



Brugerundersøgelse af
demografi, kvalitet og frekvens

Udarbejdet af:

Tommy Loberg Jøns, Adam Anker-Møller og Jens Skriver Steffensen

Juni 2012

Indhold

Om denne undersøgelse	2
Demografi:.....	2
Kendskab til AaBinside	5
Vurdering af delelementer	6
Videointerviews på farten – journalistisk kvalitet.....	7
Videointerviews – Teknisk kvalitet.....	9
Videointerviews – frekvens	11
Kort- og datajournalistik - Journalistisk kvalitet	12
Kort- og datajournalistik – frekvens	13
Twitterdækning – journalistisk kvalitet	14
Twitterdækning – frekvens.....	16
Mobildækning – journalistisk kvalitet	17
Mobildækning – frekvens.....	19
Spillerprofiler og startopstilling	20
Spillerprofiler og startopstilling – frekvens	21

Om denne undersøgelse

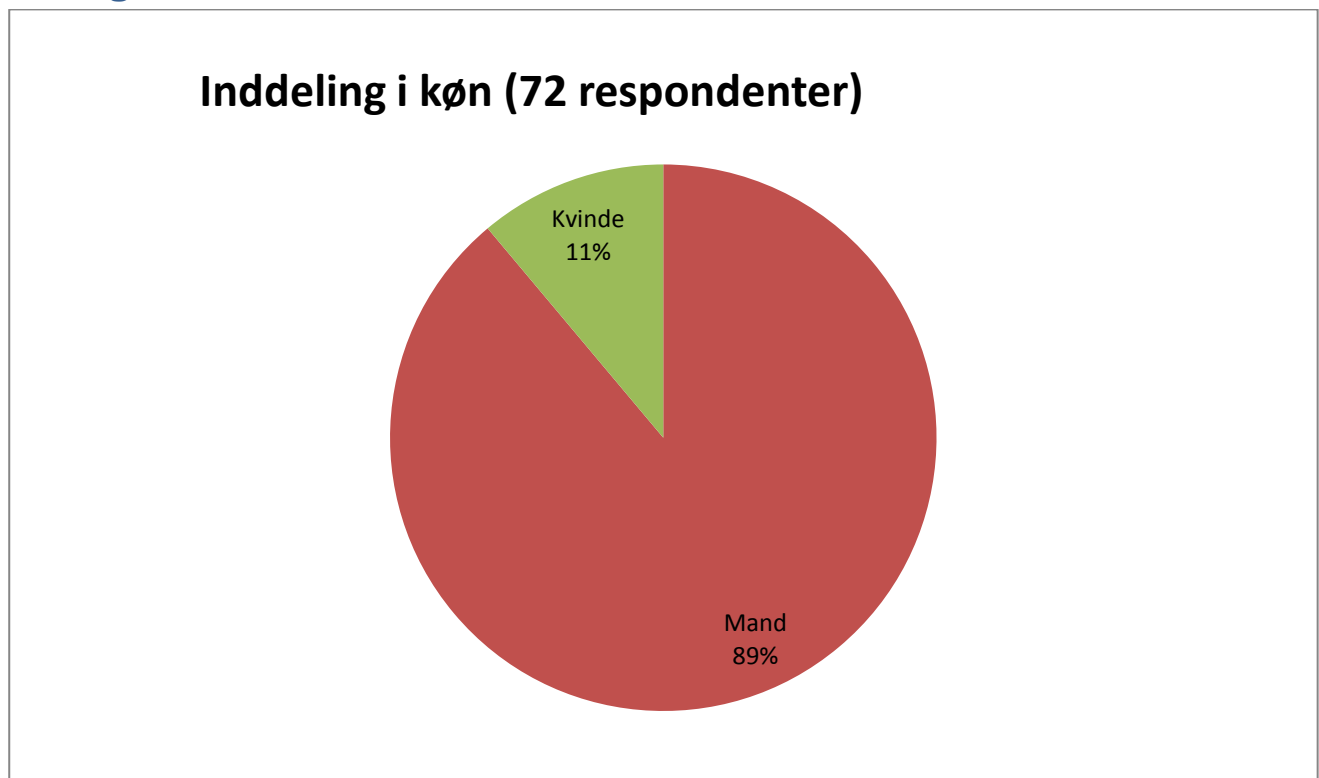
Vores brugerundersøgelse undersøger brugernes kendskab til AaBinside. Den undersøger hvor brugeren først har fået kendskab til projektet, samt på hvilke andre platforme brugeren har oplevet AaBinside.

Undersøgelsen dykker også ned i brugernes vurdering af centrale elementer i projektet og lader dem vurdere den journalistiske kvalitet af de enkelte elementer samt deres ønsker for en fremtidig frekvens af de enkelte elementer.

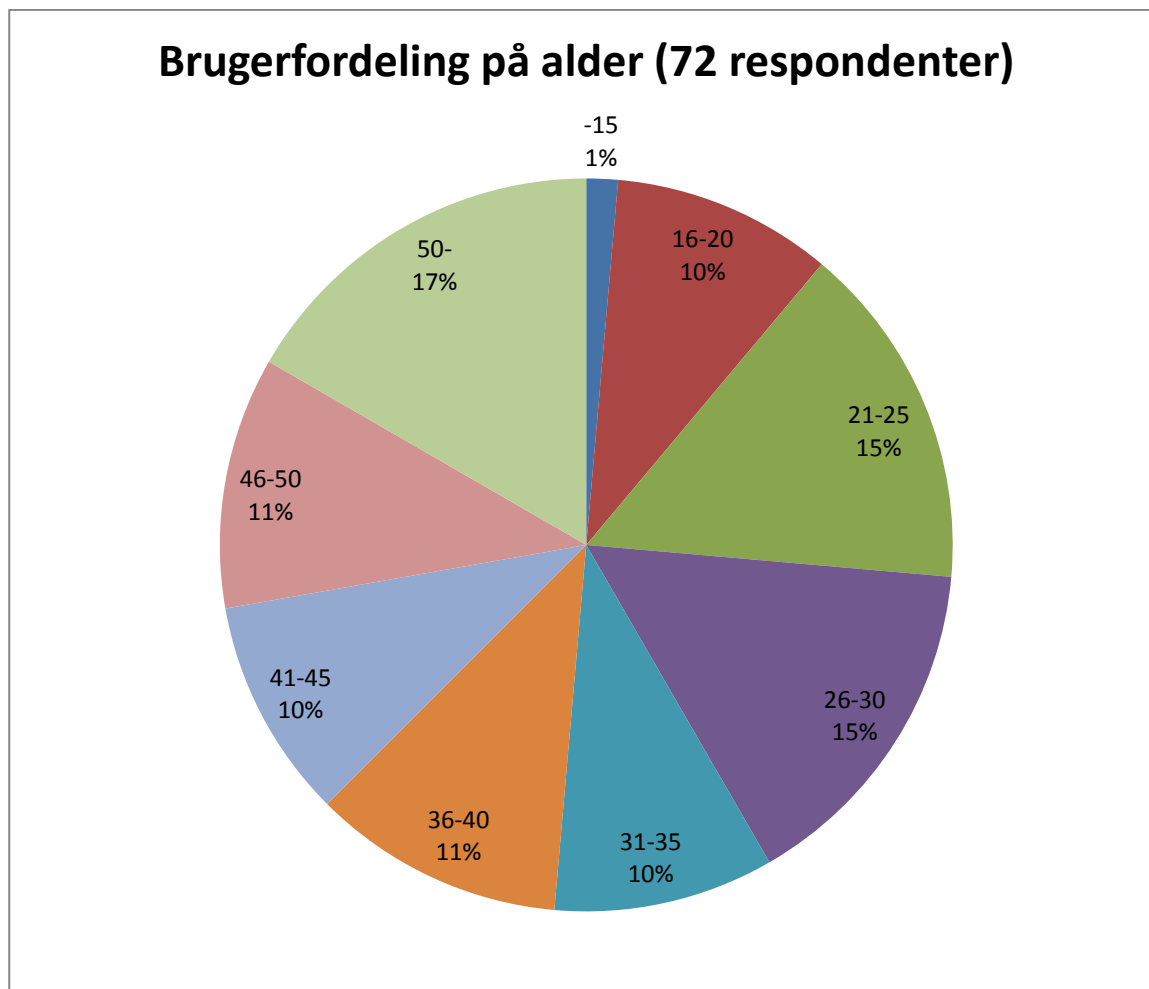
Demografisk inddeler undersøgelsen brugerne på tre parametre: Køn, alder og hvor store AaB-fans de vurderer sig selv som.

Undersøgelsen har modtaget 78 svar i dagene 27. maj til 1. juni. Seks af respondenterne svarede indledningsvis, at de ikke havde kendskab til AaBinside, og er derfor ikke medtaget i følgende.

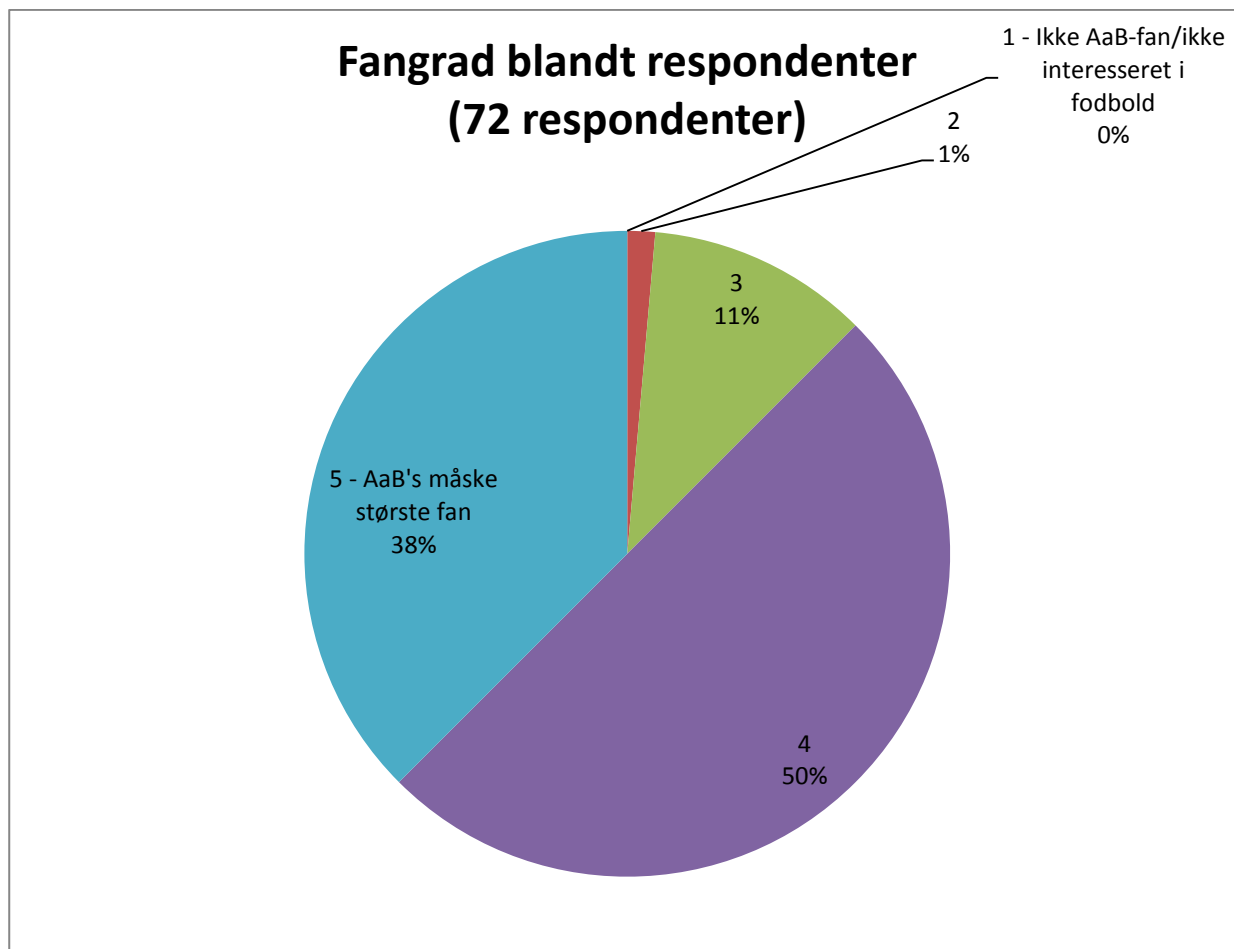
Demografi:



Undersøgelsen viser en meget klar overvægt af mænd som brugere af AaBinside. Det er ikke overaskende og formentlig ikke en overvældende forskellig kønsfordeling i forhold til den nuværende brugerskare af sportsjournalistik på nordjyske.dk.



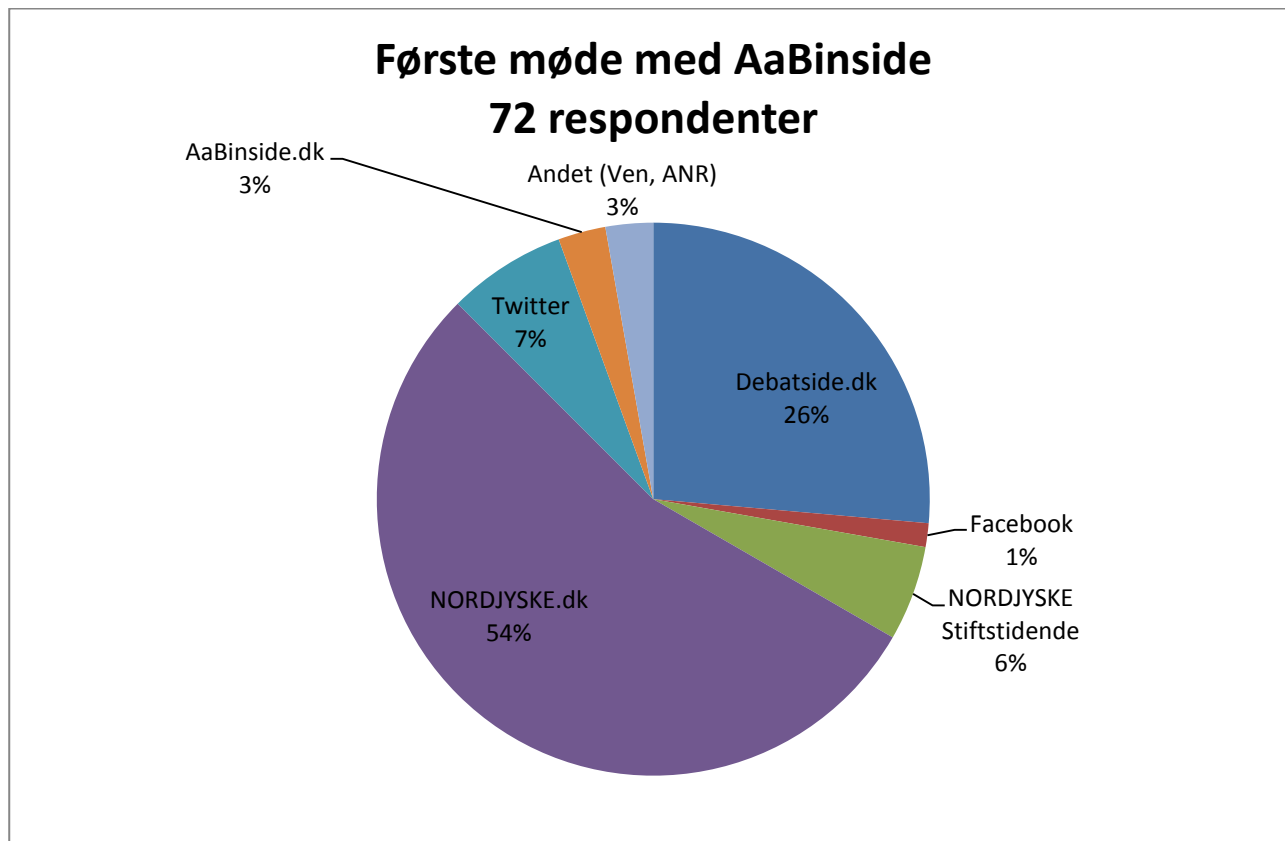
Aldersfordelingen blandt respondenterne er overraskende jævn med undtagelsen at kun 1 af 72 respondenter er under 15 år. De største grupper er henholdsvis personer på over 50 år (17 %), 21-25-årige (15 %) og 26-30-årige (15 %). Samlet set udgør personer på 40 år eller mindre 62 % af respondenterne. De sidste 38 % udgøres af personer på 41 år eller mere – og personer på mere end 50 år udgør som skrevet tidligere 17 %.



Blandt de 72 respondenter ses en klar tendens i forhold til deres tilhørsforhold til AaB. Ingen af respondenterne er ikke AaB-fans og kun en enkelt kategoriserer sig selv som 2'er fan på skalaen fra 1-5. Hele 38 % kæmper internettet om titlen som AaB's måske største fan og 50 % ser sig selv som 4'ere på skalaen. Disse to grupper lagt sammen udgør 88 % af respondenterne, og det er derfor oplagt at antage, at en meget stor del af målgruppen har en stor indsigt i klubben (eller et ønske herom). Det kan derfor også antages, at denne gruppe holder sig meget opdateret på hvad der foregår i og omkring klubben.

Kendskab til AaBinside

Brugerundersøgelsen er udbredt via tre medier. Henholdsvis Nordjyske.dk/AaBinside.dk, debatside.dk (fanforum for AaB Support Club) og Twitter. Det kan derfor, før resultaterne fremlægges, bemærkes, at resultaterne af denne del af undersøgelsen ikke nødvendigvis er komplet retvisende.



Over halvdelen af brugerne har fået kendskab til AaBinside via en artikel, en artikelhenvielse eller et banner på NORDJYSKE.dk. Resultatet er ikke overraskende, og viser at hjemmesiden er nærmeste metode at indfange brugere af en ny underside på.

Det er imidlertid overraskende at kun 6 % af brugerne har fået kendskab til AaBinside via NORDJYSKE Stiftstidende. Som skrevet ovenfor diagrammet kan udbredelsesmetoden for spørgeskemaet have indflydelse her på, men er resultatet validt viser det med stor tydelighed, at avislæserne ikke let lader sig overtale til at afprøve nye medier.

26 % af respondenterne hørte første gang om AaBinside på fanforummet debatside.dk. Igen skal det indledende forbehold tages i betragtning, men såfremt resultatet holder vand, viser det, at fans der i forvejen debatterer AaB er modtagelige overfor nye medier om AaB. Efter vores vurdering er dette vigtig viden at have i baghånden i forhold til fremtidige lanceringer.

Blot 7 procent hørte første gang om AaBinside på Twitter. Det er svært at vurdere, om resultatet er skuffende, men det er bemærkelsesværdigt, da Twitter i lanceringsugen af AaBinside blev brugt massivt. Et par bud for baggrunden for resultatet kunne være, at kun en marginal del af danskerne endnu bruger Twitter, samt at et ikke etableret medie på Twitter vil drukne i strømmen.

I den variable svarmulighed "andet" har to respondenter udfyldt henholdsvis "ANR" og "Ven". ANR blev i lanceringsugen brugt massivt til promovning af projektet, og det må derfor anses som en unøjagtighed i undersøgelsen, at ANR ikke som udgangspunkt var en mulighed.

Andre Medier	0	1	2	3	4
	22	15	17	14	4

Det ses i undersøgelsen, at det i høj grad er lykkedes, at få brugerne til at forbruge AaBinside på mere end et medie. Den største gruppe på 22 respondenter har ikke taget flere end deres indledende medie til sig. Det har dog 48 andre respondenter, der har forbrugt mellem 1 og 4 medier udover deres indledende medie. Altså op til fem medier med indhold om AaBinside på en liste med valgmulighederne: NORDJYSKE.dk, 24NORDJYSKE, debatside.dk, AaBinside.dk, Aabinside.dk/mobil og "andet".

Resultatet er rensset for dubletter i forbindelse med brugerens første møde med AaBinside.

Dykker man længere ned i resultaterne er det værd at bemærke, at respondenter, der først mødte AaBinside via NORDJYSKE Stiftstidende enten ikke har oplevet AaBinside på andre platforme, eller kun har oplevet AaBinside på NORDJYSKE.dk. Det understreger antagelsen fra forrige afsnit om at avislæsere er svære at flytte over på nye medier.

Vurdering af delelementer

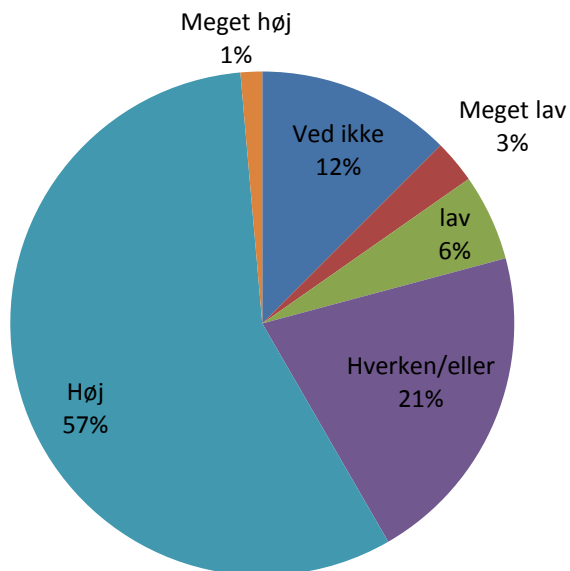
Resten af undersøgelsens resultater drejer sig om centrale elementer i AaBinside-projektet. Som skrevet indledningsvist har respondenterne skullet vurdere to ting – i et enkelt tilfælde tre. De to parametre er henholdsvis journalistisk kvalitet på en skala fra "meget lav" til "meget høj" samt "ved ikke" og deres præference til en eventuel fremtidig frekvens af de enkelte elementer på en skala fra "meget færre" til "meget flere" med "behold nuværende niveau" som midterste mulighed. Også her har brugerne haft "ved ikke"-muligheden.

I tilfældet med videointerviews på farten, som der herefter indledes med, skulle respondenterne også vurdere den tekniske kvalitet.

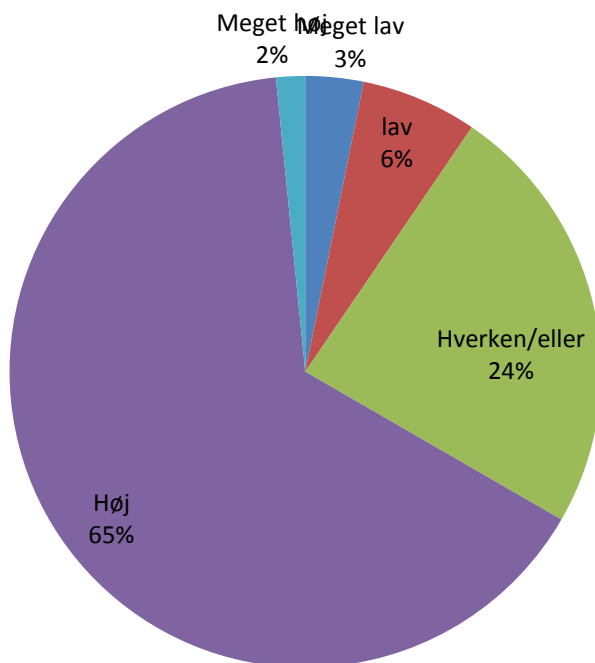
Resultaterne fremlægges både med og uden "ved-ikke"-svarene.

Videointerviews på farten – journalistisk kvalitet

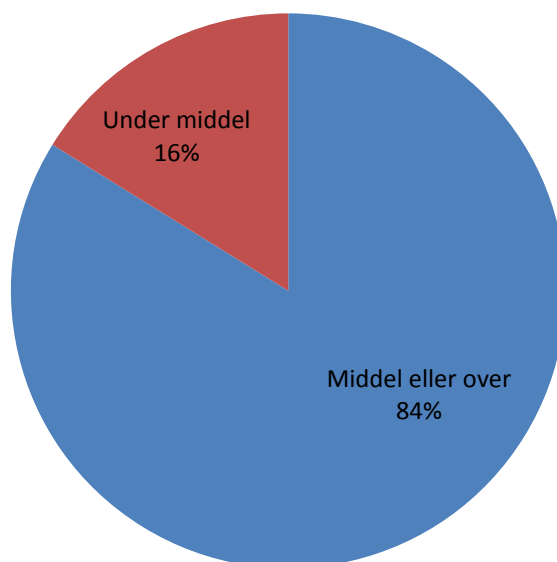
Videointerviews på farten (Journalistisk kvalitet) 72 respondenter



Videointerviews på farten - Journalistisk kvalitet 63 respondenter (- "Ved ikke")



Videointerviews på farten - Journalistisk kvalitet - 63 respondenter (Todelt u. "ved ikke")



For at indlede med resultaterne af det sidste diagram først, er det meget positivt at bemærke, at hele 84 % vurderer den journalistiske kvalitet af AaBinside's videointerviews som middel eller bedre. Som tallene på andet diagram viser, vurderer hele 65 % af respondenterne den journalistiske kvalitet som høj. Disse resultater er rensset for respondenter, der har svaret "ved ikke". Denne gruppe udgør af den samlede pulje af respondenter 12 %. Altså er videointerviews blevet brugt af en meget stor del af brugerne.

I puljen af uddybende svar er disse udvalgt som repræsentative og interessante:

- *Ukvalificeret. Amatøragtigt (Det er svært at tolke på svaret, da respondenter (mand, +50, 4'er-fan) har svaret "lav" til både den journalistiske og tekniske kvalitet)*

- *Kedelige og banale spørgsmål. Jeg roser initiativet, men det er alt for sjusket. (Mand, 16-20, 5'er-fan)*

- *Jeg syntes det har været rigtig spændende at følge med, når i har lavet interviews under kampen, og i pausen. (Mand, 21-25, 5'er-fan)*

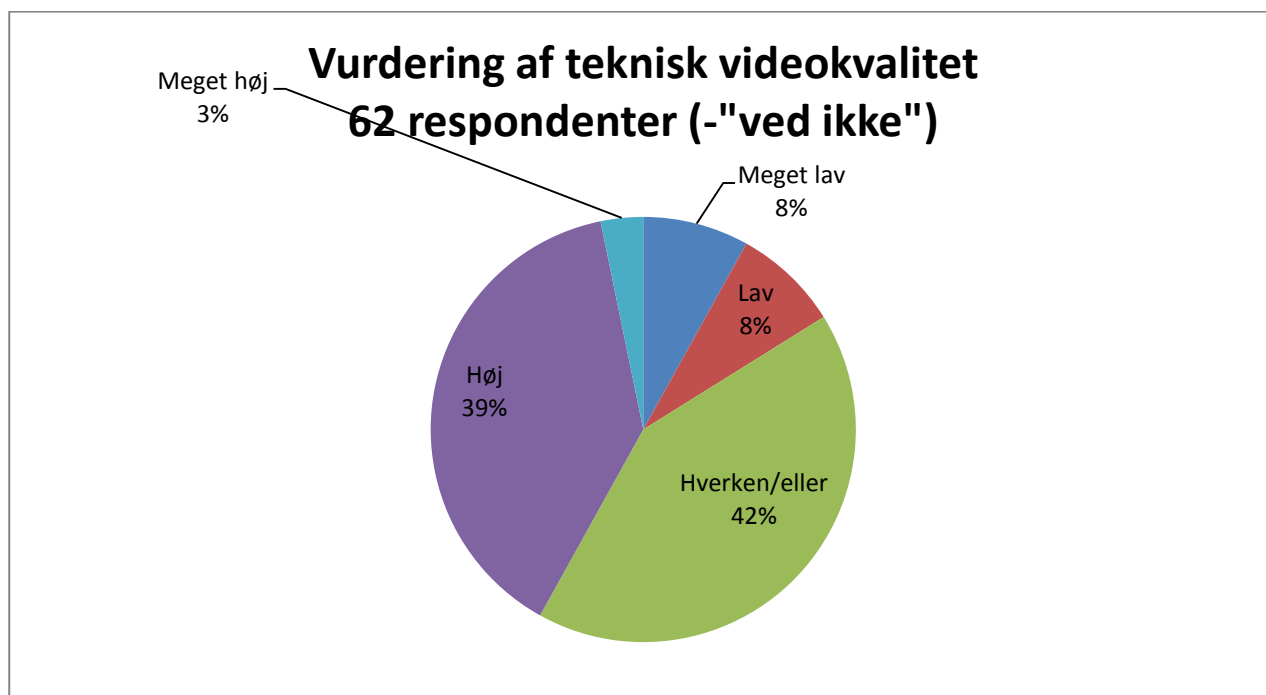
- *Jeg nyder personligt at se interviews med AaB, da det giver mig indsigt i truppen på en anden måde en blot i skriftlig form. (Mand, 16-20, 3'er-fan)*

- *Generelt er sportsjournalistik en genre, der par excellence er fyldt af dumme spørgsmål, så en vurdering af den journalistiske kvalitet er nødt til at tage højde for dette. Jeg synes, at kvaliteten er høj i forhold til så meget andet, men ikke prangende.*

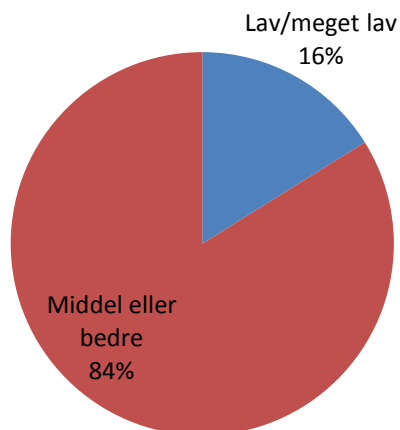
Ang. kvaliteten: Den lave tekniske kvalitet betyder stort set intet for mig i denne sammenhæng. Det er den hurtige nyhed, der er interessant, ikke den gode billedkvalitet. Derfor er den lave vurdering ikke kritisk ment. (Kvinde, 26-30, 4'er-fan)

Videointerviews – Teknisk kvalitet

Vi finder det relevant at undersøge brugernes oplevelse af den tekniske kvalitet af AaBinsides videointerviews, da det tekniske set-up brugt af AaBinside er meget mindre krævende – og af ringere "håndværkskvalitet"- Vi har ikke justeret lyd, vi har ikke brugt stativ, og vi har brugt mobiltelefoner, hvor professionelle kameraer til en for os uoverkommelig pris normalt bliver brugt. Altså er det relevant at undersøge, om den tekniske lavere kvalitet, bemærkes af brugerne.



Vurdering af teknisk videokvalitet Todelt u. "ved ikke"



Det bemærkes positivt, at i alt kun 16 % (resultat renset for "ved ikke"-svar) vurderer den tekniske kvalitet som lav eller meget lav. Der er en stor gruppe (42 %) der svarer "hverken/eller". Lagt sammen de i alt 42 % der vurderer den tekniske kvalitet til at være over middel, er der 84 % der vurderer den tekniske kvalitet til at være middel eller bedre.

Resultatet taler positivt for et videreføre en praksis hvor journalisten selv, uden det store tekniske set-up, kan lave interviews hurtigt og med lav teknisk kunnen. Resultatet kolliderer med den faglige stolthed blandt fotografer, og underminerer i en hvis grad deres arbejde. En praksis, der tager begge hensyn for begge forhold kunne være, at lade bibeholde nuværende praksis i det nuværende snit på sportsdækningen og i det nye journalistiske snit udstyre journalisten med teknisk godt udstyr – og et kamerastativ -, et kursus i gode billeder samt muligheden for hurtigt at aflevere videointerviews på nettet (Youtube, egen server, streamingservice med reklamer)

Blandt de uddybende svar fra brugerne fremhæves lyden som et kritikpunkt.

- syntes at lyden til tider kan være lit dårlig. (Mand, 26-30, 4'er-fan)

- Kvaliteten er nogle gange lidt ringe, hvor man ikke kan høre svaret, og det er som om at der bliver spurgt om det samme hele tiden. (Mand, 16-20, 4'er-fan)

- Jeg synes til tider at lyd kvaliteten har været meget dårlig. Rigtig ærgeligt at man opgiver at høre interviewet til ende, fordi man ikke kan høre, hvad der bliver sagt. (Kvinde, 36-40, 5'er-fan)

- I har haft nogle interviews, hvor man ikke rigtigt har kunnet høre, hvad, der blev sagt. F.eks. Kuhn/Helenius-interviewet før ferien. (Mand, 16-20, 4'er-fan)

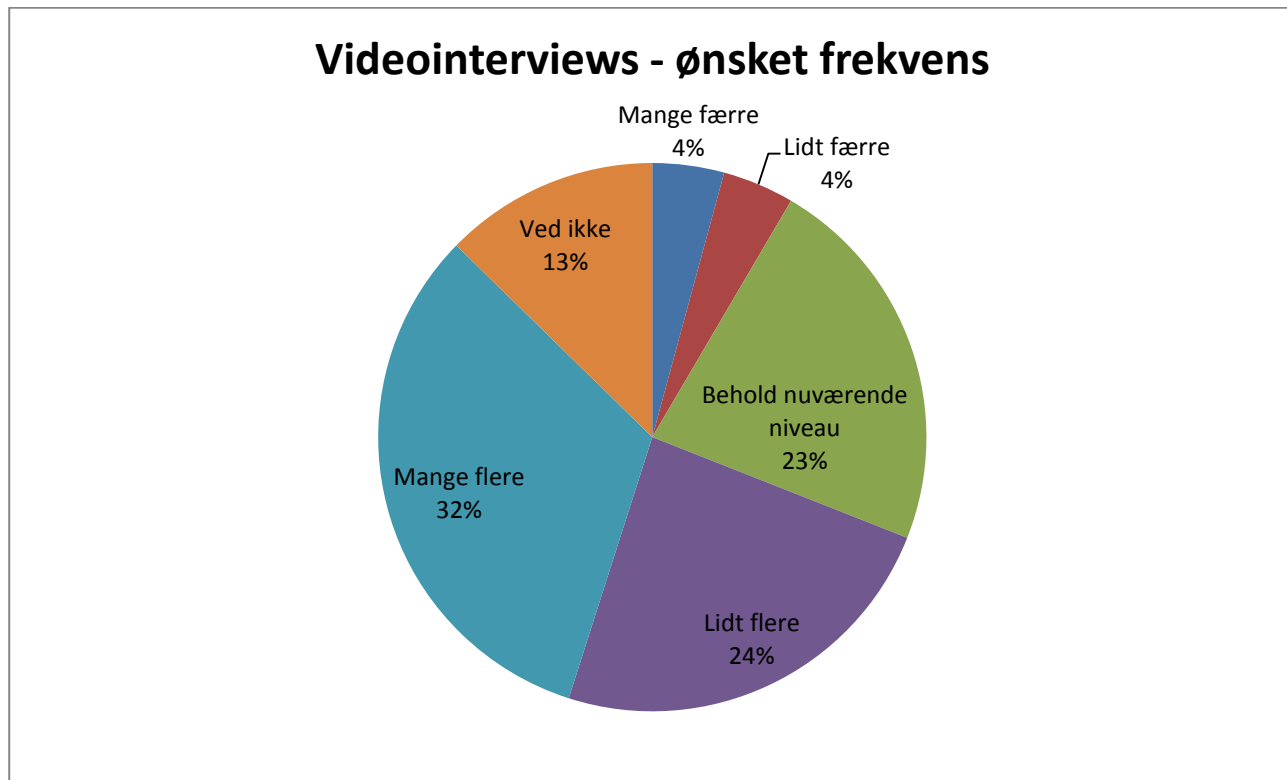
- I flere af interviewene er lyden ufatteligt dårlig, til stor irritation, dette bevirker at man ikke gider høre interviewene, på trods af at de lyder nok så spændende. (Mand, 21-25, 5'er-fan)

- Generelt er sportsjournalistik en genre, der par excellence er fyldt af dumme spørgsmål, så en vurdering af den journalistiske kvalitet er nødt til at tage højde for dette. Jeg synes, at kvaliteten er høj i forhold til så

meget andet, men ikke prangende.

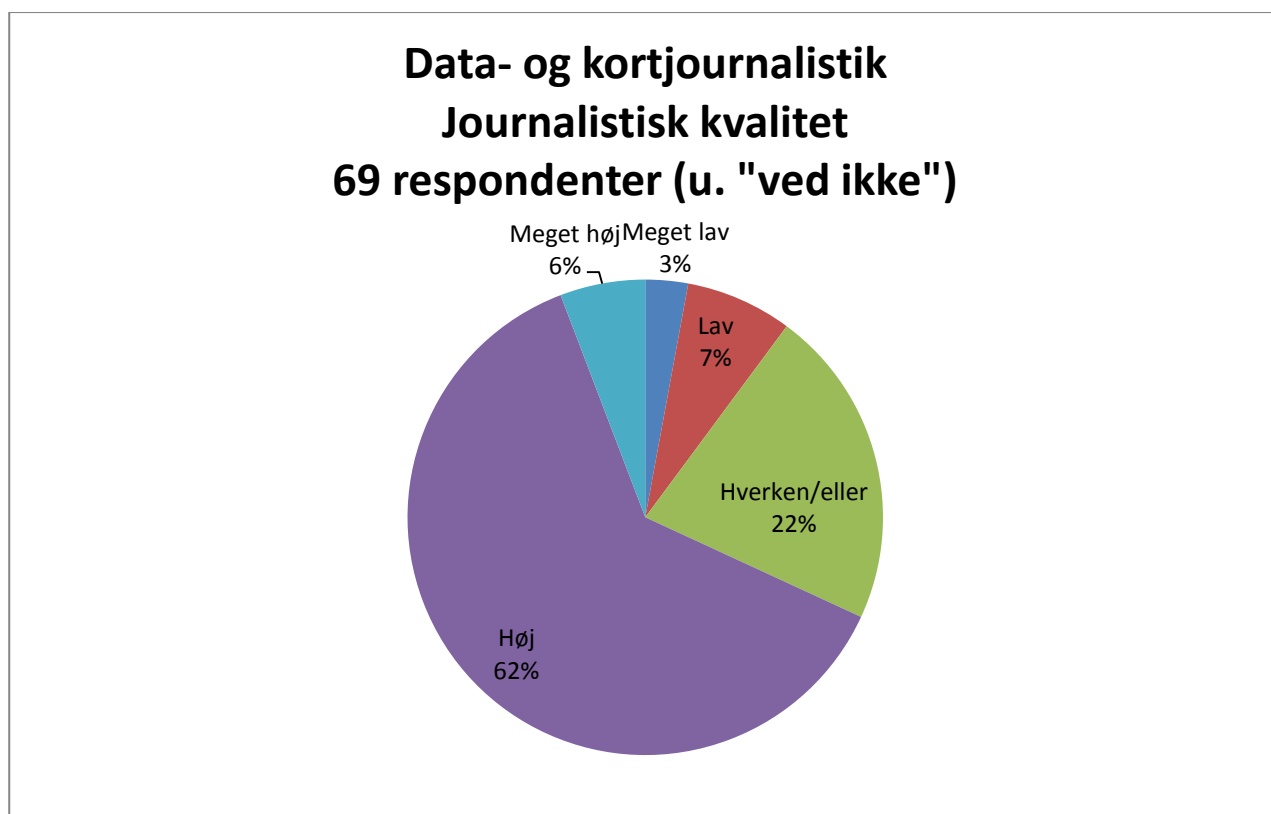
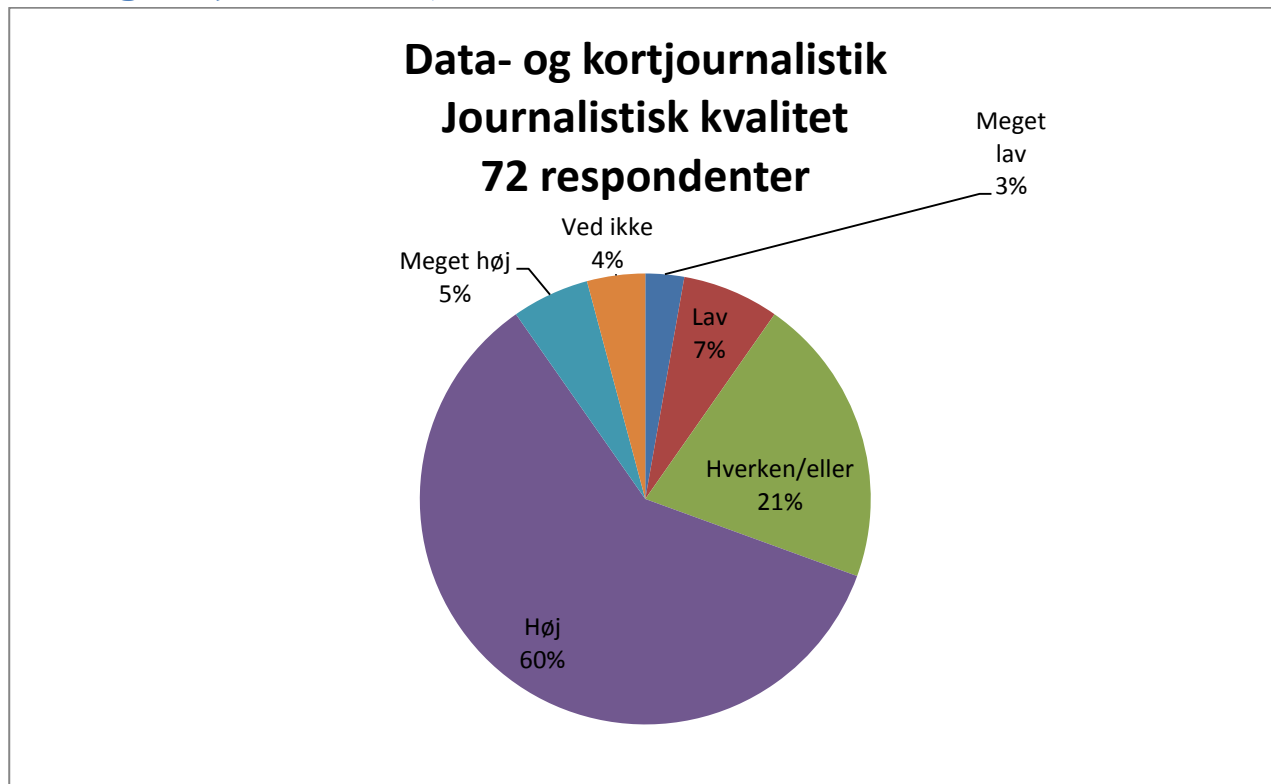
Ang. kvaliteten: Den lave tekniske kvalitet betyder stort set intet for mig i denne sammenhæng. Det er den hurtige nyhed, der er interessant, ikke den gode billedkvalitet. Derfor er den lave vurdering ikke kritisk ment. (Kvinde, 26-30, 4'er-fan) – Dette svar genbruges, da det findes interessant i forhold til svarenes overordnede fordeling.

Videointerviews - frekvens



Det bemærkes kort, at kun 10 % af respondenterne (resultat rensat for "ved ikke") ønsker færre video interviews, mens hele 64 % i større eller mindre grad ønsker flere videointerviews.

Kort- og datajournalistik - Journalistisk kvalitet



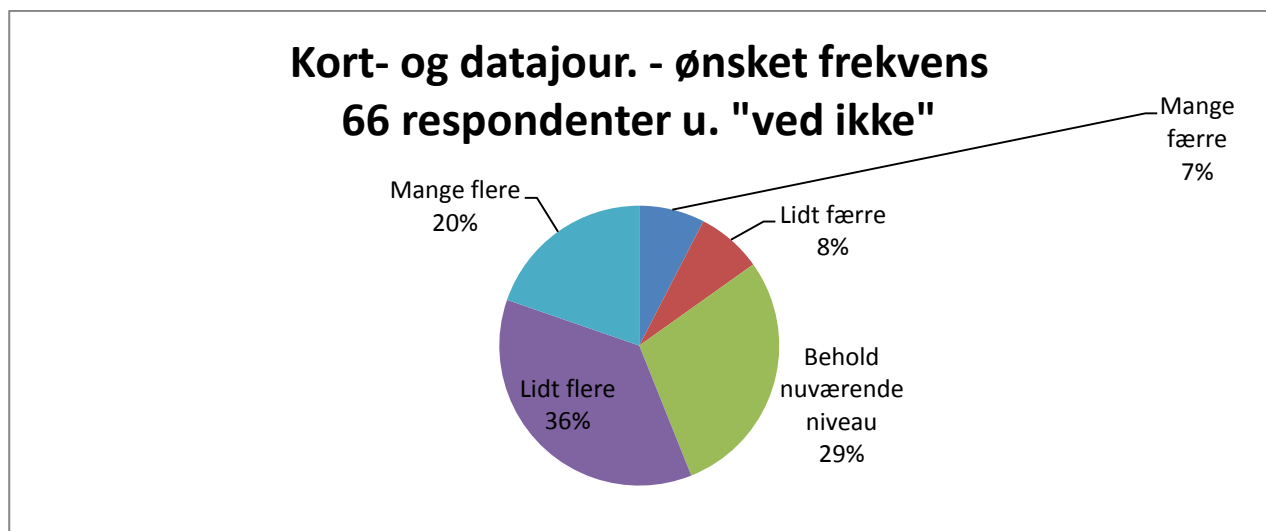
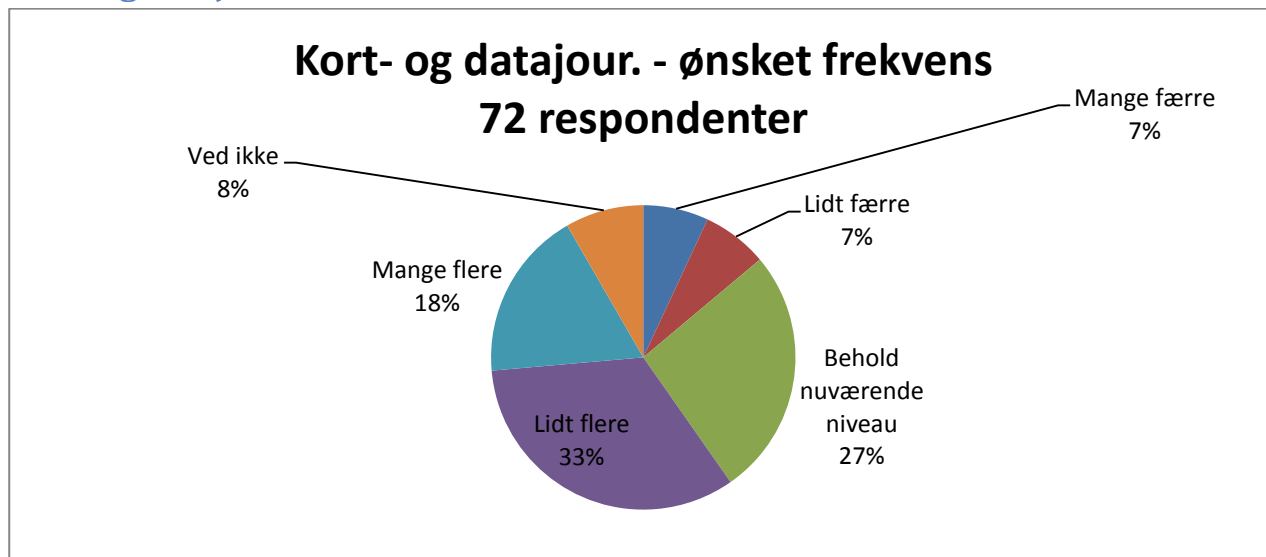
Det bemærkes, at meget få af de i alt 72 respondenter (3) ikke har en holdning til dette punkt. Det kan antages, at det er artiklen om AaB som "Hele Nordjyllands Hold", der var meget læst og som fik i underkanten af 700 indtastninger fra brugere, der er skyld i brugernes kendskab til dette punkt.

Det bemærkes samtidig, at i alt 90 % (resultat rensset for "ved ikke") finder kvaliteten middel eller bedre – hele 62 % finder kvaliteten høj.

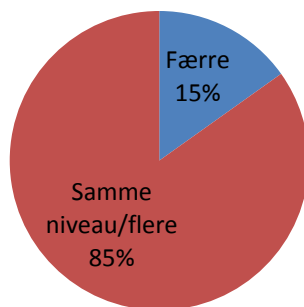
Eksempler på uddybende brugersvar:

- Det er spændende og det er også godt "gravet", efter alle de tal osv. (Mand, 16-20, 4'er-fan)
- Det er meget fint, dog ikke noget der forbløffer mig. (Mand, 16-20, 5'er-fan)
- Det er interessant at få noget konkret i stedet for en journalists ord for at der er folk fra alle egne af verden. (Mand, 21-25, 4'er-fan)
- Mange flere af dem! (Mand, 21-25, 5'er-fan)

Kort- og datajournalistik – frekvens



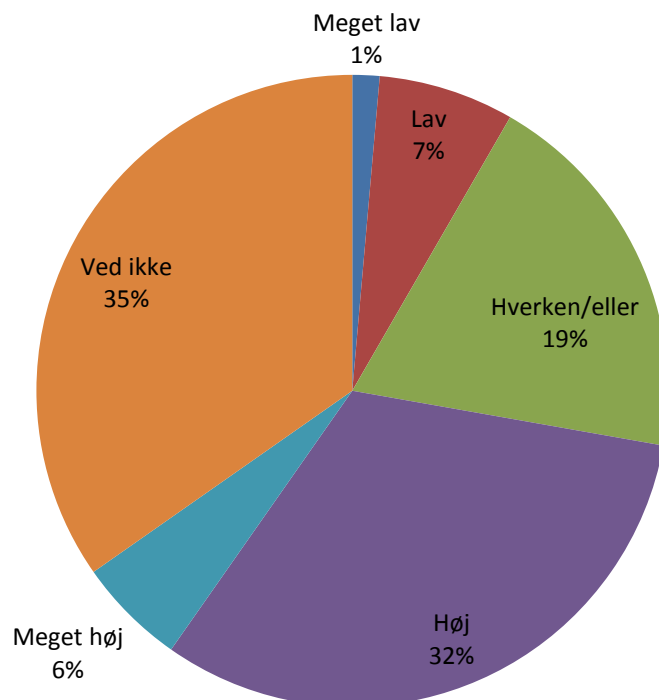
Kort- og datajour. - ønsket frekvens 66 respondenter u. ved ikke - todelte



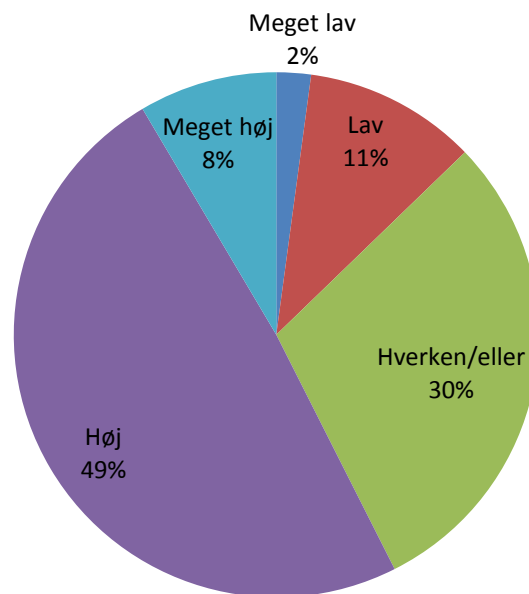
Næsten lige så stor en procentdel af respondenterne ønsker samme eller højere frekvens af kort- og datajournalistik, som ønsker samme eller højere frekvens af videointerviews. Et forbausende højt niveau set i forhold til elementets beskedne fremtræden i forhold til andre elementer.

Twitterdækning - journalistisk kvalitet

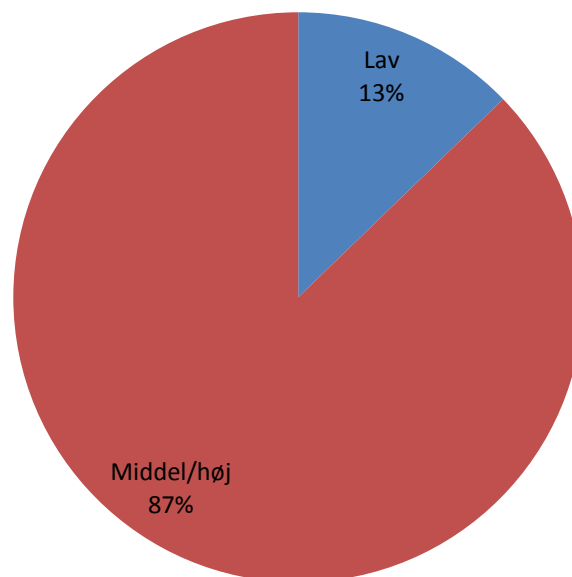
Twitterdækning - jour. kval. 72 respondenter



Twitterdækning - jour. kval 47 respondenter u. "ved ikke"



Twitterdækning - jour. kval. 47 respondenter u. "ved ikke" Todelt



Igen er der tale om en forbavsende positiv vurdering af den journalistiske kvalitet, når man ser på AaBinside's Twitterdækning. 87 % vurderer den journalistiske kvalitet som værende middel eller bedre, når resultatet renses for "ved ikke"-svar.

Desværre er denne gruppe uforholdsmæssig stor i forhold til svarfordelingen i tidligere kategorier. Faktisk er gruppen i de ubearbejdede resultater den største – 35 %

Uddybende svar:

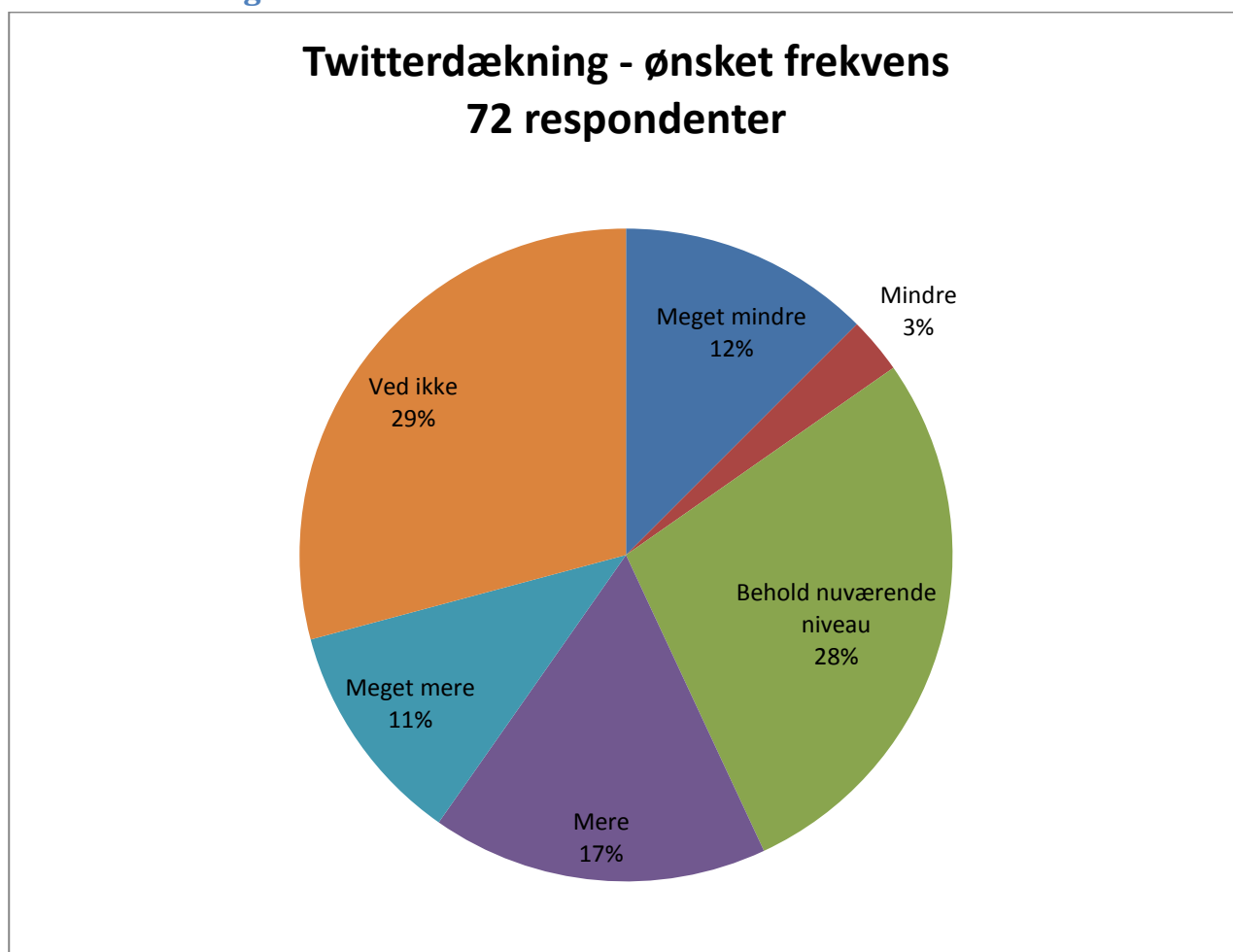
- Jeg har ikke fulgt dækningen på Twitter særlig intenst. Jeg syntes det er oppustet og overfladisk, så jeg vil holde mig fra det.

- Personligt har jeg ikke set mange af AaBs kampe, men at følge dem på Twitter har givet mig hurtigt indsigt og været meget mere beskrivende end sider, hvor resultatet blot fremtræder. Vi får via Twitter en egentlig indsigt i stemningen, spillfordeling med mere.

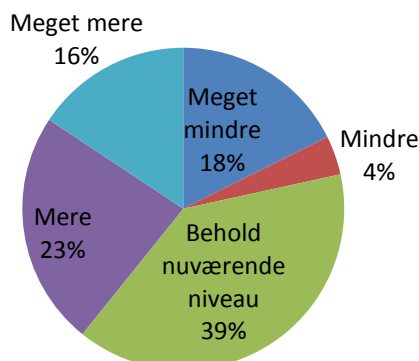
- Twitter er godt til umiddelbare nyheder, som hvis nogle ser ud til at starte inde, prøvetræning, rygter, så hold det til det. Ikke så meget status på at "nu øves der frispark".

- Det startede fantastisk, men døde ud. Benyt #Aabinside noget mere!

Twitterdækning - frekvens



Twitterdækning - ønsket frekvens 51 respondenter u. "ved ikke"

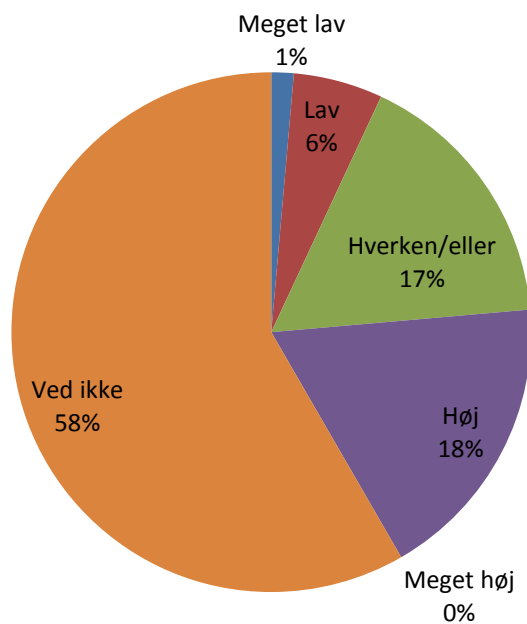


Det lader til, at den nuværende frekvens og mængde i relation til AaBinside på Twitter er tilstrækkelig. I alt 39 % ønsker mere dækning på Twitter, og en ligeså stor gruppe ønsker at bibeholde nuværende niveau.

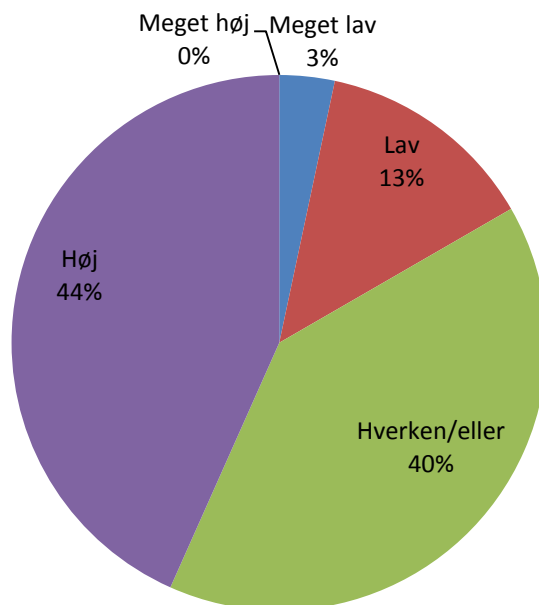
Det er værd at have in mente, hvad det er AaBinside skal kunne på Twitter. Den nuværende form indbyder ikke til at man kan følge en kamp minut for minut på Twitter, men til at man hvert femte minut ser hvilke faktuelle og interessante bagom-informationer AaBinside har sendt ud i relation til spillet på banen. Men det er måske minut for minut-dækningen de 39 %, der vil have mere, vil have.

Mobildækning - journalistisk kvalitet

Mobildækning - journalistisk kvalitet 72 respondenter



Mobildækning - journalistisk kvalitet 30 respondenter u. "ved ikke"



Endnu en gang domineres resultatet af brugere uden holdning til elementet. I dette tilfælde er det en skam, da det har været et kerneelement i kampdækningen. Det er derfor også interessant at dykke ned i hvem det er, der ikke har brugt mobildækningen fra AaBinside.

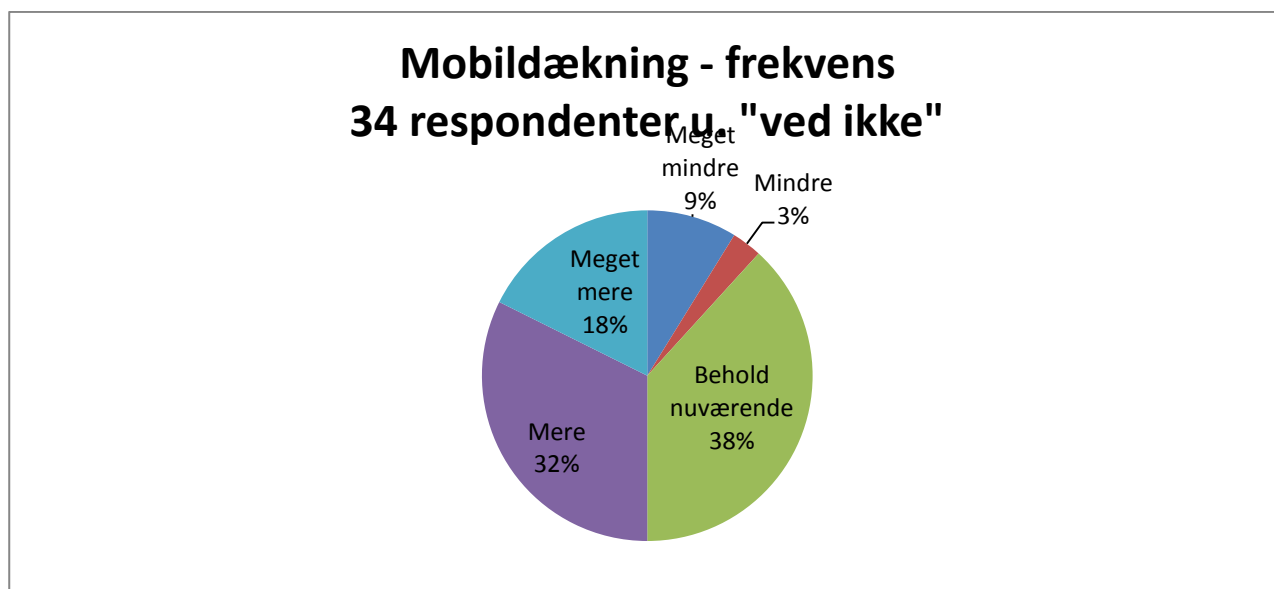
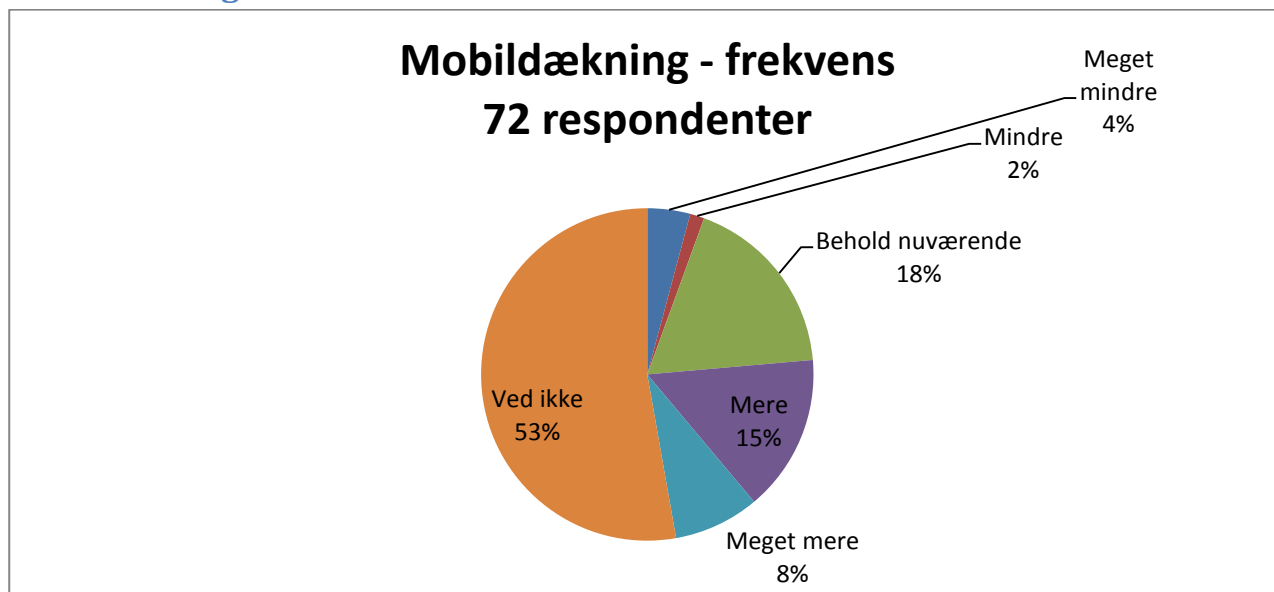
Man kan starte med alder. Denne har øjensynligt ingen betydning i forhold til ikke at bruge vores mobildækning. De 42 "ved ikke"-respondenter deler sig ligeligt på hver side af aldersskellet 35 år.

-15	16-20	21-25	26-30	31-35	36-40	41-45	46-50	50-
1	4	7	5	4	7	5	3	6

Det er mere interessant, at 16 af de 42 respondenter (39 %) heller ikke bruger Twitter, hvor indholdet i høj grad er det samme som på mobilen. Yderligere 6 (14 %) respondenter ønsker mindre indhold på Twitter.

På den positive side noteres, at i alt 84 % af 30 respondenter, der bruger mobildækningen finder kvaliteten middel eller bedre.

Mobildækning - frekvens

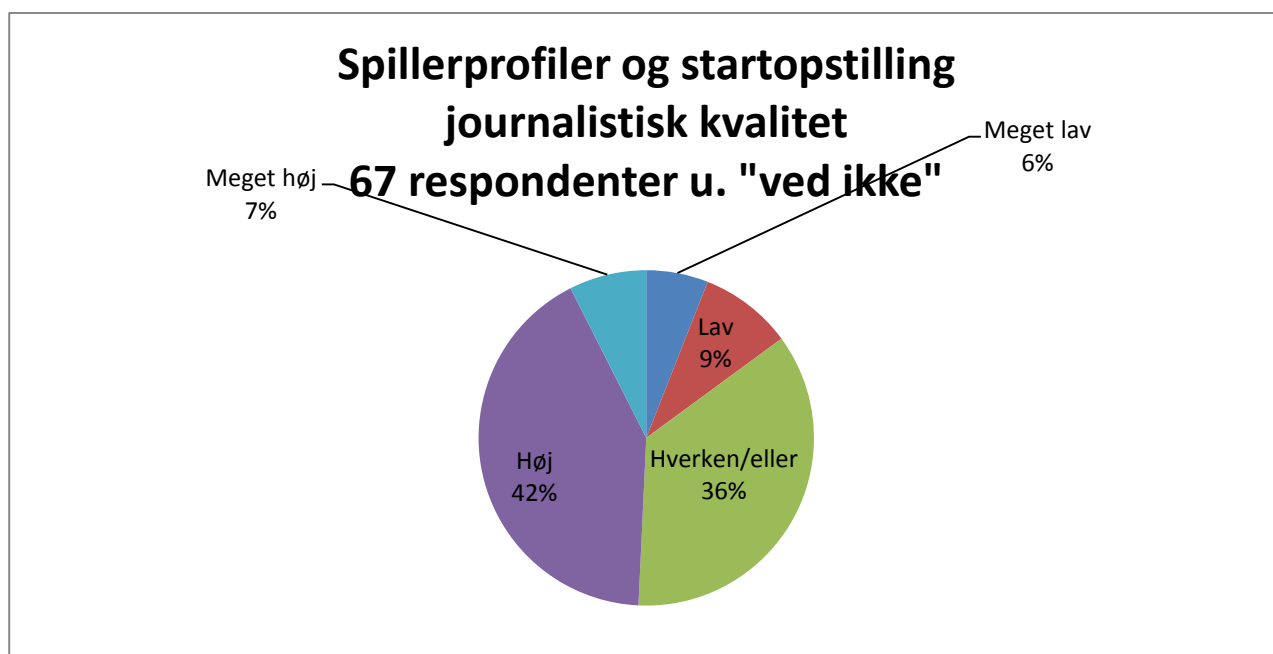


Ser man på den ønskede frekvens er 88 % (resultat rensset for "ved ikke"-svar) enten tilfredse med den nuværende frekvens eller ønsker mere mobildækning.

Der er færre respondenter (3), der ikke tager stilling til dette spørgsmål. Deres ønsker fordeler sig på: behold nuværende niveau (1), mere (1) og meget mindre (1)

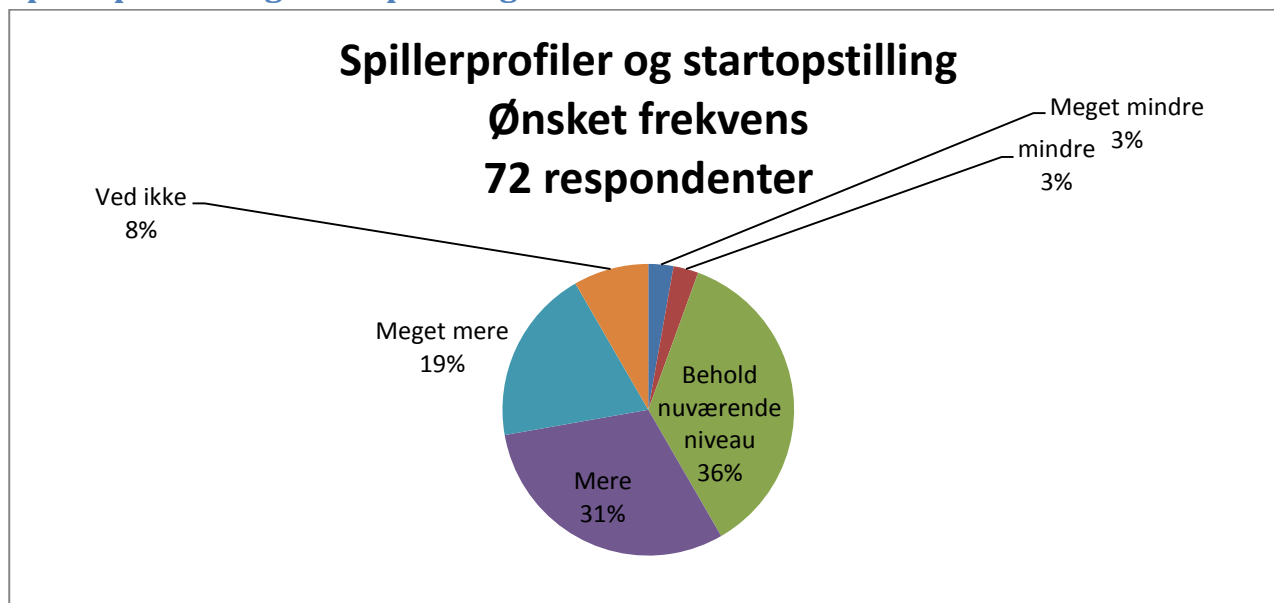
Brugerne bemærker i deres uddybende svar, at mobildækningen er lavet på et dårligt CMS, mens en anden bemærker, at han hellere ser en native app fremfor en webapp.

Spillerprofiler og startopstilling



Det bemærkes, at kun 7 % (5 respondenter) ikke har en holdning til dette punkt, samt at i alt 85 % (resultat rensat for "ved ikke"-svar) finder den journalistiske kvalitet middel eller bedre. Den største gruppe på 42 % har valgt "høj" som indikator for kvaliteten. Kun 15 % finder kvaliteten lav i større eller mindre grad.

Spillerprofiler og startopstilling – frekvens



Det bemærkes igen, at kun få respondenter ikke har en holdning til dette punkt, og at af de, som har en holdning ønsker i alt 91 % samme eller større brug af dette indholdselement.

Af brugerbemærkninger henvendt til både frekvens og kvalitet kan nævnes:

- Det er fint nok, men at basere statistikken på en subjektiv vurdering (Bolde) er måske lidt søgt. Hvis man vil lave statistik på holdet kunne det være rigtig spændende at gå ind i, og lave analyser på baggrund af. (Mand, 21-25. 5'er-fan)

- generelt må artiklerne gerne være lidt længere (Mand, 26-30, 4'er-fan)

- Jeg er ingeniende enig i vurderingerne, der ikke virker spor velovervejede og dygdegående. Der er meget potentiale i at lave spillerprofiler samt portrætter. Det mangler vi, men det skal i givet fald gøres med en helhjertet indsats istedet for overfladiske artikler på 200 ord. (Mand, 16-20, 5'er-fan)