2.3 viser inndelingen av hovedutvalget i seks perioder i første kvartal, og fem perioder i andre, tredje og fjerde kvartal. I alle kvartaler bestod periode 1 av personer i utvalget som var mellom 16 og 79 år og som hadde e-postadresse i KRR. Periode 2 bestod i første og andre kvartal av 12–15 åringer der de foresatte hadde e-postadresse i KRR, mens i tredje og fjerde kvartal bestod perioden av 16–79 åringer med utdanning på grunnskolenivå eller lavere og som hadde e-postadresse i KRR. Grunnen til at disse ble samlet i en periode, var at vi ønsket å øke svarinngangen blant denne gruppen. Periode 3 bestod i første kvartal av 9–11 åringer, men i de tre andre kvartalene bestod perioden av 9–15 åringer, både med og uten e-postadresse i KRR. Det var fordi vi ønsket å ringe alle barna mellom 9 og 15 år før de fikk tilbud om å svare på web. I alle kvartaler bestod periode 5 av personer mellom 16 og 79 uten e-

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

² Kontakt- og reservasjonsregisteret (KRR) er et register over innbyggerens kontaklinformasjon og reservasjon, og er en fellesløsning som alle offentlige virksomheter skal bruke i sin tjenesteutvikling. Det er Digitaliseringsdirektoratet som er behandlingsansvarlig for kontaktopplysningene i KRR

postadresse i KRR og periode 6 av personer som var 80 år eller eldre. Alle i periode 5 og 6 fikk brev i posten.

Tabell 2.3 Periodeinndeling. Hovedutvalg

Periode	Hvem	Antall første kvartal	Antall andre kvartal	Antall tredje kvartal	Antall fjerde kvartal
1	16–79 år (med e-post)	1 242	1 260	960	945
2	12–15 år (med e-post)	79	76		
2	16–79 år (lav utdanning med e-post)			274	260
3	9–11 år (med og uten e-post)	57			
3	9–15 år (med og uten e-post)		54	114	125
4	12–15 år (uten e-post)	1			
5	16–79 år (uten e-post, brev til alle)	42	32	60	83
6	80 år og eldre (med og uten e-post, brev til alle)	79	78	92	87

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022. Statistisk sentralbyrå

Periodeinndeling tilleggsutvalg

Tilleggsutvalget ble i første kvartal inndelt i åtte perioder etter landbakgrunn og alder, som vist i tabell 2.4. Hovedårsaken til denne inndelingen, var at vi hadde oversatt informasjonsmateriellet til fire språk: polsk, litauisk, arabisk og engelsk. I andre, tredje og fjerde kvartal var utvalget inndelt i seks perioder siden vi ikke lenger sendte ut informasjonsmateriellet på arabisk. Dette henger sammen med at det ikke var mulig å svare på undersøkelsen på arabisk. Periodeinndelingen gjorde det mulig å sende ut tilpasset informasjon til de ulike språk- og aldersgruppene.

Tabell 2.4 Periodeinndeling. Tilleggsutvalg

Periode	Hvem	Antall første kvartal	Antall andre kvartal	Antall tredje kvartal	Antall fjerde kvartal
11	16 år og eldre, bakgrunn fra Polen	86	91	82	80
12	9–15 år, bakgrunn fra Polen	5	10	8	5
21	16 år og eldre, bakgrunn fra Litauen	31	23	44	40
22	9–15 år, bakgrunn fra Litauen	4	4	2	1
31	16 år og eldre, bakgrunn fra MSA*	75			
32	9–15 år, bakgrunn fra MSA*	9			
41	16 år og eldre, bakgrunn fra øvrige land	499	571	552	584
42	9–15 år, bakgrunn fra øvrige land	41	51	62	40

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022. Statistisk sentralbyrå

*MSA: Irak, Syria, Libanon, Palestina, Jordan, Kuwait, Bahrain, Forente arabiske emirater, Saudi-Arabia, Jemen, Sudan, Egypt, Libya, Tunisia, Algerie, Marokko, Mauritania

3. Skjemautvikling

Mediebruksundersøkelsen, som tidligere har vært gjennomført som en intervjueradministrert undersøkelse, ble i 2022 lagt om til gjennomføring i mixed-mode. SSB har i samarbeid med Medietilsynet vurdert i hvilken grad spørsmål og tematikk fra Mediebruksundersøkelsen burde videreføres, og i hvilken grad dette bør erstattes av eller suppleres med andre spørsmål og teknikker.

SSB har gjennomført metodisk testing og evaluering av originale spørsmål som tidligere har inngått i undersøkelsen. Et overordnet formål med testingen var generell kvalitetssikring av spørsmålene før den nye mediebruksundersøkelsen ble gjennomført i 2022. Noen konkrete hensyn har ligget til grunn for utviklingen av det nye spørreskjemaet.

- Spørsmålene skulle inngå i en selvadministrert web-undersøkelse og en intervjueradministrert undersøkelse
- Utvalget skulle være et representativt utvalg av personer i alderen 9 år og over
- Undersøkelsen skulle gjennomføres med eget utvalg av personer med innvandringsbakgrunn
- Spørsmålene om mediebruk skulle i større grad passe med samtidens utvikling på mediebruksfeltet

Spørreskjemaet ble utviklet i en iterativ prosess. Informasjon fra flere testinger av det originale skjemaet, resulterte i at en rekke mulige problemområder ble indentifisert og tatt inn i skjemaversjon 1, som så ble testet i en runde med kognitive intervju. Nye endringer ble tatt inn i skjemaversjon 2 som så ble testet i en ny runde med kognitive intervju. Dette resulterte i et revidert skjema tilpasset web og telefon. Testingen av skjemaet foregikk altså i flere faser. Den første fasen innebar å evaluere dagens skjema, den andre fasen innebar eksplorerende intervju og fokusgrupper, og den tredje fasen innebar kognitive intervju.

Hovedmålsettingen for fokusgruppene og de eksplorative intervjuene var å få innsikt i hvordan mediebruken er for personer med innvandrerbakgrunn. Er det noen temaer som er mer aktuelle for personer med innvandrerbakgrunn og bruker de andre medier enn de norske som er med i undersøkelsen? Fokusgruppen ble gjennomført over Teams, og bestod av fire deltakere med innvandrerbakgrunn. Hver deltaker svarte på undersøkelsen på telefon noen få dager før fokusgruppen. I de eksplorative intervjuene deltok ett barn og en person med innvandrerbakgrunn, og de ble gjennomført før resten av testingen.

Hovedmålsettingen med å utføre de kognitive intervjuene var å teste hvordan spørsmålene fungerte for reelle svarpersoner. Særlig har vi lagt vekt på å undersøke enkeltspørsmål og terminologi som kan være spesielt vanskelige for bestemte delgrupper i utvalget. Testene var derfor spesielt rettet mot å avdekke svakheter ved spørsmål som personer med et annet morsmål enn norsk, personer i alderen 9-15 år og personer som er 60 år eller eldre, ville ha problemer med.

De kognitive intervjuene ble gjennomført som en test og en personlig samtale mellom en testperson og en kvalitativ spesialist, gjerne kalt moderator. Spørreskjemaet som ble testet var en prototype. Det vil si en testversjon hvor svarene som ble valgt av testpersonene ikke ble lagret. Utformingen av skjemaet tok sikte på å være så realistisk som mulig, men avvek i realiteten noe både utseendemessig og i funksjonalitet. Dette kan selvsagt ha en viss påvirkning på de funnene vi har gjort i arbeidet, men vi anser ikke dette for å ha særlig stor betydning.

Intervjuene ble gjennomført ved hjelp av skjermdeling på Teams. Vi brukte retrospektiv kognitiv oppfølging, dvs. at testpersonen først besvarte spørsmålene i skjemaet uten innblanding fra moderator. Fordelen med denne fremgangsmåten er at testpersonen får bedre inntrykk av

spørreskjemaet som helhet, inkludert spørsmålsrekkefølge, intervjulengde etc. Selvrapporingen skjer under observasjon av moderator og følges etter intervjuet opp med planlagte og improviserte oppfølgingsspørsmål for å få forståelse av hvordan utvalgte spørsmål fungerte. Ved gjennomføring på telefon ser man ikke personen og dens kroppsspråk, noe som er et informasjonstap. Imidlertid gir gjennomføring ved telefonintervju eller webintervju oss mulighet til langt større fleksibilitet i gjennomføringen, hvilket vi anser som viktig når vi jobber med undersøkelser som tar sikte på levere resultater raskt. I tillegg ga det oss mulighet til å ha deltakere fra hele landet.

I den første delen av testintervjuet svarte testpersonen på hele spørreskjema på PC eller mobiltelefon uten assistanse eller avbrudd fra moderator. Hensikten med dette er å simulere normalsituasjonen når man besvarer en webundersøkelse. Testpersonene ble oppmuntret til å besvare hele skjema før de kom med spørsmål, slik at det bare unntaksvis var oppklarende dialog mellom moderator og testperson i denne delen av testen.

Hensikten med å observere testpersonens besvarelse er å notere hvor det stopper opp, hvor lang tid som brukes, endring eller kalibrering av avgitte svar osv., slik at disse inntrykkene kan bidra til oppfølgingsspørsmål fra moderator i den retrospektive gjennomgangen og analysene i etterkant. Hvert intervju varte i maksimalt 1,5 time.

Totalt gjennomførte vi 13 testintervju. Vi forsøkte å få god spredning på noen sentrale kjennetegn da vi rekrutterte til intervjuene.

- 6/13 intervju gjennomført med barn i alderen 9-15 år
- 3/13 intervju gjennomført med personer med innvandrerbakgrunn
- 4/13 intervju gjennomført med personer i alderen 60 år og over

I funnene beskrevet nedenfor, er det i noen tilfeller referert til spørsmål i spørreskjemaet. Spørreskjemaet er gjengitt i vedlegg E.

Hovedfunn fra testing med barn:

- Respondenter under 16 år bør betraktes som minst to grupper, 9–11 år og 12–15 år, på grunn av store kognitive forskjeller.
- Flere medier i undersøkelsen er mindre kjent for barn, som for eksempel radio, DVD og Blu-ray.
- Undersøkelsen inneholder flere spørsmål som ber om opplysninger barn ikke har, for eksempel abonnementstyper og betalingsformer.
- Aldersfilter kan brukes mer for å sikre slik at barnerespondenter opplever spørsmålene som er relevante for seg.
- Tilbud om tidsintervaller heller enn åpne tidsangivelser kan lette svaroppgaven.

Tiltak for barn:

- Flere spørsmål er mindre relevante for barn. Derfor har vi inkludert spørsmål som er mer relevante for barn, som for eksempel INTERTJENBARN og INTERTIDSKOLE.
- Aldersfilter ble inkludert slik at barn ikke får spørsmål som de ikke kan svare på. Det gjelder for eksempel AVISKOMBO og RADTILG.

Hovedfunn fra testing med personer med innvandrerbakgrunn:

- Flere testpersoner bruker ikke bare norske og engelske medier, men også medier på andre språk.

- Begreper som «lineær», «feed», «arkiv» og «tidsskrift» skapte usikkerhet.
- Flere testpersoner mente det var viktig å ha eksempler på hva som menes med strømmetjenester og nett-tv. (Løsning)
- Det at spørsmål om mobiltelefonbruk var i starten av skjemaet, gjorde noen usikre på om etterfølgende spørsmål fortsatt bare gjaldt mobiltelefon.

Tiltak for personer med innvandrerbakgrunn:

- På spørsmål om bruk av medier fra andre land ble det inkludert eksempler. I spørsmålene PAVISNAVN og NAVISLISTE om hvilke papir- eller nettaviser man leste i går, ble svaralternativer som «internasjonale nettaviser» og «utenlandske nettaviser fra spesifikke land inkludert, for eksempel Svenska Dagbladet». Dette ble etterfulgt av oppfølgingsspørsmål om hvilke(t) land avisen var fra.
- Spørsmål om mobilbruk ble flyttet fra starten av spørreskjemaet til slutten.
- For å unngå forvirring rundt forskjell på strømmetjenester og nett-tv, ble det i TVNETTDAG forklart hva som skal tas med og ikke tas med. I dette spørsmålet skulle direkte-TV og programmer en selv hadde valgt i TV-kanalenes strømmetjenester inkluderes, mens Netflix og YouTube ikke skulle inkluderes.

Hovedfunn fra testing med personer i alderen 60 år og over:

- Spørsmål om internettbruk for skole, studier eller arbeid var irrelevant for alle testpersonene siden de var pensjonister.
- Noen testpersoner foreslo å ha intervaller for tidsbruk istedenfor at en må skrive inn antall timer og antall minutter brukt på en medieaktivitet, for eksempel lese i papiravis.
- Spørsmål om hva slags nyheter man ser på ble tolket både som internasjonale nyheter og nasjonale nyheter.
- Fare for dobbelrapportering av musikk i bolken om radio, da musikk skal dekkes i bolken om lydmedier, og ikke radio.

Tiltak for personer i alderen 60 år og over:

- Det ble inkludert eksempler på hva slags nyheter en ser på for å unngå usikkerhet rundt hva som skal regnes som internasjonale nyheter og nasjonale nyheter. I TVTYPENYHET ble svaralternativene dermed etterfulgt av et eller flere eksempler. Nasjonale norske nyheter ble eksemplifisert med Dagsrevyen og internasjonale nyheter ble eksemplifisert med CNN og Al Jazeera.
- For å unngå fare for dobbelrapportering av musikk på radio i bolkene om radio og lydmedier, ble det i bolken om lydmedier spesifisert i hjelpeteksten på spørsmålet INTROLYD at radio ikke skulle regnes med.

For å redusere oppgavebyrden mest mulig, kompletteres dataene som hentes inn fra spørreskjemaet med opplysninger fra register. Variablene fra register er beskrevet i vedlegg F.

4. Datainnsamling

4.1. Innsamlingsmetode

Mediebruksundersøkelsen ble gjennomført ved bruk av et selvadministrert webskjema (CAWI) og telefonintervju (CATI). Telefonintervjuene ble foretatt av SSBs intervjukorps. For hovedutvalget startet innsamlingen på web for de aller fleste, og de som fortsatt ikke hadde svart etter to uker, fikk tilbud om telefonintervju. For tilleggsutvalget startet innsamlingen på telefon for alle og webskjema ble tilbudt til de som fortsatt ikke hadde blitt intervjuet etter to uker.

For å motivere til deltakelse blant personene i tilleggsutvalget, mottok hver respondent et Flax-lodd sammen med informasjonsbrevet i forkant av oppstart. For respondenter under 18 år var det foresatte som mottok Flax-lodd, da det i henhold til norsk lov ikke er tillatt å gi mindreårige lotteri/pengespill i gave.

Spørreskjemaet inneholder ulike spørsmålsbolker om tilgang til og bruk av ulike massemedier og medieplattformer (se vedlegg E). De ulike spørsmålsbolkene stilles uavhengig av hverandre. Rekkefølgen en får opp spørsmål eller spørsmålsbolker i, kan påvirke hva respondenter svarer. For å unngå slike systematiske rekkefølgeeffekter, ble intervjuprogrammet konstruert slik at spørsmålsbolkene kom opp i tilfeldig rekkefølge i hvert intervju.

4.2. Utsendinger

Det ble sendt ut informasjon om undersøkelsen til alle som var trukket ut. Formålet med denne informasjonen er å sørge for at de som er trukket ut blir orientert om tema for undersøkelsen, gjennomføring og personvern i forkant av intervjuet. Se vedlegg A-D for utsendingstekster.

For respondenter i alderen 9–15 år ble alle utsendinger sendt til foresatte fordi det er de foresatte som må samtykke til at barnet kan delta i undersøkelsen. Respondenter som var 16–17 år mottok selv alle e-poster, brev og SMS-er, men vi sendte også ut et informasjonsbrev til foresatte for å orientere om at barnet var trukket ut til undersøkelsen.

Utsendinger hovedutvalg

I hovedutvalget fikk alle som ikke hadde e-postadresse i KRR eller som var reserverte mot digital kommunikasjon, og alle som var 80 år eller eldre, brev per post. Resten fikk e-post i første og andre kvartal og enten brev i Altinn eller e-post i tredje og fjerde kvartal. I de to siste kvartalene ble det sendt brev via Altinn istedenfor på e-post bare til respondenter som skulle svare på web først. Respondentene mottok en e-post om at de hadde fått et brev fra SSB i Altinn som de måtte logge seg inn via altinn.no for å lese. De mottok i tillegg en SMS fra Altinn, og en SMS fra SSB med personlig lenke til undersøkelsen.

Alle som ikke hadde e-postadresse i KRR, var reserverte eller 80 år og eldre ble først kontaktet på telefon og fikk tilbud om webskjema etter to uker gjennom modusutsendingen. I tredje og fjerde kvartal ble også alle barn mellom 9 og 15 år kontaktet på telefon først. De resterende periodene startet på web. Det ble sendt flere påminninger. Alle fikk en påminning før de fikk modusutsendingen og to etterpå. De som hadde påbegynt spørreskjemaet, men ikke fullført, fikk to påminnelser.

Utsendinger tilleggsutvalg

For tilleggsutvalget sendte vi ut informasjonsbrev til alle respondenter omtrent en og en halv uke før telefonintervjuingen startet. Intervjuingen startet 21. februar i første kvartal, 23. mai i andre kvartal, 29. september i 3. kvartal og 14. november i fjerde kvartal. Lenke til webskjema ble sendt ut på e-

post og SMS to uker etter at intervjuingen startet. Det ble sendt tre påminninger, en før respondentene fikk lenke til webskjema og to etterpå. De som hadde påbegynt spørreskjemaet, men ikke fullført, fikk to påminnelser.

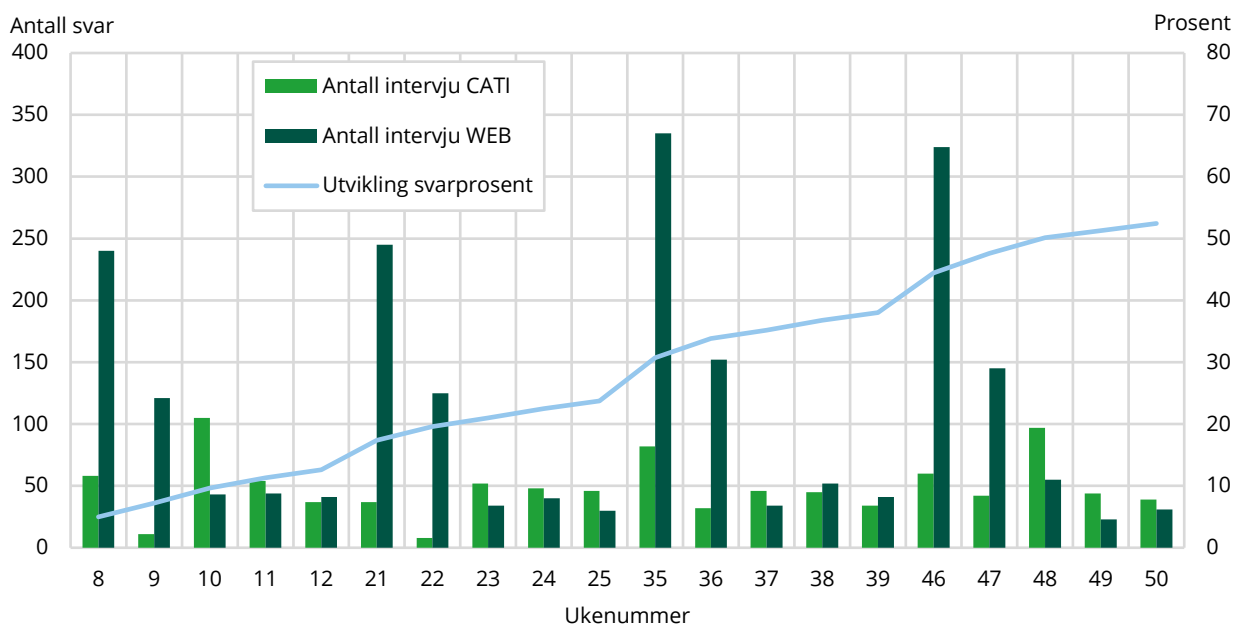
4.3. Feltperiode og feltarbeid

Feltperioden for Mediebruksundersøkelsen ble delt i fire datafangstperioder på fem uker hver. Datafangstperiodene var i hovedsak i februar/mars, mai/juni, august/september og november/desember.

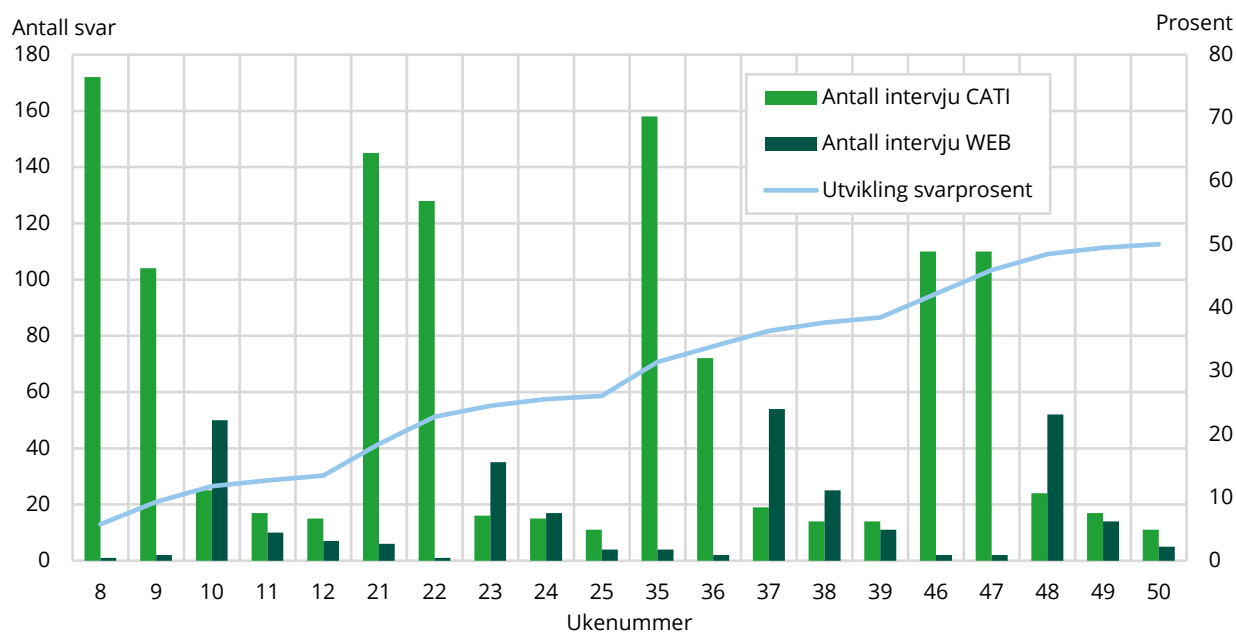
Figur 4.1 og figur 4.2 viser i hvilke uker intervjuene ble gjennomført og utviklingen i svarprosent for hovedutvalget og tilleggsutvalget. Hovedandelen av intervjuene ble i hvert kvartal gjennomført de tre første ukene av feltperioden. Antall intervju den fjerde og femte uka er relativt få. Dette skyldes at de siste to ukene hovedsakelig blir brukt til oppfølging av respondenter som vi ikke har kommet i kontakt med eller som tidligere har sagt at de ikke ønsker å delta. For hovedutvalget er antallet websvar i tredje og fjerde kvartal større enn i første og andre kvartal. Dette henger sammen med at vi benyttet utsendinger via Altinn istedenfor på e-post for de som startet datainnsamlingen på web først.

For hele året samlet, endte svarprosenten til slutt på 52 for hovedutvalget og 50 for tilleggsutvalget. For hovedutvalget ble 69 prosent av intervjuene gjennomført ved bruk av selvadministrert webskjema og 31 prosent ved telefonintervju. For tilleggsutvalget ble 80 prosent av intervjuene gjennomført ved telefonintervju og 20 prosent på web.

Figur 4.1 Antall gjennomførte intervju per uke i felt og utvikling i svarprosent. Hovedutvalg



Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

Figur 4.2 Antall gjennomførte intervju per uke i felt og utvikling i svarprosent. Tilleggsutvalg

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

4.4. Språk

Skjemaet i Mediebruksundersøkelsen ble oversatt til ulike språk. Tabell 4.3 og 4.4 gir en oversikt over hvor mange som har fylt ut skjemaet på ulike språk i hovedutvalget og tilleggsutvalget. 94 prosent av skjemaene i hovedutvalget og 85 prosent i tilleggsutvalget ble fylt ut på bokmål. Tilsvarende tall for engelsk er 4 og 10 prosent. Veldig få har fylt ut skjemaet på nynorsk. De andre språkene er også veldig lite brukt i hovedutvalget, men noe mer i tilleggsutvalget. Spesielt webskjema kan være nyttig å ha på polsk.

Tabell 4.3 Bruk av ulike språk. Hovedutvalg. Prosent

Modus	Bokmål	Nynorsk	Engelsk	Polsk	Litauisk	Totalt
Telefon	98,3	0,0	1,6	0,1	0,0	985
Web	91,4	2,2	5,2	1,1	0,1	2 146
Totalt	93,5	1,5	4,1	0,8	0,1	3 131

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

Tabell 4.4 Bruk av ulike språk. Tilleggsutvalg. Prosent

Modus	Bokmål	Nynorsk	Engelsk	Polsk	Litauisk	Totalt
Telefon	91,3	0,0	7,2	1,4	0,1	1 190
Web	62,0	0,0	20,9	15,5	1,7	297
Totalt	85,4	0,0	10,0	4,2	0,4	1 487

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

4.5. Referansedager

Hvis det tas flere intervju en spesiell ukedag (f.eks. lørdager) eller én spesiell dato (f.eks. lørdag 11. mars) enn på andre ukedager og datoer, kan det gi en feilaktig framstilling av mediebruken. I undersøkelsen fordeles derfor intervjuene på ulike dager i uken (referansedager). På telefon foretar intervjuerne som regel intervjuet for gårdsdagen, subsidiært for to dager tidligere. Det kan intervjues om referansedagen fredag inntil tre dager etter fordi vi ikke intervjuer i helgen.

På web fikk respondentene i første og andre kvartal på forhånd tildelt en referansedag de skulle svare for. Utsendingene ble som regel sendt ut hver dag for å sikre mest mulig jevn fordeling av referansedager. Ved en slik tilnærming har man ikke kontroll over når respondentene velger å svare.

Derfor valgte vi i tredje og fjerde kvartal å la respondentene selv velge ukedagen som var i går for dem i starten av spørreskjemaet. Ukedagen de valgte bestemte referansedagen de skulle svare for. Dette gir bedre datakvalitet enn om referansedagen tildeles på forhånd, siden man ikke vet om den på forhånd tildelte dagen faktisk var gårsdagen for respondenten. Ved helt jevn fordeling vil hver referansedag ha i overkant av 14 prosent av intervjuene.

Tabell 4.5 viser fordelingen av intervju på de ulike referansedagene i 2022 for hovedutvalget. Intervjuene er noe ujevnt fordelt. For referansedagene mandag og søndag er det gjennomført flere intervju enn på de andre dagene. Referansedagen fredag har færrest intervju, med 13 prosent av intervjuene totalt. Andre og fjerde kvartal har den jevneste fordelingen av intervju pr. dag, mens tredje kvartal har størst variasjon.

Fordelingen av referansedager er mer ujevnt fordelt for tilleggsutvalget, noe tabell 4.6 viser. For referansedagen tirsdag er det gjennomført flere intervju enn for de andre dagene. Referansedagen lørdag har færrest intervju, med 12,7 prosent av intervjuene totalt. Fjerde kvartal har den jevneste fordelingen av intervju per dag, mens tredje kvartal har størst variasjon.

Tabell 4.5 Antall intervju etter referansedag, fordelt på kvartal og totalt. Antall og prosent av nettoutvalg. Hovedutvalg

	Totalt 2022		1. kvartal		2. kvartal		3. kvartal		4. kvartal	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
I alt	3 128	100,0	751	100,0	667	100,0	853	100,0	857	100,0
Mandag	468	15,0	104	13,8	94	14,1	138	16,2	132	15,4
Tirsdag	458	14,6	113	15,0	93	13,9	123	14,4	129	15,1
Onsdag	426	13,6	103	13,7	100	15,0	119	14,0	104	12,1
Torsdag	442	14,1	103	13,7	94	14,1	126	14,8	119	13,9
Fredag	408	13,0	107	14,2	84	12,6	105	12,3	112	13,1
Lørdag	423	13,5	99	13,2	99	14,8	99	11,6	126	14,7
Søndag	503	16,1	122	16,2	103	15,4	143	16,8	135	15,8

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

Tabell 4.6 Antall intervju etter referansedag, fordelt på kvartal og totalt. Antall og prosent av nettoutvalg. Tilleggsutvalg

	Totalt 2022		1. kvartal		2. kvartal		3. kvartal		4. kvartal	
	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent	Antall	Prosent
I alt	1 485	100,0	395	100,0	375	100,0	370	100,0	345	100,0
Mandag	232	15,6	62	15,7	62	16,5	61	16,5	47	13,6
Tirsdag	258	17,4	64	16,2	66	17,6	81	21,9	47	13,6
Onsdag	213	14,3	66	16,7	46	12,3	50	13,5	51	14,8
Torsdag	194	13,1	49	12,4	46	12,3	54	14,6	45	13,0
Fredag	193	13,0	46	11,6	57	15,2	42	11,4	48	13,9
Lørdag	188	12,7	54	13,7	49	13,1	36	9,7	49	14,2
Søndag	207	13,9	54	13,7	49	13,1	46	12,4	58	16,8

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

Vi anbefaler at brukere av datamaterialet vekter 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 vektet slik at alle ukedagene teller like mye.

5. 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.

5.1. Skjevhet

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 utvalgsskjevhet for disse kjennetegnene 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, personer som er utvandret til utlandet eller bosatt på institusjon. I 2022 var det til sammen 27 avganger i hovedutvalget og 13 i tilleggsutvalget. Tabell 5.1 viser fordelingen av avganger på de ulike kvartalene. I Mediebruksundersøkelsen er trekkingen fordelt over fire kvartaler og utvalget er trukket såpass nært opp til intervjustart som mulig, noe som bidrar til at avgangene blir så få til at de innfører utvalgsskjevheter. Avganger kan gi utvalgsskjevhet hvis utvalget er trukket lang tid før intervjustart eller hvis en ikke kjenner populasjonen en trekker fra.

Tabell 5.1 Antall avganger fordelt på kvartaler. Hoved- og tilleggsutvalg

	Antall avganger hovedutvalg	Antall avganger tilleggsutvalg
1. kvartal	3	2
2. kvartal	6	5
3. kvartal	11	2
4. kvartal	7	3
Totalt	27	13

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

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 oppnår intervju med, kalles nettoutvalget. Differansen mellom netto- og brutto-utvalget kalles frafall. Frafall er den tredje kilden til skjevhet i en utvalgsundersøkelse. Når fordelingen av et bestemt kjennemerke er annerledes blant de som svarte (nettoutvalget) enn blant de som ble trukket ut til undersøkelsen (brutto-utvalget), 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 en knytte større oppmerksomhet til skjevhet som skyldes frafall enn til andre former for utvalgsskjevhet. Dette skyldes at de personene som deltar kan skille seg systematisk fra de som ikke deltar. I tabell 5.2 og 5.3 undersøker vi om det er skjevheter grunnet frafall for kjennetegnene kjønn, alder, utdanningsnivå og landsdel. 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 5.2 Bruttoutvalg, frafall og nettoutvalg etter kjønn, alder, utdanningsnivå og landsdel. Hovedutvalg. Prosent

	Bruttoutvalg	Nettoutvalg	Frafall	Netto-brutto
I alt	100,0	100,0	100,0	
Kjønn				
Menn	50,5	49,9	51,7	-0,6
Kvinner	49,5	50,1	48,3	0,6
Alder				
9–15 år	8,4	8,4	8,8	0,0
16–24 år	11,5	10,8	11,6	-0,7
25–44 år	30,0	27,5	31,8	-2,5
45–66 år	31,7	34,6	28,5	2,9
67–79 år	12,9	14,4	11,7	1,5
80 år eller over	4,8	3,4	6,9	-1,4
Utdanningsnivå*				
Grunnskole eller lavere	21,1	17,2	25,4	-3,9
Videregående	35,4	34,2	36,3	-1,2
Universitet/høyskole	30,6	36,9	23,3	6,3
Uoppgitt	12,9	11,6	15,0	-1,3
Landsdel				
Oslo og Viken	36,0	36,8	35,1	0,8
Innlandet	6,9	6,5	7,1	-0,3
Agder og Sør-Østlandet	13,9	14,0	14,3	0,0
Vestlandet	25,7	25,6	25,6	-0,1
Trøndelag	8,3	8,4	8,5	0,1
Nord-Norge	9,2	8,7	9,4	-0,5
Antall personer	5 973	3 131	2 504	

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

*Personer under 16 år er ikke med i beregning av utdanningsnivå

Tabell 5.2 viser avvik mellom netto- og bruttoutvalget for hovedutvalget. Tallene viser at personer i alderen 25–44 år og 80 år eller eldre er underrepresentert i nettoutvalget mens personer i alderen 45–66 år er overrepresentert. De største avvikene finner vi hvis vi ser på fordelingen etter utdanningsnivå. Personer med universitets- og høyskoleutdanning er overrepresentert med over seks prosentpoeng i nettoutvalget, mens personer med lavere eller ukjent utdanning er underrepresentert. I dataene, som er hentet fra utdanningsregisteret (NUDB), er ikke personer under 16 år inkludert. Det er fordi det er lite informativt å innhente data om utdanning fra så unge personer som ennå ikke er ferdig med grunnskolen. For landsdel og kjønn er avvikene små.

Tabell 5.3 Bruttoutvalg, frafall og nettoutvalg etter kjønn, alder, utdanning og landsdel. Tilleggsutvalg. Prosent

	Bruttoutvalg	Nettoutvalg	Frafall	Netto-brutto
I alt	100,0	100,0	100,0	
Kjønn				
Menn	48,8	48,1	49,4	-0,8
Kvinner	51,2	51,9	50,6	0,8
Alder				
9–15 år	8,0	9,5	7,0	1,4
16–24 år	12,6	12,2	12,6	-0,3
25–44 år	43,9	43,9	43,3	0,0
45–66 år	29,9	28,8	31,1	-1,1
67–79 år	4,7	4,6	4,8	0,0
80 år eller over	1,0	1,0	1,2	0,0
Utdanningsnivå*				
Grunnskolenivå eller lavere	26,3	20,3	32,1	-6,0
Videregående skolenivå	22,2	21,5	22,4	-0,7
Universitets- og høyskolenivå	30,9	39,3	22,6	8,4
Uoppgitt utdanning	20,5	18,8	22,9	-1,7
Landsdel				
Oslo og Viken	52,6	53,0	51,9	0,4
Innlandet	3,9	3,9	3,7	0,1
Agder og Sør-Østlandet	11,8	13,0	10,7	1,2
Vestlandet	21,3	20,6	22,0	-0,6
Trøndelag	5,5	4,9	6,3	-0,6
Nord-Norge	4,9	4,6	5,4	-0,3
Antall personer	2 987	1 487	1 361	

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

*Personer under 16 år er ikke med i beregning av utdanningsnivå

Tabell 5.3 viser at når det gjelder alder, er skjevhetene for tilleggsutvalget små. Aldersgruppen 9–15 år er overrepresentert, noe som står i kontrast til hovedutvalget. Som for hovedutvalget er det store skjevheter etter utdanning. Gruppen med universitets- og høyskoleutdanning er overrepresentert i nettoutvalget med omtrent 8 prosentpoeng, mens personer med lavere eller ukjent utdanning er underrepresentert. For kjønn og landsdel er avvikene små.

5.2. Frafall

Vi vil aldri kunne få svar fra alle som er trukket ut til en undersøkelse. Det vil alltid være personer som av ulike årsaker ikke kan eller vil delta. Her deles frafall inn etter årsak i fire kategorier.

«Påbegynt webskjema» er personer som har besvart det første spørsmålet, men avbrutt underveis i undersøkelsen og før spørsmålet hels1 i spørreskjemaet. «Ønsker ikke å delta» er personer som ikke ønsker å delta. «Førhindret» er personer som ikke er i stand til å gjennomføre et intervju, ofte på grunn av språk eller sykdom. «Ikke kontakt» er personer vi ikke kommer i kontakt med i løpet av datainnsamlingsperioden. Det inkluderer også de som har trykket på lenken til webskjemaet, men som ikke har svart på noen spørsmål.

Den største frafallskategorien i denne undersøkelsen er «Ikke kontakt». Det vil si at det ikke har vært mulig å komme i kontakt med disse personene under feltperioden. Dette gjelder både for hovedutvalget og tilleggsutvalget.

Tabell 5.4 Svarprosent og frafall etter årsak fordelt på kjønn, alder, utdanningsnivå og landsdel. Hovedutvalg. Prosent

	Intervju	Påbegynt webskjema	Ønsker ikke å delta	Forhindret	Annet	Ikke- kontakt	Antall
I alt	52,4	2,5	15,9	3,8	2,0	23,3	5 973
Kjønn							
Menn	51,8	1,3	17,4	3,4	2,2	23,8	3 016
Kvinner	53,1	1,2	14,3	4,2	1,8	25,4	2 957
Alder							
9–15 år	52,4	0,2	21,2	2,0	1,8	22,5	504
16–24 år	49,3	0,5	14,0	0,4	3,8	32,0	686
25–44 år	48,1	1,0	15,3	2,5	2,7	30,4	1 793
45–66 år	57,2	0,6	14,8	3,7	1,5	22,2	1 895
67–79 år	58,7	0,3	16,8	4,4	1,2	18,6	768
80 år eller over	40,4	0,4	19,0	20,5	0,0	19,8	327
Utdanningsnivå¹							
Grunnskole eller lavere	42,8	0,7	15,8	5,6	2,9	32,2	1 260
Videregående	50,7	0,6	17,9	3,4	1,2	26,1	2 114
Universitet/høyskole	63,2	0,8	13,0	2,0	2,0	18,9	1 828
Uoppgitt	47,2	0,4	17,1	6,4	2,9	26,1	771
Landsdel							
Oslo og Viken	53,6	1,1	15,7	3,5	2,2	23,9	2 148
Innlandet	50,0	0,2	16,8	2,7	2,7	27,6	410
Agder og Sør-Østlandet	52,6	0,2	18,4	3,8	1,6	23,4	833
Vestlandet	52,3	0,6	14,8	4,9	1,8	25,8	1 538
Trøndelag	52,9	0,3	16,0	2,8	2,8	25,1	495
Nord-Norge	49,7	0,2	14,9	3,8	1,5	30,1	549

¹ Personer under 16 år er ikke med i beregning av utdanningsnivå

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

Tabell 5.4 gir en oversikt over svarprosenten og de viktigste årsakene til frafall i hovedutvalget. Menn har noe større frafall enn kvinner, noe som skyldes en høyere andel som ikke ønsker å delta i undersøkelsen.

I hovedutvalget skiller aldersgruppen 80 år eller eldre seg ut med høyest frafall. I denne gruppen er mer enn 20 prosent forhindret fra å delta. Aldersgruppen 16–24 år har den høyeste andelen ikke-kontakt.

Vi finner de største forskjellene i svarprosent når vi sammenlikner de ulike utdanningsnivåene. Frafallet øker jo lavere utdanningsnivå personen har. Gruppen med bare grunnskole eller lavere utdanningsnivå har over 57 prosent frafall. I denne gruppen er andelen vi ikke har kommet i kontakt med høyere sammenlignet med de andre utdanningsgruppene.

Blant landsdelene, er det flest som er forhindret fra å delta på Vestlandet, og flest vi ikke kommer i kontakt med i Nord-Norge.

Tabell 5.5 Svarprosent og frafall etter årsak fordelt på kjønn, alder, utdanningsnivå og landsdel. Tilleggsutvalg. Prosent

	Intervju	Påbegynt webskjema	Ønsker ikke å delta	Forhindret	Annet	Ikke- kontakt	Antall
I alt	49,8	1,5	16,0	7,8	1,1	23,8	2 987
Kjønn							
Menn	49,0	0,7	16,7	7,8	0,9	25,0	1 459
Kvinner	50,5	0,8	15,4	7,9	1,2	24,1	1 528
Alder							
9–15 år	58,8	0,1	20,0	5,0	0,8	15,3	240
16–24 år	48,5	0,2	21,3	2,4	1,3	26,2	375
25–44 år	49,8	0,9	15,6	6,4	1,5	25,7	1 310
45–66 år	48,0	0,3	13,7	11,5	0,6	26,0	892
67–79 år	48,9	0,0	13,7	15,1	0,0	22,3	139
80 år eller over	48,4	0,2	16,1	16,1	0,0	19,2	31
Utdanningsnivå¹							
Grunnskole eller lavere	38,4	0,6	20,1	10,8	1,3	28,9	787
Videregående	48,2	0,2	16,0	7,1	0,9	27,7	664
Universitet/høyskole	63,4	0,4	12,1	4,4	4,4	15,2	923
Uoppgitt	45,7	0,2	16,8	10,0	0,7	26,7	613
Landsdel							
Oslo og Viken	50,2	0,8	16,1	8,0	1,0	24,0	1 571
Innlandet	50,4	0,1	12,2	7,8	3,5	26,0	115
Agder og Sør-Østlandet	54,7	0,1	14,2	7,9	0,6	22,5	353
Vestlandet	48,3	0,2	18,7	7,1	0,6	25,1	636
Trøndelag	44,2	0,1	13,9	9,7	3,6	28,4	165
Nord-Norge	46,3	0,1	13,6	7,5	0,7	31,9	147

¹Personer under 16 år er ikke med i beregning av utdanningsnivå

Kilde: Mediebruksundersøkelsen 2022, Statistisk sentralbyrå

Tabell 5.5 viser at også i tilleggsutvalget er frafallet størst blant menn.

I tilleggsutvalget har aldersgruppen 9–15 år det laveste frafallet. I gruppen 80 år og eldre er det flere i tilleggsutvalget enn i hovedutvalget som har deltatt i undersøkelsen. Andelen som er forhindret fra å delta er høyere i alle aldersgruppene, bortsett fra den eldste, i tilleggsutvalget sammenliknet med hovedutvalget.

Som for hovedutvalget, er frafallet høyt i gruppen med lav eller uoppgitt utdanning i forhold til gruppen med universitets- og høyskoleutdanning. Gruppen med høy utdanning i tilleggsutvalget har like høy svarprosent som i hovedutvalget.

Blant landsdelene, er det flest vi ikke kommer i kontakt med i Nord-Norge, noe som også er tilfellet for hovedutvalget.

6. 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 : $P \pm 2 \cdot SE$

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

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 konfidensintervallets 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 6.1 benyttes. Den viser standardfeil for observerte prosentandeler etter utvalgets størrelse, trukket enkelt tilfeldig.

Tabell 6.1: Standardfeil i prosentpoeng for observerte prosentandeler ved ulike utvalgsstørrelser, for enkelt tilfeldig utvalg

n: 3500 \ P:	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	35/65	40/60	50/50
25	4,4	6,1	7,3	8,2	8,8	9,4	9,7	10,0	10,2
100	2,2	3,0	3,6	4,0	4,4	4,6	4,8	4,9	5,0
200	1,5	2,1	2,5	2,8	3,1	3,2	3,4	3,5	3,5
300	1,3	1,7	2,1	2,3	2,5	2,7	2,8	2,8	2,9
500	1,0	1,3	1,6	1,8	1,9	2,1	2,1	2,2	2,2
1000	0,7	0,9	1,1	1,3	1,4	1,4	1,5	1,5	1,6
1500	0,6	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3
2000	0,5	0,7	0,8	0,9	1,0	1,0	1,1	1,1	1,1
2500	0,4	0,6	0,7	0,8	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0
3000	0,4	0,5	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9
3500	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8
3700	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8
4000	0,3	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8
4500	0,3	0,4	0,5	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7

Et utvalgsresultat på 50 prosent fra et enkelt tilfeldig utvalg med 3 000 enheter, har en standardfeil på 0,9 prosentpoeng. Dvs. at feilmarginen er 1,8 prosentpoeng og 95 prosent konfidensintervall er (48,2 - 51,8) prosent. Vi kan anslå med 95 prosent sikkerhet at andelen i populasjonen ligger mellom 48,2 og 51,8 prosent.

6.1. Eksempel på bruk av formel og tabell

Vi ønsker å anslå hvor mange nordmenn som leser papiravis en gjennomsnittsdag. I hovedutvalget har vi fått svar fra 3 131 respondenter (n) som er trukket fra den norske befolkningen i alderen 9 år og over. I 2022 var dette omtrent 4,6 millioner mennesker (N). Eksempelvis oppgir 642 (x) av de spurte at de har lest en papiravis på referansedagen. De resterende 2 489 respondentene har altså ikke lest papiravis den aktuelle dagen. Andelen som har lest papiravis er altså $x/n = 642 / 3 131 = 0,205$ eller 20,5 prosent. Siden $n/N = 0,0007$ så kan vi bruke den forenklete formelen for SE og får konfidensintervallet

$$20,5 \pm 2 \sqrt{\frac{20,5(100-20,5)}{3131}} = 20,5 \pm 2 (0,7) = 20,5 \pm 1,4.$$

Estimatet for andelen som leser papiravis er altså 20,5 prosent. Feilmarginen for estimatet er 1,4 prosentpoeng, mens konfidensintervallet med 95 prosent sikkerhet forteller at andelen ligger mellom 19,1,2 og 21,9 prosent.

Vi kan også bruke tabell 6.1. Vi går inn på raden 3500 og kolonnen 20/80; som er en av kolonnene som ligger nærmest resultatet. I tabellen leser vi at standardfeilen er 0,7. Et 95 prosent konfidensintervall blir da $20,5 \pm 2 (0,7) = 20,5 \pm 1,4$.

7. Innsamlings- og bearbeidingsfeil

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

7.1. Innsamlingsfeil

Datainnsamlingen i Mediebruksundersøkelsen foregikk ved bruk av selvadministrert webskjema og telefonintervju. I hovedundersøkelsen ble de fleste intervjuene gjennomført på web, mens de fleste intervjuene i tilleggsundersøkelsen ble gjennomført på telefon.

På web fulgte respondenten skjemaet på en dataskjerm eller mobilskjerm og fikk opp ett eller flere spørsmål av gangen. Ved telefonintervju ringte intervjuerne opp respondentene, leste opp spørsmålene fra dataskjermen og registrerte svarene direkte på datamaskinen.

Begge disse innsamlingsmetodene gir mulighet for å programmere inn filtre på forhånd, slik at spørsmålene blir tilpasset respondentens situasjon og svar på tidligere spørsmål. I denne undersøkelsen er det for eksempel noen spørsmål som bare kommer opp for personer som er 16 år eller eldre og noen spørsmål som bare kommer opp for de som er under 16 år. I spørsmål hvor det er naturlig, kan det legges inn grenser for gyldige verdier, og en feilmelding vil komme opp på skjermen både på web og hos intervjueren dersom de taster inn et svar som er inkonsistent med tidligere svar.

På denne måten unngår en registrering av ugyldige verdier og vi får mindre frafall på enkeltspørsmål ved at mulighetene for hoppfeil reduseres. Samtidig ligger det farer i det at filtrene programmeres på forhånd. Eventuelle feil i programmeringen blir gjennomgående, og kan føre til at spørsmål blir verdiløse. Vi har ingen indikasjon på at det var noen slike feil i Mediebruksundersøkelsen i 2022.

Innsamlingsfeil kan også komme av at respondenten 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. Respondenten kan også gi feil svar på spørsmål dersom det oppfattes som sensitivt. Spørsmål som folk kan synes er kompliserte i Mediebruksundersøkelsen er spørsmål som krever et visst kunnskapsnivå, for eksempel knyttet til tekniske innretninger. Spørsmål som omhandler hvilke tv- og internettkoblinger man har i hjemmet samt hvilke radio- og tv-kanaler man har mulighet til å ta inn, kan være vanskelig å svare helt riktig på, kanskje spesielt blant barn og eldre. Dagens mediebilde preges dessuten av at grensene mellom ulike typer medier og mediebruk viskes mer og mer ut. Det kan derfor i mange tilfeller være vanskelig å skille mellom hvilke typer medier en til enhver tid har benyttet og det kan være vanskelig å skille hva man har sett/hørt i sanntid fra opptak. Dette kan gi feilaktige svar i forhold til rapporteringen av hvilke typer medier som blir benyttet og hvordan de benyttes.

Innsamlingsmodus vil også kunne påvirke hvordan respondenten svarer. Ved telefonintervju vil intervjueren i større grad ubevisst påvirke hva respondenten svarer. Det er lettere å velge en politisk korrekt holdning i et telefonintervju enn i et webskjema som nok oppfattes mer anonymt. Samtidig setter et selvadministrert webskjema større krav til at spørsmålene er enkle og selvforklarende, da det ikke vil være en intervjuer til stede som kan rette opp i eventuelle misforståelser eller forklare vanskelige begreper. I forkant av Mediebruksundersøkelsen i 2022, ble det lagt ned mye arbeid i å tilpasse spørreskjemaet til både web- og telefonintervjuing (jf. kapittel 3).

7.2. Bearbeidingsfeil

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. Det har ikke blitt funnet slike feil i denne undersøkelsen.

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.

Referanser

Bjørnstad, Jan F. (2000) En innføring i utvalgsundersøkelser. Notater 2000/50. Oslo-Kongsvinger, Statistisk sentralbyrå.

https://www.ssb.no/a/publikasjoner/pdf/notat_200050/notat_200050.pdf

Vedlegg A: Utsendingstekster – hovedutvalg

Hovedutsending – respondent



Statistisk sentralbyrå
Statistics Norway

Medie <<ioNr>>

TIL <<navn>>

Hei!

Vi trenger dine svar i Mediebruksundersøkelsen

Statistisk sentralbyrå (SSB) gjennomfører nå Mediebruksundersøkelsen, og du er trukket ut til å delta. Vi trenger dine svar for å lage offisiell statistikk om befolkningens tilgang til og bruk av blant annet internett, TV og nyheter. Undersøkelsen er en av de viktigste kildene til informasjon om medievaner i Norge.

Benytt lenken for å svare på undersøkelsen: <https://svar.ssb.no/medie/>

Lenken logger deg automatisk inn. Hvis du blir bedt om å logge inn, skriv inn følgende:

Bruker-ID: <<intervjuObjektId>>

Passord: <<passordWeb>>

Svarene dine er viktige

Du er en av 6 000 personer i alderen 9 år og over som er trukket tilfeldig fra Folkeregisteret til å delta i Mediebruksundersøkelsen. I undersøkelsen vil man blant annet få spørsmål om bruk av nyheter, sosiale medier og internett og helse. Det er frivillig å delta, men svarene dine vil bidra til bedre statistikk om bruk av medier i Norge. Vi trenger svarene dine uansett hvor mye eller lite du bruker ulike medier.

Du kan lese mer om undersøkelsen på www.ssb.no/medie-svar

Opplysningene dine er sikre hos oss

Svarene dine bruker vi kun til å lage statistikk, og enkelt svar vil aldri offentliggjøres. Du kan når som helst trekke deg og kreve at svarene dine blir slettet ved å ringe eller sende oss en e-post.

For at undersøkelsen skal være så kort som mulig, benytter vi opplysninger om deg, din husstand og dine foreldre fra registre SSB har tilgang til. Det gjelder opplysninger fra Folkeregisteret, opplysninger om utdanning fra skoleeiere og Lånekassen, opplysninger om inntekt, arbeid, trygder og stønader fra Skatteetaten og NAV og opplysninger om innvandringsgrunn og botid i Norge.

Vi anonymiserer alle opplysningene om deg innen 1. november 2023.

Kontakt oss på

e-post: svaer@ssb.no

telefon: 62 88 56 08

Svartjenesten er åpen kl. 09–21 mandag til torsdag og 09–15 fredag.

Tusen takk for at du deltar!

Med vennlig hilsen

Geir Axelsen

administrerende direktør

Hovedutsending – foresatte



Statistisk sentralbyrå
Statistics Norway

Medie <<ioNr>>

Til foresatte for <<navn>>

Vi ønsker å intervjuere ditt barn i Mediebruksundersøkelsen

Statistisk sentralbyrå (SSB) vil informere om at ditt barn er trukket ut til å delta i Mediebruksundersøkelsen. Svarene blir brukt til å lage offisiell statistikk som er viktig for å forstå hvordan mediebruken i samfunnet endrer seg over tid.

Vi kommer snart til å ringe

En av våre intervjuere vil om kort tid ringe for å gjennomføre intervjuet. Det er viktig at det er barnet som svarer, men en voksen kan godt være i nærheten under intervjuet for å hjelpe til. Ta kontakt med oss på 62 88 56 08 eller svaer@ssb.no.

Svarene er viktige

Barnet ditt er en av 6 000 personer i alderen 9 år og over som er trukket tilfeldig fra Folkeregisteret til å delta i Mediebruksundersøkelsen. I undersøkelsen vil man blant annet få spørsmål om bruk av sosiale medier og internett, digital spilling og helse. Det er frivillig å delta, men svarene vil bidra til bedre statistikk om bruk av medier i Norge. Vi trenger svarene uansett hvor mye eller lite barnet ditt bruker ulike medier.

Dere kan lese mer om undersøkelsen på www.ssb.no/medie-svaer.

Opplysningene er sikre hos oss

Svarene bruker vi kun til å lage statistikk, og enkelt svar vil aldri offentliggjøres. Man kan når som helst trekke seg og kreve at svarene blir slettet ved å ringe eller sende oss en e-post.

For at undersøkelsen skal være så kort som mulig, benytter vi opplysninger om barnet, husstanden og foreldrene til barnet fra registre SSB har tilgang til. Det gjelder opplysninger fra Folkeregisteret, opplysninger om utdanning fra skoleeiere og Lånekassen, opplysninger om inntekt, arbeid, trygder og stønader fra Skatteetaten og NAV og opplysninger om innvandringsgrunn og botid i Norge.

Vi anonymiserer alle opplysningene innen 1. november 2023.

Kontakt oss på

e-post: svaer@ssb.no

telefon: 62 88 56 08

Svartjenesten er åpen kl. 09–21 mandag til torsdag og 09–15 fredag.

Tusen takk for at dere deltar!

Med vennlig hilsen

Geir Axelsen

administrerende direktør

Modusbytte (fra web til telefon) – respondent



Statistisk sentralbyrå
Statistics Norway

Medie <<ioNr>>

TIL <<navn>>

Hei!

Statistisk sentralbyrå (SSB) trenger fremdeles dine svar i Mediebruksundersøkelsen. En av våre intervjuere vil derfor snart ringe deg. Svarene blir brukt til å lage offisiell statistikk om bruk av ulike medier i Norge.

Når passer det for deg å bli intervjuet?

Vi ringer deg snart for å gjennomføre intervjuet. Du kan gjerne også ta kontakt med oss hvis du selv ønsker å avtale tidspunkt for intervju eller du har spørsmål til undersøkelsen.

Ønsker du heller å svare på internett?

Klikk på lenken for å svare på internett: <https://svar.ssb.no/medie/>

Lenken logger deg automatisk inn. Hvis du blir bedt om å logge inn, skriv inn følgende:

Bruker-ID: <<intervjuObjektId>>

Passord: <<passordWeb>>

Vi trenger dine svar for å lage god statistikk

Vi trenger svarene dine uansett hva slags forhold du har til bruk av ulike medier. Vi får mindre sikker informasjon dersom vi ikke får svar fra alle som er trukket ut. Alle som jobber i SSB har taushetsplikt og behandler all informasjon om deg konfidensielt.

Du kan lese mer om undersøkelsen på www.ssb.no/medie-svar

Kontakt oss på

e-post: svaer@ssb.no

telefon: 62 88 56 08

Svartjenesten er åpen kl. 09–21 mandag til torsdag og 09–15 fredag.

Tusen takk for at du deltar!

Med vennlig hilsen

Statistisk sentralbyrå

Modusbytte (fra telefon til web) – foresatte

Statistisk sentralbyrå
Statistics Norway

Medie <<ioNr>>

Til foresatte for <<navn>>

Statistisk sentralbyrå (SSB) trenger fremdeles ditt barn sine svar i Mediebruksundersøkelsen. Nå er det også mulig å delta ved å svare på internett.

Klikk på lenken for å svare på undersøkelsen: <https://svar.ssb.no/medie/>

Lenken logger dere automatisk inn. Hvis dere blir bedt om å logge inn, skriv inn følgende:

Bruker-ID: <<intervjuObjektId>>

Passord: <<passordWeb>>

Vi trenger flere svar for å lage god statistikk

Vi trenger svarene til ditt barn uansett hva slags forhold han/hun har til bruk av ulike medier. Vi får mindre sikker informasjon dersom vi ikke får svar fra alle som er trukket ut. Alle som jobber i SSB har taushetsplikt og behandler all informasjon konfidensielt.

Dere kan lese mer om undersøkelsen på www.ssb.no/medie-svar

Kontakt oss på

e-post: svaer@ssb.no

telefon: 62 88 56 08

Svartjenesten er åpen kl. 09-21 mandag til torsdag og 09-15 fredag.

Tusen takk for at dere deltar!

Med vennlig hilsen

Statistisk sentralbyrå

Vedlegg B: Utsendingstekster – tillegg

Hovedutsending – respondent

Medie «io_nr»

«NAVN»

«ADR1»

«ADR2»

«ADR3»

«ADR4»

Oslo, dato

Vi trenger dine svar i Mediebruksundersøkelsen

Statistisk sentralbyrå (SSB) vil informere om at du er trukket ut til å delta i Mediebruksundersøkelsen. Vi trenger informasjon fra deg for å kunne lage offisiell statistikk om bruk av TV, internett, nyheter og andre medier. Svarene du gir er viktige for å forstå hvordan mediebruken i samfunnet endrer seg over tid. Som en liten takk har vi lagt ved et Flax-lodd.

Vi kommer snart til å ringe deg

En av våre intervjuere vil om kort tid ringe deg for å stille deg noen spørsmål om bruken din av ulike medier. Du kan gjerne ta kontakt med oss for å avtale når vi skal ringe deg.

Dine svar er viktige

Du er en av 3 000 personer i alderen 9 år og over som er trukket tilfeldig fra Folkeregisteret til å delta i Mediebruksundersøkelsen. I undersøkelsen vil du blant annet få spørsmål om bruk av nyheter, sosiale medier og internett og helse. Det er frivillig å delta, men svarene dine vil bidra til å sikre gode og pålitelige resultater om medievaner i Norge. Vi trenger svarene dine uansett hva slags forhold du har til bruk av ulike medier.

Du finner mer informasjon om undersøkelsen og personvern på www.ssb.no/medie-svar

Opplysningene dine er sikre hos oss

- Svarene dine bruker vi kun til å lage offisiell statistikk, og enkelt svar vil aldri offentliggjøres.
- Du kan når som helst trekke deg og kreve at opplysningene dine blir slettet. Dette gjør du ved å ringe eller sende oss en e-post.
- For at undersøkelsen skal være så kort som mulig, henter vi opplysninger om deg, din husstand og dine foreldre fra registre SSB har tilgang til. Det gjelder opplysninger fra Folkeregisteret, opplysninger om utdanning fra skoleiere og Lånekassen, opplysninger om inntekt, arbeid, trygder og stønader fra Skatteetaten og NAV, og opplysninger om innvandringsgrunn og botid i Norge.
- Vi anonymiserer alle opplysningene om deg innen 1. november 2023.

Kontakt oss på

e-post: svar@ssb.no

telefon: 62 88 56 08

Svartjenesten er åpen kl. 09–21 mandag til torsdag og kl. 09–15 fredag.

Med vennlig hilsen



Geir Axelsen
administrerende direktør



Bengt Oscar Lagerstrøm
seksjonssjef

Hovedutsending - foresatte

Medie «io_nr»

TIL FORESATTE FOR

«navn»

«ADR1»

«ADR2»

«ADR3»

«ADR4»

Oslo, dato

Vi ønsker å intervjuere ditt barn i Mediebruksundersøkelsen

Statistisk sentralbyrå (SSB) vil informere om at ditt barn er trukket ut til å delta i vår undersøkelse om bruk av TV, internett og andre medier. Svarene blir brukt til å lage offisiell statistikk som er viktig for å forstå hvordan mediebruken i samfunnet endrer seg over tid. Som en liten takk har vi lagt ved et Flax-lodd.

Vi kommer snart til å ringe

En av våre intervjuere vil i løpet av kort tid ringe for å gjennomføre intervjuet. Det er viktig at det er barnet som svarer, men en voksen kan godt være i nærheten under intervjuet for å hjelpe til. Du kan ta kontakt med oss dersom du har spørsmål eller ønsker å avtale tidspunkt for intervju.

Svarene er viktige

Barnet ditt er en av 3 000 personer i alderen 9 år og over som er trukket tilfeldig fra Folkeregisteret til å delta i undersøkelsen. I undersøkelsen vil man blant annet få spørsmål om bruk av sosiale medier og internett, digital spilling og helse. Det er frivillig å delta, men svarene vil være med på å sikre gode og pålitelige resultater om barns mediebruk.

Opplysningene er sikre hos oss

- Svarene bruker vi kun til å lage offisiell statistikk, og enkelt svar vil aldri offentliggjøres.
- Man kan når som helst trekke seg og kreve at opplysningene blir slettet. Dette gjør du ved å ringe eller sende oss en e-post.
- For at undersøkelsen skal være så kort som mulig, henter vi opplysninger om barnet, husstanden og barnets foreldre fra registre SSB har tilgang til. Det gjelder opplysninger fra Folkeregisteret, opplysninger om utdanning fra skoleeiere og Lånekassen, opplysninger om inntekt, arbeid, trygde og stønader fra Skatteetaten og NAV, og opplysninger om innvandringsgrunn og botid i Norge.
- Vi anonymiserer alle opplysningene innen 1. november 2023.

Du finner mer informasjon om undersøkelsen og personvern på www.ssb.no/medie-svar

Kontakt oss

e-post: svar@ssb.no

telefon: 62 88 56 08

Svartjenesten er åpen kl. 09–21 mandag til torsdag og kl. 09–15 fredag.

Med vennlig hilsen



Geir Axelsen
administrerende direktør



Bengt Oscar Lagerstrøm
seksjonssjef

Modusbytte (fra telefon til web) – respondent

Statistisk sentralbyrå
Statistics Norway

Medie <<ioNr>>

Til <<navn>>

Statistisk sentralbyrå (SSB) trenger fremdeles dine svar i Mediebruksundersøkelsen. Nå kan du også delta ved å svare på undersøkelsen på internett.

Klikk på lenken for å svare på undersøkelsen: <https://svar.ssb.no/medie/>

Lenken logger deg automatisk inn. Hvis du blir bedt om å logge inn, skriv inn følgende:

Brukernavn: <<intervjuObjektId>>

Passord: <<passordWeb>>

Vi trenger dine svar for å lage god statistikk

Vi trenger svarene dine uansett hva slags forhold han/hun har til bruk av ulike medier. Vi får mindre sikker informasjon dersom vi ikke får svar fra alle som er trukket ut. Alle som jobber i SSB har taushetsplikt og behandler all informasjon om deg konfidensielt.

Du kan lese mer om undersøkelsen på www.ssb.no/medie-svar

Kontakt oss på

e-post: svar@ssb.no

telefon: 62 88 56 08

Svartjenesten er åpen kl. 09-21 mandag til torsdag og 09-15 fredag.

Tusen takk for at du deltar!

Med vennlig hilsen

Statistisk sentralbyrå

Modusbytte (fra telefon til web) – foresatte

Statistisk sentralbyrå
Statistics Norway

Medie <<ioNr>>

Til foresatte for <<navn>>

Statistisk sentralbyrå (SSB) trenger fremdeles ditt barn sine svar i Mediebruksundersøkelsen. Nå er det også mulig å delta ved å svare på internett.

Klikk på lenken for å svare på undersøkelsen: <https://svar.ssb.no/medie/>

Lenken logger dere automatisk inn. Hvis dere blir bedt om å logge inn, skriv inn følgende:

Brukernavn: <<intervjuObjektId>>

Passord: <<passordWeb>>

Vi trenger flere svar for å lage god statistikk

Vi trenger svarene til ditt barn uansett hva slags forhold han/hun har til bruk av ulike medier. Vi får mindre sikker informasjon dersom vi ikke får svar fra alle som er trukket ut. Alle som jobber i SSB har taushetsplikt og behandler all informasjon om deg konfidensielt.

Dere kan lese mer om undersøkelsen på www.ssb.no/medie-svar

Kontakt oss på

e-post: svaer@ssb.no

telefon: 62 88 56 08

Svartjenesten er åpen kl. 09-21 mandag til torsdag og 09-15 fredag.

Tusen takk for at dere deltar!

Med vennlig hilsen
Statistisk sentralbyrå

Vedlegg C: SMS tekster – hovedutvalg

Hovedutsending til IO WEB

Til <<navn>>. Statistisk sentralbyrå (SSB) trenger dine svar i undersøkelsen om bruk av TV, internett, aviser og andre medier. En invitasjon til Mediebruksundersøkelsen med mer informasjon, er sendt til deg på e-post. Svar ved å følge lenken:

<<link:{"https://svar.ssb.no/medie/?KeyValue="+intervjuObjektId+' '+passordWeb}>>. Ta gjerne kontakt på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no ved spørsmål. Vennlig hilsen SSB.

Hovedutsending til IO CATI

Til <<navn>>. Statistisk sentralbyrå (SSB) trenger dine svar i undersøkelsen om bruk av TV, internett, aviser og andre medier. En invitasjon til Mediebruksundersøkelsen med mer informasjon er sendt til deg per post, og en av våre intervjuere vil snart ringe deg. Ta gjerne kontakt på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no for å avtale tidspunkt for intervju. Vennlig hilsen SSB.

Påminnelse 1 - WEB

Hei! Statistisk sentralbyrå (SSB) trenger fremdeles dine svar i undersøkelsen om nyheter, TV, radio og andre medier. Du kan delta her:

<<link:{"https://svar.ssb.no/medie/?KeyValue="+intervjuObjektId+' '+passordWeb}>>. Ta gjerne kontakt på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no ved spørsmål. Vennlig hilsen SSB.

Påbegynte 1 - WEB

Hei! Vi setter stor pris på at du har begynt å svare på Mediebruksundersøkelsen. Fullfør utfyllingen av undersøkelsen i dag ved å følge lenken

<<link:{"https://svar.ssb.no/medie/?KeyValue="+intervjuObjektId+' '+passordWeb}>>. Ta kontakt på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no ved spørsmål. Vennlig hilsen Statistisk sentralbyrå.

Overgang WEB->CATI

Hei <<navn>>. Vi har tidligere kontaktet deg i forbindelse med Mediebruksundersøkelsen. Vi trenger flere svar og vil derfor ringe deg for å intervju deg om kort tid. Ønsker du heller å svare på web, kan du følge lenken: <<link:{"https://svar.ssb.no/medie/?KeyValue="+intervjuObjektId+' '+passordWeb}>>. Ta kontakt på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no ved spørsmål. Vennlig hilsen Statistisk sentralbyrå.

Overgang CATI->WEB

Hei <<navn>>. Statistisk sentralbyrå (SSB) trenger flere svar i Mediebruksundersøkelsen. Nå kan du også svare på internett. Benytt lenken for å delta:

<<link:{"https://svar.ssb.no/medie/?KeyValue="+intervjuObjektId+' '+passordWeb}>>. Ta gjerne kontakt med oss på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no ved spørsmål. Vennlig hilsen SSB.

Nektere

Hei! Vi har tidligere kontaktet deg i forbindelse med vår undersøkelse om mediebruk. Vi tillater oss å ta kontakt med deg igjen fordi vi virkelig trenger svarene dine. En av våre intervjuere vil ringe deg igjen snart. Ta gjerne kontakt med 62 88 56 08 eller svar@ssb.no for å avtale intervju. Vennlig hilsen Statistisk sentralbyrå.

Påminnelse 2

Hei! Mange har svart på Mediebruksundersøkelsen, men vi trenger fortsatt dine svar. Du kan delta her: <<link:{"https://svar.ssb.no/medie/?KeyValue="+intervjuObjektId+' '+passordWeb}>>. Du kan også kontakte oss på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no for å avtale intervju. Vennlig hilsen SSB.

Påminnelse 3

Hei! Mange har svart på undersøkelsen om bruk av internett, nyheter og TV. Vi tillater oss å sende deg en siste påminnelse om å delta fordi vi virkelig trenger svarene dine. Det tar bare 15 minutter å svare. Ta gjerne kontakt på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no for å avtale intervju. Du kan også delta her: <<link:{"https://svar.ssb.no/medie/?KeyValue="+intervjuObjektId+' '+passordWeb}>>. Vennlig hilsen Statistisk sentralbyrå.

Vedlegg D: SMS tekster – tilleggsutvalg

SMS hovedutsending CATI:

Til <<navn>>. Statistisk sentralbyrå (SSB) trenger dine svar i undersøkelsen om bruk av TV, internett, aviser og andre medier. En invitasjon til Mediebruksundersøkelsen med mer informasjon er sendt til din postkasse og en av våre intervjuere vil snart ringe deg. Ta gjerne kontakt på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no for å avtale intervju. Vennlig hilsen SSB.

Påminnelse 1 - CATI

Hei! Vi har forsøkt å kontakte deg i forbindelse med Mediebruksundersøkelsen. Vi trenger dine svar og håper du har anledning til å delta neste gang vi ringer. Ta gjerne kontakt på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no for å avtale intervju. Har du en avtale, kan du se bort fra denne påminnelsen. Vennlig hilsen Statistisk sentralbyrå.

Overgang CATI->WEB

Hei, <<navn>>! Vi trenger flere svar i Kulturbruksundersøkelsen. Nå kan du også svare på internett. Trykk på lenken for å svare: <<link>>. Ta gjerne kontakt med oss på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no dersom du har spørsmål. Har du allerede en avtale kan du se bort fra denne påminnelsen. Vennlig hilsen SSB

Påbegynte 1

Hei! Vi trenger fremdeles svarene dine i Mediebruksundersøkelsen. Fullfør utfyllingen av undersøkelsen i dag ved å trykke på lenken:

<<link:{"https://svar.ssb.no/medie/?KeyValue="+intervjuObjektId+'+'+passordWeb}>>. Ta kontakt på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no ved spørsmål. Vennlig hilsen SSB

Nektere

Hei! Vi har tidligere kontaktet deg i forbindelse med vår undersøkelse om mediebruk. Vi tillater oss å ta kontakt med deg igjen fordi vi virkelig trenger svarene dine. En av våre intervjuere vil ringe deg igjen snart. Ta gjerne kontakt med 62 88 56 08 eller svar@ssb.no for å avtale intervju. Vennlig hilsen SSB.

Påminnelse 2

Hei! Vi trenger fortsatt dine svar i Mediebruksundersøkelsen. Du kan delta her:

<<link:{"https://svar.ssb.no/medie/?KeyValue="+intervjuObjektId+'+'+passordWeb}>>. Du kan også kontakte oss på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no for å avtale intervju. Vennlig hilsen SSB.

Påminnelse 3

Hei! Mange har svart på undersøkelsen om bruk av internett, nyheter og TV. Vi kontakter deg igjen fordi vi virkelig trenger svarene dine, og det er bare for en kort periode vi har mulighet til å intervju deg. Ta gjerne kontakt på 62 88 56 08 eller svar@ssb.no for å avtale intervju. Du kan også delta her: <<link:{"https://svar.ssb.no/medie/?KeyValue="+intervjuObjektId+'+'+passordWeb}>>. Det tar bare 15 minutter å svare. Vennlig hilsen SSB.

Vedlegg E: Spørreskjema

Informasjon til dokumentet

Det er papirversjonen av det elektroniske skjemaet til undersøkelsen.

I dokumentet kan det forekomme feil med hensyn til spørsmålstekster og hopp. Verifisering av spørsmålsstilling i det elektroniske skjemaet kan fås ved å kontakte Statistisk sentralbyrå - seksjon for leveårsstatistikk.

I spørreskjemaene skiller vi mellom tekst med ulike fargekoder. Dette gjør vi for å gjøre skjemaene mer oversiktlige og dermed lette arbeidet for intervjuerne. Skriftypene forteller deg hva intervjuerne **kan**, **skal** og **ikke skal** lese opp for IO. Dette er hovedreglene:

- **Svart skrift:** vanlig spørsmålstekst som skal leses
- **Grønn skrift:** Forklaringer, instruksjoner og informasjon til intervjuer
- **Blå skrift:** brukes ved gjentakelser, teksten leses ved behov
- **Lilla skrift:** spørsmål som intervjuerne skal svare på
- **Understreket:** teksten skal vektlegges

Tekst som er skrevet i sort i spørsmålsteksten skal altså leses opp for IO, mens tekst som er skrevet i grønt ikke skal leses.

For svaralternativene er reglene litt annerledes. Svaralternativer som er nevnt i spørsmålsteksten og står i grønt **kan** leses dersom det er nødvendig å gjenta svaralternativene for IO.

Gjennom hele skjemaet kan intervjuerne trykke F8 'vet ikke' og F9 'vil ikke svare'.

Mediebruk 2022 utkast skjema

Start undersøkelsen (knapp).

HVIS ALDER <16

Til foresatte:

I dette spørreskjemaet spør vi om mediene barnet ditt brukte i går. Det er derfor enklere for barnet å svare med en gang istedenfor senere. Da får vi også bedre datakvalitet og mer pålitelig statistikk om barns mediebruk.

Det tar rundt 15 minutter å svare på undersøkelsen.

Ved å svare på skjemaet samtykker du til at opplysningene kan brukes til å lage statistikk i tråd med gjeldende personvernregler.

HVIS ALDER 16 OG OVER

I dette spørreskjemaet spør vi om mediene du brukte i går. Det er derfor enklere for deg å svare med en gang istedenfor senere. Da får vi også bedre datakvalitet og mer pålitelig statistikk om blant annet hvor befolkningen henter nyheter fra og hva slags underholdning de ser på.

Det tar rundt 15 minutter å svare på undersøkelsen.

Ved å svare på skjemaet, samtykker du til at opplysningene kan brukes til å lage statistikk i tråd med gjeldende personvernregler.

ALLE (TEKST BAK PERSONVERNREGLER-KNAPP)

Personvernregler (knapp).

Svarene du gir kan bare brukes til å lage statistikk og i forskning. Svar som kan identifisere enkeltpersoner vil aldri bli offentliggjort.

Det er frivillig å svare på undersøkelsen, og man kan når som helst trekke seg og be om at opplysningene blir slettet. Det gjør du ved å ringe svartjenesten vår på 62 88 56 08 eller sende en e-post til svaer@ssb.no.

For å gjøre undersøkelsen kortere henter vi opplysninger fra Folkeregisteret, opplysninger om utdanning fra skoleeiere og Lånekassen, opplysninger om inntekt, arbeid, trygder og stønader fra Skatteetaten og NAV og opplysninger om innvandringsgrunn og botid i Norge.

Vi anonymiserer alle opplysningene innen 1. november 2023.

TIL ALLE

Velg den ukedagen som for deg var i går:

1. Mandag
2. Tirsdag
3. Onsdag
4. Torsdag
5. Fredag
6. Lørdag
7. Søndag

DIGITALE ENHETER (Kommer først for alle IO)

TIL ALLE

INTRO.DIGI

Først kommer noen spørsmål om telefon, nettbrett og PC.

TIL ALLE

DIGEGEN

Har du din egen ...

- 1. ... mobiltelefon?**

Ja

Nei

- 1. ... private iPad eller nettbrett?**

Ta ikke med skole-iPad eller skole-nettbrett.

Ja

Nei

- 2. ... private PC eller MAC?**

Ta ikke med skole-PC eller jobb-PC.

Ja

Nei

3. ... smartklokke?

For eksempel Applewatch, Fitbit eller X-plora.

Ja

Nei

TIL ALLE

DIGSKOLE

Har du din egen ...

1. ... skole- eller jobb-nettbrett eller iPad?

Ja

Nei

2. ... skole- eller jobb-PC eller MAC?

Ja

Nei

DIGTILG

Har du i hjemmet ditt tilgang til noen andres ...

HVIS DIGEGEN1=Nei

1. ... mobiltelefon?

Ja

Nei

HVIS DIGEGEN2=Nei OG DIGSKOLE1=Nei

2. ... nettbrett eller iPad?

Ta ikke med skole-nettbrett.

Ja

Nei

HVIS DIGEGEN3=Nei OG DIGSKOLE2=Nei

3. ... PC eller MAC?

Ta ikke med jobb eller skole PC/MAC.

Ja

Nei

TIL ALLE

DIGBRUK

Brukte du ...

1. ... mobiltelefon ^KontaktPer?

Ja

Nei

2. ... private iPad eller nettbrett ^KontaktPer?

Ta ikke med skole-iPad eller skole-nettbrett.

Ja

Nei

3. ... private PC eller MAC ^KontaktPer?

Ta ikke med skole-PC eller jobb-PC.

Ja

Nei

4. ... smartklokke ^KontaktPer?

For eksempel Applewatch, Fitbit eller X-plora.

Ja

Nei

5. ... skole- eller jobb-nettbrett eller iPad ^KontaktPer?

Ja
Nei

6. ... skole- eller jobb-PC eller MAC ^KontaktPer?

Ja
Nei

INTERNETT (Kommer etter digitale enheter for alle)

TIL ALLE

INTRO.INTER

Nå kommer noen spørsmål om bruk av internett.

TIL ALLE

INTERTILG

Har du tilgang til internett hjemme?

Ja
Nei

TIL ALLE

INTERDAG

Brukte du internett ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ta med internett på for eksempel mobiltelefon, nettbrett og PC.

Ja
Nei

HVIS INTERDAG=NEI

INTER7DAG

Har du brukt internett i løpet av de siste syv dagene?

Ta med internett på for eksempel mobiltelefon, nettbrett og PC.

Ja
Nei

HVIS INTERDAG=JA og ALDER>12

INTERTJENVOKSEN

Brukte du internett til ...

1. ... banktjenester, for eksempel VIPPS eller nettbank ^KontaktPer?

Ja
Nei

2. ... helsetjenester, for eksempel Pasientsky eller HelseNorge ^KontaktPer?

Ja
Nei

3. ... offentlige tjenester, for eksempel Altinn ^KontaktPer?

Ja
Nei

4. ... digital postkasse, for eksempel Digipost ^KontaktPer?

Ja
Nei

5. ... å finne eller kjøpe billetter til reise, tog, buss, båt eller fly ^KontaktPer?

Ja
Nei

6. ... å finne eller kjøpe billetter til konserter, teater, kino eller andre forestillinger ^KontaktPer?

Ja
Nei

7. ... å sjekke værmelding ^KontaktPer?

Ja
Nei

HVIS INTERDAG=JA OG ALDER<=12

INTERTJENBARN

Brukte du internett til å ...

1. ... betale for noe ^KontaktPer, for eksempel med Spink eller Vipps?

Ja
Nei

2. ... gjøre skolearbeid ^KontaktPer?

Ja
Nei

3. ... finne eller kjøpe billetter til reise ^KontaktPer, for eksempel tog og buss?

Ja
Nei

4. ... finne eller kjøpe billetter ^KontaktPer til kino, konserter, teater eller andre forestillinger?

Ja
Nei

5. ... sjekke værmelding ^KontaktPer?

Ja
Nei

HVIS INTERDAG=JA

INTERDELTA

Gjorde du noe av dette på internett ^KontaktPer?

1. Leste eller sendte e-post

Ja
Nei

2. Søkte etter fakta og informasjon

Ja
Nei

3. Kjøpte eller solgte ting, for eksempel på Facebook eller Finn.no

Ja
Nei

4. Skrev eller leste blogginnlegg

Ja
Nei

TIL ALLE

***SOME1**

Brukte du sosiale medier eller meldingstjenester ^KontaktPer?

For eksempel Facebook, Tiktok eller Whatsapp. Ta ikke med SMS.

Ja
Nei

HVIS SOME1=JA

***SOME2**

Brukte du ...

1. ... Facebook eller Messenger ^KontaktPer?

Ja

Nei

2. ... Instagram ^KontaktPer?

Ja

Nei

3. ... Twitter ^KontaktPer?

Ja

Nei

4. ... Snapchat ^KontaktPer?

Ja

Nei

5. ... WhatsApp ^KontaktPer?

Ja

Nei

6. ... TikTok ^KontaktPer?

Ja

Nei

7. *HVIS ALDER>15*

... LinkedIn ^KontaktPer?

Ja

Nei

8. *HVIS ALDER>15*

... datingsider eller -apper ^KontaktPer?

Ja

Nei

9. ... andre meldingstjenester for eksempel Viber, WeChat, Signal eller Telegram ^KontaktPer?

Ja

Nei

HVIS SOME2=Ja på 1, 2,3, 4, 5, 6, 7 OG/ELLER 9:

SOMENYHET

Leste du nyheter på ... [svar fra some2] ^KontaktPer?

Ja

Nei

Leste du nyheter på ... [svar fra some2] ^KontaktPer?

Ja

Nei

(Dette blir for hvert enkelt sosialt medium som de har svart ja på i SOME2)

HVIS ALDER>12 OG HVIS JA PÅ SOMENYHET1,2,3,4,5,6 7 OG/ELLER 9:

SOMEFINNENYHET

1. **Fant du nyheter på sosiale medier ^KontaktPer ved å følge aviser, radio- eller TV-kanaler for eksempel VG på Snapchat?**

Ja

Nei

2. **Fant du nyheter på sosiale medier ^KontaktPer ved å følge offentlige personer?**

Ja

Nei

3. Fant du nyheter på sosiale medier ^KontaktPer ved å følge organisasjoner som legger ut nyheter, for eksempel Røde Kors?

Ja

Nei

4. Fant du nyheter på sosiale medier ^KontaktPer ved å se på lenker og innlegg som deles av venner?

Ja

Nei

5. Fant du nyheter på sosiale medier ^KontaktPer fordi de dukket opp i feeden?

Ja

Nei

HVIS ALDER>12 OG HVIS JA PÅ SOMENYHET1,2,3,4,5,6 7 OG/ELLER 9:

NYHETDELTA1

Kommenterte du på nyheter på sosiale medier ^KontaktPer?

Ja

Nei

HVIS ALDER>12 OG HVIS JA PÅ SOMENYHET1,2,3,4,5,6 7 OG/ELLER 9:

NYHETDELTA2

Delte du nyheter på sosiale medier ^KontaktPer?

Ja

Nei

HVIS INTERDAG=JA

INTERTIDPRIV

Omtrent hvor lang tid brukte du totalt på internett på fritiden ^KontaktPer?

Ta med all tid og alle aktiviteter utenom skole eller jobb.

TIMER og MINUTTER brukt på internett

HVIS INTERDAG=JA OG ALDER<=15

INTERTIDSKOLE

Omtrent hvor lang tid brukte du totalt på internett til skole ^KontaktPer?

Ta med all tid du brukte på internett på skolen og til lekser utenfor skoletid.

TIMER og MINUTTER brukt på internett

HVIS INTERDAG=JA OG ALDER>15

INTERTIDARB

Omtrent hvor lang tid brukte du totalt på internett til skole, studier eller jobb ^KontaktPer?

Ta med all tid du brukte på internett til jobb eller i utdanning.

TIMER og MINUTTER brukt på internett

AVISER «Roterende bolk»

TIL ALLE

INTRO.NYHET

Nå kommer noen spørsmål om lesing av aviser.

TIL ALLE

HVIS ALDER<=15

AVISTILG

Har du tilgang til papiravis hjemme?

Ja

Nei

HVIS ALDER>15

AVISABO

Abonnerer du, eller andre i husholdningen, på noen papiravis hjemme?

Ja

Nei

HVIS AVISABO=JA OG ALDER>15

AVISKOMBO

Inkluderer papiravisabonnementet tilgang til nettaviser?

Ja

Nei

HVIS AVISABO=JA OG ALDER>15

AVISABONAVN

Hvilken papiravis abonnerer husholdningen på?

Flere svar er mulig.

1. VG
2. Aftenposten
3. Dagbladet
4. Lokal- eller distriktsaviser
5. Andre norske aviser
6. Utenlandske aviser

ALLE

PAVISDAG

Leste du i papiravis ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja

Nei

HVIS PAVISDAG=JA

PAVISSTED

Hvor leste du papiravis ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Hjemme
2. Skole
3. Jobb
4. Andre steder

HVIS PAVISDAG =NEI

PAVIS7DAG

Har du lest i papiravis i løpet av de siste syv dagene?

Ja

Nei

HVIS PAVISDAG=JA

PAVISANTALL

Hvor mange papiraviser leste du i ^KontaktPer?

Antall

HVIS PAVISDAG=JA OG ALDER>12

PAVISNAVN

Hvilke papiraviser leste du i ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. VG
2. Aftenposten
3. Dagbladet
4. Lokal- eller distriktsavis *Hvis 4. valgt: Hvilken lokal- eller distriktsavis var dette?* Tekstfelt
5. Andre norske aviser *Hvis 5. valgt: Hvilke andre norske aviser?* Tekstfelt
6. Internasjonale aviser, for eksempel The New York Times *Hvis 6. valgt: Hvilke internasjonale papiraviser var dette?* Tekstfelt
7. Utenlandske aviser fra spesifikke land *Hvis 7. valgt: Fra hvilket land var papiravisen?* Tekstfelt

Probespørsmål: Når IO er ferdig med å svare kan du spørre «Var det noen flere?» (alle probespørsmål skal bare vises for telefonintervju)

HVIS PAVISDAG=JA

PAVISTID

Omtrent hvor lang tid brukte du totalt på å lese i papiravis ^KontaktPer?

TIMER og MINUTTER brukt til å lese avis

TIL ALLE

INTRO.NYHET_INT

Nå kommer noen spørsmål om lesing av nettvavis.

HVIS ALDER>15

***NAVISABO**

Abonnerer du eller andre i din husholdning på noen nettaviser?

Ta ikke med nettaviser som er inkludert i et papiravisabonnement.

Ja

Nei

TIL ALLE

NAVISDAG

Leste du i nettaviser, som for eksempel VG.no og NRK.no, ^KontaktPer?

Ja

Nei

HVIS NAVISDAG=NEI

NAVIS7DAG

Har du lest i nettavis i løpet av de siste syv dagene?

Ja

Nei

HVIS NAVISDAG=JA

NAVISANTALL

Hvor mange nettaviser leste du ^KontaktPer?

Antall

HVIS NAVISDAG=JA OG ALDER>12

NAVISLISTE

Hvilke nettaviser leste du ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. VG.no
2. Dagbladet.no
3. Aftenposten.no
4. NRK.no
5. TV2.no
6. Nettavisen.no
7. Lokal- eller distriktsaviser *Hvis 7. valgt: Hvilken lokal- eller distriktsavis var dette?* Tekstfelt
8. Andre norske nettaviser *Hvis 8. valgt: Hvilken annen norsk nettavis var dette?* Tekstfelt
9. Internasjonale nettaviser, for eksempel CNN og Al-Jazeera *Hvis 9. valgt: Hvilken internasjonal nettavis var dette?* Tekstfelt
10. Utenlandske nettaviser fra spesifikke land, for eksempel Svenska Dagbladet *Hvis 10. valgt: Fra hvilket land var nettavisen?* Tekstfelt

Probespørsmål: Når IO er ferdig med å svare kan du spørre «Var det noen flere?»

HVIS NAVISDAG=JA

NETTAVISTID

Omtrent hvor lang tid brukte du totalt på å lese nettaviser ^KontaktPer?

TIMER og MINUTTER brukt på å lese nettaviser.

HVIS NAVISDAG=JA OG/ELLER PAVISDAG=JA

AVISSPRAAK

På hvilke språk leste du papir- eller nettavis ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Norsk
2. Engelsk
3. Annet språk

HVIS AVISSPRAAK= ANNET SPRK(3)

På hvilket annet språk leste du papir- eller nettavis ^KontaktPer?

Tekstfelt

HVIS ALDER>15

STEDNYHET

Fant du nyheter ^KontaktPer på ...

Ta med både på apper og nettsider. Ta ikke med nettaviser. Flere svar er mulig.

1. ... mobiltelefonen automatisk, som google news eller andre samlesider for nyheter
2. ... YouTube
3. ... podkast
4. ... diskusjonsforum og debattsider
5. ... blogger
6. ... ingen av disse

Probespørsmål: Når IO har svart kan du spørre «Var det flere steder?»

Advarsel: 'Ingen av disse' kan ikke kombineres med andre svar

RADIO

«Roterende bolke»

TIL ALLE

INTRO.RAD

Nå kommer noen spørsmål om radio.

HVIS ALDER>15

RADTILG

Kan du ta inn lokalradiosendinger på stedet der du bor?

For eksempel radio metro eller Radio Kongsvinger.

Distriktssendinger på NRK skal ikke inkluderes.

- Ja
- Nei
- Vet ikke

HVIS ALDER>15

RADDABHJEM

Har du DAB-radio hjemme?

DAB-radio er et radioapparat for digital radio.

- Ja
- Nei
- Vet ikke

HVIS ALDER>15

RADDABBIL

Har du DAB-radio i bilen?

DAB-radio er et radioapparat for digital radio.

Ja

Nei

Har ikke bil

Vet ikke

TIL ALLE

RADIODAG

Hørte du på radio ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ta også med nettradio. Ta ikke med podkast.

Ja

Nei

HVIS RADIODAG=NEI

RADIO7DAG

Har du hørt på radio i løpet av de siste syv dagene?

Ta også med nettradio. Ta ikke med podkast.

Ja

Nei

HVIS RADIODAG=JA OG ALDER>15

RADIOTRAD

Hva slags radio hørte du på ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

FM eller AM

DAB

Nettradio

Vet ikke

Advarsel: 'Vet ikke' kan ikke kombineres med andre svar

HVIS RADIODAG=JA

RADIOKANAL

Hvilke radiokanaler hørte du på ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. NRK P1

2. NRK P2

3. NRK P3

4. NRK P13

5. NRK P1+

6. NRK mp3

7. Andre NRK-kanaler → Hvilke andre NRK-kanaler var det?

8. P4

9. Radio Norge

10. Lokalradio, for eksempel radio metro eller Radio Kongsvinger

11. Andre norske radiokanaler som ikke er NRK → Hvilke andre norske kanaler var det?

12. Andre utenlandske radiokanaler

13. Vet ikke

HVIS RADIODAG=JA

RADSIJANGER

Hva slags radioprogram hørte du på ... [kanal hørt i RADIOKANAL] ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Musikk
2. Humor
3. Nyheter
4. Distriktssendinger/lokale nyheter
5. Sport
6. Barneprogrammer
7. Ungdomsprogrammer
8. Kulturprogrammer om kunst, litteratur og kulturliv
9. Debatt
10. Dokumentar og samfunn
11. Andre programmer

Probespørsmål: Når IO har svart kan du spørre «Var det noen flere?»

HVIS I RADIOTRAD "Ja, nettradio" VALGT

RADIOENHET

Med hvilket utstyr hørte du på nettradio ^KontaktPer? Var det på ...

Flere svar er mulig.

1. ... mobiltelefon?
2. ... nettbrett eller iPad?
3. ... PC eller MAC?
4. ... smarthøytaler?

HVIS RADIODAG=JA

RADIOTID

Omtrent hvor lang tid brukte du totalt på å høre på radio ^KontaktPer?

Ta med all radiolytting.

Ta ikke med podkast.

TIMER og MINUTTER brukt til å høre på radio

HVIS RADIODAG=JA

RADIOSPRAAK

På hvilke språk hørte du på radioprogram ^KontaktPer?

Ta med all radiolytting. Ta ikke med podkast.

Tenk på språket det ble snakket på radio, ikke musikken.

Flere svar er mulig.

1. Norsk
2. Engelsk
3. Annet språk

HVIS RADIOSPRAAK=ANNET SPRK(3)

På hvilket annet språk hørte du på radioprogram ^KontaktPer?

Tekstfelt

LYDMEDIER

«Roterende bolk»

TIL ALLE

INTROLYD

Nå kommer noen spørsmål om musikk, podkast og lydbok. Ta ikke med radio.

TIL ALLE

LYDDAGTYPE

Hørte du på ...

1. ... musikk ^KontaktPer?

Ta ikke med radio.

Ja

Nei

2. ... podkast ^KontaktPer?

Ja

Nei

3. ... lydbok ^KontaktPer?

Ja

Nei

4. ... annet lydinnhold, for eksempel hørespill ^KontaktPer?

Ta ikke med radio.

Ja

Nei

HVIS JA PÅ MINST EN AV PUNKTENE UNDER LYDDAGTYPE

LYDDAG

Med hvilket utstyr hørte du på musikk, podkast, lydbok eller annet lydinnhold ^KontaktPer?

Flere svar er mulig. Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

1. Mobiltelefon
2. Nettbrett
3. Smarthøytaler
4. Platespiller
5. Mp3-spiller eller iPod
6. CD-spiller
7. PC eller MAC
8. TV
9. Annet utstyr

HVIS LYDDAGTYPE-1=JA

MUSIKKTID

Omtrent hvor lang tid hørte du totalt på musikk ^KontaktPer?

Ta ikke med radio.

TIMER og MINUTTER hørt på musikk

HVIS LYDDAGTYPE-2=JA

PODCASTTID

Omtrent hvor lang tid hørte du totalt på podkast ^KontaktPer?

TIMER og MINUTTER hørt på podkast

HVIS LYDDAGTYPE-3=JA

LYDBOKTID

Omtrent hvor lang tid hørte du totalt på lydbok ^KontaktPer?

TIMER og MINUTTER hørt på lydbok

HVIS LYDDAGTYPE-4=JA

ANNENLYDTID

Omtrent hvor lang tid hørte du totalt på annet lydinnhold ^KontaktPer?

Ta ikke med radio.

TIMER og MINUTTER hørt på annet lydinnhold

HVIS LYDDAGTYPE-1=JA OG ALDER>12

MUSIKKSTRMLAST_

Var musikken du hørte på ...

1. ... strømmet?

Ja

Nei

2. ... lastet ned?

Ja

Nei

HVIS LYDDAGTYPE-1=JA OG ALDER>12

*MUSIKKABO

Var musikken du hørte på ...

1. ... betalt for, via abonnement på strømmetjeneste eller enkeltkjøp?

Ja

Nei

2. ... gratis, på YouTube, andre nettsider eller gratis abonnement på strømmetjenester?

Ja

Nei

HVIS LYDDAGTYPE-1=JA

MUSIKKTJENESTE

Med hvilke apper eller nettsider hørte du på musikk?

Flere svar er mulig.

1. Spotify
2. iTunes eller Apple Music
3. YouTube
4. Tidal
5. Google Play Music
6. Soundcloud
7. Shazam
8. Annet

HVIS LYDDAGTYPE-2 = JA OG Alder>15

PODKASTABO

Var podkaster du hørte på ...

1. ... betalt for, via abonnement på strømmetjeneste eller enkeltkjøp, for eksempel betalt Spotify?
Ja
Nei
2. ... gratis, på YouTube, andre nettsider eller gratis abonnement på strømmetjenester?
Ja
Nei

HVIS LYDDAGTYPE-2 = JA

PODKASTTJENESTE

Med hvilke apper eller nettsider hørte du på podkast ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. NRK
2. PodMe
3. Podimo
4. Spotify
5. Apple podkast
6. YouTube
7. Skole-app
8. Tedtalks
9. Google Podkast
10. Andre

HVIS LYDDAGTYPE-2=JA OG ALDER>12

PODSJANGER?

Hva slags type podkast hørte du på?

Flere svar er mulig.

1. Livsstil og helse
2. Nyheter
3. Politikk
4. Teknologi
5. Historie
6. Vitenskap, for eksempel Teknisk Ukeblad
7. Historier fra virkeligheten, for eksempel True crime
8. Humor
9. Annet innhold

HVIS LYDDAGTYPE-2 OG/ELLER LYDDAGTYPE-3

LYDSPRAAK

På hvilket språk var podkaster eller lydboken du hørte på ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Norsk
2. Engelsk
3. Annet språk

HVIS MUSSPRAAK= ANNET SPRK (3)

På hvilket annet språk var podkaster eller lydboken du hørte på ^KontaktPer?

Tekstfelt

TV

«Roterende bolk»

TIL ALLE

INTRO.VID

Nå kommer noen spørsmål om bruk av TV.

TIL ALLE

TVANTALL

Hvor mange TV-er har du hjemme?

Hvis du har flere hjem, tenk på hjemmet du bor i nå.

1. 1 TV
2. 2 TV-er
3. 3 TV-er
4. 4 TV-er eller flere
5. Ingen → TVTRADDAG

HVIS TVANTALL ≠5 OG ALDER>15

TVTRADTILG

Er ett eller flere av TV-ene koblet til kabel-TV, fiber eller parabolantenne?

Hvis du har flere hjem, tenk på hjemmet du bor i nå

- Ja
- Nei
- Vet ikke

TIL ALDER >15

TVTILGNETT

Har du smart-TV, Apple TV, Chromecast eller lignende som er koblet til TV-en?

- Ja
- Nei

HVIS TVANTALL ≠5 OG ALDER>15

TVKANTILG

Hvilke TV-kanaler har du tilgang til hjemme?

Flere svar er mulig.

1. NRK og TV2, for eksempel via Riks-TV
2. Standard pakke fra leverandør
3. Ekstra sportskanaler eller filmkanaler husholdningen har valgt selv
4. Utenlandske TV-kanaler fra spesifikke land som husholdningen har valgt selv
5. Har ikke tilgang til noen TV-kanaler

Advarsel: 'Har ikke tilgang til noen TV-kanaler' kan ikke kombineres med andre svar

TIL ALLE

TVTRADDAG

Så du på vanlige TV-kanaler som ikke var nett-TV ^KontaktPer?

ALDER<12 Ta med tradisjonelle TV-signaler, som parabol, kabel- eller digitalt bakkenett.

- Ja
- Nei

*HVIS JA PÅ TVTRADDAG***TRADTVINNHold**

På vanlig TV så du på ...

1. ... nyheter ^KontaktPer?

Ja

Nei

2. ... serier, film og underholdning ^KontaktPer?

Ja

Nei

3. ... sport ^KontaktPer?

Ja

Nei

4. ... debatter ^KontaktPer?

Ja

Nei

*TIL ALLE***TVNETTDAG****Så du på nett-TV ^KontaktPer?**

Ta med både direkte-TV og programmer du valgte selv i TV-kanalenes strømmetjenester.

Ta ikke med Youtube, Netflix, Disney+ og lignende.

Ja

Nei

*HVIS JA PÅ TVNETTDAG***TVINNHoldNETT**

På nett-TV så du på ...

1. ... nyheter ^KontaktPer?

Ja

Nei

2. ... serier, film og underholdning ^KontaktPer?

Ja

Nei

3. ... sport ^KontaktPer?

Ja

Nei

4. ... debatter ^KontaktPer?

Ja

Nei

*HVIS TVNETTDAG=JA***TVNETTSAMMETID****Var noe av dette programmer som samtidig ble vist på vanlig TV ^KontaktPer, for eksempel NRK-Direkte?**

Ja

Nei

*HVIS TVNETTDAG=JA***TVNETTSAMMETID****Var noe av dette programmer som samtidig ble vist på vanlig TV ^KontaktPer, for eksempel NRK-Direkte?**

Ja

Nei

TRADTVINNHold 1 = JA og/eller TVINNHoldNETT 1= JA

KANALTVNYHET

Hvilke TV-kanaler så du nyheter på ^KontaktPer?

Ta med vanlig TV og nett-TV.

Flere svar er mulig.

1. NRK1
2. NRK2
3. NRK3/Super
4. TV2
5. TV2 Nyhetskanalen
8. Viasat4
9. VGTV
10. Svenske TV-kanaler
11. Danske TV-kanaler
12. Internasjonale nyhetskanaler, som for eksempel CNN og Al Jazeera
13. Utenlandske TV kanaler fra spesifikke land, for eksempel tyske eller arabiske kanaler.
14. Vet ikke

Advarsel: 'Vet ikke' kan ikke kombineres med andre svar

HVIS TRADTVINNHold 1 = JA og/eller TVINNHoldNETT 1= JA

TYPETVNYHET

Hva slags nyheter så du på ^KontaktPer?

Ta med vanlig TV og nett-TV som ble vist samtidig som vanlig TV.

Flere svar er mulig.

1. Nyheter for barn
2. Lokale eller regionale norske nyheter, for eksempel NRKs distriktssendinger
3. Nasjonale norske nyheter, for eksempel Dagsrevyen
4. Internasjonale nyheter, for eksempel CNN og Al Jazeera
5. Nyheter fra andre spesifikke land enn Norge, for eksempel tyske eller arabiske nyheter

HVIS TVTYPENYHET=5

TVLANDKANAL

Fra hvilket land var TV-kanalen du så nyheter på ^KontaktPer?

Fritekst

HVIS TRADTVINNHold 2,3 OG/ELLER 4 = JA og/eller TVINNHoldNETT 2,3 OG/ELLER 4 = JA

TVKANAL

Hvilke TV-kanaler så du serier, film, underholdning, debatt eller sport på ^KontaktPer?

Ta med vanlig TV og nett-TV som ble vist samtidig som vanlig TV.

Flere svar er mulig.

1. NRK1
2. NRK2
3. NRK3/Super
4. TV2
5. TV2 Nyhetskanalen
6. TVNorge
7. TV3
8. V4
9. VGTV
10. Svenske TV-kanaler

11. Danske TV-kanaler
12. Andre TV-kanaler
13. Utenlandske TV kanaler fra spesifikke land, for eksempel tyske eller arabiske kanaler.

HVIS TVKANAL12=Ja

TVKANALANDRE

Hvilken annen kanal var dette?

Flere svar er mulig.

1. TV2 Zebra
2. TV2 Livsstil
3. TV2 Humor
4. TV2s Sportskanaler
5. Viasport
6. Eurosport
7. TLC
8. Discovery
9. National Geographic
10. Max
11. Vox
12. Fem
13. Disney Channel
14. Nickelodeon
15. TV6

HVIS TVKANAL13=JA

TVLANDUNDERHOLD

Du svarte at du så på utenlandske TV-kanaler fra spesifikke land ^KontaktPer. Fra hvilket land var kanalen?

Fritekst

HVIS TVTRADINNHOLD-2=JA OG/ELLER TVINNHoldNETT2=JA

SERIEKATEGORI

Hva slags type serie, film eller underholdning så du på ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Barne- og familieprogrammer eller filmer
2. Ungdomsprogram
3. Reality-TV, for eksempel konkurranser eller talk-show
4. Komedie
5. Dokumentar
6. Drama
7. Krim
8. Helse eller livsstil
9. Skrekk
10. Action
11. Musikk, konserter eller musikal
12. Science Fiction/Fantasy

HVIS TVTRADDAG OG/ELLER TVNETTDAG= JA

TVTID

Hvor lenge totalt så du på TV ^KontaktPer?

Ta med vanlig TV og nett-TV som ble vist samtidig som vanlig TV.

TIMER og MINUTTER brukt på å se på TV

HVIS TVTRADDAG OG/ELLER TVNETTDAG= JA

TVSPRAAK

På hvilke språk så du på vanlig- eller nett-TV ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Norsk
2. Engelsk
3. Annet språk

HVIS TVSPRAAK=ANNET SPRK(3)

På hvilket annet språk så du på vanlig- eller nett-TV ^KontaktPer?

Tekstfelt

HVIS NEI PÅTVTRADDAG OG TVNETTDAG

TV7DAG

Har du sett på TV i løpet av de siste syv dagene?

Ta med både vanlig TV og nett-TV.

Ja

Nei

VIDEOMEDIER «Roterende bolk»

VID.Intro

Nå kommer noen spørsmål om blant annet filmer og serier som strømmet innhold, nedlastet innhold og DVD/Blu-Ray.

TIL ALLE

STROMABO

Hvilke strømmetjenester eller abonnement har du tilgang til, for eksempel Netflix?

Flere svar er mulig.

1. NRK-TV
2. Netflix
3. HBO Max
4. Viaplay
5. Tv2 Play
6. Discovery+
7. Disney+
8. PrimeVideo
9. Apple Tv Pluss
10. YouTube Premium
11. SF Anytime
12. SF Kids
13. Andre
14. Ingen

Advarsel: 'Ingen' kan ikke kombineres med andre svar

*TIL ALLE***STROMDAG****Så du på strømmet film, serie, nyheter eller sport ^KontaktPer?**

Ta ikke med direktesendt TV. Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja

Nei

*TIL ALLE***NEDLASTDAG****Så du på nedlastet film, serie, nyheter eller sport ^KontaktPer?**

Ta ikke med direktesendt TV. Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja

Nei

*HVIS STROMDAG=JA OG/ELLER NEDLASTDAG=JA***VIDEOINNHold****Så du på strømmet eller nedlastede ...****1. ... nyheter ^KontaktPer?**

Ja

Nei

2. ... serier, film og underholdning ^KontaktPer?

Ja

Nei

3. ... sport ^KontaktPer?

Ja

Nei

*HVIS STROMDAG=JA***STROMTJEN****På hvilke strømmetjenester så du på film, serie, nyheter eller sport ^KontaktPer?**

Flere svar er mulig.

1. NRK-TV
2. Netflix
3. HBO MAX
4. Viaplay
5. Tv2 Play
6. Discovery+
7. Disney+
8. Apple Tv Pluss
9. Amazon Prime
10. YouTube
11. YouTube Premium
12. SF Anytime
13. SF Kids
14. Andre betalte strømmetjenester
15. Andre gratis strømmetjenester, for eksempel Filtoteket

HVIS VIDEOINNHOLD-1=JA

VIDEONYHETNIVÅ

Hva slags nyheter strømmet eller lastet du ned ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Nyheter for barn, for eksempel Supernytt
2. Lokale eller regionale norske nyheter, for eksempel Distriktsnyhetene
3. Nasjonale norske nyheter, for eksempel Dagsrevyen
4. Internasjonale nyheter, for eksempel CNN
5. Nyheter fra spesifikke land

Fra hvilket land: Fritekst

HVIS VIDEOINNHOLD-2=JA

VIDEOKATEGORI

Hva slags type film, serie eller underholdning strømmet eller lastet du ned ^KontaktPer?

Ta ikke med direktesendt TV. Flere svar er mulig.

1. Barne- og familieprogrammer eller filmer
2. Ungdomsprogram
3. Reality, konkurranser eller talk-show
4. Komedie
5. Dokumentar
6. Drama
7. Krim
8. Helse eller livsstil
9. Action
10. Science Fiction, Fantasy og skrekk
11. Musikk, konserter og teater

HVIS STROMDAG=JA OG/ELLER NEDLASTDAG=JA

VIDEOENHET

Med hvilket utstyr så du på film, serier, nyheter eller sport som var strømmet eller lastet ned

^KontaktPer?

Flere svar er mulig. Ta ikke med direktesendt TV. Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

1. Mobiltelefon
2. Nettbrett eller iPad
3. PC eller MAC
4. TV
5. X-box
6. Annet utstyr

HVIS STROMDAG=JA

STROMTID

Omtrent hvor lenge så du totalt på strømmet film, serie, nyheter eller sport ^KontaktPer?

TIMER og MINUTTER brukt på å se på strømmet film, serie, nyheter eller sport

HVIS NEDLASTDAG=JA:

NEDLASTTID

Omtrent hvor lenge så du totalt på nedlastet film, serie, nyheter eller sport ^KontaktPer?

TIMER og MINUTTER brukt på å se på nedlastet film, serie, nyheter eller sport

TIL ALLE

BETALVID

Så du på enkeltfilmer, serier eller sport som du betalte spesifikt for ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ta med kjøp eller filmleie på dekker, strømmetjenester eller nedlastet innhold.

Ja

Nei

TIL ALLE

DVDDAG

Så du på DVD eller Blu-ray ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja

Nei

HVIS DVDDAG=JA:

DVDTID

Omtrent hvor lenge så du totalt på DVD eller Blu-ray ^KontaktPer?

TIMER og MINUTTER brukt på å se på DVD eller Blu-ray

HVIS STROMDAG, NEDLASTTVDAG ELLER/OG DVDDAG=JA

FILMSPRAAK

På hvilke språk så du på film, serie, nyheter eller sport ^KontaktPer?

Ta med både strømmet, nedlastet innhold eller på DVD. Tenk på språket som ble snakket.

Flere svar er mulig.

1. Norsk
2. Engelsk
3. Annet språk

HVIS FILMSPRAAK=ANNET SPRK (3)

På hvilket annet språk så du på film, serie, nyheter eller sport ^KontaktPer?

Ta med både strømmet, nedlastet innhold eller på DVD. Tenk på språket som ble snakket.

Tekstfelt

TIL ALLE

KLIPPDAG

Så du på videoklipp på apper eller internett ^KontaktPer, for eksempel påYoutbe, TikTok eller Snap?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ta ikke med strømming og nedlasting av filmer, serier og sport.

Ja

Nei

HVIS KLIPPDAG=JA

KLIPPSTED

På hvilke av disse appene eller hvor på internett så du videoklipp ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. YouTube
2. TikTok
3. Facebook
4. Instagram

5. Snapchat
6. Twitch
7. OnlyFans
8. Pornosider
9. Andre nettsider som viser videoklipp gratis
10. Andre nettsider som viser betalte videoklipp
11. Ingen av disse

HVIS KLIPPDAG=JA

KLIPPSJANGER

Var videoklipp du så på ^KontaktPer ...

1. ... venner eller bekjentes selvlagde videoer?
Ja
Nei
2. ... morsomme videoer?
Ja
Nei
3. ... life-hacks, eller annen læring og livsstil?
Ja
Nei
4. ... nyheter?
Ja
Nei
5. ... gaming videoer?
Ja
Nei
6. ... musikk eller dans?
Ja
Nei
7. ... sport?
Ja
Nei
8. ... klipp fra talkshow og TV-programmer?
Ja
Nei
9. ... sensuelt eller sexy innhold?
Ja
Nei
10. ... porno?
Ja
Nei
11. ... noe annet?
Ja => Hvis ja på "Noe annet": Fritekst
Nei

HVIS KLIPPDAG=JA

KLIPPSPRAAK

På hvilke språk så du på videoklipp ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Norsk
2. Engelsk
3. Annet språk

HVIS KLIPPSPRAAK=ANNET SPRK (3)

På hvilket annet språk så du på videoklipp ^KontaktPer?

Tekstfelt

DIGITALE SPILL «Roterende bolk»

TIL ALLE

INTRO.SPILL

Nå kommer noen spørsmål om digital spilling.

TIL ALLE

SPILLTILG

Har du tilgang til noe av dette spillutstyret hjemme?

1. Playstation, Nintendo, X-box eller andre spillkonsoller som kan kobles til TV

Ja

Nei

2. Nintendo Switch Lite, eller andre håndholdte spillkonsoller

Ja

Nei

3. VR-briller

Ja

Nei

TIL ALLE

SPILLDAG

Spilte du spill med mobiltelefon, PC, nettbrett, VR-briller eller spillkonsoll ^KontaktPer?

Tenk på både hjemme og andre steder.

Ja

Nei

HVIS SPILLDAG=JA

SPILLENHET

Med hvilket utstyr spilte du ^KontaktPer?

Tenk på både hjemme og andre steder. Flere svar er mulig.

1. Mobiltelefon
2. Nettbrett
3. PC eller MAC
4. Playstation, Nintendo, X-box eller andre spillkonsoller som kan kobles til TV
5. Nintendo Switch Lite eller andre håndholdte spillkonsoller
6. VR-briller
7. Annet

Probespørsmål: Når IO er ferdig med å svare kan du spørre «Var det noe flere?»

HVIS SPILLDAG=JA

SPILLSJANGER

Hva slags type spill spilte du ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Candy Crush eller andre minispill
2. Sjakk, kabal eller andre digitale brettspill
3. Minecraft eller andre kreative byggespill
4. GTA eller andre Action/adventure spill
5. Poio, Albert eller andre læringsspill
6. Fortnite, Counter-Strike, Overwatch eller andre skytespill
7. Momio, MovieStarPlanet eller andre sosiale nettverksspill
8. FIFA eller andre sportspill
9. League of Legends, DOTA 2 eller andre multiplayer online spill
10. Andre typer spill

Probespørsmål: Når IO er ferdig med å svare kan du spørre «Var det noe flere?»

HVIS SPILLDAG=JA

SPILLSOS1

Satt du sammen med andre da du spilte?

Ja

Nei

HVIS SPILLDAG = JA

SPILLSOS2

Spilte du sammen med eller mot andre på internett?

Ja

Nei

HVIS SPILLDAG = JA

SPILLSPRAAK

På hvilket språk spilte du ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Norsk
2. Engelsk
3. Annet språk
4. Det var ikke noe språk

HVIS SPILLSPRAAK= ANNET SPRK (3)

På hvilket annet språk spilte du ^KontaktPer?

Tekstfelt

BLADER «Roterende bolk»

TIL ALLE

INTRO.BLAD

Nå kommer noen spørsmål om tidsskrift, blader og tegneserier.

HVIS ALDER>15

PAPIRTIDSKRIFTDAG

Leste du tidsskrift, for eksempel Motor, eller foreningsblad på papir ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja

Nei

HVIS ALDER>15

NETTIDSKRIFTDAG

Leste du tidsskrift, for eksempel Motor, eller foreningsblad på internett ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja

Nei

HVIS PAPIRTIDSSKRIFTDAG OG/ELLER NETTIDSSKRIFTDAG=JA

TIDSKRIFTSJANGER

Hva slags tidsskrift leste du ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Nærings- eller fagblad
2. Fagforeningsblad
3. Samfunn eller politikk
4. Kunst, kultur eller historie
5. Populærvitenskap
6. Helse eller miljø
7. Hjem eller bolig
8. Hobby, fritid eller sport
9. Annet

TIL ALLE

PAPIRUKBLADDAG

Leste du ukeblad på papir ^KontaktPer?

Ukeblad kommer omtrent en gang i uka, for eksempel Hjemmet eller Se og Hør.

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja

Nei

TIL ALLE

NETTUKBLADDAG

Leste du ukeblad på internett ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja

Nei

HVIS PAPIRKEBLADDAG OG/ELLER NETTKEBLADDAG=JA

Hvilke ukeblad leste du ^KontaktPer?

Flere svar er mulig

1. Hjemmet
2. Familien
3. Vi over 60
4. Se og Hør
5. Her og Nå
6. Andre norske ukeblad
7. Utenlandske ukeblad

HVIS Andre norske OG/ELLER Andre utenlandske ukeblad valgt

UKEBLADSJANGER

Hva slags type ukeblad leste du i ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Kjendisnyheter, som for eksempel SE HER
2. Familieblad, som for eksempel Hjemmet eller Allers
3. Livsstil, som for eksempel Vi over 60 eller Foreldre og Barn
4. Ungdomsblad
5. Hobby, som for eksempel Jakt og Fiske eller om strikking
6. Hus og hjem, som for eksempel Vakre Hjem og Interiør
7. Mote, som for eksempel KK
8. Annet

TIL ALLE

PAPIRTEGNESERIEDAG

Leste du tegneserier på papir ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

- Ja
- Nei

TIL ALLE

NETTTEGNESERIEDAG

Leste du tegneserier på internett ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

- Ja
- Nei

HVIS PAPIRTEGNESERIEDAG OG/ELLER NETTTEGNESERIEDAG=JA

TEGNESERIESJANGER

Hva slags tegneserier leste du på papir eller nett ^KontaktPer?

Ta med blader, striper, tegneseriebøker og på internett.

Flere svar er mulig.

1. Mikke Mus eller Donald
2. Prinsesse-tegneserier
3. Humortegneserier for voksne, som for eksempel Pondus eller Nemi
4. Manga, som for eksempel Pokémon eller Sailor Moon
5. Superheltserier, som for eksempel Spider Man
6. Erotiske tegneserier
7. Andre norske tegneserier
8. Andre utenlandske tegneserier

BØKER

«Roterende bolk»

TIL ALLE

Intro.Boker

Nå kommer noen spørsmål om bøker.

TIL ALLE

BOKDAG

Leste du i noen papirbok på fritiden ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja

Nei ⇒ LESEBRETTTILG

HVIS BOKDAG=JA

BOKTID

Omtrent hvor lang tid brukte du totalt på å lese papirbøker på fritiden ^KontaktPer?

TIMER og MINUTTER brukt på å lese bøker

HVIS BOKDAG=JA

BOKBARN

Var papirboken du leste i ^KontaktPer en barne- eller ungdomsbok?

Ja

Nei

HVIS BOKBARN=NEI

BOKSJANGER

Hva slags papirbok leste du i ^KontaktPer?

Flere svar er mulig.

1. Roman eller novellesamling
2. Skuespill eller diktsamling
3. Biografi eller memoarer
4. Naturvitenskap, teknikk eller friluftsliv
5. Samfunnsspørsmål, politikk, kunst eller historie
6. Religiøs litteratur
7. Hobby, for eksempel kokebok
8. Annet

HVIS ALDER>15

LESEBRETTTILG

Har du tilgang til lesebrett hjemme, som for eksempel Kindle?

Ja

Nei

TIL ALLE

EBOKDAG

Leste du i noen e-bok på fritiden ^KontaktPer?

E-bøker leses for eksempel på lesebrett, mobiltelefon eller nettbrett.
Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

Ja
Nei

HVIS EBOKDAG=JA

EBOKTID

Omtrent hvor lang tid brukte du totalt på å lese e-bøker ^KontaktPer?

TIMER og MINUTTER brukt på å lese bøker

MOBILTELEFON (Fast bolk på slutten)

TIL HVIS DIGBRUK1=JA

INTRO.MOBIL

Nå kommer noen spørsmål om bruk av mobiltelefon.

HVIS DIGBRUK1=JA

TELEBRUK

Hva brukte du mobiltelefon til ^KontaktPer?

Brukte du mobiltelefon til å ...

1. ... prate i telefonsamtale, også på Skype, Facetime, eller lignende ?
Ja
Nei
2. ... lese eller sende meldinger via SMS, WhatsApp, Messenger, Telegram eller lignende?
Ja
Nei
3. ... lese eller sende epost?
Ja
Nei
4. ... sosiale medier, for eksempel Instagram eller Snapchat?
Ja
Nei
5. ... se på videoklipp, for eksempel på YouTube?
Ja
Nei
6. ... lese nettaviser?
Ja
Nei
7. ... se på TV-kanaler?
Ja
Nei

HVIS DIGBRUK =1

MOBILTID

Omtrent hvor lang tid brukte du totalt på mobiltelefonen ^KontaktPer?

Tenk på perioden fra kl. 6 om morgenen til kl. 6 neste morgen.

TIME og MINUTTER brukt på mobilen

BAKGRUNNSSPØRSMÅL (Til slutt for alle)

HVIS IO 15 ÅR OG UNDER

KLASSETRINN

Helt til slutt...

Hvilket klasstrinn går du i?

1. klasse
2. klasse
3. klasse
4. klasse
5. klasse
6. klasse
7. klasse
8. klasse
9. klasse
10. klasse

HVIS IO er ikke født i Norge, Sverige eller Danmark

MORSMÅL

Hvilket språk er ditt morsmål?

Fritekst felt

HVIS IO er ikke født i Norge, Sverige eller Danmark

NORSKFERDIGHET

Alt i alt, hvor mye eller lite norsk forstår du? Vil du si ...

1. ... veldig mye
2. ... mye
3. ... noe
4. ... lite
5. ... veldig lite

Hvis Alder > 15 OG Ikke født i Norge, Sverige eller Danmark

UTDANNINGUTLANDET

Hva er din høyeste fullførte utdanning utenfor Norge?

0. Ingen utdanning
1. Grunnskoleutdanning
2. Videregående utdanning
3. Universitets- og høyskoleutdanning, kort (inntil 4 år)
4. Universitets- og høyskoleutdanning, lengre (mer enn 4 år)

TIL ALLE

HELS1

Har du noen langvarige sykdommer eller funksjonsnedsettelser?

Ja

Nei

HVIS hels1=Ja

HELS1a

Skaper dette begrensninger i å utføre vanlige hverdagsaktiviteter?

- Ja
- Nei

Til de vi ikke har info i register om

BAKG1a

Hva er det høyeste utdanningsnivået din mor/første foresatte har fullført?

1. Grunnskole
2. Videregående skole
3. Fagskoleutdanning, inkludert påbygg
4. Universitet/høgskole, 4 år eller mindre
5. Universitet/høgskole, mer enn 4 år
6. Doktorgrad
7. Ingen utdanning
8. Vet ikke

BAKG1b

Hva er det høyeste utdanningsnivået din far/andre foresatte har fullført?

1. Grunnskole
2. Videregående skole
3. Fagskoleutdanning, inkludert påbygg
4. Universitet/høgskole, 4 år eller mindre
5. Universitet/høgskole, mer enn 4 år
6. Doktorgrad
7. Ingen utdanning
8. Vet ikke

Til de vi ikke har info i register om

BAKG2a

Hvor er din mor født?

1. Norge
2. Europa utenfor Norge
3. Nord-Amerika
4. Sør-Amerika
5. Afrika
6. Asia
7. Oseania, for eksempel Australia

BAKG2b

Hvor er din far født?

1. Norge
2. Europa utenfor Norge
3. Nord-Amerika
4. Sør-Amerika
5. Afrika
6. Asia
7. Oseania, for eksempel Australia

TIL ALLE

Avslutt

Det var siste spørsmål i undersøkelsen. Takk for at du deltok!

Vedlegg F: Variabler fra register

Mediebruksundersøkelsen 2022 - variabler fra register

Befolkningsregisteret	
fnr	Fødselsnummer
kjonn	Kjønn
FodtAar	Fødselsår
sivilstand	Sivilstand
kommnr	Bostedskommune
fodeland	Fødeland
invkat	Innvandringskategori
landbak3gen	Landbakgrunn for alle innvandringskategorier
ts_stor	Bosted tett/spredtkode for tettsteder
regstat_hustype	Husholdningstype detaljert inndeling
pers_i_hushnr	Antall personer i husholdningen
botid	Variabelen viser botiden i hele år fra første oppholdsdato i landet og fram til referansedato.
Regfodtmor	Landbakgrunn mor
Regfodtfar	Landbakgrunn far

NUDB = Nasjonal utdanningsdatabase	
snr	SNR
UTD	Gruppering av skoleslag ("AVSLUTTET"-fila)
bu_nus2000	IOs høyeste utdanningsnivå
regutdmor	Utdanning fra register mor
regutdfar	Utdanning fra register far
sosbak	Høyeste fullførte utdanning for forelderens som har høyest utdanning

Sysselsetting	
pers_id_ssb	Inntektsmottakerens snr
yrksta	Status på arbeidsmarkedet
arb_stillingprosent	Stillingsprosent
arbtid	Arbeidstid
styrk08	Yrkeskode i henhold til styrk08

Inntekt	
snr	SNR
wsaminnt	Samlet inntekt - person
h_wsaminnt	Samlet inntekt - husholdning

KRR = Kontakt- og reservasjonsregister	
E-post	
Telefon	