

Resume af

første møde i emnegruppen om brugsadfærd

torsdag den 24. februar 2005

1. Til stede

Carsten Andreasen	TNS Gallup
Lone Ellebo	Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening (DRRB)
Jon Lund	Foreningen af Danske InternetMedier (FDIM)
Claus Schmidt	clsc.net
Thomas Schnoor	TNS Gallup
Preben Sørensen	Det Ny Public Service Råd
Erik Nordahl Svendsen	Mediesekretariatet
Kaj Kammer Madsen	Mediesekretariatet

Formålet med dette papir er at gøre rede for de emner, ideer og synspunkter, der kom op på mødet med fokus på hvordan de bedst muligt kan indarbejdes i det videre arbejde med udviklingen af statistikbanken og på længere sigt en medieportal.

2. Diskussion af oplæg

De traditionelle medier, radio og tv er godt dækket ind af Gallups surveys hvad angår brugsadfærd. Derfor blev fokus på mødet rettet mod de nye adgangsveje til medieindhold herunder primært internettet.

Tv er dækket godt ind af tv-meter undersøgelsen og radio af radio-index undersøgelsen. I næste fase af projektet bliver en af opgaverne at ”plukke” fra resultaterne af disse undersøgelser til databanken.

Der var bred enighed om at betragte internettet som medie på linje med radio og tv. Internettet er ikke længere noget ”kantmedie”.

Typen af internetsider

Det er i dag muligt at identificere forskellige typer af internetsider. I realiteten er internettet det mest målbare medie, hvilket i mange sammenhænge hurtigt kan lede til metodemæssige problemer, når det kommer til systematiske opgørelser over indholdet.

En afgrænsning af medieindholdet på internettet (mediehjemmesider) vil fx omfatte nyhedssider og spil. De fleste nyhedsinternetsider er vokset ud af traditionelle medievirksomheder. Kun nogle få, så som Altinget” er ”rene” internetvirksomheder.

Gallup målinger af internettet

Gallup foretager i dag, sammen med FDIM og DRRB systematiske opgørelser over brugen af internettet i NetBehaviour systemet. Her opgøres trafikken på de ca. 30 hjemmesider, der er med i FDIM. Trafikken på disse sider skønnes at udgøre ca. 95 pct. af den samlede internettrafik. Statisti-

ske opgørelser, der bygger på data fra NetBehaviour, vil derfor dække en meget stor del af trafikvolumenen, mens den ikke vil sige noget om nettets mangfoldighed.

De oplysninger, som Gallup/FDIM indsamler, om unikke besøgere, antal besøg og i en vis udstrækning den tid, der bruges på siderne, knyttes til udbydereheder, der er defineret på basis af at de udbyder en ”udgivelse” analogt med de traditionelle trykte medier (fx et tidsskrift).

Der var tilslutning til at starte med at søge at inddrage opgørelser fra NetBehaviour i statistikbanken og derfra arbejde videre med at finde løsninger på en endnu mere dækkende statistisk belysning af net-brugsadfærden. Mediesekretariatet får stillet adgang til NetBehaviour gennem InfoSys til rådighed.

I NetBehaviour kombineres data om nettrafik på de omfattede sider med data for et Gallup panel bestående af 5.000 repræsentativt udvalgte personer. Panelet er en delmængde af GallupForum. Herved er det muligt at fordele internettrafik på en demografisk profil for internetbrugere. NetBehaviour er et slags internettets TV-Meter.

Der var tilslutning til at lægge ud med at afgrænse Nyhedshjemmesider som delmængde af internetaktiviteten (og dermed internetbrugen). Der er her tale om et område, der uproblematisk falder inden for medieområdet. I Gallup/FDIMs målinger (NetBehaviour) er det muligt at afgrænse rene nyhedshjemmesider og de sider på DR og TV2s hjemmesider, der er nyhedssider. Hvis det viser sig overkommeligt, sigtes der efter at få statistik baseret på NetBehaviour med i demo-versionen af statistikbanken, der efter planen er parat primo maj 2005.

Dansk Internet Index

Dansk Internet Index (DIX), som laves af FDIM, blev berørt. Indexet er et vejet gennemsnit for de 20 største internetsider. Det har kørt i 5 år og kan derfor levere den længste tidsserie for måling af internetaktivitet. Det skal med i overvejelserne, om det skal med i medie-statistikbanken.

Mediedagen

Et centralt spørgsmål er: ”Hvad er medieforbruget fordelt på døgnet 24 timer?” I 2004 gennemførte Gallup i samarbejde med DRRB en undersøgelse kaldet ”Mediedagen”, hvor godt 1.000 personer i alderen 18-50 år oplyste om deres forbrug af alle medier over to hele døgn – kvarter for kvarter. Desuden registreres, om brugen af mediet var primær-, sekundær eller endda tertiær aktivitet. Undersøgelsen er således en døgnrytmeundersøgelse og giver et billede af medieforbruget hen over et døgn 24 timer. Det skal undersøges hvordan resultaterne af denne undersøgelse kan undgå i medie-statistikbanken. Et centralt medierelateret spørgsmål til denne undersøgelse er i hvor høj grad internettet erstatter det traditionelle medieforbrug.

Apparater

Brugen af internettet er knyttet til et apparat. Computeren er p.t. det primære apparat til adgang til internettet, men det vil givetvis ændre sig meget med tiden. Foruden adgangsgiver til internettet bliver computeren i stigende grad brugt til at lytte radio og se tv på/med (evt. koblet til et tv apparat).

Udgangspunkt i spørgsmål

Ved fastlæggelse af indholdet af internetmålinger i statistikbanken er det vigtigt at tage udgangspunkt i spørgsmål om hvad det er man ønsker oplysninger om – i modsætning til at arbejde ud fra hvilke data der er tilgængelige. Indholdet er naturligvis afhængig af hvad der er data for, men det

bedst organiserede og strukturerede indhold kommer erfaringsmæssigt ud af en proces, der tager udgangspunkt i spørgsmål, man ønsker svar på.

Overordnet var der enighed om, at de centrale mål for brugen af alle medier er dækket af spørgsmål om 1) dækning (hvor langt når mediet ud pr. dag eller pr. uge), 2) tidsforbrug og evt. 3) frekvens (hvor hyppigt). Men når det bliver mere konkret og detaljeret er det vigtigt at holde fast ved princippet om at definere statistikken ud fra konkrete spørgsmål.

Forskellige målgrupper vil stille forskellige spørgsmål. Indholdet skal rette sig mod at kunne besvare spørgsmål fra såvel centraladministrationen som "fru Jensen", branchen, uddannelsesinstitutioner og forskningsverdenen.

3. Projektplanen

Projektplanen blev kort berørt. Der var igen tilslutning til strategien om at fokusere på at få etableret en demo-version af statistikbanken i pilot-fasen, der løber frem til sommer 2005. Projektplanen bliver påvirket af at Kaj Kammer forlader projektet i august 2005 for at tiltræde et 1-årigt job som projektleder på et EU-statistikprojekt i Zagreb, Kroatien. I løbet af foråret vil der blive udarbejdet en revideret plan for projektets videreførelse.

4. Eventuelt

Næste møde i emnegruppen er planlagt til medio juni 2005