

Resume af halvdags-seminar om mediestatistik

Torsdag den 23. september 2004-09-23

Velkomst

v. Erik Nordahl Svendsen, direktør for Mediesekretariatet

Erik Nordahl Svendsen bød velkommen og pointerede at formålet med seminaret var at få overblik over området og at skabe kontakter. Han udtrykte håbet om at et af resultaterne med seminaret ville blive en række emnegrupper, der kunne sikre en effektiv kommunikation i projektet.

Om behovet for en mediestatistik i Danmark

v. kontorchef Sune Rahn, Videnskabsministeriet

Initiativet til at starte mediestatistikprojektet blev taget fordi ministerierne manglede det statistiske overblik over området. I forbindelse med politikudvikling er det ikke muligt at følge udviklingen. Der er masser af oplysninger og tal rundt omkring, men ingen samlet offentlig tilgængelig statistik som fx i Norge og Sverige.

Der er en stigende efterspørgsel på statistik om medieområdet fx fra EU. Statistikken skal bruges til at følge og dokumentere udviklingen. Fra ministeriets side er hensigten en generel videnopbygning for at identificere og monitorere indsatsområder og for at dokumentere behov for og følge op på indsatser.

Medie Norge

v. Nina Bjørnstad, projektleder for MedieNorge ved Institut for Informations- og Medievitenskaber, Bergen

Formålet med Medie Norge er at belyse medieudviklingen hvilket betyder at enkeltstående undersøgelser ikke indgår (se i øvrigt præsentationen på Mediesekretariatets hjemmeside).

Alle medier er med, både de elektroniske og de trykte. MedieNorge omfatter således både aviser, ugepresse, fagpresse, bøger, tv, radio, fonogrammer, film, video og internet. Der er ca. 40 kilder. Det meste er gratis at benytte, men der opfordres kraftigt til at originalkilden angives ved brug af statistik. Der er lagt meget vægt på at have links til kilderne. Databasen rummer hovedsageligt statistik, men der er også metodebeskrivelser. To gange om året udgives der et nyhedsbrev. Hvis der kan skaffes finansiering udgives der også bøger med fx temaartikler. Der lægges stor vægt på tidsrækker. Der er tal tilbage til 1992.

Hjemmesiden bruges hovedsageligt af offentlige myndigheder, brancheaktører, journalister, forskere og studerende. Pr. dag er der i snit 58 forskellige brugere. Pr. år er der ca. 67.000 træf hvoraf ca. 24.000 er aktive. Der er et tæt samarbejde med Nordicom og med det norske statistikbureau. I lighed med det danske projekt startede MedieNorge fordi det norske Kulturdepartement manglede information til politikudvikling.

MedieNorge startede med et forprojekt, hvor det blev afdækket hvad der fandtes af data. Der har hele vejen igennem været tilknyttet en referencegruppe med både folk fra branchen og forskere.

Placeringen på Bergens Universitet blev valgt bl.a. på grund af nærheden til det mediefaglige miljø og fordi det sikrede neutralitet.

På nordisk plan er der en samarbejdsgruppe om mediestatistik. MedieNorge indgår i det nordiske samarbejdsforum Nordicom, hvor der er oprettet en gruppe om mediestatistik.

Medie Norge har et årligt budget på 1,2 mil. Der er ansat 3 medarbejdere (2 årsværk). Der er stor samarbejdsvilje fra dataleverandørernes side. Samarbejdet er dækket af såvel formelle som uformelle aftaler.

Der bliver lagt stor vægt på kvalitetssikring og dokumentation fx af sammenlignelighed over tid. MedieNorge har selv udviklet it-løsningen for sit web-site. Begrundelsen er at der herved opnås fuld kontrol over sitets opdatering og udvikling. Tabelleringen foregår dynamisk.

Det danske projekt 1

v Julie Haagen, specialkonsulent Mediesekretariatet

Julie Haagen gennemgik det udsendte baggrundsnotat (se notatet og præsentationen på Mediesekretariatets hjemmeside).

Fortsat om datagrundlaget

v Keld Nielsen direktør TNS Gallup

Siden 1992 har Gallup belyst husstandenes bestand af apparater og udstyr i Annual Survey. Denne undersøgelse danner grundlag for sammensætningen af Tv-meter panelet og er finansieret af de danske tv stationer, som har eksklusivret over den. Radioundersøgelsen, som er baseret på dagbøger og telefoninterviews er ikke eksklusiv.

Hovedvægten i præsentationen blev lagt på fremtiden. Hvordan ser de nye udfordringer til måling af forbruget ud? Hvordan måles på konvergens-/kombinationsteknologier? Diverse nye digitale terminaler og distributionsplatforme via satellit og kabel fx bredbånd bliver stadig mere udbredte. Med udbredelsen af diverse spil over diverse teknologier introduceres der nye pengestrømme, som der vil være interesse for at måle. Med konvergensteknologierne vil der i stigende grad opstå tværmedielle mediehuse. Konvergensudviklingen gør det således mere komplekst at måle folks medieforbrug. BFE indgår som katalysator i denne udvikling.

Hvad angår måling af forbrug har Gallup valgt på sigt at overgå til at måle på personer i stedet for at måle på apparater. Det gør det muligt at måle forbrug der ikke foregår hjemme. Der kan også måles på returvejsdata ved at indsamle data om hvad set-top-boksen foretager sig. Endelig er der iværksat et forsøg i England med 20.000 SkyDigital husstande (præsentationen er tilgængelig på Mediesekretariatets hjemmeside).

Fortsat om datagrundlaget

v Helle Månsson, specialkonsulent Danmarks Statistik

Opdelt på Udbud og efterspørgsel kan mediedata om udbud grupperes i data om produkter, hvor der er en ganske detaljeret dækning på virksomhedsniveau, og serviceydelser, som er vanskeligt at be-

lyse. Efterspørgselen belyses af Danmarks Statistik primært gennem en interviewundersøgelse af befolkningens it-anvendelse og i Forbrugsundersøgelsen.

Når det kommer til registeropgørelser sker udpegning af virksomheder typisk på basis af branchetilhørsforhold. Med den hidtidige branchenomenklatur (DB-93) er det kun i meget begrænset udstrækning muligt at identificere rene medie-branche grupper. Med den nye DB-03, der træder i kraft fra og med 2003, er mulighederne bedre, men langt fra tilstrækkelige - set fra et mediesynspunkt. Næste revision kommer i 2007. Her er der lagt op til en ganske detaljeret opdeling af medieområdet. Malene Rafn, Producentforeningen pointerede at tv- og filmproducenter er vanskelige at identificere.

Statistik over registrerede virksomheder kan også laves på basis af en liste over de virksomheder der ønskes omfattet af statistikken. At være med i er registrer kan imidlertid fx forudsætte at en virksomhed har lønnet beskæftigelse.

Internationalt er COINS databasen, der hovedsageligt er baseret på oplysninger fra IT- og Telestyrelsen, central. EU's AUVIS survey er stoppet af Kommissionen. Lars Banke, Kulturministeriet gjorde opmærksom på det Europæiske Audiovisuelle Observatorium, og Erik Nordahl Svendsen pegede på at observatoriet senest har udgivet en fembinds årbog for 2003. (Præsentationen er tilgængelig på Mediesekretariatets hjemmeside).

Det danske projekt 2

v Julie Haagen, og Kaj Kammer Madsen, Mediesekretariatet

Erik Nordahl Svendsen åbnede punktet med at præsentere Kaj Kammer Madsen, som skal vikariere for Julie Haagen i ni måneder fra 1. oktober 2004.

Julie Haagen skitserede kort rammerne for statistikprojektet. Det er målsætningen at have en første demoversion af en ny dansk internetbaseret statistikbank klar til foråret 2005.

Kaj Kammer Madsen lagde ud med at fortælle lidt om sig selv. Han har arbejdet i Danmarks Statistik i knap 20 år, det sidste år som udstationeret til Riga, hvor han har været daglig leder af et EU statistikprojekt. Før han tog til Riga arbejdede han bl.a. med en registerbaseret kortlægning af den audiovisuelle sektor.

Et grundlæggende princip for arbejdet de næste 9 måneder vil blive at få en brugbar statistikbank op at stå hurtigst muligt og at undgå at fortabe sig i detaljer i de vanskeligere sider af projektet. Der skal hurtigst muligt udarbejdes en projektplan i tæt samspil med styregruppen. Arbejdet i projektet skal ske i samarbejde med alle aktører på medieområde og med Danmarks Statistik. Der vil endvidere blive lagt vægt på den internationale vinkel.

Projektet bliver delt op i faser. I første fase vil der blive sat fokus på de områder hvor data er lettest tilgængelig med henblik på at indgå aftaler om dataleverancer. Dette skal ske med behørig hensyntagen til de prioriteringer der findes mht. hvilke områder der er vigtigt at få oparbejdet statistik for. Sideløbende hermed vil der ske en overordnet konceptuel præcisering af projektet og en afklaring af hvilken teknisk løsning der skal vælges for statistikbanken.

I de efterfølgende faser skal der arbejdes ind på de områder der er sværere tilgængelige hvad angår adgang til data. Det være sig områder der p.t. ikke er dækket af dataindsamling og områder hvor der sker dataindsamling, men hvor der er en vis tilbageholdenhed med hensyn til at stille data til rådighed for en offentlig frit tilgængelig statistik. På sigt kan der blive tale om at Mediesekretariatet selv går ind i dataindsamling. Endelig er målsætningen at statistikbanken på sigt også skal omfatte de trykte medier.

Konkret kan man forestille sig en start hvor

1. dataindsamling og –validering og evt. databehandling - i form af aggregeringer - sker hos aktørerne, mens
2. kontrol af indberetningerne, omformning til et fælles format samt opdatering og vedligeholdelse af statistikbanken sker i Mediesekretariatet.

Diskussion

Frands Mortensen, Århus Universitet pointerede tidligt i seminaret at de trykte medier også burde indgå i en mediestatistik. Det man ser nu er at konvergensen fører til at der opstår mediehuse, der benytter både trykte og elektroniske medier. *Ebbe Dal*, Danske Dagblades Forening supplerede og understregede at dagbladene hører med i konvergensen. *Sune Rahn* var enig, men fastholdt at projektet skulle starte op med kun at omfatte de elektroniske medier.

I det følgende gengives den afsluttende diskussion omkring de temaer der var oppe.

Jon Lund, Foreningen af Danske InternetMedier pointerede at brugen af Internet er fortsat stigende. Foreningen laver et Internetindex og er meget åben over for at indgå i et samarbejde med Mediesekretariatet om at stille resultater til rådighed i en statistikbank.

Ebbe Dal understregede sammensmeltningen af de elektroniske og de trykte medier. Han anbefalede at der fra starten blev lavet et overblik over sammenhængen mellem de to typer medier. *Kaj Kammer Madsen* var enig i behovet for en sådan analyse men foreslog at initiativet til at lave den blev taget i forskerkredsen. Mediestatistikprojektet er ikke lagt op til at det kunne rumme en større teoretisk udredning i starten. Hovedvægten skal ligge på en mere pragmatisk indsamling og formidling af statistisk information for medieområdet. Denne holdning blev bakket op fra salen.

Med afsæt i MedieNorges succes med at være en slags ”vagthund” over for den statistik, der produceres hos medieaktørerne, opfordrede *Frands Mortensen* til at Mediesekretariatet påtog sig den samme opgave. Han understregede endvidere vigtigheden af at en sådan statistik blev lavet af en institution, der er anset for at være uafhængig, og understregede at han mente at Mediesekretariatet lever op til dette kriterium. Dette synspunkt blev bakket op fra salen.

Lars Banke, Kulturministeriet gjorde opmærksom på at en følgegruppe/Styregruppen også er med til at støtte uafhængigheden. *Nina Bjørnstad* fortalte at MedieNorge har en referencegruppe, hvor der fra starten var en blanding af personer repræsenterende såvel kilder som brugere, men at man over tid har ændret denne balance til kun at have brugere med.

Der udspandt sig en diskussion om hvad der er årsagen til at mediestatistikken er så svag i Danmark sammenlignet med fx de andre nordiske lande. Et synspunkt var at magtfulde aktører - såvel kommercielle som politiske - ikke har ønsket for meget styring, og at midler, der har været givet tilsagn

om fra Statsministeriet, ikke er blevet grebet af forskningsmiljøerne. En anden årsag, der blev peget på, er at forskningen er hovedsageligt humanistisk.

Søren B. Sørensen, FDA ønskede at vide om Mediesekretariatet bliver hjemsted for statistikbanken og om der er penge til at udvikle mediestatistikken. Vil de områder der ikke selv har råd til at finansiere dataindsamling blive udeladt til fordel for de økonomisk stærke områder?

Til dette spørgsmål oplyste *Erik Nordahl Svendsen* at der skal arbejdes videre med kortlægningen af projektets økonomi i styregruppen. Mediesekretariatet vil ikke foretage dataindsamling i fase 1. Her vil hovedvægten blive lagt på åbning af eksisterende databaser fx fra Copy Dan.

Per Jauert, Århus Universitet fremhævede MedieNorges tilgængelighed og opfordrede til at give en dansk internetbaseret mediestatistik en enkel og brugervenlig udformning, så den ikke blev for kompliceret at gå til, og i realiteten kun blev for specialister. Hertil oplyste *Kaj Kammer Madsen* at Mediesekretariatet konkret har en teknisk løsning, der ligger meget tæt op ad den der benyttes af Danmarks Statistik i tankerne, og at denne løsning efterhånden benyttes i alle led i uddannelsessystemet.

Helle Månsson opfordrede til at der blev lagt forklaringer på alle specialudtryk og forkortelser på Mediesekretariatets hjemmeside. *Nina Bjørnstad* oplyste at MedieNorge fx havde lavet et newsletter med titlen "Hvad er digital tv?" hvor man har forklaret alle specialudtrykkene omkring digital tv.

Brit Beck, Medierådet for Børn og Unge opfordrede til at tænke medier bredt. Fx fylder de forskellige former for mobiltelefoner meget i især de unges liv. *Erik Nordahl Svendsen* var enig i at der også er konvergens til telesiden. Her har Telestyrelsen en del statistik. Omvendt er det nødvendigt at understrege at projektet ikke er et forskningsprojekt, men et projekt der leverer basisviden til fx forskningen. *Nina Bjørnstad* fortalte at MedieNorge skelner klart mellem statistik og analyse. Her skaffer man datagrundlag og formidler kontakt mellem dem der henvender sig.

Per Jauert opfordrede til ikke at opfinde den dybe tallerken en gang til men fx at huske at trække på de erfaringer der er gjort i Nordicom. Han opfordrede endvidere til, at der blev lavet tematiske analyser på nordisk plan.

Frands Mortensen rejste spørgsmålet om hvilke hypoteser der styrer de kategorier der arbejdes med og indsamlingen af data. Hvilke baggrundsvariabler ville vi samle ind efter i dag, hvis vi ikke blot ville gentage de traditionelle metoder?

Eva Harrie, Nordicom fortalte at man i Sverige har tradition for at følge op på ad hoc undersøgelser.

Kate Lindahl, BFE tilbød adgang til en stor database som foreningen har etableret med såvel historiske tal som prognoser. Databasen er baseret på leverandørindberettede salgstal som dækker ca. 80 pct., og som er suppleret op med tal fra Gallup.

Thomas Tessen, Danmarks Statistik fortalte afslutningsvis om et projekt, Danmarks Statistik arbejder med for Kulturministeriet om en strategi for en fremtidig kulturstatistik. Projektet er startet op med at skabe et overblik over de variabler, der indgår i eksisterende statistikker. Intentionen er at skabe mulighed for at lave sammenlignelighed på tværs af eksisterende statistikker og at få et over-

blik over registermuligheder. Målet er en fælles portal for kulturstatistik, der skal rumme både statistik og analyser.

Opsamling

v. Erik Nordahl Svendsen

Erik Nordahl Svendsen rundede af med at takke alle for et stort engagement og for de mange tilsagn om aktiv deltagelse i bestræbelserne på at få etableret en samlet dansk mediestatistik. Han understregede vigtigheden af at få et fælles ejerskab. Nu hvor projektet er kommet i gang regner han med at Danmark forholdsvis hurtigt vil komme på omgangshøjde med Norge og Sverige.

Når Danmark er noget bagefter på dette område, mente han det skyldtes andre administrative strukturer, fx at de trykte og de elektroniske medier hører under forskellige ministerier i Danmark, og at den danske medieforskning er svagt udviklet inden for samfundsvidenskaberne.

De hidtil adskilte brancher inden for medieområdet oplever et stigende informationsbehov efterhånden som de smelter sammen. Det er vigtigt at have fokus på kvalitetssikring og at prioritere på det korte sigt. Der vil nu blive lavet en handlingsplan for de næste 9 måneder, og Mediesekretariatet ser frem til samarbejdet i de 5 emnegrupper.

Kaj Kammer Madsen

Tlf. 3318 6852

E-post kkm@mediesekretariat.dk