



INNKALLING OG SAKSPAPIRER

Velferdstingsmøte

Mandag 2. september kl. 17:00-21:00

Høgskolen i Oslo og Akershus



Velkommen, kjære representanter!





Til:

Alle valgte representanter i Velferdstinget

Alle valgte vararepresentanter i Velferdstinget

Studentdemokratiene ved: Universitetet i Oslo, Høgskolen i Oslo og Akershus, Handelshøgskolen BI, Politihøgskolen, Norges idrettshøgskole, Markedshøgskolen, Det teologiske menighetsfakultet, Lovisenberg diakonale høgskole, Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo, Norges Musikkhøgskole, Kunsthøgskolen i Oslo, Atlantis Medisinske Høgskole, Bjørknes Høyskole, Høyskolen Diakonova, Norges Veterinærhøgskole, Westerdals Høyskole, Norges Helsehøyskole, Norsk Gestaltinstitutt, Høgskolen i Staffeldtsgate, Norges Dansehøyskole, Barratt Due Musikk institutt, Steinerhøyskolen, Høyskolen for Ledelse og Teologi, Den Norske Eurytmihøyskole og Folkeuniversitetene.

Kopi:

Hovedstyrets studentmedlemmer

Velferdstingets kontrollkomité

Velferdstingets representanter i SiOs delstyrene

Studentmediene og Kulturstyret

Studentsamskipnaden i Oslo og Akershus

Norsk Studentorganisasjon v/velferdsansvarlig

ISU v/ UiOs lokallag

Det Norske Studentersamfund v/Hovedstyret

Ordstyrer

Innkalling til velferdstingsmøte 2.9. 2013

Dette er endelig innkalling til Velferdstingets møte mandag 2. september. Møtet finner sted på Høgskolen i Oslo og Akershus (HiOA), Pilestredet 46 i Oslo, i auditorium PA110.

Denne innkallingen sendes ut til alle valgte representanter fra lærestedene. Det er møteplikt i Velferdstinget, og dersom du ikke kan møte må du selv varsle ansvarlig for din lærestedsgruppering eller fraksjon for å finne vara. Hvis du ikke vet hvem dette er, ta kontakt med arbeidsutvalget. Arbeidsutvalget kan varsles via e-post til adm@studentvelferd.no.

Ved spørsmål om praktisk informasjon: kontakt informasjonsansvarlig Christian Strandenæs på 48 29 95 33 eller inf@studentvelferd.no.





1 **AU innstiller på følgende:**

2 Vedlagte forslag til dagsorden og kjøreplan godkjennes.

3

4

5 **Dagsorden**

6 V = Vedtakssak

D = Diskusjonssak

O = Orienteringssak

7

8

9 **VT 01 Møtekonstituering**

10 1a) Valg av ordstyrer og referent

V

11 1b) Godkjenning av innkalling

V

12 1c) Godkjenning av dagsorden og kjøreplan

V

13 1d) Godkjenning av referat fra Velferdstingsmøtet 6. mai

V

14 1e) Godkjenning av valgprotokoller

V

15

16 **VT 02 Orienteringer**

17 2a) Arbeidsutvalgets orientering

O

18 2b) Hovedstyrets orientering

O

19 2c) Andre orienteringer

O

20

21

22 **VT 03 Organisasjon**

23 3a) Orientering om tildelingsordningen

O

24 3b) Medieundersøkelsen

O

25 3c) Midtveisevaluering

O

26

27 **VT 04 Politikk**

28

29 **VT 05 Økonomi**

30 5a) Godkjenning av Velferdstingets regnskap 2012

V

31

32

33 **VT 06 Valg**

34 6a) Suppleringsvalg: Valg av vara til styret SiO Mat & Drikke

V

35 6b) Valg av politisk rådgiver

V

36 6c) Valg av valgkomité

V

37

38 **VT 07 Eventuelt**





39

40

41 **Forslag til møteplan:**

42

43 17.00 Hilsningstalere

44

45 17:15 Møtestart med opprop

46

47 17:25 Konstituering og orienteringer

48 1a) Valg av ordstyrer og referent

49 1b) Godkjenning av innkalling

50 1c) Godkjenning av dagsorden og kjøreplan

51 1d) Godkjenning av referat fra Velferdstingsmøtet 6.mail

52 1e) Godkjenning av eventuelle valgprotokoller

53 2a) Arbeidsutvalgets orientering

54 2b) Hovedstyrets orientering

55 2c) Andre orienteringer

56

57 18.00 6a) Suppleringsvalg: Valg av vara til styret SiO Mat & Drikke

58

59 18:15 6b) Valg politisk rådgiver

60

61 18:30 6c) Valg av valgkomité

62

63 **19.00 Matpause**

64

65 19.30 3a) Orientering om tildelingsordningen

66

67 19.45 3b) Mediaundersøkelsen

68

69 20.15 3c) Midtveisevaluering

70

71 20.35 5a) Godkjenning av Velferdtingets regnskap 2012

72

73 20.45 7) Eventuelt

74

75 **20.55 Møteslutt**

76

77

78





79 **Saksfremlegg – 1a**

80 Dato: 2. september 2013

81 Sak: 1a)

82 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget

83

84 **Valg av ordstyrer og referent**

85

86 **AU innstiller på følgende personer:**

87 Ordstyrer: Kjartan Almanning

88 Referent: Sarah Sørensen

89

90 For Arbeidsutvalget

91 Tone Vesterhus

Mari Heglum

92 Leder for Velferdstinget

Nestleder for Velferdstinget

93

94

95 **Saksfremlegg – 1b**

96 Dato: 2. september 2013

97 Sak: 1b)

98 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget

99

100 **Godkjenning av innkalling**

101

102 **AU innstiller på følgende:**

103 Innkallingen godkjennes med de merknader som framkommer på møtet.

104

105 For Arbeidsutvalget

106 Tone Vesterhus

Mari Heglum

107 Leder for Velferdstinget

Nestleder for Velferdstinget

108

109

110 **Saksfremlegg – 1c**

111 Dato: 2. september 2013

112 Sak: 1c)

113 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget

114

115 **Godkjenning av dagsorden og kjøreplan**

116

117 **AU innstiller på følgende:**

118 Vedlagt forslag til dagsorden

119

120

121 For Arbeidsutvalget

122 Tone Vesterhus

Mari Heglum

123 Leder for Velferdstinget

Nestleder for Velferdstinget

123





124 **Saksfremlegg – 1d**

125 Dato: 2. september 2013

126 Sak: 1d)

127 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget

128

129 **Godkjenning av referatet fra Velferdsseminaret 6. mai**

130 Referatet finner dere www.studentvelferd.no

131

132 **AU innstiller på følgende:**

133 Referatet godkjennes med de merknader som framkommer på møtet.

134

135 *For Arbeidsutvalget*

136 Tone Vesterhus

Mari Heglum

137 Leder for Velferdstinget

Nestleder for Velferdstinget

138

139

140

141 **Saksfremlegg – 1e**

142 Dato: 2. september 2013

143 Sak: 1e)

144 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget

145

146 **Godkjenning av valgprotokoller**

147

148 **AU innstiller på følgende:**

149 Valgprotokoller godkjennes.

150

151 For Arbeidsutvalget

152 Tone Vesterhus

Mari Heglum

153 Leder for Velferdstinget

Nestleder for Velferdstinget

154

155

156

157

158

159

160

161

162

163

164

165

166

167

168

169

170

171

172

173

174

175

176

177

178

179

180

181

182

183

184

185

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

196

197

198

199

200

201

202

203

204

205

206

207

208

209

210

211

212

213

214

215

216

217

218

219

220

221

222

223

224

225

226

227

228

229

230

231

232

233

234

235

236

237

238

239

240

241

242

243

244

245

246

247

248

249

250

251

252

253

254

255

256

257

258

259

260

261

262

263

264

265

266

267

268

269

270

271

272

273

274

275

276

277

278

279

280

281

282

283

284

285

286

287

288

289

290

291

292

293

294

295

296

297

298

299

300

301

302

303

304

305

306

307

308

309

310

311

312

313

314

315

316

317

318

319

320

321

322

323

324

325

326

327

328

329

330

331

332

333

334

335

336

337

338

339

340

341

342

343

344

345

346

347

348

349

350

351

352

353

354

355

356

357

358

359

360

361

362

363

364

365

366

367

368

369

370

371

372

373

374

375

376

377

378

379

380

381

382

383

384

385

386

387

388

389

390

391

392

393

394

395

396

397

398

399

400

401

402

403

404

405

406

407

408

409

410

411

412

413

414

415

416

417

418

419

420

421

422

423

424

425

426

427

428

429

430

431

432

433

434

435

436

437

438

439

440

441

442

443

444

445

446

447

448

449

450

451

452

453

454

455



154 Saksfremlegg – 2a

155 Dato: 2. september 2013

156 Sak: 2a), Orienteringssak

157 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget

158

159 **Arbeidsutvalgets orientering**

160

161

162 **AU innstiller på følgende:**

163 Orienteringen tas til etterretning.

164

165

166

167 For Arbeidsutvalget

168

169 Tone Vesterhus

Mari Heglum

170 Leder for Velferdstinget

Nestleder for Velferdstinget

171

172

173

174

175 **Arbeidsutvalgets orientering**

176

177 **Arbeidsprogrammet**

178 I midtveisevalueringen ligger en oversikt over status på alle punktene i arbeidsprogrammet, derfor er det ikke en oversikt i
179 orienteringen.

180

181 **Media**

182 Det har i media vært et grundig fokus på studentboliger med stadig opptrapping mot og underveis i semesterstarten. I
183 tillegg til at vi har vært mye i media i forbindelse med boligsaken, har vi forsøkt å få medieoppslag om gradert sykestipend
184 og samskipnadsloven, dog uten å lykkes.

185

- Oppslag i Universitas 8. mai om Høyres tvilsomme studentboligsatsning

186

- Oppslag i Universitas 8. mai om at friske 100 mill bør gå til pressområdene

187

- Innlegg i Universitas 22. mai om at boliger er et godt tiltak for studenters økonomi

188

- Oppslag i Aftenposten 4. juni om at Thon kjøpte studentboligene i Bjørvika

189

- Østlandssendingen om modulboliger på Kringsjø 09.08

190

- Aftenposten om boligdugnad "Frognerfruer". 09.08

191

- Aftenposten, "14500 i boligkø". 11.08

192

- 2 oppslag i Universitas samt kronikk om bolig 14.08

193

- ANB-melding basert på #ledigsofa-oppslag i Universitas (49 lokalaviser).

194

- Østlandssendingen om #ledigsofa 13.08

195

- Norgesglasset på P1 om #ledigsofa 15.08

196

- Aftenposten, kronikk om Unge Høyres privatiseringsforslag. 20.08

197

<http://www.studentvelferd.no/vt-i-media/>





- 198
- 199 **Arrangementer**
- 200 Vi har avholdt 3 frokostmøter siden sist VT-møte, alle i stua på Villa Eika. De har omhandlet henholdsvis studentvelferd i
- 201 Oslo, studentboliger og gjennomføring i høyere utdanning.
- 202 • Frokostmøte om studentvelferd i Oslo 29.05
 - 203 • Frokostmøte om bolig og studenter 21.08
 - 204 • Frokostmøte om gjennomføring i høyere utdanning 28.08
 - 205 • Avholdt sommerfest for Velferdstinget
- 206
- 207 **Evaluering**
- 208 AU var på hyttetur i slutten av juli for å evaluere semesteret som gikk og for å legge planer for semesterstart.
- 209
- 210 **Ledig verv**
- 211 Annika valgte å trekke seg som politisk rådgiver rett for sommeren, dette på grunn av sykdom. Vi har ikke hatt mulighet til
- 212 å avholde et suppleringsvalg tidligere i og med at det har vært ferie, derfor avholdes valg først på dette møtet.
- 213
- 214 **Annet**
- 215 • Vært på Arendalsuka med "Lillebo"
 - 216 • Vært på NSO Avspark og promotert #boligkravet
 - 217 • Vært tilstede på foreningsdager på HiOA, UiO og kjeller
 - 218 • Leder holdt appell og klippet snor da Akademika åpnet sin nye butikk på Blindern.
 - 219 • Vært til stede på Norsk boligbyggelag landsforening sin boligkonferanse.
 - 220 • Holdt appell og lagt grunnstein for modulbygg på Kringsjø med kunnskapsminister Kristin Halvorsen.
- 221
- 222
- 223
- 224 For Arbeidsutvalget
- 225
- 226 Tone Vesterhus





227 **Saksfremlegg – 2b**
228 Dato: 2. september 2013
229 Sak: 2b), Orienteringssak
230 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget
231

232 **Hovedstyrets orientering**

233
234
235 **AU innstiller på følgende:**
236 Orienteringen tas til etterretning.

237
238
239 For Arbeidsutvalget

241 Tone Vesterhus
242 Leder for Velferdstinget

Mari Heglum
Nestleder for Velferdstinget

246 **Hovedstyrets orientering**

247
248 Hovedstyret har hatt tre møter siden sist orientering, ett ordinært og to ekstraordinære, hvorav et på mail.
249

250 En sentral sak for styret har i perioden vært sak om mulig kjøp av tomten Sandakerveien 100. Etter SiOs beregninger kunne
251 tomten romme mellom 800 og 1200 studentboliger, og har en utmerket beliggenhet rett i nærheten av BI og
252 kollektivknutepunktet Storo. Tomtekjøpet ble av styret sett på som en velferdsmessig prioritering. SiO fikk dessverre ikke
253 høyeste bud, men det ble lagt ned et grundig og godt arbeid i utviklingen av mulig prosjekt og bud.

254
255 Styret har også diskutert og fulgt opp prosjektet Ormen Lange på Tøyen. Dette kan bli et av Norges flotteste
256 studentboligprosjekter. I denne prosessen samarbeider SiO tett med VT-AU, og flere detaljer rundt dette prosjektet vil
257 komme på et senere tidspunkt.

258
259 Etter en grundig anbudsprosess har SiO byttet revisor fra BDO til PWC, revisorbyttet er nå godkjent av
260 Kunnskapsdepartementet. I et selskap som SiO er revisortjenester mer enn bare regnskapskontroll, og SiO er meget
261 fornøyd med kompetanse- og oppmerksomhetsnivået en avtale med PWC innebærer. SiO fikk tilbud fra 6 ulike
262 revisjonsfirmaer i prosessen. Hovedstyret vedtok også prinsipper og retningslinjer for ny samarbeidsmodell med
263 studentidrettslagene, og baserer ny modell på et sett likebehandlingsprinsipper. Ny avtale med OSI er under reforhandling.

264
265 SiO fikk fullt gjennomslag i byrådet da sak om ny norm for leilighetsfordeling i indre by ble behandlet før sommeren. Plan-
266 og bygningsetaten i Oslo innstilte i sitt forslag til ny norm på egen regulering av studentboliger, noe som ville gått på tvers
267 av prinsippet om at det er KD/Husbanken som regulerer prosjektene våre. SiO møtte stor forståelse i med byråd Bård Folke
268 Fredriksen.

269
270 Det har vært valgkamputspill i media som utfordrer og målbærer kritikk av samskipnadsordningens kapasitet på
271 boligbygging. Denne kritikken er møtt på en god måte av NSO og Velferdstinget. SiO har gjennom Samskipnadsrådet tatt
272 initiativ til å møte gjeldende politikere (spesielt fra FPU og Unge Høyre) for å synliggjøre våre utfordringer.





- 273
274 På denne tiden av året er det boligkø. Per dags dato har vi 2 959 studenter på venteliste. På samme tidspunkt i fjor hadde
275 vi 4083 (merk at ventelistene er vasket i år). Søknadstilgangen for 2013 er litt høyere enn for 2012. Mange har nå endret
276 søknaden sin til kontraktstart for et senere tidspunkt, for eksempel oktober og november. Totalt på søkerlista står det 3587
277 søkere.
278
279 Til sist må Hovedstyret understreke vår dype beundring for arbeidet nedlagt av Velferdstingets Arbeidsutvalg i forbindelse
280 med kampanjen #boligkravet. Dette er en historisk bred og velregissert kampanje, som forhåpentligvis vil vise seg effektiv
281 etter valget. Kudos i bøtter, spann og badebasseng for #boligkravet!
282
283 På vegne av Hovedstyret
284
285 Magnus Nystrand
286 Styreleder, SiO





- 287 **Saksfremlegg – 2c**
288 Dato: 2. september 2013
289 Sak: 2c), Orienteringssak
290 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget
291

292 **Andre orienteringer**

- 293
294
295 **AU innstiller på følgende:**
296 Orienteringene tas til etterretning.
297

- 298
299
300
301 For Arbeidsutvalget
302

- 303 Tone Vesterhus
304 Leder for Velferdstinget

Mari Heglum
Nestleder for Velferdstinget

- 305
306
307
308
309
310
311
312
313

- 314 **Saksfremlegg – 3a**
315 Dato: 2. september 2013
316 Sak: 3a), Orienteringssak
317 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget
318

319 **Orientering om tildelingsordningen**

- 320
321
322 **AU innstiller på følgende:**
323 Orienteringene tas til etterretning.
324
325
326 Orienteringen fremlegges muntlig på møtet.
327

- 328
329 For Arbeidsutvalget
330

- 331 Tone Vesterhus
332 Leder for Velferdstinget

Mari Heglum
Nestleder for Velferdstinget





333 **Saksfremlegg – 3b**
334 Dato: 2. september 2013
335 Sak: 3b), Orienteringssak
336 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget
337

338 **Mediaundersøkelsen**

339
340 **AU innstiller på følgende:**
341 Orienteringen tas til etterretning
342

343 **Saksnotat**

344 345 **MEDIEUNDERSØKELSEN 2013**

347 **Arbeidet med undersøkelsen**

348 Arbeidet med Mediaundersøkelsen startet opp rett etter at Velferdstinget vedtok at den skulle gjennomføres.
349 Undersøkelsen har tidligere blitt forsøkt gjennomført, men arbeidet ble lagt på is fordi det ikke var midler til å gjennomføre
350 undersøkelsen i budsjettet for 2012. I budsjettet for 2013 øremerket vi 60 000 kroner av studentenes hardt ervervede
351 kroner til gjennomføringen av Mediaundersøkelsen. Velferdstingets nestleder har vært ansvarlig for prosjektet, og har
352 ansatt to prosjektmedarbeidere til å utforme spørreskjema og utføre analysearbeidet. Prosjektmedarbeiderne har mottatt
353 20 000 kroner hver i honorar for det utførte arbeidet. I tillegg ble en av de som svarte på undersøkelsen premiert med en
354 iPad til 3 990 kroner. Totalt er det altså brukt 43 990 kroner av de budsjetterte 60 000.

355
356 Formålet med Mediaundersøkelsen har vært noe uklart fra start. Arbeidsutvalget har derfor valgt å la to prioriteringer
357 være førende for utviklingen av undersøkelsen:

- 358 1. at Velferdstinget skal ha et godt grunnlag for å ta beslutninger om tildeling av midler til Studentmediene fra
359 semesteravgiften, og
- 360 2. at Studentmediene selv skal få noe ut av undersøkelsen, og kunne bruke den som et verktøy for å tilpasse seg
361 leserne/ lytterne.

362 For å gjøre undersøkelsen nyttig for Studentmediene har vi involvert studentmediene underveis i prosessen. Mediene er
363 helt fra start blitt godt informert, og hatt mulighet til å gi innspill og kommentarer underveis.
364

365 Vi laget et utkast til spørreskjema basert på hva både VT og mediene ønsket å få ut av undersøkelsen. Utkastet til
366 spørreskjema ble sendt ut på høring til studentmediene, som igjen fikk mulighet til å gi direkte kommentarer og innspill til
367 formuleringene i skjemaet. Deretter ble det utformet et andreutkast som ble testet på en referansegruppe på 15 personer.
368 Referansegruppen svarte på undersøkelsen, og ga deretter muntlig tilbakemelding til prosjektmedarbeiderne.
369 Spørreskjema ble ferdigstilt på bakgrunn av innspillene fra studentmediene samt referansegruppen.
370

371 Den største utfordringen knyttet til gjennomføringen av undersøkelsen var å få tilgang til et stort nok representativt utvalg
372 av studenter å sende ut undersøkelsen til. Fordi det ble antatt en svarprosent på ca. 25 prosent var målet var å få sendt ut
373 undersøkelsen til minst 4 000 respondenter. Dette ville sikret et utvalg på ca. 1 000 respondenter, noe som er nødvendig
374 for å få svar vi kan stole på. Velferdstingets arbeidsutvalg har ikke tilgang til epostadressene til alle studentene i
375 Samskipnaden, og var derfor avhengige av hjelp fra SiO for å få sendt ut undersøkelsen elektronisk. SiO sa seg villige til å
376 sende ut undersøkelsen til et representativt utvalg på 3000 studenter. i tillegg bidro SiO med premier til respondenter,
377 blant annet gavekort fra Akademika og gratis treningstimer hos SiO Athletica.
378





379 Undersøkelsen ble i sin helhet besvart av 457 studenter. Altså har undersøkelsen en lavere svarprosent enn antatt. Den lave
380 svarprosenten er en av undersøkelsens største svakheter, men det har likevel vært mulig å utføre gode analyser av data.
381 Analysearbeidet og utformingen av den endelige rapporten er i sin helhet utført av prosjektmedarbeiderne Øyvind
382 Stiansen og Jonas Kjærvik.

383 384 **Sammendrag av undersøkelsen**

385 Velferdstingets medieundersøkelse er en spørreundersøkelse sendt ut til et representativt utvalg av studentene tilknyttet
386 Studentsamskipnaden i Oslo og Akershus (SiO). Populasjonen består av alle studenter som har betalt semesteravgift i 2013.
387 Undersøkelsen ble sendt ut til et representativt utvalg på omlag 3000 studenter. Av disse har 457 studenter ved de ulike
388 lærestedene i SiO besvart undersøkelsen.

389
390 Spørreskjema spør etter generelle egenskaper som for eksempel alder, kjønn og lærested. En generell del tar for seg bruk
391 av studentmedier generelt før Universitas, Inside, Argument og Radio Nova behandles hver for seg. I undersøkelsen prøvde
392 vi å finne ut:

- 393 1. Bruk og tilgang til studentmediene,
- 394 2. Holdning til finansiering av studentmediene, og
- 395 3. Hvilke interesseområder som opptar brukerne av hvert medie.

396 I tillegg ble det stilt spørsmål om bruk av studentmediene på sosiale medier. En kopi av undersøkelsen finnes i den
397 fullstendige rapporten.

398
399 Den endelige rapporten fra Medieundersøkelsen 2013 er vedlagt sakspapirene. Rapporten viser at studenter som har
400 studert lenge og er ofte på lærestedene i større grad benytter medietilbudet. Det er forskjeller i hvor godt mediene når ut
401 til de ulike lærestedene. Når det gjelder holdning til finansiering av mediene gjennom semesteravgiften er dette noe de
402 fleste respondentene er positive til. Det å bruke mediene jevnlig er videre korrelert med å være mer positiv til slik
403 finansiering. Dette kan tolkes som en tillitserklæring. Studentene som bruker tilbudet ser ut til å mene at det er verdt å
404 bruke penger på.

405
406 Sosiale medier virker å være en viktig kanal ut til brukerne for Universitas og Radio Nova, men ikke for Argument og Inside.
407 I undersøkelsen presenteres data for bruksmønstre og ulike typer innhold studentene er interesserte i fra de ulike
408 mediene. For hvert av mediene oppsummeres også hva slags inntrykk studentene oppgis å ha av mediet og hva som kan
409 forbedres.

410
411 Studentmediene ser altså ut til å stå forholdsvis sterkt, og har mange brukere som generelt sett er fornøyde. Dette får også
412 utslag i en generell positiv holdning til finansiering av mediene gjennom semesteravgiften. Det er imidlertid klare forskjeller
413 mellom lærestedene når det gjelder hvilke medier som står sterkt, med Inside som en BI-avis og Universitas og Argument
414 som UiO-publikasjoner som det klareste eksemplet. Det kan også se ut som Radio Nova er mer kontroversiell når det
415 gjelder studentenes holdning til finansiering, men mange av brukerne ser ut til å være positive og en skal heller ikke her
416 dramatisere forskjellen fra de andre mediene.

417
418 Synlighet ser ut til å ha mye å si for bruk. Mediene når i størst grad ut til etablerte studenter som er ofte ved sitt lærested,
419 og på de lærestedene hvor mediene har en klar profil. Dette er kanskje ikke overraskende, men viser at synlighet blant
420 studentene er avgjørende for at studentmediene skal være relevante.

421
422 For Arbeidsutvalget

423
424 Tone Vesterhus
425 Leder for Velferdstinget

Mari Heglum
Nestleder for Velferdstinget





426 Saksfremlegg – 3c

427 Dato: 2. september 2013

428 Sak: 3c), Orienteringssak

429 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget

430

431 **Midtveisevaluering**

432

433 **AU innstiller på følgende:**

434 Midtveisevalueringen tas til orientering.

435

436 **Saksnotat**

437

438

439 **Midtveisevaluering**

440 Vi har valgt å legge opp midtveisevalueringen slik at vi oppsummerer hva vi har gjort med hvert punkt i
441 arbeidsprogrammet. Slik kommer det også frem hvordan vi har jobbet med hvert enkelt punkt, de største arrangementene
442 vi har avholdt og begivenhetene vi har deltatt på er nevnt.

443

444

445 **Hovedprioriteringer;**

446

447 1. VT skal jobbe for flere, billigere og bedre studentboliger i Oslo og Akershus.

448 *Se under.*

449

450 2. VT skal jobbe for at gradert sykestipend for studenter blir en permanent ordning.

451 Gradert sykestipend ble innført etter 22. juli 2011 som en midlertidig ordning for alle studenter. Siden 2011 har VT jobbet
452 årlig for å få videreført ordningen i statsbudsjettet. Ordningen er videreført i 2013 med en ramme på 620 000 kroner.

453 I 2012 fremmet Venstre et forslag i Stortinget for å gjøre ordningen permanent. Forslaget ble nedstemt av regjeringen,
454 men samtlige opposisjonspartier (utenom 1 rep i FrP) stemte for. I debatten argumenterte regjeringen med kostnader og
455 manglende erfaringer med ordningen.

456

457 **Påvirkningsarbeid**

458 **Lobby:** Vi har tatt opp saken i møter med SV, KrF, V, H, AUF, SU og UV. I alle møter har samtlige uttalt seg positive til
459 ordningen, og vi har inntrykk av at det er interesse for å gjøre den permanent.

460 **Media:** I skrivende stund har vi ikke lyktes med å få oppslag om saken, men har klar en medierigg med case, ekspert og et
461 brev til kunnskapsdepartementet.

462

463 3. VT skal jobbe for å gjeninnføre reell studentstyring av samskipnadene i samskipnadsloven.

464 Forsøkt å få en kronikk om endringene i loven på trykk, ikke lyktes enda. Tatt opp i alle møter med opposisjonen.

465

466

467



468 **Studentvelferd**

469

470 **1. Generelt**471 *a. VT skal jobbe for økt brukerstyring av SiO.*472 Ulike måter å sikre brukerstyring på spilles inn i møter med konsernledelse, for eksempel SMSsystem for tilbakemelding
473 på tjenester. SiO har gjennomført brukerundersøkelser for café og bolig.474 *b. VT skal jobbe for at SiO innfører etiske retningslinjer for sine leverandøravtaler.*

475 Etiske retningslinjer eksisterer, innkjøpshåndbok skal utarbeides, vi kommer med innspill

476 *c. VT skal arbeide for synliggjøring av SiOs velferdstilbud og promotere Velferdstingets arbeid ut til alle*
477 *medlemsinstitusjonene.*478 Det lanseres ny merkevarerstruktur som skal sørge for en mer helhetlig profilering av SiO. Det informeres om både SiOs og
479 VTs tilbud på besøk hos studentdemokratiene. Vi står på stand på foreningsdager.480 *d. SiO skal kildesortere alt avfall i selveide bygg.*

481 Kommer til å være gjennomført når Sandakerveien 99 og Domus Athletica er ferdig pusset opp.

482 *e. VT skal jobbe for innføring av 11-måneders studiestøtte til 1,5 G.*

483 Ikke jobbet med.

484

485

486 **2. Bolig**487 *a. VT skal jobbe for at SiO opphever aldersgrensen i studentboligene.*488 Ikke gjennomslag, kompromissforslag om at det ikke skal ha tilbakevirkende kraft, dvs de som er over 35 og allerede bor
489 hos SiO får fornyet kontrakt inntil 5 år har gått.490 *b. VT skal jobbe for at SiO, i samarbeid med Oslo Kommune, oppretter "tak over hodet" garanti ved*
491 *semesterstart.*492 Tatt opp i bystyret høst 2012 på oppfordring fra fjorårets VTAU, nedstemt. Tatt opp som forslag til tiltak for på
493 studentboligseminar på rådhuset (Kunnskap Oslo). Ikke interessant for Oslo kommune å støtte eller legge til rette for en
494 slik ordning. SiO er heller ikke interessert i å bruke ressurser på dette.

495 Vårt alternativ ble #ledigsofa, til tross for at det ikke er en like organisert løsning kan det ta av for noe av behovet.

496 *c. VT skal jobbe for at det skal bli attraktivt å bo i alle SiOs bofellesskap.*

497 Ikke jobbet med enda.

498 *d. VT skal jobbe for økt kostnadsramme og tilskuddsandel for bygging av studentboliger.*499 *e. VT skal jobbe for at studentboliger blir et eget arealformål i plan og bygningsloven.*500 *f. VT skal jobbe for at SiO skal få større andel av studentboligtildelingen enn i dag.*501 *g. VT skal jobbe for at staten gir tilskudd til bygging av 4000 studentboliger i året.*502 *h. VT skal jobbe for at kommunen gir gratis eller sterkt rabatterte tomter til studentboligbygging.*

503

504 **Punktene over ses under ett.**

505

506 Da semesteret begynte var boligpolitikk i ferd med å peke seg ut som en stor sak i den kommende valgkampen:

- 507 • økende leie- og kjøpspriser ble slått hyppig opp i media
- 508 • de fleste partier hadde pekt på bolig som en (ny) satsning i sine programprosesser
- 509 • forskere og samfunnsdebattanter etterlyste offentlig boligbygging, med etterkrigstiden som ideal
- 510 • NSO hadde vedtatt bolig som hovedprioritering til statsbudsjettet 2014, og dermed prioritert vekk studiestøtte i
- 511 denne valgkampen





- 512 • regjeringen hadde lovt tilskudd til 1000 studentboliger i året i Soria Moria 2, og foreløpig fulgt opp (med ekstra
513 bevilgninger under finanskrisen i 09)

514
515

516 **Planlegging og dokumentasjon**

517

518 Ved starten av perioden ble vi enige om at vi ville samarbeide med NSO og ViN om å løfte studentboliger før og etter
519 valget. Vi planla felles arrangementer og medieoppslag frem til semesterstart, og deretter en bred kampanje i den korte
520 valgkampen for å sette dagsorden og mobilisere studenter. Vi skrev en plan for vårsemesteret, og tok tidlig kontakt med
521 ViN og NSO. Vi tok utgangspunkt i VTs boligpolitiske dokument, samt punktene i arbeidsprogrammet i arbeidet, og så ikke
522 behov for å utdype politikken.

523

524 Kontakten med de andre Velferdstingene og NSO startet godt, 4. februar samlet vi representanter fra VTB, VTT og NSO for
525 å lære om boligpolitikk og starte samarbeidet. Her planla vi felles. Dette ble fulgt opp med en ny samling i Bergen 24.-26.
526 mai.

527

528

529 **Påvirkningsarbeid**

530

531 **Seminarer og debatter:**

- 532 • «Kommer vi i hus?», 4. april kl. 10-15 på Chateau Neuf. Innledninger fra Kristin Halvorsen, en økonom, en økonomisk
533 historiker og noen bransjefolk, debatt boligpolitiske talsmenn. Samtlige pekte på studentboliger som et effektivt og
534 målrettet tiltak. Arrangementet var vellykket, og hadde snaut 70 deltakere. Vi fikk oppslag på TV Norge og i
535 studentmediene.
- 536 • Frokostmøte på Villa Eika 29. mai. Samarbeid med Sp-UiO. Panel med Oslo-politikere fra de fleste partier. Vi
537 utfordret panelet med studentboliger, og fikk gode svar.
- 538 • Frokostmøte på Villa Eika 21. mai om boligkrisa og studentene.
- 539 • Seminar på rådhuset med Kunnskap Oslo om boligsituasjonen for studenter i Oslo.

540

541 **Lobby:** Boligsaken har blitt nevnt i møter med blant annet SV, SU, Ap, AUF, V, UV, H og KrF, og vi har argumentert for både
542 bevilgninger og arealformål i PBL. ViN og NSO har jobbet opp mot de viktigste landsmøtene gjennom kontakter og sosiale
543 medier for å få høyere mål for studentboligbygging.

544

545 **Opprop o.l.:** LO og andre interesseorganisasjoner har løftet boligpolitikk som sosial- og velferdspolitisk spørsmål, og tok
546 blant annet initiativ til et opprop om boligpolitikk, som VT signerte. Her, og i et annet samarbeidsdokument mellom NSO,
547 ungdomspartiene og andre ungdomsorganisasjoner (ikke VT), blir studentboliger nevnt som krav.

548

549

550 **Kampanje:**

551

552 **Boligkravet** innebærer fysiske plakater/flyers, en liten studentbolig på henger, en nettside med bilder, sitater, artikler,
553 fakta, videoer og god spredning med #boligkravet i sosiale medier. I tillegg har vi kjørt #ledigsofa som en del av
554 kampanjen, som går ut på at studenter låner ut sofaen sin til andre studenter som ikke har et sted å bo enda. Kampanjen
555 er utviklet i samarbeid med ViN og NSO, og kjøres på mange studiesteder i Norge.

556





557 **Medieoppslag:**

- 558 • Kronikk i Dagsavisen 2. februar med oppfordring til byrådet om flere studentboliger
- 559 • Innslag i Østlandssendingen 5. februar fra første spadestik i Trondheimsveien
- 560 • Innlegg i INSIDE 17. april om at studentboliger er første prioritet
- 561 • Oppslag i Østlandssendingen, Framtida og Universitas 3. mai om rev. nasjonalbudsjett
- 562 • Oppslag i Universitas 8. mai om Høyres tvilsomme studentboligsatsning
- 563 • Oppslag i Universitas 8. mai om at friske 100 mill bør gå til pressområdene
- 564 • Innlegg i Universitas 22. mai om at boliger er et godt tiltak for studentene
- 565 • Oppslag i Aftenposten 4. juni om at Thon kjøpte studentboligene i Bjørvika
- 566 • Østlandssendingen om modulboliger på Kringsjø 09.08
- 567 • Aftenposten om boligdugnad "Frognerfruer". 09.08
- 568 • Aftenposten, "14500 i boligkø". 11.08
- 569 • 2 oppslag i Universitas samt kronikk om bolig 14.08
- 570 • ANB-melding basert på #ledigsofa-oppslag i Universitas (49 lokalaviser).
- 571 • Østlandssendingen om #ledigsofa 13.08
- 572 • Norgesglasset på P1 om #ledigsofa 15.08
- 573 • Aftenposten, kronikk om unge høyres privatiseringsforslag. 20.08.

574

575

576 **Status og mål**

577

578 Bolig står fortsatt høyt på dagsorden:

- 579 • regjeringen bevilget 100 millioner til 400 flere studentboliger i revidert nasjonalbudsjett
- 580 • samtlige partier utenom Sp har vedtatt krav om 2000 studentboliger eller mer

581

582 Etter valget vil vi jobbe for å få et høyt antall studentboliger inn i regjeringserklæringen, og å få høye bevilgninger i første statsbudsjett.

583

584

585

586

587

588

589

590

591

592

593

594

595

596

597

598

599

600

3. Helse

a. *VT skal jobbe for en ytterligere prisreduksjon i tannhelsetjenesten og at ordningen skal bli permanent.*

Ikke jobbet med. En aktuell budsjettsak.

b. *VT skal jobbe for at SiO har en helhetlig satsning på forebygging av psykiske lidelser, blant annet gjennom økt samarbeid mellom Studentidretten, Helsetjenesten og Studentboligene.*

c. *VT skal jobbe for at SiO får på plass et nettbasert timebestillingsystem i helseavdelingene.*

SiO Helse jobber med "prosjekt inntak" som skal sørge for at studenter som trenger psykisk helsehjelp blir fanget opp uansett hvor i systemet man henvender seg. Prosjektet er omfattende og vil ikke være iverksatt før i 2015. Det innebærer også en forenkling og forbedring i timebestillingssystemet.

SiO Mat og drikke, SiO helse og studentbarnehagene samarbeider om "komplimentsfrokost", et tiltak foreslått av VT i samarbeid med rådet for psykisk helse og en rekke andre organisasjoner. Kampanjen går i forbindelse med verdensdagen for psykisk helse i oktober.





- 601 Spilt inn forslag til flere kurs i samarbeid med SiO helse og SiO Athletica.
602 *d. VT skal jobbe for at Studie med Støtte skal utvides til å gjelde alle utdanningsinstitusjonene i samskipnaden.*
603 Jobbet lite med, fortsetter arbeidet med å få det innført på HiOA i høst.
604 *e. VT skal jobbe for at studenter med deltidsjobb med inntekt under Lånekassens inntektsgrense skal ha rett til*
605 *sykestipend fra Statens Lånekasse for utdanning på lik linje med studenter uten lønnsinntekt.*
606 Notat om saken utarbeidet, tas med som sak i lobbymøter utover høsten.
607
608
609 **4. Studentkultur**
610 *a. VT skal utforme et politisk dokument om studentkultur.*
611 Skjer på nest siste møte i 2013.
612 *b. VT skal jobbe for at foreninger på de mindre institusjonene i større grad benytter seg av tilbudene til Studentliv*
613 *og Kulturstyret.*
614 VTAU har utarbeidet nytt profileringsmaterieill for KS og driver aktivt informasjonsarbeid i samarbeid med KS-leder. VTAU
615 har hatt flere møter med SiO Foreninger for å koordinere informasjonsarbeidet vårt.
616 *c. VT skal revidere Kulturstyrets tildelingsreglement.*
617 Gjennomført på VT-møte 06.05.
618
619
620 **5. Læremidler**
621 *a. VT skal utforme et politisk dokument om læremidler.*
622 Gjennomført på VT-møte 06.05.
623
624
625 **6. Mat**
626 *a. VT skal jobbe for et bedre vegetartilbud i SiOs studentcafeer.*
627 Har ikke skjedd. Vegetartilbudet har derimot blitt redusert på enkelte steder som en følge av dårlig økonomi i SiO Mat og
628 Drikke.
629 *b. VT skal jobbe for at SiO tilbyr rettferdig mat.*
630 Ses i sammenheng med punkt om etiske retningslinjer.
631 *c. VT skal jobbe for et studentvennlig prisnivå og like priser i alle SiOs studentkafeer.*
632 Gitt innspill på SiO Mat og Drikke sine nye konsepter, eksempelvis selges det nå billigere baguetter. Det er like priser på
633 like produkter i alle SiOs cafeer.
634 *d. VT skal jobbe for at SiO tilbyr et variert og sunt kosthold i sine kafeer.*
635 Gir innspill i formøter.
636
637
638 **7. Barnehage**
639 *a. VT skal jobbe for at studentbarnehagene utvider og videreutvikler sitt studentspesifikke tilbud.*
640 Lørdagsbarnehage gjennomført i eksamenstiden. Ellers ikke jobbet med dette punktet.
641
642
643 **8. Organisasjon**
644 *a. VT skal gjennomføre en medieundersøkelse for å kartlegge bruken av studentmediene på SiOs*
645 *medlemsinstitusjoner.*





- 646 Gjennomført, legges fra på VT-møte 02.09.
647 *b. VT-AU skal møte studentdemokratiet på alle medlemsinstitusjonene i løpet av vårsemesteret.*
648 Har besøkt litt over halvparten.
649 *c. VT skal ha skolering av sine representanter gjennom hele året.*
650 Debatter og arrangementer- 3 om bolig, 1 om læremidler, 1 om gjennomføring og studenthelse. Sterk oppfordring til VT-
651 representanter om å komme. Gjennomført kick-off med skolering på starten av året.
652 *d. VT skal revidere tildelingsordningen fra semesteravgiften med hensyn til rettferdig fordeling, forutsigbarhet og*
653 *langsiktighet.*
654 Under utarbeidelse. Viktig og tung prosess, vil tidligst se effekten av den i 2014. Høringsbrev sendes ut til representanter
655 og institusjoner i løpet av september.
656 *e. VT skal styrke samarbeidet med andre relevante studentdemokratier i Norge*
657 Tett og godt samarbeid med ViN og NSO i forbindelse med Boligkravet. Også støtte fra og samarbeid med
658 studentdemokratier i hele Norge i sammenheng med kampanjen.
659 *f. VT skal fremlegge en midtveisevaluering og en årsrapport om eget arbeid som legges fram for Velferdstinget*
660 *på henholdsvis første møte etter sommeren og siste møtet i perioden.*
661 ½ gjennomført.
662 *g. VT-AU skal på hvert møte avholde en politisk orientering.*
663 Gjennomført på samtlige møter så langt i perioden.
664 *h. SiO skal ikke drive prisdifferensiering mellom studenter. I tilfeller der noen studenter betaler mer enn andre,*
665 *grunnet eksempelvis fravær av medlemskontingenter til interesseorganisasjoner, skal VT tilbakeføre summen*
666 *til studentdemokratiene ved de enkelte.*
667 Ses i sammenheng med punkt om tildelingsordning.
668
669
670 For Arbeidsutvalget
671
672 Tone Vesterhus Mari Heglum
673 Leder for Velferdstinget Nestleder for Velferdstinget





674 Saksfremlegg – 5a

675 Dato: 2. september 2013

676 Sak: 5a), Vedtakssak

677 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget

678

679 Godkjenning av Velferdstingets regnskap 2012

680

681 AU innstiller på følgende:

682 Regnskapet godkjennes og revisjonsberetning tass til etterretning.

683

684

685 Saksnotat

686

687

688 Det endelige regnskapet for Velferdstinget i Oslo og Akershus (VT) viser driftsinntekter i form av tilskudd på NOK 8 864 956
689 og samlede driftskostnader på NOK 9 032 348. Dette gir et driftsresultat på NOK -167 393 og samlet årsresultat inkludert
690 finansinntekter er NOK -154 125.

691

692 Mesteparten av driftsinntektene er tilskudd fra Samskipnaden i Oslo og Akershus som er på NOK 7 374 000, hvorav NOK
693 700 000 er til VT sin drift og NOK 6 674 000 er øremerket til tilskuddsporteføljen. En annen betydelig andel av
694 driftsinntektene er tilskudd fra medlemsinstitusjonene; NOK 551 500 fra Universitet i Oslo, NOK 332 499 fra Høgskolen i
695 Oslo og Akershus og NOK 132 920 fra Handelshøgskolen i BI. Videre er det tilskudd fra øvrige medlemmer på NOK 163 546.
696 Av AKAN fikk VT i 2012 NOK 60 000. Øvrige driftsinntekter er NOK 250 491 som blant annet omfatter tilskudd fra Oslo
697 Kommune til lønnskostnader, betaling fra Studentparlamentet ved UiO for felleskostnader i huset og diverse fondsmidler til
698 kampanjer.

699

700 Driftskostnadene består av NOK 6 647 000 og betales ut til studentdemokratier, studentmedier og kulturinstitusjoner i VT
701 sin tilskuddsportefølge. NOK 1 779 007 dekker lønnskostnader og andre personalgoder. NOK 606 569 går til annen drift,
702 blant annet representasjon, markedsføring og kontordrift.

703

704 Årsresultatet for 2012 er et underskudd på NOK 154 125. Det overføres ingen penger til AKAN, da denne ordningen ikke
705 videreføres inn i 2013. Det ble i året brukt NOK 60 050 på AKAN prosjekter og det kom inn tilskudd NOK 60 000. Det
706 budsjetterte underskuddet for 2012 var på NOK 139 794. At underskuddet er høyere enn budsjettert kommer blant annet
707 av manglende tilskudd fra institusjonene, samt enkelte poster på kostnadssiden som gikk over i budsjett. To
708 medlemsinstitusjoner, Politihøgskolen og Markedshøgskolen har ikke betalt tilskudd. Videre er det noen poster på
709 kostnadssiden som har gått over i budsjett; lønnskostnader, kontorkostnader i forbindelse med utskiftning av datamaskiner
710 som ikke fungerte, samt oppsett av arbeidsplass til ny stilling i administrasjonen. Aksjoner og Markeringer (konto 7301) har
711 gått nesten NOK 30 000 over i budsjett, men det er med øremerkede penger som er kommet inn som fondsmidler.

712

713 Overordnet er det store underskuddet ikke et stort avvik fra forventet nivå, som var NOK 148 509. Avvik til forventet
714 regnskap skyldes i hovedsak regnskapstekniske ting som periodisering av ulike kostnader og penger satt av til feriepengen
715 og arbeidsavgift til feriepengen etterfølgende år. Det var nødvendig i fjor å budsjettere med et stort underskudd da driften
716 krevde det. Etter årets resultat har velferdstinget en egenkapital på NOK 839 343. I budsjettet for 2013, er det satt opp et
717 underskudd på knappe NOK 30 000, men skyggeregskappet for 2013 viser at resultat for 2013 kan ende å ligge på et
718 beskjedent overskudd på NOK 10 000. Det er ønskelig at VT ikke går under NOK 600 000 i egenkapital. VT betaler ut en del
719 penger i bevillinger både direkte og gjennom KS til studentdemokratier, studentforeninger og studentmedier. I tillegg er





720 det usikkerhet knyttet til de tilskudd VT får fra medlemsinstitusjonene. Derfor skal i VT sin pengebeholdning være plass til
721 at er det knyttet en del usikkerhet til en betydelig del av inntektene.

Sarah Sørensen,
Økonomi- og organisasjonskonsulent

722
723
724
725
726
727 For Arbeidsutvalget

728
729 Tone Vesterhus Mari Heglum
730 Leder for Velferdstinget Nestleder for Velferdstinget

731
732

733

734

735

736 **Saksfremlegg – 6a)**

737 Dato: 2. september 2013

738 Sak: 6a), Valgsak

739 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget

740

741 **Suppleringsvalg: Valg av vara til styret SiO Mat & Drikke**

742

743 **AU innstiller på følgende forslag til vedtak:**

744 Det fremmes og velges en personlig vara for Truls Aarseth i Kafestyret på møtet.

745

746 **Saksnotat**

747

748

749 Styret i SiO Mat og Drikke AS er ansvarlig for å følge opp driften av kafeenes ca. 50 serveringssteder, herunder kafeer,
750 kaffebarer, kioskdrift og kantiner. Kafestyret følger opp SiO Mat og Drikke sin administrasjon, vedtar strategidokumenter,
751 fastsetter budsjett, og forvalter i samsvar med SiO Eiendom SiO Mat og Drikke sin forretningsvirksomhet og
752 forretningsstrategi.

753

754 Vervet medfører deltakelse på styremøtene som avholdes ca. 4 ganger i semesteret, på formøter med Velferdstingets
755 arbeidsutvalg forkant av hvert styremøte, samt plikt til å orientere på Velferdstingets møter.

756

757 Varaen svarer, som styremedlemmet, til Velferdstinget, og bør være tilgjengelig for spørsmål og innspill. Det er viktig at
758 representantene i Kafestyret ser verdien av studentvelferd i SiO Mat og Drikke, kombinert med en forsvarlig drift.

759

760

761

762 For Arbeidsutvalget

763

764 Tone Vesterhus Mari Heglum

765 Leder for Velferdstinget Nestleder for Velferdstinget





766 **Saksfremlegg – 6b)**

767 Dato: 2. september 2013

768 Sak: 6b), Valgsak

769 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget

770

771

772 **Valg av politisk rådgiver**

773

774 **AU innstiller på følgende forslag til vedtak:**

775 Det fremmes og velges en politisk rådgiver som skal fungere ut perioden til sittende AU.

776

777

778 **Saksnotat**

779

780

781 Velferdstingets arbeidsutvalg har et ledig verv som politisk rådgiver ut 2013. Arbeidsutvalget har to politiske rådgivere.

782 Disse jobber særlig med å produsere medieutspill, drive med lobbyarbeid og å legge strategier for Velferdstingets politiske arbeid opp mot nasjonale og lokale myndigheter.

783

784

785 Den som blir valgt vil tiltre i en svært hektisk periode og det vil være nødvendig å sette seg raskt inn i det politiske arbeidet (media og lobby spesielt). Arbeidsutvalget vil på det tidspunktet ikke ha mye ressurser til å drive opplæring, og vi er derfor avhengige av at kandidater med tung erfaring fra politisk arbeid stiller. Vervet tiltredes umiddelbart, og varer frem til 1/1-2014.

788

789

790 Fordi vi foreløpig ikke har en valgkomité har det ikke blitt gitt en innstilling til valget.

791

792

Fra Vedtektene:

793

§ 3-4 Politisk rådgivers oppgaver:

794

Velferdstingets politiske rådgivere skal:

795

1. *innhente oppdatert kunnskap vedrørende aktuelle, politiske saker for velferdstinget*

796

2. *ha ansvar for, i samarbeid med leder, å initiere medieutspill*

797

3. *ha ansvar for lobbyvirksomhet ovenfor Oslo kommune og andre aktuelle myndigheter*

798

4. *drive saksbehandling*

799

5. *ha kontakt med, og følge opp, sine ansvarsområder i SiO og Velferdstinget*

800

801

802

803

804

805

806

807

808

For Arbeidsutvalget

809

810

Tone Vesterhus

811

Leder for Velferdstinget

Mari Heglum

Nestleder for Velferdstinget





812 **Saksfremlegg – 6c)**

813 Dato: 2. september 2013

814 Sak: 6c), Valgsak

815 Forslagsstiller: Arbeidsutvalget

816

817

818 **Valg av valgkomité**

819

820 **AU innstiller på følgende forslag til vedtak:**

821 Det fremmes og velges 5 medlemmer inkludert en leder av valgkomiteen på møtet

822

823

824 **Saksnotat**

825

826

827 Vi skal velge fem medlemmer til valgkomitéen. En av dem skal velges som leder av komitéen. Det skal tilstrebes
828 representasjon fra forskjellige institusjoner. Valgkomiteens medlemmer kan ikke stille til verv som valgkomitéen innstiller
829 til. Komitéens funksjonstid er frem til valgene de har innstilt til er gjennomført. Opplæring av valgkomitéens medlemmer
830 dekkes av post 5800 i budsjettet.

831

832 Valgkomiteen skal gi Velferdstinget en innstilling til hvem som bør velges til følgende verv:

833

834 Leder og studentrepresentanter i hovedstyret i Studentsamskipnaden i Oslo og Akershus

835 • Velferdstinget i Oslo og Akershus' arbeidsutvalg

836 • Velferdstingets kontrollkomite

837 • Leder og styremedlemmer til Velferdstingets kulturstyre

838 • Representanter til delstyrene: Urban Boligutleie, Boligstyret, og Kafestyret

839

840

841

842

843

844

845

846

847

848

849

850

851

852

853

854 For Arbeidsutvalget

855

856 Tone Vesterhus

Mari Heglum

857 Leder for Velferdstinget

Nestleder for Velferdstinget

857



Velferdstingets Medieundersøkelse 2013

Jonas Kjærvik og Øyvind Stiansen



Velferdstinget i Oslo og Akershus

Villa Eika, Problemveien 5

0313 Oslo

Vår 2013

Sammendrag

Velferdstingets medieundersøkelse er en spørreundersøkelse sendt ut til et representativt utvalg av studentmassen i Oslo og Akershus. Populasjonslisten består av alle studenter som har betalt semesteravgift for 2013. Spørreundersøkelsen ble sendt ut til et sannsynlighetsutvalg på omlag 3000 studenter. Av disse har 457 studenter ved de ulike lærestedene i Oslo og Akershus besvart undersøkelsen.

Spørreskjemaet kartlegger bakgrunnsvariabler som for eksempel alder, kjønn og lærested. En generell del tar for seg bruk av studentmedier generelt før Universitas, Inside, Argument og Radio Nova behandles hver for seg. Spørreskjemaet ble utformet for å utforske blant annet følgende tematikk: (1) bruk og tilgang til studentmediene, (2) holdning til finansiering av studentmediene, og (3) hvilke interesseområder som opptar brukerne av hvert medie. I tillegg har vi utforsket bruk av studentmediene på sosiale medier. En kopi av undersøkelsen ligger som vedlegg i Appendiks A.

Rapporten viser at studenter som har studert lenge og er ofte på lærestedene i større grad benytter seg av medietilbudet. I tillegg er det forskjeller i hvor godt mediene når ut til de ulike lærestedene. Når det gjelder holdning til finansiering av mediene gjennom semesteravgiften er dette noe de fleste respondentene er positive til. Det å bruke mediene jevnlig er videre korrelert med å være mer positiv til slik finansiering. Dette kan tolkes som en tillitserklæring. Studentene som bruker tilbudet ser ut til å mene at det er verdt å bruke penger på. Sosiale medier virker å være en viktig kanal ut til brukerne for Universitas og Radio Nova, men ikke for Argument og Inside. I tillegg presenteres data for bruksmønstre og hvilke typer innhold studentene er interessert i fra de ulike mediene. For hvert av mediene oppsummeres også hva slags inntrykk studentene oppgir å ha av mediet og hva som kan forbedres.

Innhold

Figurer	III
Tabeller	IV
1 Introduksjon	1
2 Utforming av spørreskjema	2
2.1 Operasjonalisering av variabler	3
3 Design	5
3.1 Utvalget	5
3.2 Statistisk metode	7
4 Resultater	8
4.1 Deskriptive analyser	8
4.1.1 Variablene	8
4.1.2 Universitas	13
4.1.3 Inside	14
4.1.4 Argument	17
4.1.5 Radio Nova	18
4.2 Multivariate analyser	19
4.2.1 Hva forklarer bruk av mediene?	20
4.2.2 Hva forklarer manglende tilgang?	25
4.2.3 Hva forklarer holdning til finansiering?	27
4.2.4 Hva forklarer bruk og betydning av sosiale medier?	28
5 Konklusjon	31
Referanser	31
A Spørreskjema	32

Figurer

1	Generell holdning til finansiering av studentmediene	9
2	Spesifikke holdninger til finansiering av hvert studentmedie	10
3	Holdning til finansiering av hver medium sammenliknet med holdning til finansiering generelt	11
4	Generelle interesser for ulike typer stoff blant respondentene	12
5	Hvor ofte studentene benytter seg av Universitas	14
6	Interesse for ulike typer stoff i Universitas	15
7	Hvor ofte studentene benytter seg av Inside	15
8	Interesse for ulike typer stoff i Inside	16
9	Hvor ofte studentene benytter seg av Argument	17
10	Hvilke typer stoff studentene helst vil lese i Argument	18
11	Hvor ofte studentene benytter seg av Radio Nova	18
12	Interesse for ulike typer stoff i Radio Nova	19

13	Predikert sannsynlighet for å ha benyttet de fire mediene	22
14	Bruk og betydning av sosiale medier for hvert av de fire mediene	28
15	Bruk og betydning av sosiale medier for hvert av de fire mediene blant månedlige brukere	30

Tabeller

1	Populasjonsdata sammenliknet med utvalgsdata	6
2	Prosentandel av respondentene som har benyttet studentmediene	8
3	Tilgang til de fire mediene, i prosent	9
4	Logistiske regresjoner: Bruk av hvert av de fire mediene	21
5	Logistiske regresjoner: Månedlig bruk av hvert av de fire mediene	23
6	Logistiske regresjoner: Månedlig bruk av hvert av de fire mediene, med interesse som uavhengige variabler	24
7	Multinomiske logistiske modeller for tilgang til studentmediene	26
8	Rangerte logistiske regresjoner: Holdning til finansiering	27
9	Logistiske regresjoner: Månedlig bruk av hvert av de fire mediene, med sosiale medier	29

1 Introduksjon

Velferdstingets medieundersøkelse er en spørreundersøkelse som undersøker studenters bruk av medietilbudet ved lærestedene i Oslo og Akershus. I tillegg til en generell del har undersøkelsen stilt spørsmål direkte knyttet opp til fire medier som mottar direkte støtte fra Velferdstinget: Universitas, Argument, Inside og Radio Nova. Det ble i 2008 gjennomført en lignende medieundersøkelse. Tema, valg av spørsmål og utvalg av medier ligger tett opp mot den tidligere undersøkelsen.

Vi har fokusert på å formulere spørsmål som utforsker følgende aspekter: (1) bruk og tilgang til studentmediene, (2) holdning til finansiering av studentmediene, og (3) hvilke interesseområder som opptar brukerne av hvert medie. Undersøkelsen ble sendt ut til 3099 studenter tilknyttet Studentsamskipnaden i Oslo og Akershus (SiO) hvorav 457 har gjennomført undersøkelsen. Totalt er over 60 000 studenter tilknyttet SiO spredd utover ulike læringsinstitusjoner i Oslo og Akershus. Utvalget av respondenter er basert på sannsynlighetsutvelging. På forhånd var det ønskelig å kunne si noe om likheter og forskjeller blant lærestedene i Oslo og Akershus. En lav svarprosent (15 %) og skjevheter i forbindelse med svarprosent knyttet til de ulike lærestedene gjør dette vanskelig. På generell basis kan ikke resultatene fra denne undersøkelsen si noe om forskjeller blant studenter tilknyttet ulike læresteder, men vi har anvendt noen av lærestedene som forklaringsvariabler i de multivariate analysene. Resultatene kan brukes til å si noe om hvor tilfredse studenter i Oslo og Akershus er med medietilbudet, men det knytter seg en viss grad av usikkerhet til funnene når de skal generaliseres. Helt presist gir den lave oppslutningen en feilmargin på $\pm 6\%$ (99 % konfidensnivå), $\pm 4.6\%$ (95 % konfidensnivå) og $\pm 3.8\%$ (90 % konfidensnivå).

Rapporten er delt inn i tre hoveddeler. Først gjennomgås utformingen av spørreskjemaet. I denne delen forklares hva som ligger bak spørsmålsformuleringene i undersøkelsen. Videre diskuteres operasjonalisering av variablene brukt i analysene. Undersøkelsens design er tema for neste del. Aspekter relatert til populasjon, utvalg, utvelgingsmetode, usikkerhet og statistiske metoder er hovedfokus. Til slutt presenteres resultatene fra undersøkelsen. Denne delen består igjen av to deler: deskriptive og multivariate analyser. Sentraltendensene i variablene og repondentenes svar på spørsmål relatert til hvert spesifikke medium utgjør de deskriptive analysene. De multivariate analysene forklarer bruk, tilgang, holdning til finansiering og betydning av sosiale medier for bruk av studentmediene. Sentrale forklaringsvariabler er kjønn, alder, antall semestre studert, hvor ofte en oppholder seg ved sitt studiested, deltakelse i studentpolitikk/studentorganisasjon og lærested.

Rapporten viser at studenter som har studert lenge og er ofte på lærestedene i større grad benytter medietilbudet. Videre er det forskjeller i hvor godt mediene når ut til de

ulike lærestedene. Når det gjelder holdning til finansiering av mediene gjennom semesteravgiften er det for det første sånn at de fleste studentene er positive til dette. Det å bruke mediene jevnlig er videre korrelert med å være mer positiv til slik finansiering. Dette kan tolkes som en tillitserklæring. Studentene som bruker tilbudet ser ut til å mene at det er verdt å bruke penger på. Sosiale medier virker å være en viktig kanal ut til brukerne for Universitas og Radio Nova, men ikke for Argument og Inside.

2 Utforming av spørreskjema

Spørreskjemaet består i hovedsak av to deler. I første del har vi samlet informasjon om sentrale bakgrunnsvariabler som i neste omgang er benyttet som kontrollvariabler i analysene. I spørreskjemaets første del har vi også utformet spørsmål som gir informasjon om hva respondentene generelt sett er opptatt av, og hvor viktig det er for hver enkelt student å holde seg oppdatert på hva som skjer ved lærestedet. I sum er alder, kjønn, studiested, studieprogresjon, bytte av lærested, bruk av studentmedier generelt, grad av tilfredshet med studentmedietilbudet, holdning til finansiering, hvor viktig det er å være oppdatert, hvorvidt respondentene er aktive i et studentmedie/studentforening/studentpolitikk, og interesseområder kartlagt.

I spørreskjemaets andre del har vi stilt en rekke spørsmål som kartlegger studentenes forhold til hvert enkelt studentmedium (Universitas, Argument, Inside og Radio Nova). Spørsmål knyttet til generell interesse gir oss muligheten til å undersøke hvorvidt det er samsvar mellom generelle interesser blant studentene og innholdet i studentmediene. Det samme gjelder holdning til finansiering. Vi har stilt spørsmålet generelt for alle studentmedier, og deretter gjentatt spørsmålet for hvert enkelt studentmedium. Bruk, tilgang, holdning, holdning til finansiering, og hva respondentene foretrekker å lese om utgjør essensen i spørsmålene stilt i forbindelse med hvert studentmedie. To åpne spørsmål, “Beskriv kort ditt inntrykk av Universitas/Inside/Argument/Radio Nova?” og “Beskriv kort hva du kunne ønske å forbedre med Universitas/Inside/Argument/Radio Nova?”, er inkludert for å vite litt mer om hva repondentene tenker om hvert enkelt studentmedie og hva de anser som forberindingspotensiale. De åpne spørsmålene kan også være nyttige for å identifisere useriøse respondenter. Useriøse respondenter som ikke tar spørsmålene på alvor kan lede til svar som bryter med den generelle trenden. De åpne spørsmålene kan med andre ord hjelpe oss med å identifisere innflytelsesrike observasjoner i de statistiske analysene.

Siden respondentene er bedt om å svare på spørsmål direkte knyttet til hvert enkelt studentmedium, er spørsmålet “Har du noen gang lest/hørt Universitas/Argument/Inside/Radio Nova?” brukt for å velge ut studenter som har benyttet seg av det aktuelle

studentmedie. Altså, de respondentene som ikke har benyttet seg av studentmedie er ikke blitt bedt om å svare på de påfølgende spørsmålene for det aktuelle studentmediet. Det sikrer at de som rangerer innholdet og ytrer meninger om et studentmedie faktisk har benyttet seg av studentmedium på et eller annet tidspunkt. Dette utelukker imidlertid en mulighet for å si noe sikkert om holdningen til finansiering av hvert studentmedium uavhengig av kjennskap til det aktuelle mediet. Dette er et bevisst valg fra vår side, og i tråd med ønsker fra studentmediene selv i forkant av undersøkelsen. Det mest interessante er å si noe om holdningen til finansiering blant dem som faktisk har kjennskap til mediene.

I tillegg til tilbakemeldinger fra en testgruppe i forkant av publisering av spørreskjemaet til sannsynlighetsutvalget, er representanter fra studentmediene gitt muligheten til å komme med forslag til spørsmålsformuleringer. Slike innspill er tatt høyde for og inkludert der de passer inn med det overordnede temaet for undersøkelsen. Etter at skjemaet var sendt ut ble det oppdaget en mindre feil i forbindelse med spørsmålet “Hvor interessert er du i å lese følgende typer stoff i Universitas/Inside/Argument/Radio Nova?”. Svaralternativene gir mulighet til å rangere ulike typer stoff som for eksempel “Studentnyheter generelt” fra “Svært interessert” til “Svært lite interessert”. Dette er korrekt satt opp for Universitas, Inside og Radio Nova, men vi har gjort en feil som ikke gjør det mulig å rangere svaralternativene for Argument. I Argument sin del kunne respondentene kun velge et av interesseområdene. Dette er en teknisk feil fra vår side som heldigvis ikke har store konsekvenser for analysene. Spørreskjemaet ligger i sin helhet som vedlegg i Appendiks A.

2.1 Operasjonalisering av variabler

Denne delen tar for seg hvordan variablene er operasjonalisert med referanser til spesifikke spørsmål. Delen struktureres i henhold til de avhengige variablene og forklarings- og kontrollvariablene.

Avhengige variabler. Den sentrale avhengige variabelen er studenters bruk av de ulike mediene. I forhold til bruk av studentmediene er det ett generelt spørsmål samt spesifikke spørsmål i forbindelse med hvert studentmedie. Innledningsvis blir følgende spørsmål stilt: “Hvor ofte leser du studentaviser og/eller studenttidsskrifter?”. Svaralternativene er “Daglig”, “Ukentlig”, “Månedlig”, “Sjeldnere enn Månedlig” eller “Aldri”. I tillegg ble et lignende spørsmål stilt for hvert studentmedium. For Universitas og Argument ble spørsmålet stilt to ganger for å skille mellom bruk av papirutgave og nettutgave. Svaralternativene gjenspeiler hvor hyppig studenavisene/studenttidsskriftene kommer ut slik at de to første svaralternativene er slått sammen til “Daglig/Ukentlig”. Hovedhensikten er dermed å finne ut hvorvidt respondentene benytter seg av studentmediene på

ukjentlig basis eller sjeldnere. Spørsmålet “Hvor ofte hører du på Radio Nova” ble stilt angående bruk av Radio Nova med svaralternativer som går fra daglig til sjeldnere enn månedlig eller aldri. Det er ikke nødvendigvis slik at respondentene i det hele tatt kjenner til studentmediene. Spørsmålet “Har du noen gang lest/hørt Universitas/Argument/Inside/Radio Nova?” ser nærmere på dette. Svaralternativene skiller mellom “ja”, “nei” og “vet ikke”. Denne variabelen er imidlertid kodet om til en dikotom variabel med nei som referansekategori. “Vet ikke” er behandlet som *missing* i analysen, og resultatene sier noe om hva som forklarer at respondentene har lest eller hørt studentmediene relativt til de som ikke har kjennskap til mediene. I analysene av bruk av studentmediene er “Aldri” brukt som referansekategori. De øvrige svaralternativene er organisert som en ordinalvariabel hvor ulike bruk sammenlignes med de respondentene som aldri benytter seg av tilbudet. Det gir muligheten til å isolere effekten av sentrale forklaringvariabler på hyppigheten i bruk av studentmediene.

I forbindelse med bruk av Universitas og Argument har også bruken av nettutgavene blitt kartlagt. På samme måte som det er interessant å forklare bruk av papirutgavene, kan modellene også anvendes til å forklare bruk av disse studentmediene på nett. Operasjonaliseringen er i denne sammenhengen identisk med operasjonaliseringen av bruk i forbindelse med papirutgavene i den forstand at kategorien “Aldri” er brukt som referansekategori.

Tilgang til studentmediene er også inkludert som avhengig variabel i analysekapittelet. Her er vi opptatt både av dem som svarer nei og dem som ikke vet og vi har derfor benyttet multinomisk logistisk regresjon. Bakgrunnen for dette er at det er interessant å finne ut om noen studenter har tilgang til mediene uten å vite om det. Hvis det er systematiske forskjeller mellom denne gruppen og resten av utvalget så tyder det på at det finnes en gruppe studenter som mediene per i dag ikke klarer å synliggjøre seg for.

I tillegg til bruk av mediene har vi også analysert holdning til finansiering av studentmediene gjennom semesteravgiften. Dette er interessant både som et mål på tilfredshet ved det enkelte mediet, men også med tanke på de midlene som faktisk settes av til dette formålet. Spørsmålet som er blitt stilt tok sikte på å sette finansiering av studentmediene i en bredere kontekst:

“Semesteravgiften blir hvert år fordelt på tiltak for studentene slik som barnehager, helse og velferd. Hva synes du om at noe av semesteravgiften også benyttes til å finansiere studentmedier?”

Respondentene fikk muligheten til å rangere svaret på spørsmålet i henhold til kategoriene “Svært positiv”, “Positiv”, “Verken eller”, “Negativ”, “Svært negativ”, eller “Vet ikke”. Under hvert enkelt studentmedie ble et lignende spørsmål stilt: “Hva er din holdning til finansiering av Universitas gjennom midler fra semesteravgiften?”. Svaralternativene har

tilsvarende kategorier som nevnt ovenfor, og gir oss muligheten til å forklare holdning til finansiering av hvert enkelt medium blant mediets brukere.

Foklarings- og kontrollvariabler Det er flere forhold og sammenhenger som er interessante å se nærmere på i analysene. For det første kan det tenkes at studenter som er aktive i studentpolitikken, en studentforening og/eller har vært aktiv i et studentmedie både er mer positiv til finansiering samt benytter seg hyppigere av studentmedietilbudet. For det andre er alder og antall semestre studert også mulig forklaringsvariabler når det gjelder hva som kan forklare bruken av mediene. Her er imidlertid forholdet til holdningen til finansiering mindre klart, og variablene inngår derfor først og fremst som kontrollvariabler i analysene av holdning til finansiering.

Også interesser kan forklare bruk av hvert enkelt medie. Dette er kartlagt i det generelle spørsmålet “Hvor interessert er du i å lese/lytte til følgende typer stoff i studentmedier?”. Respondentene ble deretter bedt om å uttrykke sin interesse for kategorier som for eksempel “Studentnyheter generelt” og “Forskningsbasert stoff” på en skala fra “Svært interessert” til “Svært lite interessert”. I analysene kan dermed interesse for ulike typer stoff brukes som forklaringsvariabler. Dette lar oss undersøke om de som er interessert i en viss type innhold tenderer til å benytte enkelte medier. Her er svarene delvis interessante i seg selv og de blir derfor også diskutert i den deskriptive analysen i Seksjon 4.1.

Hvorvidt respondenten følger det aktuelle mediet på sosiale medier er inkludert som forklaringsvariabel i Seksjon 4.2.4. Vi antar dermed at de som følger et studentmedie på sosiale medier er hyppigere brukere av det aktuelle mediet.

Vi har også inkludert sentrale bakgrunnsvariabler som alder, kjønn, studieprogresjon, hvor ofte en oppholder seg ved studiestedet og respondentenes lærested inneværende semester. Disse fungerer i noen grad som kontrollvariabler. Det er slik at studentmediene som er undersøkt i spørreundersøkelsen skal omfatte alle studenter, men dekningsen i studentmediene er gjerne mer relevant for studenter ved spesifikke læresteder. I hovedsak gjelder dette Inside som i utgangspunktet er rettet mot studenter som studerer ved BI.

Skillet mellom kontrollvariabler og forklaringsvariabler er imidlertid noe flytende. Variabler som antall semestre studert og lærested kan være interessante i seg selv ved at de sier noe om til hvem og hvor bredt de ulike studentmediene når ut.

3 Design

3.1 Utvalget

Som nevnt innledningsvis er populasjonen for spørreundersøkelsen alle studenter i Oslo og Akershus tilknyttet SiO. Selve listen av mulige kandidater er alle studenter som har betalt semesteravgift inneværende semester (vår 2013). Populasjonen inneholder totalt sett over

60 000 studenter. Av disse er 3 099 valgt ved ordinær sannsynlighetsutvelging hvor alle på listen har sjanselighet hva gjelder deltakelse i spørreundersøkelsen. Rent teknisk er dette gjort av SiO ved å bruke funksjonen “TILFELDIG()” i Microsoft Excel. Denne funksjonen gir hver student på listen et tilfeldig tall mellom 0 og 1. Deretter er listen sortert stigende, og de 3099 første studentene på listen er invitert til å delta i spørreundersøkelsen.

Hensikten med sannsynlighetsutvelging er å unngå at utvalget har skjevheter. Tilfeldige avvik mellom univers og utvalg kan selvfølgelig forekomme, men slike utgjør en mindre andel jo større utvalget blir. En indikator på utvalgets representativitet er fordelingen i utvalget kontra populasjonen på de variablene hvor populasjonsdata finnes. Et samsvar her vil ikke nødvendigvis bety at dataene er representative da det kan være uobserverte faktorer som bidrar til systematiske skjevheter for andre variabler, men et samsvar vil være betryggende.

Populasjonsdata for kjønn og lærested for norske studenter fra 2012 er hentet fra Statistisk sentralbyrå (2012). Disse datene er sammenliknet med våre utvalgsdata i Tabell 1. I tillegg til andelen i populasjonen og i utvalget er 95%-konfidensintervaller beregnet basert på andelen i utvalget. Gitt et representativt utvalg vil vi forvente at andelen i populasjonen ville befinne seg innenfor dette intervallet. Som en kan se i tabellen er dette tilfellet for noen av variablene, men ikke for alle.

Tabell 1: Populasjonsdata sammenliknet med utvalgsdata

	I populasjonen	I utvalget	Laveste 95%	Høyeste 95%
Andel Menn, i prosent	39.8	34	29.3	38.8
Andel ved UiO, i prosent	41.7	69.5	64.8	74.1
Andel ved HiOA, i prosent	26.3	23.8	19.5	28
Andel ved BI, i prosent	32	6.8	4.3	9.3
Andel menn ved UiO, i prosent	41.5	35.5	29.7	41.2
Andel menn ved HiOA, i prosent	19.3	30.8	21.2	40.3
Andel menn ved BI, i prosent	39.2	30.8	12.7	48.9

Andelen menn i populasjonen er noe høyere enn andelen i utvalget skulle tilsi, men andelen i populasjonen faller innenfor 90%-konfidensintervallet for utvalgsandelen. Studenter ved Universitetet i Oslo (UiO) er klart overrepresentert i utvalget, mens studenter ved BI er klart underrepresentert. Det er ikke her grunnlag for å si om dette skyldes “uflaks” når utvalget har blitt trukket eller om det er systematiske forskjeller i svarprosenten, men dette utgjør i alle fall en mulig kilde til skjevheter i resultatene. Andelen studenter ved Høyskolen i Oslo og Akershus, samt andelen menn ved BI er imidlertid innenfor det vi kunne forvente ut ifra utvalget som er trukket ut. For kjønnsfordelingene ved de andre lærestedene er utvalget skjevt. Den generelle konklusjonen vi kan trekke fra dette er at et forholdsvis lite utvalg begrenser graden av representativitet i utvalget.

Manglende representativitet er blant de større utfordringene med denne rapporten

og er noe leseren bør være klar over. På tross av denne utfordringene har vi valgt å analysere datamaterialet i den tro at det vil kunne avdekke noen mønstre i bruken av og holdningene til studentmedier. Selv om enkeltestimater vil kunne ha skjevheter knyttet til seg, tror vi at rapporten avdekker mulige interessante sammenhenger.

Utover problemer knyttet til representativitet kan det tenkes at det er respondenter med bestemte egenskaper som velger å svare på undersøkelsen. I den forstand kan det tenkes at det faktiske utvalget som har svart på undersøkelsen utgjør en spesiell gruppe studenter. Slik problematikk er vanskelig å unngå, og er et problemområde for alle spørreundersøkelser som har mindre enn komplett svarprosent i forbindelse med et utvalg av respondenter. Det er imidlertid viktig å påpeke dette i tillegg til å tydeliggjøre usikkerheten som knytter seg til svarene når disse skal generaliseres til populasjonen. Denne ble nevnt innledningsvis, og utgjør en feilmargin på $\pm 6\%$ (99 % konfidensnivå), $\pm 4.6\%$ (95 % konfidensnivå) og $\pm 3.8\%$ (90 % konfidensnivå).

3.2 Statistisk metode

Vi har anvendt varianter av logistisk regresjon i analysene nedenfor. Logistisk regresjon er den foretrukne regresjonsmetoden for behandling av kategoriske avhengige variabler. I det binomiske tilfellet, hvor den avhengige variabelene er dikotom, er en logistisk regresjonsmodell spesifisert på følgende måte:

$$\Pr(y_i = 1 | \mathbf{x}_i) = \frac{\exp(\boldsymbol{\beta} \mathbf{x}_i)}{1 + \exp(\boldsymbol{\beta} \mathbf{x}_i)} \quad (1)$$

hvor sannsynligheten for at den avhengige variabelen er 1 relativt til 0 (referansekategori), $\Pr(y_i = 1)$, er en funksjon av egenskaper ved variablene i modellen, \mathbf{x}_i . Denne sannsynligheten er eksponenten av log odds delt på 1 pluss log odds for et utfall, $\frac{\exp(\boldsymbol{\beta} \mathbf{x}_i)}{1 + \exp(\boldsymbol{\beta} \mathbf{x}_i)}$. Forholdet mellom sannsynlighet, odds og log odds utgjør kjernen i logistisk regresjon. Sannsynligheten for et utfall er lik andelen med en gitt egenskap delt på det totale antallet personer med alle egenskapene. Med andre ord er for eksempel sannsynligheten for at noen bruker Universitas andelen som faktisk bruker mediet delt på alle i utvalget. Odds gir uttrykk for relativ sannsynlighet mellom sannsynligheten for ulike egenskaper, og er definert ved $\frac{p}{1-p}$. Med det menes forholdet mellom sannsynligheten for ulike utfall eller ratioen mellom sannsynlighetene for ulike utfall. Oddsratioen er den relative forskjellen i odds mellom ulike kategorier på de uavhengige variablene.

Logistisk regresjon kan også generaliseres i tilfellene der en har mer enn to kategorier på den kategoriske avhengige variabelen (som "Ja", "Nei" og "Vet ikke") og i tilfellet der den avhengige variabelen er rangert men ikke kontinuerlig (som når vi spør om hvor ofte respondentene benytter de ulike mediene). I det første tilfellet tolkes koeffisientene som

log odds for utfallet relativt til referanseutfallet, mens koeffisientene i det andre tilfellet tolkes som økningen i kumulativ log odds for å befinne seg høyere opp på skalaen (Se for eksempel Long, 1997).

4 Resultater

Resultatene presenteres i to deler: først en rekke deskriptive analyser som oppsummerer respondentenes svar på spørreskjemaet. Hensikten her er å gi innsikt i hvordan respondentenes svar fordeler seg på de ulike spørsmålene. Denne delen struktureres i henhold til de operasjonaliserte variablene og bruk, tilgang og holdning til Universitas, Inside, Argument og Radio Nova. Selv om de deskriptive analysene kan være interessante nok i seg selv, gir de ikke noe godt grunnlag for å gjøre slutninger om sammenhengen mellom ulike variabler. De deskriptive analysene suppleres derfor i Seksjon 4.2 med multivariate analyser av de utvalgte avhengige variablene.

4.1 Deskriptive analyser

4.1.1 Variablene

De avhengige variablene. Når det gjelder bruk viser Tabell 2 prosentandelen av respondentene som har benyttet studentmediene. De aller fleste, omkring 75 %, har lest Universitas på et eller annet tidspunkt. For de tre øvrige studentmediene er det motsatt. Over 80 % av respondentene har aldri lest Inside eller Argument. Omlag 60 % har aldri hørt på Radio Nova. Legg merke til at dette også betyr at antall respondenter som har svart på spørsmål knyttet til Inside, Argument og Radio Nova er mye mindre enn for Universitas. Med andre ord skiller Universitas seg markant fra de andre mediene når det gjelder å nå ut til mange studenter.

Tabell 2: Prosentandel av respondentene som har benyttet studentmediene

	Universitas	Inside	Argument	Radio Nova
Ja	75.16	18.46	13.63	29.82
Nei	24.84	81.54	86.37	60.75

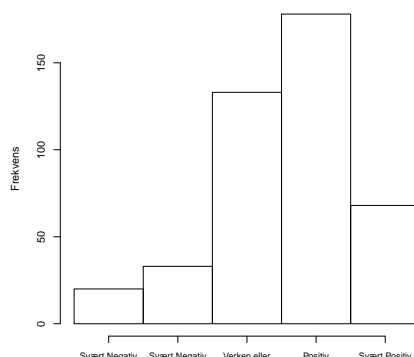
Naturlig nok gjenspeiler dette bildet seg også når det gjelder tilgang til mediene. Tabell 3 viser prosentandelen studenter som har tilgang til hvert av de fire studentmediene. Mens tre av fire studenter svarer at de har tilgang til Universitas, så er det et flertall av studentene som ikke vet om de har tilgang til Inside og Argument. For Radio Novas del svarer et flertall på 56% av studentene at de ikke har tilgang til dette mediet. At et flertall av studentene svarer å ikke ha tilgang til en radiokanal som er tilgjengelig gjennom en

rekke formater tyder på at svarene her gjenspeiler studentenes kunnskap om egen tilgang. Dette kommer også tydelig fram gjennom andelen som svarer at de ikke vet. En viktig kilde til å at noen studenter ikke benytter seg av studentmediene ser derfor ut til å være manglende tilgang. I Seksjon 4.2.2 setter vi derfor tilgang som avhengig variabel for å finne ut hva som kjennetegner disse studentene.

Tabell 3: Tilgang til de fire mediene, i prosent

	Universitas	Inside	Argument	Radio Nova
Ja	75.38	12.25	24.18	29.61
Nei	1.76	13.79	12.53	56.36
Vet ikke	22.86	73.96	63.30	14.04

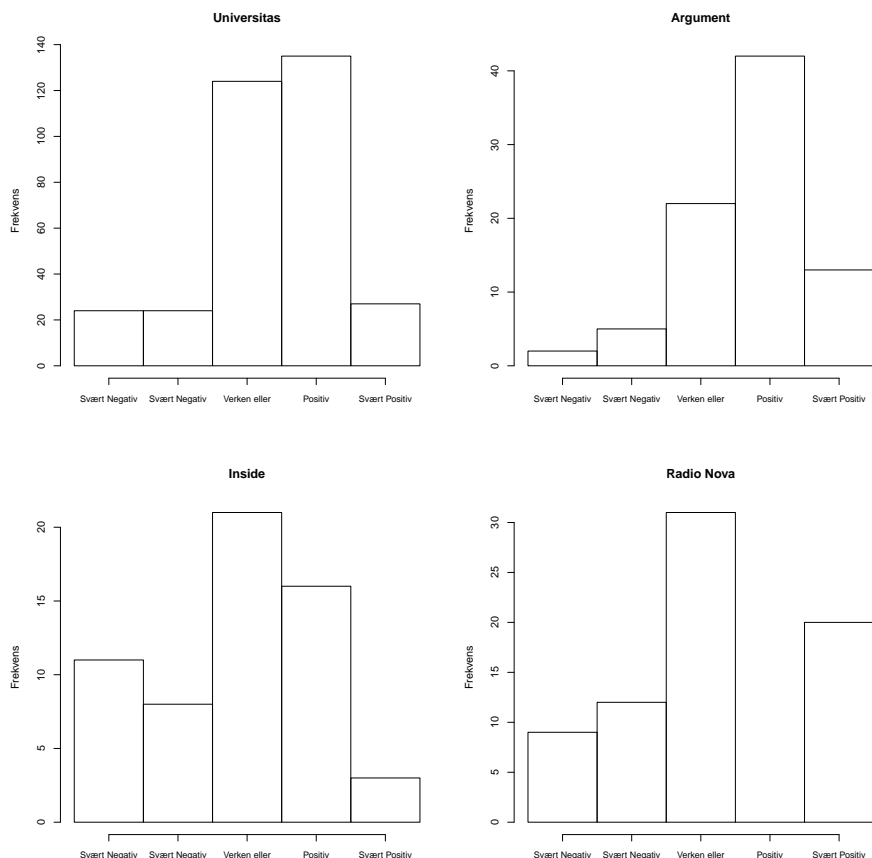
I tillegg til bruken av studentmediene har vi undersøkt holdning til finansiering gjennom semesteravgiften. Den generelle holdningen til finansiering er framstilt i Figur 1. Det er flere respondenter som er positive enn negative til å bruke semesteravgiften til finansiering av studentmedier. Mange svarer “Verken eller”, men en overvekt av respondenter er i kategorien “Positiv” eller “Svært Positiv”.



Figur 1: Generell holdning til finansiering av studentmediene

Generelt sett er flere positive enn negative til finansiering av studentmediene, og mange er likegyldige. Figur 2 representerer oppfølgingsspørsmålet som er stilt i forbindelse med hvert enkelt studentmedie. Figur 2 viser med andre ord respondentenes holdning til finansiering av Universitas, Argument, Inside og Radio Nova. Både Universitas og Argument har en overvekt av positiv tilbakemelding på dette spørsmålet. Flest respondenter er enten “Verken eller”, “Positiv” eller “Svært Positiv” til finansiering via midler fra semesteravgiften. Denne trenden er ikke like entydig i forbindelse med Inside og Radio Nova. Begge disse studentmediene har en jevnere fordeling over holdningskategoriene. Det er flere som

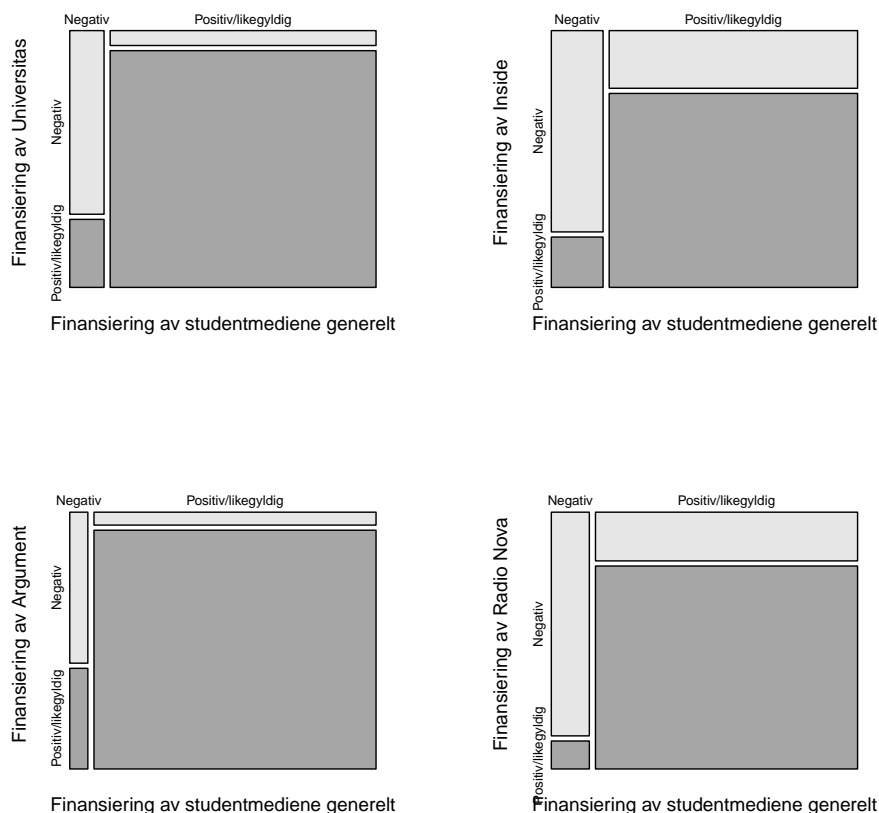
svarer “Svært Negativ” og “Negativ” i forbindelse med finansiering av Inside og Radio Nova enn Universitas og Argument.



Figur 2: Spesifikke holdninger til finansiering av hvert studentmedie

I Radio Novas tilfelle er det interessant at ingen er positive, men mange er svært positive til finansiering. De fleste er imidlertid likegyldige eller negativt innstilte til finansiering av Radio Nova, noe som også er tilfellet for Inside. Det kan dermed se ut som finansiering av disse mediene er noe mer kontroversielt enn finansiering av mediene mer generelt. Dette bildet bekreftes av krysstabellene som er framstilt grafisk i Figur 3. For Radio Nova og Insides del er det en relativt større andel av dem som er positive til finansiering av mediene mer generelt som likevel er negativt innstilt til finansiering av disse mediene om en sammenlikner med hva som er tilfellet for Universitas’ og Arguments del. Et flertall av respondentene som er positive til finansiering av mediene generelt er imidlertid positive også til finansiering av Inside og Radio Nova. Det er videre grunn til å understreke at disse sammenlikningene er basert på relativt få observasjoner.

Det er også hentet inn data for hva slags type stoff studentene ønsker seg fra mediene. Figur 4 viser i hvilken grad respondentene interesserer seg for ulike typer stoff. Verdiene

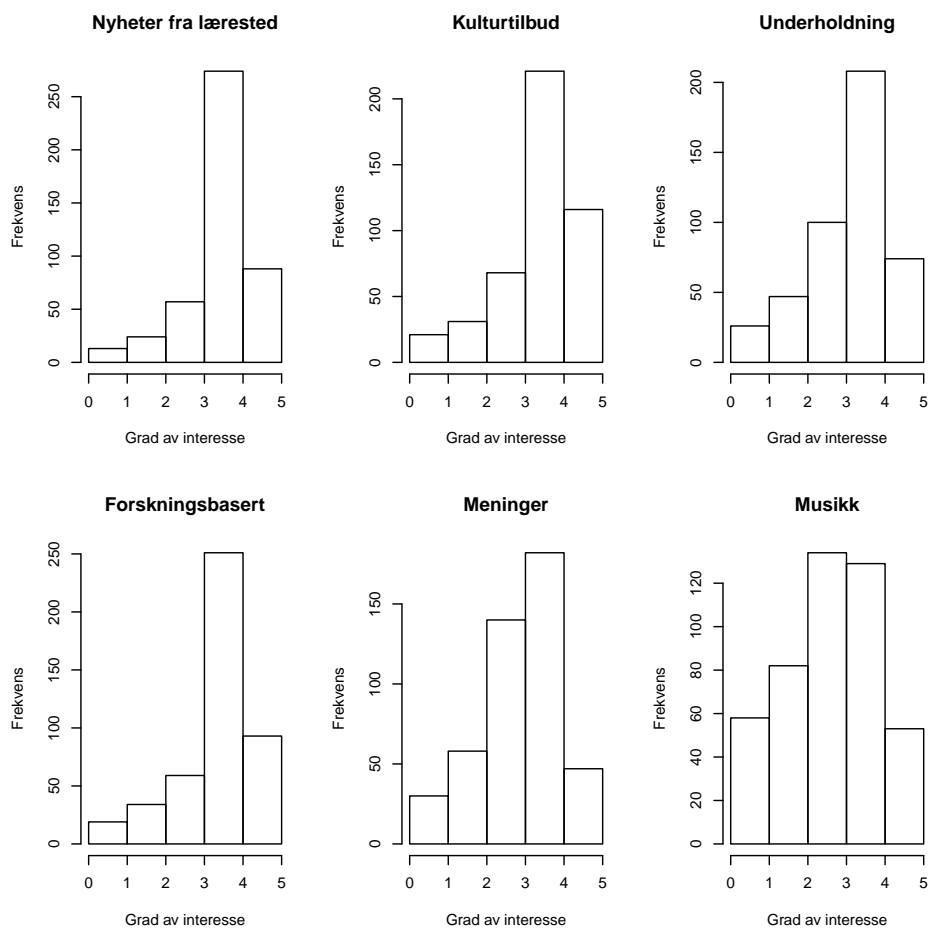


Figur 3: Holdning til finansiering av hver medium sammenliknet med holdning til finansiering generelt

på den horisontale aksene representerer en rangering som går fra “Svært lite interessert” (0) til “Svært interessert” (5). Interessen er sterkest for “Nyheter fra lærested”, “Kulturtilbud” og “Forskningsbasert”.

Forklarings- og kontrollvariabler En stor andel av respondentene i utvalget på 457 studenter er eller har vært aktive i studentpolitikk eller en studentforening. Hele 163 svarer ja på dette spørsmålet. Denne dikotome variabelen er i neste omgang knyttet til bruk og holdning til finansiering av studentmediene i den forstand at vi ser for oss at respondentene som svarer ja samtidig er hyppigere brukere og positivt innstilt til finansiering, alt annet likt. Samme tankegang gjelder for spørsmålet “Har du selv vært eller er du nå involvert i et studentmedium?”. Et fåtall, 57 respondenter, har vært eller er involvert i et studentmedium. Disse repondentene kan også tenkes å være overrepresentert i utvalget fordi de kan tenkes å være mer interessert i å svare på en undersøkelse om studentmedier.

Fordelingen blant respondentene i forhold til variablene kjønn, alder og lærested er



Figur 4: Generelle interesser for ulike typer stoff blant respondentene

gitt av Tabell 1. Som nevnt er det omtrent like mange menn og kvinner i utvalget som i populasjonen. Når det gjelder andelen respondenter ved hvert enkelt lærested så er det noen avvik i utvalget sammenlignet med populasjonen. Dette gjelder spesielt kjønnsfordelingen ved lærestedene. BI og HiOA er underrepresentert i utvalget mens UiO er klart overrepresentert. Det tydeligste avviket gjelder for BI som utgjør 6.8 % av utvalget mens BI-studenter utgjør hele 32 % av studentpopulasjonen i Oslo og Akershus.

Respondentenes gjennomsnittsalder er 24.4 år med et standardavvik på 4.4. Videre har de repondentene som har deltatt i undersøkelsen studert 6.4 semestre i gjennomsnitt med et standardavvik på 3.9. De fleste, 80.5% av respondentene, er ved sitt lærested oftere enn ukentlig. Basert på tallene presentert så langt er en typisk repondent i utvalget en kvinnelig UiO-student i midten av tjueårene som har studert i tre år, og oppholder seg ved sitt lærested oftere enn ukentlig.

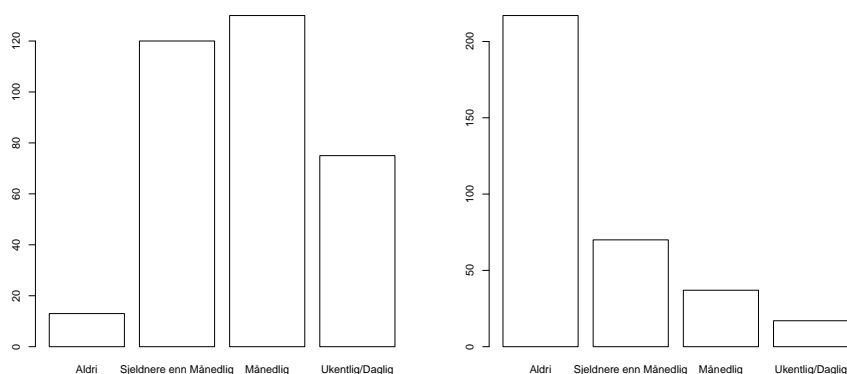
4.1.2 Universitas

Som allerede nevnt i Tabell 2 og 3 har omlag 75 % av respondentene benyttet seg av Universitas. Dette er omtrent like mange som sier de har tilgang til studentmediet. Omkring 100 respondenter (ca 23 %) er usikre på om de har tilgang til avisen. Et naturlig oppfølgingsspørsmål er hva som beskriver studentene som ikke har lest Universitas. Det er slike spørsmål som utforskes videre i de multivariate analysene nedenfor.

I tillegg til “ja”, “nei” eller “vet ikke”-spørsmålene knyttet til bruk og tilgang er respondentene blitt bedt om å si hvor ofte de leser Universitas. Figur 5 viser frekvensfordelingen blant studentenes bruk av Universitas. Histogrammet til venstre viser hvor ofte studentene benytter seg av papirutgaven, mens histogrammet til høyre viser hvor ofte studentene bruker nettutgaven. Det er helt tydelig at flere benytter seg av papirutgaven enn nettutgaven som størrelsen på kategorien “Aldri” i Figur 5 klart viser. Nesten 80 respondenter sier de benytter seg av papirutgaven til Universitas daglig eller ukentlig. Til sammenligning benytter kun 17 respondenter seg av nettutgaven like ofte. Det er tydelig at papirutgaven blir flittig lest, men at Universitas ikke når ut til de samme leserne på nett.

Respondentene har også blitt bedt om å beskrive sitt inntrykk av hvert medium og hva de kunne ønske seg å forbedre med mediet. De åpne spørsmålene gir noe innsikt i hvordan studentene oppfatter de ulike studentmediene. Selv om disse inntrykkene ikke kan generaliseres til studentmassen som helhet kan de si noe om brukernes oppfatninger og kan danne en bakgrunn for tolkning av de andre resultatene.

For Universitas sin del går det igjen i svarene at det er mange som mener Universitas er en god og profesjonell avis som oppleves som relevant. To mer negative inntrykk går imidlertid igjen. For det første beskriver flere avisen som noe tabloid og kunnskapsnivået



Figur 5: Hvor ofte studentene benytter seg av papirutgaven (til venstre) og nettugaven (til høyre) av Universitas

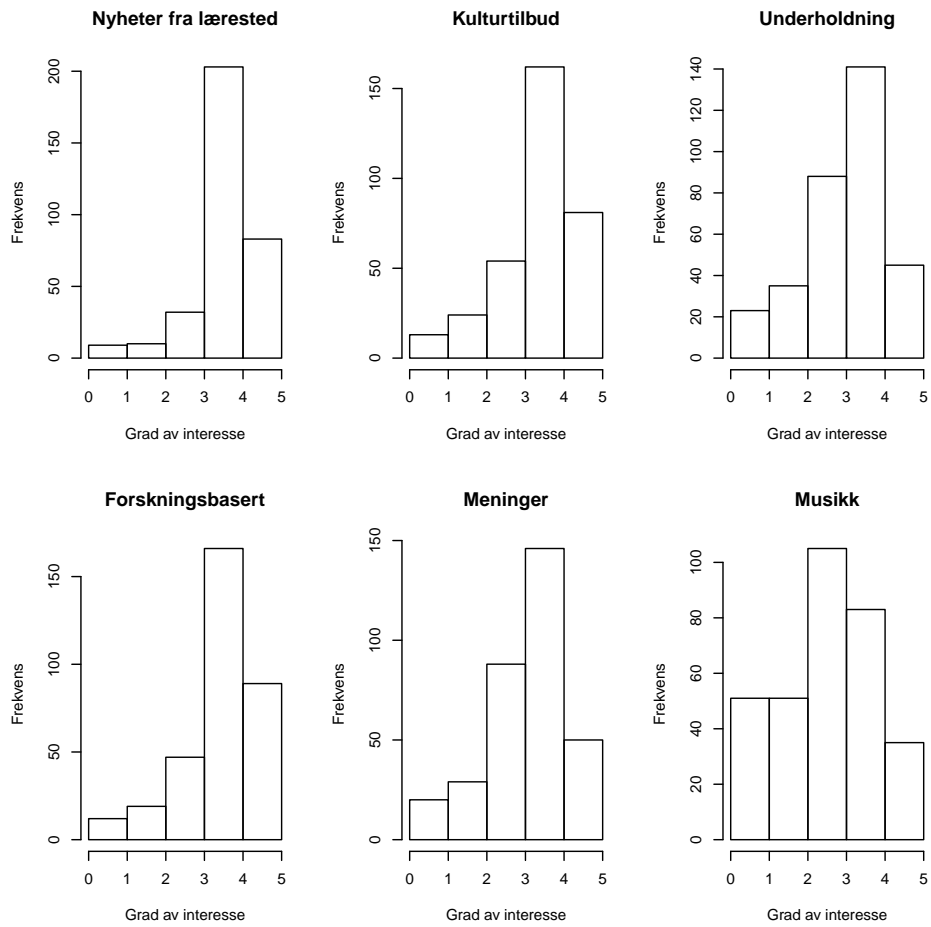
knyttet til enkeltsaker kritiseres. Videre kritiseres avisen for å være mest for UiO og da særlig Blindern. Dette er trukket fram av studenter både ved BI og HiO, men også av en student ved juridisk fakultet ved UiO. Dette går også igjen hva angår hva som kan forbedres. Det trekkes fram at avisen burde rekruttere journalister fra andre læresteder og skrive mer om stoff som er relevant for andre læresteder enn de som har tilhørighet på Blindern.

Figur 6 viser interessen for ulike typer stoff i Universitas. Som en kan se av figuren så er det stor interesse for alle typene innhold det har blitt spurt om. Særlig er interessen stor for nyheter fra eget lærested og forskningsbasert stoff, men forskjellene mellom typene innhold er ikke store. Selv om mange har en interesse også for musikkstoff så er det likevel noen flere her som ikke er interessert. Til sammenlikning er interessen stor for kulturstoff mer generelt.

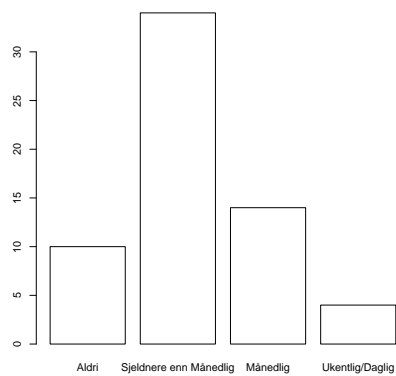
4.1.3 Inside

Omlag 18 % av studentene har brukt Inside, og 12 % sier de har tilgang til mediet ved sitt lærested (se Tabell 2 og 3). Videre viser Figur 7 hvor ofte respondentene benytter seg av Inside. Av Tabell 2 utgjør respondentene i Figur 7 omtrent 18 % av det totale antallet studenter som har besvart undersøkelsen. Av de 18 prosentene som har tilgang til Inside ser vi av Figur 7 at de fleste bruker Inside sjeldnere enn månedlig, og at det er flere som aldri benytter seg av Inside enn som leser Inside daglig eller ukentlig. Inside er til forskjell fra de øvrige studentmediene ikke tilgjengelig på nett.

Som det framgår av Figur 8 er interessen stor for nyheter fra eget lærested blant Insides lesere. Interessen for musikk-relatert stoff er forholdsvis begrenset, mens det også



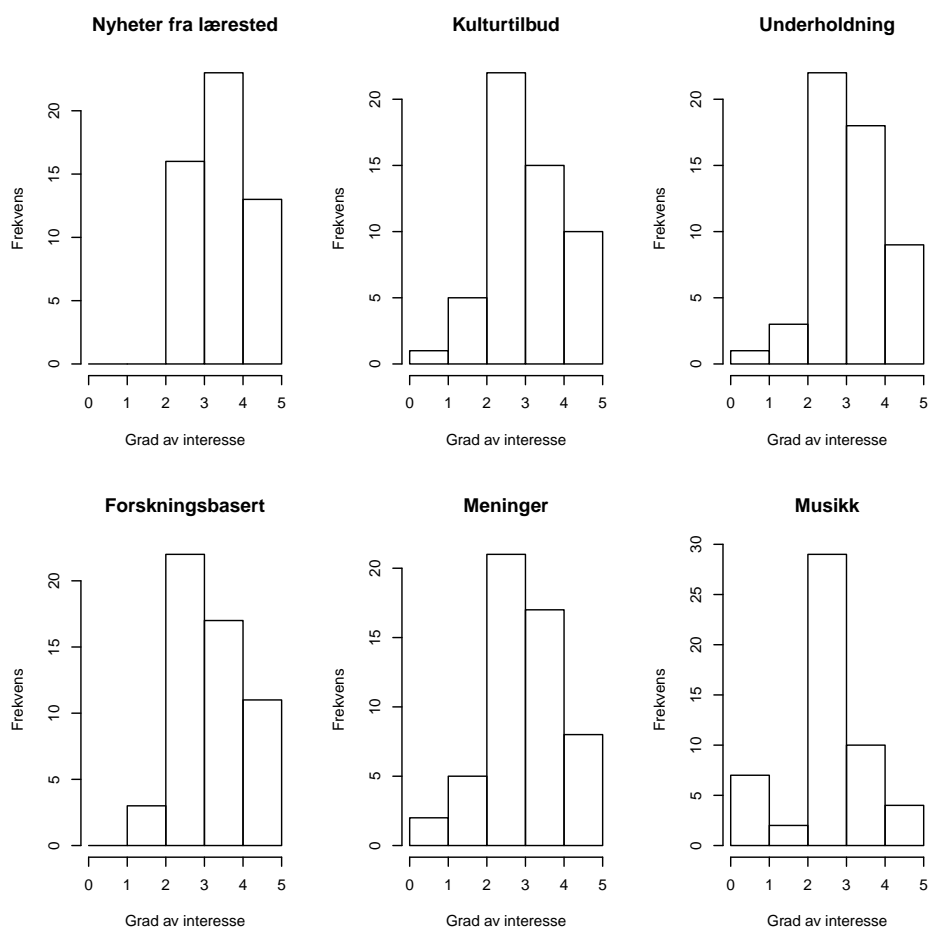
Figur 6: Interesse for ulike typer stoff i Universitas



Figur 7: Hvor ofte studentene benytter seg av Inside

er en viss entusiasme for de andre typene stoff. Det er forholdsvis få som overhodet ikke er interessert i forskningsbasert stoff, men her er det også en forholdsvis stor andel som er likegyldige. Den samme tendensen gjelder for kulturtilbud, underholdning og meninger. Det er en del som er positive, mange som er likegyldige og forholdsvis få som er negative.

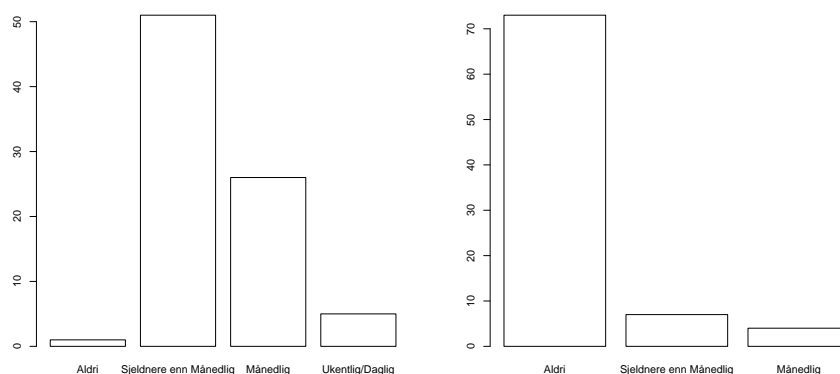
Også for Inside har respondentene blitt bedt om å kort beskrive sitt inntrykk av avisen og hva de kunne ønske seg å forbedre. Mens Universitas av noen ble beskrevet som en Blindern-avis, beskrives Inside av en stor andel av respondentene som en BI-avis. Flere trekker dette fram som noe negativt, men det er også respondenter som mener dette er bra. En respondent mener for eksempel at det er “positivt med nyheter fra BI”. Når det gjelder den journalistiske kvaliteten blir avisen av flere respondenter kritisert for å ha et tynt innhold og tabloide saker. Når det gjelder hva som bør forbedres er mer dybde og høyere journalistisk nivå også noe som går igjen.



Figur 8: Interesse for ulike typer stoff i Inside

4.1.4 Argument

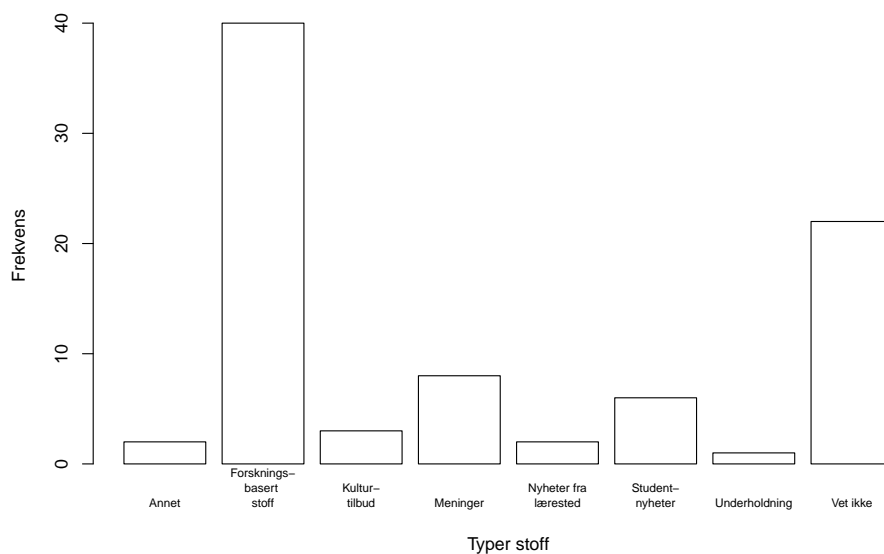
De aller fleste har aldri benyttet seg av Argument, og vet ikke om de har tilgang til tidskriftet. Disse to faktorene henger nok sammen. Av de som har benyttet seg av Argument viser Figur 9 hvor ofte respondenterne leser Argument. Til venstre er en oversikt over hvor hyppig studentene benytter seg av papirutgaven, og samme oversikt for nettutgaven er representert til høyre i Figur 9. Legg merke til at denne oversikten kun viser fordelingen av respondenter som har benyttet seg av Argument på et eller annet tidspunkt. Som presentert i Tabell 2, utgjør dette omlag 14 % av respondentene. Sammenligningen av papirutgave og nettugave viser en lignende trend som i Universitas' tilfelle. Det er ikke så mange som benytter seg av nettutgaven. Andelen som aldri benytter seg av nettugaven er betraktelig mye større enn de øvrige kategoriene.



Figur 9: Hvor ofte studentene benytter seg av papirutgaven (til venstre) og nettugaven (til høyre) av Argument

Gjennomgangstema for de som har beskrevet sitt inntrykk av Argument, er at dette tidskriftet oppfattes som seriøst og “akademisk” både på godt og vondt. Flere respondenter sier at de setter pris på forskningsbaserte og populærvitenskapelige artikler. Dette trekkes imidlertid av andre fram som noe negativt, og tidsskriftet beskrives av noen som “tørt” og for akademisk. Forsidene beskrives som kjedelige av flere studenter, og layouten er noe flere mener bør forbedres.

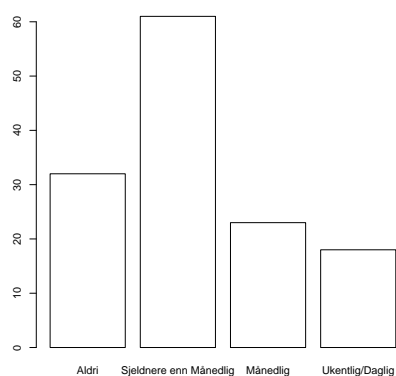
At leserne av Argument primært er interessert i å lese forskningsbasert stoff bekreftes også av frekvensfordelingen i Figur 10. En stor overvekt av Arguments lesere er mest interessert i forskningsbasert stoff. Dette er i tråd med Arguments nåværende profil. En kan også merke seg at en relativt høy andel ikke vet hva slags stoff de kunne tenke seg å lese i Argument.



Figur 10: Hvilke typer stoff studentene helst vil lese i Argument

4.1.5 Radio Nova

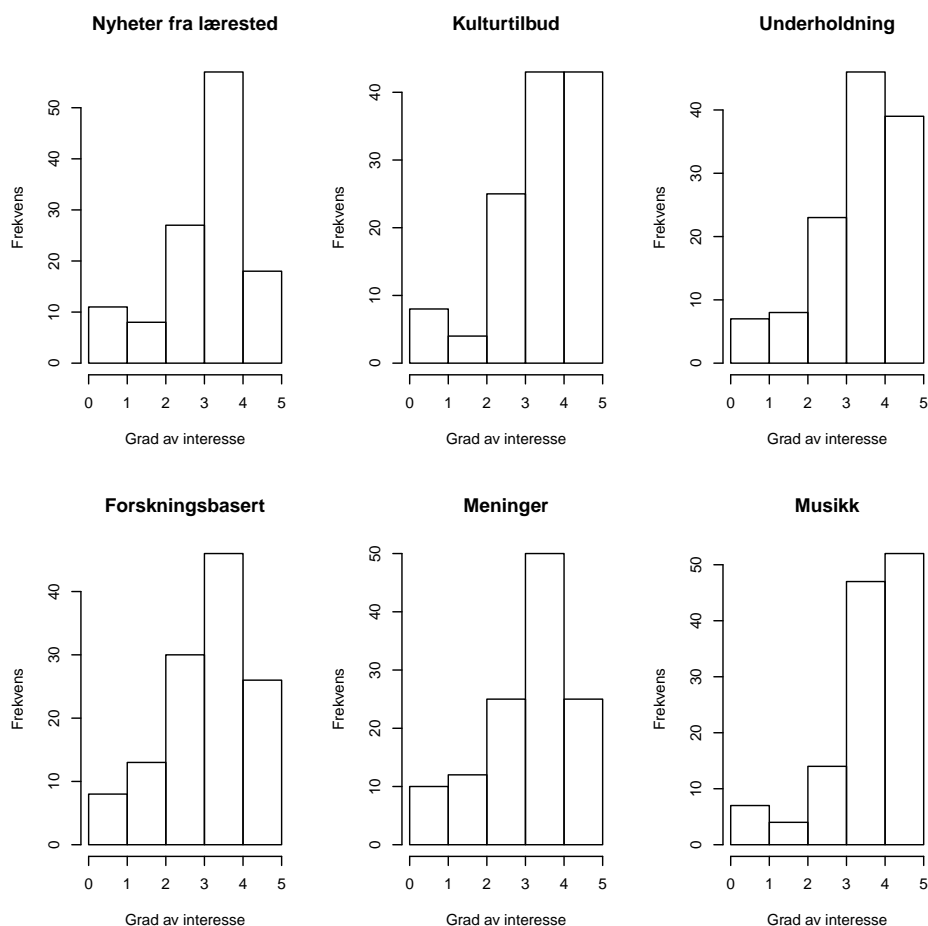
Figur 11 viser hvor ofte de omlag 30 prosentene av respondentene som har lyttet til Radio Nova faktisk benytter seg av radiokanalen. Av de som kjenner til radiokanalen er det mange som ikke aktivt lytter til Radio Nova i hverdagen. De fleste rapporterer at de lytter til Radio Nova sjeldnere enn månedlig. Det er likevel en betydelig andel som benytter kanalen oftere.



Figur 11: Hvor ofte studentene lytter til Radio Nova

Interessen for ulike typer innhold er framstilt grafisk i Figur 12. Interessen for musikk, kultur og underholdning er stor blant kanalens lyttere. I tillegg er mange interessert i nyheter fra eget lærested. Interesser for forskningbasert stoff og meninger er mindre, men

finnes blant noen lyttere. Som diskutert i neste avsnitt er det mange som har trukket fram underholds nivå og bra musikk når det har beskrevet sitt inntrykk av Radio Nova, og musikk, underholdning og kultur ser ut til å være en viktig type stoff for et stort flertall av lytterne.



Figur 12: Interesse for ulike typer stoff i Radio Nova

Når det gjelder respondentenes inntrykk av kanalen er det stor variasjon og flere svarer også at kvaliteten på sendingene varierer mye. Det er flere som har et svært positivt inntrykk av kanalen og trekker fram dyktige programledere, god humor og bra musikk. Det er imidlertid flere som har et inntrykk av kanalen som smal og pretensiøs og som ser dette som et stort forbedringspotensiale. Av gruppen som har et positivt inntrykk av Radio Nova, så trekker mange fram økt synlighet som et viktig forbedringspotensiale.

4.2 Multivariate analyser

Analysen så langt har fokusert på enkle fordelinger i data og bivariate sammenhenger. Denne analysen gir et bilde av hvordan fordelingene er for de ulike svarene, men gir ikke

grunnlag for robuste slutninger om sammenhenger i data. For å kunne si noe om sammenhengene mellom sentrale variabler mens andre variabler holdes konstant er det nødvendig med multivariat analyse. Som diskutert i Seksjon 3.2 vil modellene som benyttes være logistisk regresjon og generaliseringer av denne.

4.2.1 Hva forklarer bruk av mediene?

Tabell 4 rapporterer resultatene fra fire logistiske som har operasjonalisert spørsmålene “Har du noen gang lest/hørt Universitas/Indside/Argument/Radio Nova?”. Svaret “Ja” er i alle modellene sammenlignet med “Nei” (referansekategori). Estimatene er presentert i log odds. Når forklarings- og kontrollvariablene øker med en enhet representerer det spesifikke estimatet hvor mye log oddsen for utfallet forandres. I dette tilfellet er utfallet log odds for å ha benyttet seg av det aktuelle mediet. Konstantleddene i modellene fra Tabell 4 representerer log oddsen for å ha benyttet seg av Universitas, Inside, Argument og Radio Nova når alle variablene er null. Med andre ord en kvinne, null år, førsteårsstudent, studerer ikke ved UiO, BI eller HiOA, er ikke aktiv i studentpolitikken/studentforening og er på lærestedet sjeldnere enn ukentlig. Denne kombinasjonen av egenskaper er forbundet med en negativ log odds for å ha benyttet seg av studentmediene, men det er åpenbart at tolkningen av alle variablene ikke gir substansiell mening når variabelen er lik null (gjelder først og fremst alder). Konstantleddene er derfor ikke kommentert videre i analysene.

I Universitas’ tilfelle er det en signifikant positiv sammenheng mellom alder, antall semestre studert, å studere ved UiO eller BI, å være eller ha vært aktiv i studentpolitikken, å være ofte på sitt lærested og bruk av Universitas. Spesielt respondenter som har vært, eller er, aktive i studentpolitikk eller studentforening har gir en betraktelig økning i oddsen for å ha benyttet seg av Universitas. Antall semestre studert og om studenten er oftere enn ukentlig på sitt lærested er også viktig, noe som tyder på at eksponering for avisen er viktig.

Også sjansen for å ha lest Argument er større bland UiO-studenter og for studenter med flere semestre bak seg. Videre er korrelasjonen mellom kjønn og sjansen for å ha lest Argument positiv og signifikant. I vårt utvalg er det altså klart flere menn enn kvinner som leser tidsskriftet.

Antall semestre studert og om studenten er oftere enn ukentlig på sitt lærested er viktig også for Inside, noe som igjen tyder på at eksponering for avisen er viktig. I tillegg har det å studere ved BI en klar positiv effekt, noe som bekrefter inntrykket gitt av den deskriptive analysen. Å være engasjert i studentpolitikk har også en positiv effekt men denne er bare svakt signifikant.

Radio Nova skiller seg ut ved at antall semestre studert ikke har noen signifikant effekt. Sjansen for å høre på Radio Nova øker imidlertid med alder. I tillegg har engasjement i

studentpolitikken en signifikant positiv effekt også for Radio Nova.

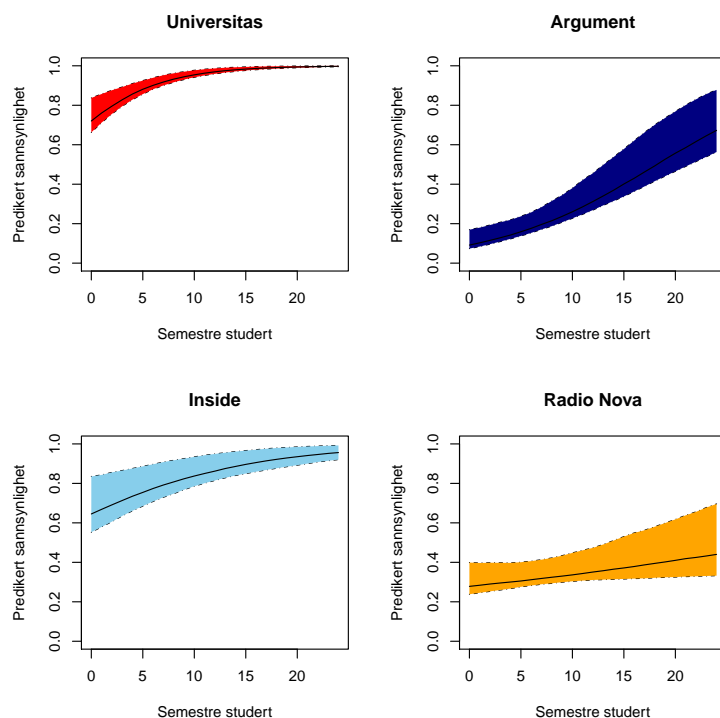
Tabell 4: Logistiske regresjoner: Bruk av hvert av de fire mediene

	Universitas	Argument	Inside	Radio Nova
Konstantledd	-2.170*** (0.547)	-4.087*** (0.657)	-4.143*** (0.752)	-1.139** (0.445)
Mann	0.384 (0.309)	0.700*** (0.271)	0.333 (0.337)	-0.032 (0.239)
Alder	0.094** (0.039)	-0.018 (0.037)	0.024 (0.041)	0.085*** (0.028)
Semestre Studert	0.209*** (0.049)	0.126*** (0.038)	0.102** (0.044)	0.029 (0.032)
UiO	2.308*** (0.366)	1.344*** (0.460)	0.069 (0.457)	0.179 (0.315)
BI	0.926* (0.551)	-0.797 (1.127)	3.754*** (0.649)	-0.012 (0.536)
HiOA	0.084 (0.376)	0.125 (0.619)	-0.533 (0.677)	-0.383 (0.406)
Studentpolitikker	1.220*** (0.346)	0.365 (0.270)	0.565* (0.336)	0.538** (0.228)
På studiested oftere enn ukentlig	0.807** (0.354)	0.449 (0.356)	0.980** (0.499)	-0.003 (0.279)
N	443	444	443	402
Log likelihood	-169.231	-186.482	-137.569	-243.383
AIC	356.461	390.963	293.138	504.766

*p < .1; **p < .05; ***p < .01

Figur 13 supplementerer estimatene fra Tabell 4 ved å oppsummere hvordan antall semestre fra modellene påvirker den predikerte sannsynligheten for å ha benyttet seg av det aktuelle studentmediet.¹ Fra Figur 13 ser vi at antall semestre har størst betydning for hvorvidt en respondent har benyttet seg av Argument. Det er liten sannsynlighet for at en førsteårsstudent har benyttet seg av Argument, men sannsynligheten øker i takt med antall semestre studert. Antall semestre studert påvirker i liten grad sannsynligheten for å ha benyttet seg av Inside. Grunnsannsynligheten er i utgangspunktet høy, og jo flere semestre studert gir lite utslag på sannsynligheten for å ha benyttet seg av Inside. Det samme gjelder for Radio Nova selv om den predikerte sannsynligheten i utgangspunktet er lavere enn for Universitas og Inside. Sannsynligheten for å ha benyttet seg av universitas går mot 1 når antall semestre studert øker, og er i utgangspunktet veldig høy. De aller fleste studentene har benyttet seg av Universitas på et eller annet tidspunkt. Når antall semestre går mot 10 kan man med stor sikkerhet si at studentene har benyttet seg av Universitas.

¹Den predikerte sannsynligheten gjenspeiler sannsynligheten for $Y = 1$ gitt antall semestre studert når alle de øvrige kovariatene i modellene er holdt på gjennomsnittet. Mer presist er den predikerte sannsynligheten gitt ved $\Pr(Y = 1|x_i) = \frac{\exp(\beta_0 + \beta_1 X)}{1 + \exp(\beta_0 + \beta_1 X)}$.



Figur 13: Predikert sannsynlighet for å ha benyttet de fire mediene

Tabell 5 følger opp resultatene fra Tabell 4 ved å se nærmere på hva som forklarer månedlig eller hyppigere bruk av mediene. Estimaten er presentert på samme måte og i samme format som forrige tabell hvor kategoriene “Sjeldnere enn månedlig” og “Aldri” er slått sammen som referansekategori. I tillegg er de respondentene som svarer at de ikke har benyttet seg av det aktuelle mediet lagt til som en del av referansekategorien. Dette er gjort for å øke antallet observasjoner i modellene siden et mindretall av respondentene har benyttet seg av Inside, Argument og Radio Nova. Disse har dermed ikke besvart hvor ofte de bruker mediet, men vi vet at de per definisjon aldri bruker det aktuelle mediet. De andre kategoriene som representerer at respondentene benytter seg av det aktuelle mediet månedlig eller oftere er det som forklares av kovariatene. Estimaten gir informasjon om forandring i log odds for utfallet månedlig, eller oftere, bruk av henholdsvis Universitas, Argument, Inside og Radio Nova.

Menn, antall semestre studert, UiO-studenter og studenter som oppholder seg på lærestedet oftere enn ukentlig har signifikant høyere log odds for å benytte seg av Universitas månedlig eller oftere. På den andre siden er studenter som studerer ved HiOA mindre hyppige brukere av Universitas. HiOA-studenter er assosiert med en reduksjon i log odds for utfallet månedlig eller oftere sammenlignet med sjeldnere enn månedlig, men denne sammenhengen er ikke signifikant.

Sammenlignet med resultatene angående hvorvidt studentene har benyttet seg av

Tabell 5: Logistiske regresjoner: Månedlig bruk av hvert av de fire mediene

	Universitas	Argument	Inside	Radio Nova
Konstantledd	-2.566*** (0.481)	-4.153*** (1.003)	-21.255 (2,051.723)	-3.579*** (0.787)
Mann	0.498** (0.238)	0.493 (0.391)	0.674 (0.614)	-0.039 (0.372)
Alder	0.043 (0.029)	-0.040 (0.062)	0.101* (0.057)	-0.037 (0.058)
Semestre Studert	0.062* (0.032)	-0.014 (0.061)	0.014 (0.075)	0.101** (0.051)
UiO	1.667*** (0.316)	1.372* (0.750)	16.732 (2,051.723)	-0.046 (0.460)
BI	0.266 (0.523)	-14.024 (784.840)	20.593 (2,051.723)	-1.071 (1.105)
HiOA	-0.684 (0.440)	-0.103 (1.024)	-0.359 (2,737.103)	-0.322 (0.633)
Studentpolitiker	0.255 (0.232)	0.279 (0.397)	-0.188 (0.626)	0.452 (0.347)
Ved studiested oftere enn ukentlig	0.977*** (0.297)	0.456 (0.565)	0.424 (0.854)	0.769 (0.516)
N	439	443	443	400
Log likelihood	-246.264	-103.340	-44.028	-126.207
AIC	510.527	224.681	106.057	270.414

*p < .1; **p < .05; ***p < .01

studentmediene på et eller annet tidspunkt presentert i Tabell 4 så gir ikke antall semestre studert like stort utslag på hyppigheten av bruk. Det er slik at antall semestre studert øker sannsynligheten for å ha benyttet seg av mediene (se Figur 13), men det er ikke i like stor grad slik at denne variabelen forklarer bruk av mediene ofte. Variabelen har en viss betydning for Universitas og er viktig for bruk av Radio Nova. Legg merke til at Radio Nova har motsatt trend sammenlignet med Argument og Inside. Antall semestre studert øker sannsynligheten for å benytte seg av Radio Nova månedlig eller oftere, men øker ikke sannsynligheten for å ha benyttet seg av radiokanalen på et eller annet tidspunkt. Hvor ofte studentene er på lærestedet er fortsatt viktig for Universitas, men ikke for de andre mediene. For Universitas del er imidlertid effekten svært signifikant, noe som tyder på at Universitas når ut til studenter som er ofte ved sitt lærested. For Inside har studenter som oppholder seg ved lærestedet en signifikant positiv på å ha benyttet seg av Inside (se Tabell 4), men den samme variabelen har ikke en signifikant effekt på månedlig bruk (se Tabell 5)

For Argument og Inside sin del fanger ikke modellene opp noen klare sammenhenger hva angår månedlig bruk, selv om UiO-tilhørighet har svakt signifikant positiv effekt for Argument, mens alder har en svakt signifikant positiv effekt for Inside. Mangelen på klare funn her skyldes antakeligvis at det er for få studenter som benytter disse mediene ofte.

Så langt har vi ikke inkludert hva slags type stoff respondentene generelt sett in-

teresserer seg for i modellene. Dette gjøres imidlertid i Tabell 6. Som tabellen viser, er interesse for nyheter fra eget lærested og interesse for meninger viktige prediktorer for månedlig bruk av Universitas. Dette tyder på Universitas har lyktes i å nå leserne som er opptatt av denne typen stoff. Det samme gjelder for Inside, selv om effekten av interesse for nyheter ved lærested er noe mindre signifikant her. For både Argument og Radio Nova er interesse for musikk viktig. Dette er som forventet for Radio Nova, men kanskje mer overraskende når det gjelder Argument. Det kan imidlertid henge sammen med at det er et visst overlapp når det gjelder hvem som bruker disse to mediene. Studenter som generelt sett har interesse for å lese/lytte til “meninger” har en signifikant høyere log odds for å benytte seg av Radio Nova månedlig eller oftere sammenlignet med de som benytter seg av radiokanalen sjeldnere enn månedlig.

Tabell 6: Logistiske regresjoner: Månedlig bruk av hvert av de fire mediene, med interesse som uavhengige variabler

	Universitas	Argument	Inside	Radio Nova
Konstantledd	-3.613*** (0.587)	-6.807*** (1.560)	-5.314*** (0.998)	-4.542*** (0.948)
Mann	0.529** (0.251)	0.615 (0.408)	0.290 (0.351)	-0.048 (0.396)
Alder	0.045 (0.031)	-0.032 (0.064)	0.026 (0.044)	-0.031 (0.060)
Semestre Studert	0.071** (0.035)	-0.009 (0.061)	0.105** (0.046)	0.101* (0.052)
UiO	1.570*** (0.336)	1.331* (0.776)	-0.374 (0.492)	-0.228 (0.503)
BI	0.220 (0.542)	-14.650 (1, 241.752)	3.875*** (0.692)	-1.180 (1.145)
HiOA	-0.690 (0.454)	-0.143 (1.044)	-0.567 (0.691)	-0.416 (0.657)
Studentpolitiker	0.031 (0.245)	0.022 (0.411)	0.360 (0.354)	0.344 (0.364)
Ved studiested oftere enn ukentlig	0.744** (0.312)	0.244 (0.590)	0.835 (0.539)	0.584 (0.531)
Interesse for forskningsbasert stoff	0.134 (0.305)	1.471 (1.053)	-0.240 (0.471)	-0.429 (0.508)
Interesse for Meninger	0.874*** (0.249)	0.687 (0.502)	1.495*** (0.443)	1.194** (0.470)
Interesse for nyheter fra lærested	0.929*** (0.331)	0.730 (0.782)	1.122* (0.679)	0.365 (0.593)
Interesse for Musikk	-0.005 (0.249)	0.925** (0.422)	-0.296 (0.355)	0.992*** (0.380)
N	436	440	440	397
Log likelihood	-230.033	-93.853	-125.705	-113.847
AIC	486.065	213.707	277.410	253.693

*p < .1; **p < .05; ***p < .01

Kort oppsummert kan vi si at bruk av studentmediene ser ut til å henge sammen med

eksponering og at det er klare forskjeller mellom lærestedene. Antall semestre studert, å være ofte ved sitt studiested og tilhørighet til et lærested hvor mediet står sterkt er som vist i Tabell 4 viktigst for å forklare bruk av avisene og tidsskriftene, mens alder hadde en tilsvarende effekt for Radio Nova. Når det gjelder månedlig bruk er imidlertid dette bildet mindre klart, selv om også denne analysen viser at Universitas står spesielt sterkt blant studenter ved UiO. Å være ofte ved sitt studiested har også en sterk effekt på sjansen for å lese Universitas månedlig eller oftere.

4.2.2 Hva forklarer manglende tilgang?

Som diskutert i Seksjon 4.1 er andelen som ikke vet om de har tilgang til studentmediene tildels betydelig. Dette gjelder spesielt i forbindelse med tilgang til Inside og Argument, men også en del som er usikre på om de har tilgang til Universitas og Radio Nova. En viktig grunn til at enkelte studenter ikke benytter seg av studentmediene kan derfor være manglende kjennskap til det tilbudet som finnes. Dette gjør “vet ikke”-kategorien substansielt interessant for variabelen “Tilgang til medium”. Variabelen er dermed kategorisk, fordi “vet ikke” ikke kan ordnes på en skala mellom “ja” og “nei”. Mens faktisk tilgang til mediene kan være styrt av studentmedienes distribusjon, vil manglende kunnskap i større grad kunne skyldes den aktuelle studentens egenskaper. Dette kan håndteres gjennom å estimere en multinomisk logistisk modell. En slik modell er rapportert for tilgang til hvert av de fire mediene i Tabell 7. I alle modellene er referansekategorien de som svarer at de har tilgang. Dette er hensiktsmessig fordi vi ønsker å forklare hvorfor enkelte studenter rapporterer enten å ikke ha tilgang eller å ikke vite om de har tilgang. Dette kan kanskje tyde på at avisen ikke lykkes i å være synlig ved disse lærestedene.

For Universitas sin del ser vi at hverken alder, antall semestre studert eller det å være ofte ved sitt studiested har signifikante effekter på manglende tilgang, er alle disse variablene viktige prediktorer for hvilke studenter som ikke vet om de har tilgang til Universitas. Dette er kanskje intuitivt og tyder på at mens Universitas er forholdsvis bredt tilgjengelig ved lærestedene, så tar det noe tid før nye studenter blir kjent med det tilbudet som finnes. Å studere ved UiO har en sterk negativ effekt både på å ikke ha tilgang og på å ikke vite om man har tilgang. Det er med andre ord mindre sjanse for at UiO-studenter ikke har tilgang eller ikke vet om de har tilgang til Universitas. Dette henger antakelig sammen med at Universitas er svært tilgjengelig ved UiO. Tilhørighet til HiOA har en signifikant effekt på å ikke vite om man har tilgang til Universitas.

For Argument har det å studere ved UiO en tilsvarende effekt som for Universitas. Dette gir lavere sannsynlighet både for å ikke ha tilgang og for å ikke vite om man har tilgang. Det er altså først og fremst studenter ved UiO som opplever å ha tilgang til

Tabell 7: Multinomiske logistiske modeller for tilgang til studentmediene

	Universitas		Argument		Inside		Radio Nova	
	Nei	Vet ikke	Nei	Vet ikke	Nei	Vet ikke	Nei	Vet ikke
Konstantledd	-2.073 (1.403)	1.072** (0.52)	1.518* (0.857)	4.055*** (0.685)	1.004 (0.843)	3.071*** (0.716)	1.837*** (0.467)	1.127* (0.633)
Alder	0.014 (0.062)	-0.175*** (0.046)	0.035 (0.046)	0.021 (0.035)	-0.037 (0.05)	-0.033 (0.04)	-0.006 (0.026)	-0.103** (0.053)
Semestre Studert	-0.103 (0.114)	-0.107** (0.047)	-0.031 (0.05)	-0.093*** (0.036)	0.032 (0.055)	-0.03 (0.046)	-0.066** (0.03)	-0.125** (0.053)
UiO	-2.875** (1.172)	-2.503*** (0.382)	-2.598*** (0.633)	-2.361*** (0.538)	-0.198 (0.574)	-0.304 (0.477)	-0.695** (0.331)	-1.215*** (0.441)
BI	-9.256 (86.478)	-0.56 (0.527)	10.717*** (0.263)	9.086*** (0.263)	-3.465*** (1.153)	-3.456*** (0.644)	0.765 (0.694)	0.248 (0.864)
HiOA	0.287 (0.871)	0.859** (0.373)	-0.039 (0.833)	-0.02 (0.738)	0.763 (0.856)	0.962 (0.746)	-0.263 (0.412)	-0.216 (0.516)
Ved studisted oftere enn ukentlig	0.134 (1.126)	-1.139*** (0.361)	-0.297 (0.504)	-0.842** (0.342)	-0.821 (0.569)	-0.73 (0.498)	-0.366 (0.289)	-0.537 (0.41)
N	448		448		450		449	
AIC	412.45		715.22		635.66		849.99	

Argument. Antall semestre studert har også en signifikant og negativ effekt på sannsynligheten for å svare “vet ikke”, men for Argument sin del er det ingen slik effekt av alder. Argument er dermed noe mer synlig for studenter som har studert flere semestre, men ikke nødvendigvis blant eldre studenter. Også for Argument sin del er det sann at det er færre som ikke vet om de har tilgang blant de studentene som ofte er ved sitt lærested.

Også når det gjelder tilgang til mediet skiller Inside seg ut som en “BI-avis”. Mens tilhørighet til BI har en svært sterk og negativ effekt både på å ikke ha tilgang og på å ikke vite om man har tilgang til Inside, finnes det ingen klar effekt av de andre variablene. At effekten også er svært sterk for “vet ikke”-kategorien tyder på at Inside ikke bare er mer tilgjengelig ved BI, men også lykkes i å profilere seg og være synlig ved dette lærestedet.

Også for Radio Nova er det en negativ effekt både av tilhørighet til UiO og av antall semestre studert både for å ikke ha tilgang og for å ikke vite om man har tilgang. Det første tyder på at Radio Nova i likhet med Universitas og Argument er mest synlige for studenter ved UiO. Effekten er imidlertid noe svakere enn for Radio Novas del. Dette henger kanskje sammen med at radio nødvendigvis ikke vil kunne distribueres gjennom stativer på universitetsområdet slik som aviser og tidsskrifter. Igjen har antall semestre studert en signifikant negativ effekt på å ikke vite om man har tilgang. Dette tyder igjen på at sannsynligheten for å stifte kjennskap med mediet øker med økt studietid, noe som ikke er overraskende. For Radio Novas del har antall semestre studert også en signifikant negativ effekt på å ikke ha tilgang. Dette er kanskje mer overraskende. En mulig tolkning er at ferske studenter faktisk tror de ikke har tilgang.

Analysene i denne seksjonen bekrefter bildet av at eksponering og studiested er viktige forklaringsvariabler. Tilhørighet til UiO er for eksempel en viktig prediktor for tilgang til Universitas og Argument og for å vite at man har slik tilgang. Dette tyder på at studentmediene kan ha en del å tjene på en bredere eksponering, samtidig som det kanskje også er et uttrykk for at enkelte medier har en identitet som er knyttet opp mot det enkelte lærestedet. Samtidig er det sann at studenter som ikke ofte er ved sitt lærested nødvendigvis vil være vanskeligere å nå for studentmediene.

4.2.3 Hva forklarer holdning til finansiering?

Vi har også modellert holdning til finansiering av studentmediene, både generelt og spesifikt for hvert studentmedium. Holdning til finansiering er en variabel på ordinalnivå. Respondentene kan være mer eller mindre negative, likegyldige og mer eller mindre positive. Selv om disse holdningene kan rangeres etter grad av positiv innstilling vil ikke denne skalaen være kontinuerlig. Vi har benyttet rangert logistisk regresjon. For å gjøre estimering mer effektiv har vi forenklet skalaen til å ha tre nivåer: “negativ”, “likegyldig” og “positiv”. Modellene er rapportert i Tabell 8.

Tabell 8: Rangerte logistiske regresjoner: Holdning til finansiering

	Studentmedier	Universitas	Argument	Inside	Radio Nova
Mann	0.008 (0.233)	0.283 (0.234)	0.036 (0.509)	-0.272 (0.544)	-0.254 (0.572)
Alder	0.016 (0.025)	0.005 (0.025)	0.133 (0.105)	-0.102 (0.098)	-0.032 (0.048)
Semstre Studert	-0.012 (0.029)	0.034 (0.030)	0.030 (0.077)	0.101 (0.073)	-0.003 (0.076)
UiO	0.030 (0.307)	-0.028 (0.354)	-0.017 (0.927)	0.390 (0.940)	1.436* (0.812)
BI	-0.591 (0.480)	-0.690 (0.540)	-1.023 (1.933)	-0.256 (1.073)	1.335 (1.256)
HiOA	0.205 (0.356)	0.437 (0.459)	0.154 (1.322)	1.716 (1.290)	2.221** (1.037)
Studentpolitiker	0.252 (0.222)	0.534** (0.226)	-0.550 (0.527)	-0.144 (0.565)	-0.400 (0.517)
Månedlig bruker av mediene	1.040*** (0.228)				
Leser Universitas månedlig		0.949*** (0.233)			
Leser Argument månedlig			1.229** (0.576)		
Leser Inside månedlig				1.365* (0.706)	
Leser Radio Nova månedlig					2.837*** (0.657)
N	394	327	82	58	71

*p < .1; **p < .05; ***p < .01

Den viktigste faktoren som forklarer en positiv holdning til finansiering av mediene er jevnlig bruk av mediene. Både for finansiering generelt og for finansiering av hvert enkelt medium er det en signifikant positiv effekt av å være en månedlig bruker. Dette kan kanskje tolkes som et uttrykk for tilfredshet blant de som bruker mediene jevnlig.

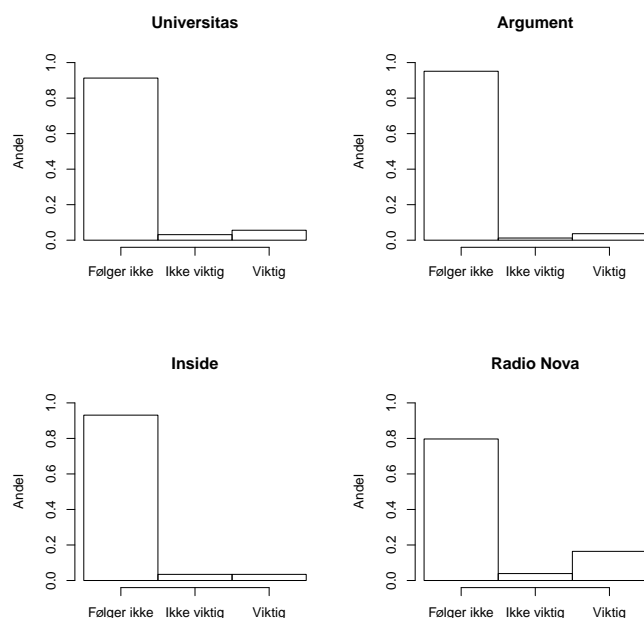
Respondenter som er engasjert i studentpolitikk er mer positivt innstilt til finansiering av Universitas. De øvrige modellene er basert på svært få respondenter, noe som forklarer få signifikante sammenhenger selv om tilhørighet til HiOA har en signifikant positivt

effekt på holdning til finansiering av Radio Nova. Det er også en svakt signifikant positiv effekt av tilhørighet til UiO.

Videre er det kanskje interessant at vi ikke finner igjen de samme forskjellene mellom læresteder som vi har funnet tidligere. Med unntak av for Radio Nova har lærested lite å si for holdning til finansiering av mediene. Antall semestre studert har også liten betydning.

4.2.4 Hva forklarer bruk og betydning av sosiale medier?

Siden forrige medieundersøkelse har sosiale medier blitt omfavnet av samtlige studentmedier. I denne sammenhengen er det interessant å se på i hvilken grad sosiale medier er en effektiv måte å nå ute til brukerne på. Respondentene har derfor blitt spurt om de følger de ulike mediene på sosiale medier, og om dette er en viktig kilde til informasjon om mediet de følger. Svarene er oppsummert grafisk i Figur 14. Som det framgår av figuren, er det en forholdsvis liten andel av respondentene som følger mediene på sosiale medier. Av dem som følger på sosiale medier er det imidlertid noen flere som mener dette er en viktig kilde til informasjon enn dem som mener det ikke er en viktig kilde til informasjon. Dette gjelder for alle mediene bortsett fra Inside, hvor fordelingen er lik. Radio Nova skiller seg kanskje noe ut ved at det her er en forholdsvis stor andel av de som følger radiokanalen på sosiale medier som ser på dette som en viktig kilde til informasjon.



Figur 14: Bruk og betydning av sosiale medier for hvert av de fire mediene

Et spørsmål som likevel kunne være interessant å besvare er om det å følge mediene på sosiale medier er korrellert med et spesifikt bruksmønster. Særlig er det interessant å

se på om dette leder til en hyppigere bruk. Det kan også være interessant å kontrollere for andre variabler. Tabell 9 viser logistiske regresjoner for månedlig bruk av hvert av studentmediene. I tillegg til variablene som har inngått i modellene som er rapportert så langt, har vi inkludert en variabel for hvorvidt respondentene følger det aktuelle mediet på sosiale medier.

Som Tabell 9 viser, er det å følge Universitas på sosiale medier sterkt positivt korrelert med å lese Universitas månedlig eller oftere. Her er det viktig å påpeke at kausaliteten nok kan gå begge veier. Det er like plausibelt at det å jevnlig lese Universitas øker tilbøyeligheten til å følge Universitas på sosiale medier. En mulig metode å omgå dette problemet på ville være å instrumentere for bruk av sosiale medier. I vår sammenheng er dette imidlertid mindre interessant. Det viktige her er at sosiale medier ser ut til å være en viktig måte for Universitas å nå ut til sine faste lesere.

Tabell 9: Logistiske regresjoner: Månedlig bruk av hvert av de fire mediene, med sosiale medier

	Universitas	Argument	Inside	Radio Nova
Konstantledd	-1.592*** (0.374)	-3.384*** (0.851)	-21.685 (3, 354.732)	-3.248*** (0.780)
Mann	0.504** (0.238)	0.590 (0.415)	0.446 (0.699)	0.344 (0.514)
Alder	0.042 (0.029)	-0.035 (0.062)	0.109* (0.056)	-0.100 (0.094)
Semestre Studert	0.042 (0.032)	-0.082 (0.069)	0.024 (0.078)	0.103 (0.074)
UiO	1.481*** (0.312)	1.222 (0.755)	17.596 (3, 354.732)	-0.834 (0.568)
BI	0.227 (0.524)	-15.032 (1, 289.151)	21.168 (3, 354.732)	-1.823 (1.422)
HiOA	-0.826* (0.442)	-0.233 (1.025)	-0.445 (4, 482.995)	-1.528* (0.889)
Studentpolitiker	0.247 (0.233)	0.241 (0.426)	-1.119 (0.853)	0.141 (0.490)
Sosiale medier, Universitas	2.082*** (0.665)			
Sosiale medier, Argument		21.417 (3, 233.022)		
Sosiale medier, Inside			24.508 (11, 261.410)	
Sosiale medier, Radio Nova				5.211*** (0.664)
N	439	443	443	400
Log likelihood	-244.718	-93.249	-35.864	-73.635
AIC	507.436	204.498	89.727	165.270

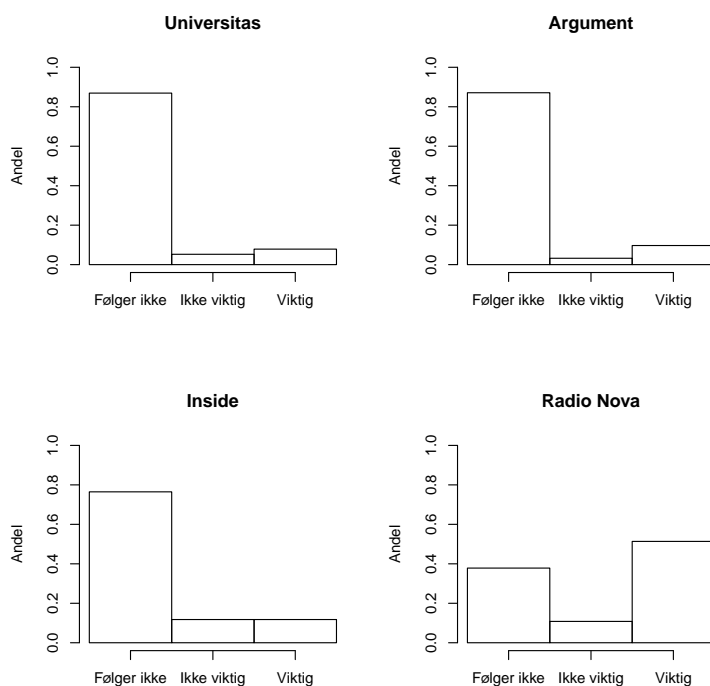
*p < .1; **p < .05; ***p < .01

Korrelasjon av å følge Radio Nova på sosiale medier og å lytte på radiokanalen jevnlig er enda sterkere enn for Universitas. Forbeholdet om at kausaliteten kan gå begge veier

gjelder selvsagt også her. Vi kan imidlertid se at også for Radio Nova er sosiale medier en viktig kanal ut til de faste lytterne. Det kan dermed se ut som både Universitas og Radio Nova har lyktes i sin bruk av sosiale medier.

For Argument og Inside er modellene som nevnt basert på relativt få observasjoner. Det er imidlertid lite som tyder på noen sammenheng mellom bruk av sosiale medier og jevnlig bruk for disse to mediene.

Hvis sosiale medier først og fremst er en måte å nå ut til de jevnlige brukerne er det kanskje interessant å se på hvor viktig sosiale medier er som informasjonskilde for månedlige brukere av studentmediene. Dette er framstilt grafisk i Figur 15. I forhold til Figur 14 er den klareste forskjellen for Radio Nova. Blant dem som lytter månedlig eller oftere til Radio Nova er sosiale medier en viktig kilde til informasjon. Blant Radio Novas månedlige lyttere er det dessuten en større andel som ser sosiale medier som en viktig informasjonskilde enn som ikke følger kanalen på sosiale medier. For de andre mediene er ikke sosiale medier en viktig kilde til informasjon blant de månedlige brukerne.



Figur 15: Bruk og betydning av sosiale medier for hvert av de fire mediene blant månedlige brukere

5 Konklusjon

Avslutningsvis kan vi konkludere med at studentmediene ser ut til å stå forholdsvis sterkt og har mange brukere som generelt ser ut til å være fornøyde. Dette får også utslag i en generelt positiv innstilling til finansiering av mediene gjennom semesteravgiften. Det er imidlertid klare forskjeller mellom lærestedene når det gjelder hvilke medier som står sterkt, med Inside som en BI-avis og Universitas og Argument som UiO-publikasjoner som det klareste eksempelet. Det kan også se ut som Radio Nova er mer kontroversiell, men mange av brukerne ser ut til å være positive og en skal heller ikke her dramatisere forskjellen fra de andre mediene.

Eksponering ser ut til å ha mye å si for bruk. Mediene når i størst grad ut til etablerte studenter som er ofte ved sitt lærested og på de lærestedene hvor mediene har en klarest profil. Dette er kanskje ikke overraskende, men viser at synlighet blant studentene er avgjørende for at studentmediene skal være relevante. Sosiale medier virker å være en viktig kanal ut til brukerne for Universitas og Radio Nova, men ikke for Argument og Inside.

Referanser

Long, J. Scott. 1997. *Regression Models for Categorical and Limited Dependent Variables*. Thousand Oaks: Sage.

Statistisk sentralbyrå. 2012. "Studenter i høyere utdanning i Norge og norske studenter i utlandet, etter kjønn, skoleslag og lærested."

A Spørreskjema

Medieundersøkelsen 2013.**Bakgrunnsinformasjon**

1. Alder _____
2. Kjønn Mann Kvinne
3. Hvor langt har du kommet i studieløpet?
 Årsstudium Bachelor Master Profesjon Enkeltemner
4. Inkludert dette semesteret, hvor mange semestre har du vært student? _____
5. Hvor ofte er du på ditt studiested?
 Daglig Flere ganger i uken Ukentlig Månedlig Sjeldnere
6. Har du skiftet lærested i løpet av de to siste årene? Ja Nei
7. Hva er ditt nåværende studiested?
 Universitetet i Oslo
 Høgskolen i Oslo og Akershus
 Handelshøgskolen BI
 Politi­høgskolen
 Norges Idrettshøgskole
 Markedshøgskolen
 Det teologiske menighetsfakultet
 Lovisenberg Diakonale høgskole
 Arkitektur- og designhøgskolen i Oslo
 Norges Musikkhøgskole
 Norges Informasjonsteknologiske høgskole
 Kunsthøgskolen i Oslo
 Høgskolen Diakonova
 Norges veterinærhøgskole
 Norges Helsehøgskole
 Norsk Gestaltinstitutt
 Høgskolen i Staffeldtsgate
 Norges Dansehøgskole

- Barratt Due Musikk institutt
- Rudolf Steiner høyskole
- Høgskolen for Ledelse og teologi
- Den norske Eurytmihøgskolen
- Folkeuniversitetet sør-øst
- Atlantis Medisinske høyskole
- Bjørknes høyskole
- Westerdals høyskole

8. Hvilket studieprogram er du tilknyttet dette semesteret? _____

9. Hvor ofte leser du studentaviser og/eller studenttidsskrifter?

- Daglig
- Ukentlig
- Månedlig
- Sjeldnere enn Månedlig
- Aldri

10. Hvor fornøyd er du med studentmedietilbudet generelt?

- Svært fornøyd
- Fornøyd
- Verken eller
- Lite fornøyd
- Svært lite fornøyd
- Vet ikke

11. Semesteravgiften blir hvert år fordelt på tiltak for studentene slik som barnehager, helse og velferd. Hva synes du om at noe av semesteravgiften også benyttes til å finansiere studentmedier?

- Svært positiv
- Positiv
- Verken eller
- Negativ
- Svært negativ
- Vet ikke

12. Har du selv vært eller er du nå involvert i et studentmedium?

- Ja Nei

13. Hvor viktig er det for deg å være oppdatert på det som skjer ved ditt lærested?

- Svært viktig
 Viktig
 Verken eller
 Lite viktig
 Svært lite viktig
 Vet ikke

14. Er du eller har du vært aktiv i en studentforening/studentpolitikken?

- Ja Nei

Hvor interessert er du i å lese/lytte til følgende typer stoff i studentmedier?

15. Studentnyheter generelt Svært interessert svært lite interessert

16. Nyheter fra ditt lærested Svært interessert svært lite interessert

17. Kulturtilbud for studenter Svært interessert svært lite interessert

18. Underholdning Svært interessert svært lite interessert

19. Forskningsbasert stoff Svært interessert svært lite interessert

20. Meninger Svært interessert svært lite interessert

21. Musikk Svært interessert svært lite interessert

22. Annet _____

Universitas

23. Har du tilgang til Universitas ved ditt lærested?

- Ja Nei Vet ikke

24. Har du noen gang lest Universitas?

- Ja Nei

25. Beskriv kort ditt inntrykk av Universitas?

26. Beskriv kort hva du kunne ønske å forbedre med Universitas?

27. Hvor ofte leser du Universitas i papirutgave?

- Daglig/ Ukentlig
- Månedlig
- Sjeldnere enn månedlig
- Aldri

28. Hvor ofte leser du Universitas i nettutgave?

- Daglig/ Ukentlig
- Månedlig
- Sjeldnere enn månedlig
- Aldri

29. Hvor viktig er det for deg å ha en avis som Universitas?

- Svært viktig
- Viktig
- Verken eller
- Lite viktig
- Svært lite viktig
- Vet ikke

30. Kan du huske en sak du har lest i Universitas i løpet av de siste fire ukene?

- Ja Nei

31. Hva er din holdning til finansiering av Universitas gjennom midler fra semesteravgiften?

- Svært positiv
- Positiv
- Verken eller
- Negativ
- Svært negativ
- Vet ikke

Hvor interessert er du i å lese følgende typer stoff i Universitas?

32. Studentnyheter generelt Svært interessert svært lite interessert

33. Nyheter fra ditt lærested Svært interessert svært lite interessert

34. Kulturtilbud for studenter Svært interessert svært lite interessert

35. Underholdning Svært interessert svært lite interessert

36. Forskningsbasert stoff Svært interessert svært lite interessert

37. Meninger Svært interessert svært lite interessert

38. Annet _____

39. Følger du Universitas på sosiale medier (eksempelsvis Facebook, Twitter etc)?

Ja Nei Vet ikke

40. Hvis du følger Universitas på sosiale medier, vil du si at dette er en viktig kilde til informasjon om Universitas?

Ja Nei Vet ikke Følger ikke Universitas på sosiale medier

Inside

41. Har du tilgang til Inside ved ditt lærested?

Ja Nei Vet ikke

42. Har du noen gang lest Universitas?

Ja Nei

43. Beskriv kort ditt inntrykk av Inside?

44. Beskriv kort hva du kunne ønske å forbedre med Inside?

45. Hvor ofte leser du Inside i papirutgave?

- Ukentlig
 Månedlig
 Sjeldnere enn Månedlig
 Aldri

46. Hvor viktig er det for deg å ha en avis som Inside?

- Svært viktig
- Viktig
- Verken eller
- Lite viktig
- Svært lite viktig

47. Kan du huske en sak du har lest i Inside i løpet av de siste fire ukene?

- Ja Nei

48. Hva er din holdning til finansiering av Inside gjennom midler fra semesteravgiften?

- Svært positiv
- Positiv
- Verken eller
- Negativ
- Svært negativ
- Vet ikke

Hvor interessert er du i å lese følgende type stoff i Inside?

49. Studentnyheter generelt Svært interessert ———— svært lite interessert

50. Nyheter fra ditt lærested Svært interessert ———— svært lite interessert

51. Kulturtilbud for studenter Svært interessert ———— svært lite interessert

52. Underholdning Svært interessert ———— svært lite interessert

53. Forskningsbasert stoff Svært interessert ———— svært lite interessert

54. Meninger Svært interessert ———— svært lite interessert

55. Annet _____

56. Følger du Inside på sosiale medier (eksempelsvis Facebook, Twitter etc)?

- Ja Nei Vet ikke

57. Hvis du følger Inside på sosiale medier, vil du si at dette er en viktig kilde til informasjon om Inside?

- Ja Nei Vet ikke Følger ikke Inside på sosiale medier

Argument

58. Har du tilgang til Argument ved ditt lærested?

Ja Nei Vet ikke

59. Har du noen gang lest Argument?

Ja Nei

60. Beskriv kort ditt inntrykk av Argument?

61. Beskriv kort hva du kunne ønske å forbedre med Argument?

62. Hvor ofte leser du Argument i papirutgave?

- Ukentlig
- Månedlig
- Sjeldnere enn månedlig
- Aldri

63. Hvor ofte leser du Argument i den nedlastbare nettutgaven?

- Ukentlig
- Månedlig
- Sjeldnere enn månedlig
- Aldri

64. Hvor viktig er det for deg å ha et tidsskrift som Argument?

- Svært viktig
- Viktig
- Verken eller
- Lite viktig
- Svært lite viktig

65. Kan du huske en sak du har lest i Argument i løpet av de siste fire ukene?

Ja Nei

66. Hva er din holdning til finansiering av Argument gjennom midler fra semesteravgiften?

- Svært positiv
- Positiv
- Verken eller

- Negativ
 Svært negativ
 Vet ikke

Hvor interessert er du i å lese følgende type stoff i Argument?

67. **Studentnyheter generelt** Svært interessert ---- svært lite interessert
68. **Nyheter fra ditt lærested** Svært interessert ---- svært lite interessert
69. **Kulturtilbud for studenter** Svært interessert ---- svært lite interessert
70. **Underholdning** Svært interessert ---- svært lite interessert
71. **Forskningsbasert stoff** Svært interessert ---- svært lite interessert
72. **Meninger** Svært interessert ---- svært lite interessert
73. **Annet** _____
74. **Følger du Argument på sosiale medier (eksempelsvis Facebook, Twitter etc)?**
 Ja Nei Vet ikke
75. **Hvis du følger Argument på sosiale medier, vil du si at dette er en viktig kilde til informasjon om Argument?**
 Ja Nei Vet ikke Følger ikke Argument på sosiale medier

Radio Nova

76. **Vet du hvordan du får tilgang til Radio Nova ?**
 Ja Nei
77. **Har du noen gang hørt Radio Nova ?**
 Ja Nei
78. **Beskriv kort ditt inntrykk av Radio Nova ?**

79. **Beskriv kort hva du kunne ønske å forbedre med Radio Nova?**

80. **Hvor ofte hører du på Radio Nova?**
 Daglig
 Ukentlig

- Månedlig
- Sjeldnere enn månedlig
- Aldri

81. Hvor viktig er det for deg å ha en radiokanal som Radio Nova?

- Svært viktig
- Viktig
- Verken eller
- Lite viktig
- Svært lite viktig
- Vet ikke

82. Kan du huske noe du har hørt på Radio Nova i løpet av de siste fire ukene?

- Ja Nei

83. Hva er din holdning til finansiering av Radio Nova gjennom midler fra semesteravgiften?

- Svært positiv
- Positiv
- Verken eller
- Negativ
- Svært negativ

84. Hvis du hører på Radio Nova, hvilket format benytter du oftest?

- FM
- DAB+
- Nettradio
- Gjennom nettsidene
- Podcast
- Benytter flere av de nevnte formatene like ofte
- Vet ikke /hører ikke på Radio Nova

Hvor interessert er du i å høre følgende type stoff på Radio Nova?

85. Studentnyheter generelt Svært interessert ———— Svært lite interessert

86. Nyheter fra ditt lærested Svært interessert ———— Svært lite interessert

-
87. **Kulturtilbud for studenter** Svært interessert ———— Svært lite interessert
88. **Underholdning** Svært interessert ———— svært lite interessert
89. **Forskningsbasert stoff** Svært interessert ———— Svært lite interessert
90. **Meninger** Svært interessert ———— Svært lite interessert
91. **Musikk** Svært interessert ———— Svært lite interessert
92. **Annet** _____
93. **Følger du Radio Nova på sosiale medier (eksempelsvis Facebook, Twitter etc)?**
 Ja Nei Vet ikke
94. **Hvis du følger Radio Nova på sosiale medier, vil du si at dette er en viktig kilde til informasjon om Radio Nova?**
 Ja Nei Vet ikke Følger ikke Radio Nova på sosiale medier
95. **Tusen takk for din tilbakemelding. Vennligst legg igjen din e-post adresse hvis du ønsker å være med i premietrekningen:** _____