

## Inledning

MMS mäter och analyserar konsumtion av TV och rörlig bild och har sedan 1993 genomfört statistiskt säkerställda mätningar av TV-tittandet, där MMS äger all information. Medlemmar i tittarpanelen, representativ för den svenska TV-befolkningen, rapporterar sitt TV-tittande genom en People Meter-mätare.

Förutom att mäta TV-tittandet bevakar vi trender och utvecklar nya metoder för mätning av rörlig bild på andra tekniska plattformar. Sedan maj 2011 mäter vi även webb-TV och MMS har tillsammans med de fyra stora TV-kanalhusen lyckats skapa och upprätthålla pålitliga mätningar av tittandet på webbprogram och webbklipp. Vårt långsiktiga mål är att skapa en gemensam valuta för tittandet på rörliga bilder oavsett om det är via TV-apparaten, en dator, en mobil eller någon annan plattform. Våra uppdragsgivare är framför allt TV-kanaler, mediebyråer och annonsörer.

Den här ordboken är en reviderad upplaga av den som först utkom 1998 och innehåller nu även ord kopplade till övrig rörlig bild vilket även inkluderar webb-TV.

## 3G

den tredje generationens nät för mobilkommunikation där datahastigheten är högre än i GSM-näten. Med 3G-teknik kan man bl.a. skicka grafik och rörliga bilder istället för enbart ljud och text.

## 4G

den fjärde generationens nät för mobilkommunikation, ett samlingsnamn på framtida standarder bortom 3G.

## A

### ackumulerad räckvidd

anger i TV-sammanhang hur många som tittat på en TV-kanal/TV-program/kampanj ackumulerat under en längre avgränsad tid. Till exempel kan man analysera hur många som har sett på en kanal, ett visst antal sammanhängande minuter, någon gång under en månad. Även kallad nettoräckvidd (sett minst 1 gång). Se även definitioner för daglig räckvidd, nettoräckvidd, programräckvidd och veckoräckvidd.

### adaptive streaming

överföringsteknik som optimerar rörlig bild och känner av vilken kapacitet som tittarens bredbandsförbindelse har och anpassar mängden data så att varje tittare får så hög bildkvalitet som möjligt. Ger en avbrottsfri bild eftersom spelaren inte behöver buffra.

### Adblock Plus

plug-in till en webbläsare som gör det möjligt att blockera reklam.

### **ad hoc undersökning**

görs för ett specifikt ändamål och som äger giltighet endast i detta fall. MMS utför ad hoc undersökningar inom rörlig bild.

### **Adobe**

amerikanskt mjukvaruföretag som mäter webbtrafik samt har utvecklat program som Flash, InDesign och Photoshop.

### **ad request**

varje gång en webbläsare begär information från ett annonshanteringssystem.

### **ad server**

ett annonshanteringssystem som används för att presentera, mäta och hantera annonsering på webbsidor.

### **ad skipping**

reklamspolande beteende som främst används av PVR-användare, kallas även zippa.

### **Adstream**

aktör som levererar reklamfilm digitalt till TV-kanaler.

### **AdToox**

aktör som levererar reklamfilm digitalt till TV-kanaler.

### **AdvantEdge**

analysverktyg för People Meter-data som utvecklats av det danska företaget TechEdge.

### **Adwords**

Googles system för annonsering via deras sökmotor genom vilket man kan skapa annonser som sedan visas i samband med relevanta sökresultat på Google

### **affinitet**

beskriver hur väl ett medias publik sammanfaller med en specifik målgrupp. Vid hög affinitet finns en klar intressegemenskap mellan mediet och målgruppen. Hög affinitet leder till en hög räckvidd i målgruppen.

### **aggregerad data**

data från flera individer, målgrupper eller tidsperioder som slagits samman för att formera en total mängd. Görs i syfte att lättare få en översiktlig helhetsbild.

### **aktiv handling**

vid mätning av trafik på webbplatser är grundregeln att endast trafik till följd av besökarens aktiva handling ska räknas. Om en besökare på en webbsida automatiskt förflyttas till en annan sida har det skett genom en icke aktiv handling och ska då inte räknas.

### **analoga TV-sändningar**

användes tidigare för marksänd TV i Sverige och upphörde hösten 2007 då de ersattes av digitala TV-sändningar.

### **Android**

operativsystem för mestadels mobiltelefoner eller surfplattor.

### **annonsformat på webb**

format på yta där webbsidans reklam kan placeras. Exempel på format är helsida, topbanner, insider och sticky.

### **app - applikation**

programvara som användare kan ladda hem eller köpa till sin mobila enhet, t.ex. mobiltelefon.

### **applet**

datorprogram som vanligtvis finns i en webbläsare eller spelare och som minns knapptryckningar. Data skickas sedan till ett mätbolag.

### **APV - average page view**

det genomsnittliga antalet sidvisningar per besökare på en webbplats.

### **A-region - arbetsmarknadsregion**

består av en eller flera samarbetande centralorter eller områden. Begreppet har utarbetats av Arbetsmarknadsstyrelsen och Statistiska Centralbyrån. Begreppet används ofta i mediasammanhang för att beskriva en produkts spridningsområde.

### **Arianna**

analysverktyg för People Meter-data som utvecklats av Nielsen Audience Measurement.

### **ATL - above the line**

begrepp inom marknadsförning som innefattar traditionell reklam i massmedia, såsom TV, radio, biofilm, stortavlor och tidningsannonser.

### **ATS - average time spent**

anger hur länge en besökare stannar på en webbsida.

### **AVC - advanced video coding**

se H.264.

### **AVOD - annonsfinansierad video on demand**

online-videotjänst som är gratis för användaren och finansieras genom reklam.

## **audit**

utvärdering av en organisation, ett system, en process eller ett projekt, som genomförs för att kontrollera att validiteten och reliabiliteten i informationen är korrekt.

## **augmented reality**

term för Realtidsapplikationer som blandar information från användarens fysiska omgivning med information från en mjukvaruapplikation. Det innebär att ett fysiskt objekt förses med extra information i en digital miljö.

## **autorefresh**

webbsida som laddas om automatisk med vissa tidsintervall.

## **B**

### **bakgrundsvariabel**

bidrar till att ge en allmän beskrivning av de personer som ingår i en undersökning. Vanliga bakgrundsvariabler är ålder, kön och inkomst.

### **bakåtlutat tittande**

beskriver en tittare som bakåtlutat, avkopplad och passiv i sitt tittarbeteende. Motsatsen till framåtlutat tittande.

### **Bambuser**

tjänst som möjliggör direktsändning av streamad video från mobiltelefonen via internet.

### **bandbredd**

mängden data som kan överföras per tidsenhet. Låg bandbredd kan begränsa bildkvaliteten vid streaming.

### **banner**

- reklamannons som visas i TV-bild eller på webbplats
- kanalidentifieringskod som genereras i samband med kanalbyte vid digitala sändningar. Nielsen Audience Measurements mätare TVM5 använder banneravläsning vid mätningen av tittande på digitala sändningar för att urskilja vilken kanal panelindividen tittar på.

### **banner burn-out**

inträffar då en banner har visats under en längre tidsperiod och gjort att intresset och CTR (click through rate) har minskat rejält.

### **betal-TV - Pay-TV**

är TV-program som distribueras mot en särskild avgift.

### **big5**

de fem största TV-kanalerna i Sverige idag, det vill säga SVT1, SVT2, TV3, TV4 och Kanal5.

### **billboard**

sponsring i form av rörliga bilder eller skyltar i början eller i slutet av ett TV-program. Kallas även bumper.

### **block**

utrymme mellan TV-program som kan bestå av t.ex. billboards, reklamspotar och trailers.

### **Blu-Ray Disc - BD**

format för digital lagring av data, t.ex. HD-film och spel. Den blå laser som används har en kortare våglängd än den röda lasern som används i CD- och DVD-skivor, vilket möjliggör en större lagringskapacitet.

### **bortfall**

förekommer i statistiska undersökningar och avser de individer som man inte har lyckats undersöka. Eftersom bortfallet kan snedvrider undersökningens resultatet behöver man veta hur stort det är för att bedöma kvaliteten på undersökningen.

### **branded content**

även kallat AFP (advertiser founded programming), har främst utövats i USA och innebär att ett företag eller en organisation är med och hel- eller delfinansierar en TV-produktion/film. Följden blir att gränserna mellan reklam och innehåll suddas ut då varumärke och TV-program förs samman.

### **break**

reklamavbrott i TV-program.

### **breakbumper**

sponsringssekvens i mitten av ett TV-program i form av rörliga bilder eller skyltar.

### **bredbands-TV**

se IP-TV.

### **browser**

se webbläsare.

### **browserbaserad site-centric mätning**

se webbläsarbaserad site-centric mätning.

### **bruttoreäckvidd**

den totala summan av alla kontakter; addition av alla som har varit i kontakt med ett reklambudskap via någon medieplattform. Se även GRP.

### **BTL - below the line**

samlingsterm för alla relationsskapande reklammedier, såsom direkt marknadsföring, event och internet. Till skillnad mot ATL (se detta begrepp) riktas BTL mot specifika målgrupper och inte mot den stora massan.

### **buffering**

sker då en mediaspelare lagrar en liten mängd data, motsvarande några sekunders tittande, vilket gör att tittaren kan se/lyssna utan avbrott i uppspelning.

## **C**

### **cache**

temporärt minne som används för att tillfälligt spara nyligen begärd data.

### **CAPI/CATI**

- Computer Aided Personal Interview - personlig besöksintervju med datorstöd
- Computer Aided Telephone Interview - personlig telefonintervju med datorstöd

Intervjuaren följer ett frågeschema som finns på en datorskärm. Bearbetning av svar sker omgående och relevanta följdfrågor kommer upp automatiskt.

### **catch-up TV**

möjliggör för tittaren att se på ett TV-program efter livesändningen, antingen via webben eller inspelat material.

### **CATV - kabel-TV**

TV-sändningar distribuerade via ett kabelnät.

### **CO-branding**

samarbete mellan två varumärken för att skapa en gemensam produkt, kampanj eller annan marknadsföring med ett syfte att gynna båda aktörerna.

### **coincidental survey**

undersökning som genomförs två gånger per år av MMS och syftar till att uppdatera demografiska variabler samt studera panelriktighet, d.v.s. hur väl panelmedlemmar registrerar sig när de börjar titta och hur väl de sköter utloggandet när de slutar titta. Samtliga hushåll i MMS tittarpanel rings upp vid dessa undersökningstillfällen för att ta reda på om panelhushållet har någon TV påslagen och om någon i hushållet tittar på TV just då. Det faktiska tittandet jämförs sedan med det registrerade tittandet och ett procenttal för panelriktigheten räknas ut.

### **comScore**

amerikanskt mätbolag för webbtrafik.

### **connected-TV**

se Smart-TV.

## **cookie**

textfil som lagras på en användares dator för att identifiera en återkommande besökare. Cookies används vid webbmätningar och genom dessa kan man kontrollera om en besökare är ny eller inte. Det finns olika typer av cookies. Förstapartscookies sparas när användaren besöker en webbplats och kan vara antingen tillfälliga (se session cookie) eller beständiga (se persistent cookie). Dessa spar information som återanvänds när webbplatsen besöks igen av samma användare. Tredjepartscookies kommer ifrån andra webbplatsers annonser och kan vara t.ex. popups eller andra typer av annonser. Dessa cookies används av marknadsföringsskäl för att spåra användarens vanor på webben.

## **CPA - cost per action**

betalningsmodell på internet där annonsören endast betalar då något specifikt inträffar t.ex. vid ett köp.

## **CPC - cost per click**

kostnad per klick. Annonsörer betalar endast när en besökare klickar på t.ex. en banner eller en textannons.

## **CPO - cost per order**

betalningsmodell där annonsören endast betalar för de beställningar som tagits emot i samband med annonsering.

## **CPP/CPRP - cost per point/cost per rating point**

kostnaden för att nå en procent av målgruppen.

## **CPT/CPM - cost per thousand/cost per mille**

Begrepp som avser kontaktkostnaden per tusen tittare.

## **CPV - cost per visit**

betalningsmodell där annonsören bara betalar en kostnad per antal besök på webbsidor.

## **CTR - click through rate**

kallas även klickfrekvens eller klickandel och avser den andel besökare som på en webbsida klickar sig vidare till en annan webbsida via en länk.

## **D**

### **dagdelar - daypart segment**

uttryck som beskriver uppdelning av dygnet. Används bland annat i prislister i TV-branschen och annan etermedia för att ange kostnadsnivån för olika dygnsintervall, t.ex. daytime, primetime och nighttime.

### **daglig räckvidd**

andel (%) som sett minst 5 sammanhängande minuter, kan antingen redovisas per kanal eller på totalnivå d.v.s. allt TV-tittande på alla kanaler.

### **day after recall**

telefonundersökningsmetod där personer tillfrågas vad de har sett på TV föregående dag. Intervjupersonen svarar spontant eller med hjälpt erinran. Day after recall tillämpades i Sverige för tittarundersökningar fram till att siffror från elektroniska mätare blev officiell valuta 1993.

### **demografiska data**

används för att kunna beskriva befolkningens sammansättning. Exempel på demografiska data kan vara kön, ålder, inkomst, utbildning och boendeform.

### **Digital Analytix**

mätbolaget comScores system för webbanalys.

### **digital natives**

avser personer som vuxit upp med internet, sociala medier och webb-TV.

### **digital-TV-mottagare**

tar emot och spelar upp digitalt distribuerad television. Digitala signaler, bestående av ettor och nollor, tolkas av TV-mottagaren och skapar ljud och bild. Se även SDTV och HDTV.

### **diskriminant**

en kontrollvariabel, kan vara en faktor som t.ex. kön, TV-innehav, boendeform och används bland annat vid skapandet av en matris till en panel. Se även primära och sekundära kontrollvariabler.

### **DTH - direct to home**

satellitöverföring och mottagning av TV-sändningar, som förutsätter att hushållen har en egen parabolantenn som tar emot signalerna.

### **dubbeltäckning**

avser den andel användare som återkommer i tittardata för två olika webbplatser eller videoklipp. Kan även gälla för TV, radio, samt andra medier och mellan olika plattformar.

### **DVB - digital video broadcasting**

standarder för olika sorters digitalsänd TV.

- DVB C (Cable) - digital kabel-TV
- DVB S (Satellite) - digital satellit-TV
- DVB T (Terrestrial) - digital marksänd TV
- DVB H (Handheld) - en sorts DVB T, avsedd för mobila mottagare



## E

### **encoder**

enhet som förvränger rörlig bild så att den inte går att se.

### **enhanced TV**

tilläggstjänst för digital-TV som ger mottagaren ytterligare information om t.ex. specifika program och dess innehåll. För tjänsten finns ingen returkanal, så tittaren kan bara ta emot information och inte interagera.

### **EPG - elektronisk programguide**

multimediatjänst som ger tittaren en snabb överblick av TV-utbudet och en möjlighet att sätta samman en personlig TV-tablå. Kallas även navigator.

### **Eurometer**

Sveriges första People Meter-mätare som numer inte används i panelen. Eurometer registrerade kanalernas frekvenskillnader i TV:ns kanalväljare och höll på så sätt isär tittandet på olika kanaler.

## F

### **Flash**

ett program med vilket man kan producera multimedia. För att användaren ska kunna ta del av en Flash-fil på en webbsida behövs en gratis plug-in i webbläsaren, Adobe Flash Player.

### **format**

ett begrepp inom mediebranschen som beskriver strukturen för ett program. Ett format kan säljas till produktionsbolag eller TV-kanaler i andra länder som kan göra en egen version av programmet.

### **fragmentisering**

används vid beskrivning av en TV-marknad där allt fler nischkanaler tar marknadsandelar på bekostnad av de stora kanalerna.

### **framåtlutat tittande**

beskriver en tittare som är framåtlutad, engagerad och aktiv.

### **frekvens**

det antal gånger en målgrupp i genomsnitt har sett ett program eller ett reklamslag.

### **fri-TV - free to air TV**

TV-kanaler och programtjänster, som tittaren själv inte behöver betala abonnemangsavgift för att få tillgång till, utan som finansieras via licens och/eller annonsörer.

### **FTP - file transfer protocol**

filöverföringsprogram via vilket MMS levererar tittardata.

## **fusion**

process för att slå ihop flera olika datakällor. När det gäller mätning av tittande innebär detta i praktiken att olika paneler slås ihop för att skapa ett och samma mätvärde.

## **fältperiod**

tidsperiod för insamling av data i en undersökning.

## **G**

### **GFK - Growth from Knowledge**

ett globalt marknadsundersökningsföretag.

### **Google Analytics**

gratistjänst från Google som mäter och publicerar statistik över en webbsidas besökare. Tjänsten används främst som ett verktyg för sökmarknadsföring och av webbplatser som vill få en överblick över sina sökordsoptimeringar.

### **GRP - gross rating point**

bruttoräckvidd eller summan av alla individuella tittarsiffror/ratings under en kampanj eller annan tidsavgränsning. GRP anger den totala bruttomängden exponeringar och är en produkt av; (netto) räckvidd x (medel) frekvens. Med hjälp av GRP är det möjligt att redogöra för styrkan hos en kampanj.

## **gästtittande**

panelhushållens gäster registrerar även de sitt tittande i People Meter-systemet. De registrerar också kön och ålder. Informationen tas sedan med i beräkningen av tittarsiffrorna. Gästtittandet kan vara ett viktigt bidrag till det totala tittandet under vissa tider på året som t.ex. vid jul eller under stora sportevenemang.

## **H**

### **H.264**

kallas även Advanced Video Coding och är ett videokodningsformat som ingår i ISO-standarden MPEG-4.

### **H.265**

senaste godkända standarden för videokompression. Kallas även för HEVC (High Efficiency Video Coding). Med hjälp av H.265 möjliggörs komprimering och streaming med bevarad HD-kvalitet, men bara halva bandbredden används jämfört med H.264.

### **HDTV - high definition television**

TV-bild med högre upplösning och som ger en mer detaljrik bild än formaten PAL, NTSC och SECAM. HDTV sänds alltid i widescreen och med digitalt ljud. För att kunna ta del av sändningarna krävs en TV och en HDTV-box som kan hantera dessa utsändningar.

### **HotCollection**

analysverktyg för People Meter-data som har utvecklats av MMS och möjliggör analys av TV-tittandet ur olika aspekter. Kommer att ersättas av MediaCollection.

### **HotTop**

gratistjänst på MMS hemsida där man enkelt kan ta fram egna topplistor och välja period, kanal och målgrupp. Programdata finns från 1994.

### **HotTop webb**

analysverktyg för webb-TV utvecklat av MMS och som introducerades 2011. HotTop webb finns tillgängligt på [www.mms.se](http://www.mms.se) och i verktyget kan man göra analyser utifrån till exempel kanal, period och webbpublik.

### **hushållsmätare/Set Meters**

första typen av elektroniska TV-mätare och som aldrig använts i Sverige. Fungerar som People Meter-mätare med undantaget att det inte går att följa det individuella TV-tittandet utan bara att TV:n är påslagen i hushållet.

### **hushållstäckning**

den andel av hushållen som har tillgång till ett specifikt media.

### **HUT - household using television**

anger den totala andelen hushåll som har TV:n påslagen.

## **I**

### **IAB - interactive advertising bureau**

organisation för digital onlinemarknadsföring som koordinerar standarder på internet.

### **igenkänning**

effektmåtningsmått för enskilda annonser eller kampanjer som baseras på i vilken grad en intervjuperson känner igen en annons eller kampanj. Se även erinran.

### **impact**

styrka eller genomslagskraft i ett budskap.

### **impression**

mått som anger hur många gånger en reklam har visats.

### **infomercial**

berättande, informativ och ofta längre typ av TV-reklam.

### **in banner streaming**

interaktiv banner som innehåller videoklipp som kan spelas upp automatiskt i bannern eller expandera och spelas upp vid en mouseover. Se mouseover.

### **infotainment**

medieinnehåll med en strävan att vara både informativt och underhållande.

### **in stream-annonsering**

reklam integrerad med materialet, där inga pop-up annonser eller overlays förekommer utan endast pre-, mid- och postrolls.

### **interaktiv annonsering**

interaktiv reklam där mottagen har möjlighet att till exempel få extra information om en produkt.

### **interaktivitet**

ömsesidigt informationsflöde där en mottagare till exempel kan påverka det man får se samt kan svara eller kommentera innehållet.

### **intermedialitet**

kommunikation som bygger på samspel mellan flera medieformer.

### **internetuniversum**

den andel av befolkningen/antal individer i Sverige som har tillgång till internet.

### **interstitial annons**

en typ av webbannons som ligger ovanpå webbsidan i ett separat lager. Annonsen ges så mycket utrymme att den tydligt dominerar eller täcker skärmen helt. Denna annonsform är ofta utrustad med en tidsgräns vilket gör att den stängs ned efter ett visst antal sekunder. Användaren har även möjligheten att på egen hand klicka bort annonsen innan tiden har löpt ut.

### **intertextualitet**

medieinnehåll som refererar till annat medieinnehåll med en förväntan om att mottagaren ska kunna känna igen dessa referenser.

### **IOS**

operativsystem, mestadels för mobiltelefoner och/eller surfplattor.

### **IP - intervjuperson**

person som intervjuas i en undersökning, kan även kallas respondent.

## **IP-adress**

unik adress som vissa elektroniska apparater använder för att identifiera och kommunicera med varandra inom ett datornätverk.

## **IP-TV - internet protocol television**

även kallat bredbands-TV. Distribution av TV via bredband fungerar på ett liknande sätt som för kabel-TV, men med den skillnaden att användaren behöver en s.k. IP-TV-box för att ta emot kanalerna. Genom IP-TV är det möjligt med tjänster som video on demand (VOD).

## **IRM - Institutet för reklam- och mediestatistik**

gör prognoser för den framtida reklamutvecklingen och sammanställer statistik till den svenska reklammarknaden.

## **Itunes**

mediaspelare som används för att köpa, spela och förvara musik och videofiler. Kan användas på datorer och Apple-produkter som t.ex. IPod, Ipad och Iphone

## **JIC - joint industry committee**

en icke-vinstdrivande oberoende organisation där nyckelaktörerna i branschen är delägare. Vanligtvis består ägarna av annonsörer, mediebyråer och medier.

MMS är ett exempel på en JIC.

## **K**

### **kampanj**

med en kampanj avser en aktör under en tidsbegränsad period att påverka/influera människors beteende och tankesätt. I mediasammanhang pratar man ofta om reklamkampanjer, vilket är ett företags sätt att via olika reklammetoder försöka skapa en image av företaget och/eller att övertyga en potentiell kund att köpa en produkt.

### **kampanjuppföljning**

analys som görs för att bedöma effekten av en kampanj.

### **kanalpenetration**

det antal personer som kan se en viss TV-kanal. Det görs en särskiljning mellan teknisk penetration och medveten penetration. Vad gäller teknisk penetration avses det antal personer som har möjlighet att ta emot en viss kanal, men som inte nödvändigtvis är medvetna om det. Med medveten penetration avses det antal personer som känner till att de har tillgång till en viss kanal. Den medvetna penetrationen kartläggs genom MMS kanalpenetrationsmätning som görs fyra gånger per år. Den genomförs via telefon, där respondenten får svara på vilka TV-kanaler som hen har tillgång till. Syftet är att fastställa varje TV-kanals möjliga räckvidd eller dess så kallade medvetna penetration.

### **kanalsponsorskap**

kallas det när kanalgrafiken har blivit sponsrad och producerats unikt för kanalsponsorn. TV-kanalerna är skyldiga enligt lag att ha ett kanalgrafiskt element före och efter varje reklambreak för att markera var redaktionell respektive kommersiell tid börjar och slutar.

### **Kantar Media**

mätbolag som mäter bland annat print, radio, TV och internet. Inom koncernen finns bland annat TNS Gallup och TNS SIFO.

### **KIA - Kommittén för internetannonsering**

den branschgemensamma kommitté inom området internetannonsering som annonsörer, mediebyråer, medieägare och säljnätverk samverkar i för att enas kring konkurrensneutrala branschfrågor. KIA är ett organ inom Sveriges Annonsörer.

### **KIA-index**

lista med de mest besökta webbplatserna i Sverige. Data från KIA-godkända mätleverantörer används mot en kostnad baserad på volym.

### **klassificering**

MMS genreklassificerar TV-program i tre steg efter fastställd mall. Klassificering görs även av reklamspotar och sponsring.

### **KO - konsoliderat data**

insamlad och slutgiltigt bearbetad data i en undersökning. I TV-tittarsammanhang är detta den slutgiltiga officiella valutan som MMS redovisar när konsolideringsperioden är slut och allt tittande har fångats upp.

Konsolideringsperioden för TV och Webb-TV är densamma, livedagen eller dagen programmet lagts ut på webben samt de efterföljande sju dagarna. Webb-TV har även ytterligare en konsolideringsperiod som innefattar dagen programmet lagts ut på webben samt de efterföljande 30 dagarna.

### **kommersiell tittartidsandel**

tittande som beräknas på det totala tittandet på de kommersiella TV-kanalerna. Se tittartidsandel.

### **kommersiell TV**

TV-kanaler vars verksamhet finansieras av reklamintäkter och/eller avgifter från TV-tittarna.

### **kompression**

metod för att minska datamängden för t.ex. en videofil. Ger normalt försämringar i kvaliteten.

### **koncession**

tillstånd att sända kommersiell radio/TV i ett visst geografiskt område.

### **konfidensintervall**

mått på tillförlitlighet i en undersökning. Anger hur stor del av skattningarna som håller sig inom ett givet intervall.

### **konsumtionsdag**

den dag man tittar på inspelat material. I TV-mätningen är det möjligt att studera tidpunkten för aktiviteten, det vill säga konsumtionsdagen, då tittandet återläggs till tidpunkten för det sända programmet om tittandet sker inom konsolideringsperioden. När det gäller Webb-TV redovisas tittandet på konsumtionsdagen.

### **kontaktkostnad**

kostnaden för en reklamkampanj dividerat med antalet tittare. Se även CPT/CPM.

### **kontrollvariabel**

se diskriminant.

### **korrelationsanalys**

förklarar samvariationen mellan två eller fler variabler. Resultaten av samvariansen redovisas ofta i matrisform, till exempel kan det vara hur TV-konsumtion korrelerar med familjesituation eller hur inkomst samvarierar med utbildning.

### **kvalitetskontroller av TV-mätningar**

mätleverantören gör dagliga och regelbundna kvalitetskontroller för att uppmärksamma om:

- någon i ett panelhushåll har tittat på en okänd TV-kanal eller om ingen är inloggad.
- en tittare har loggat in på flera TV-apparater under samma tidsperiod.
- en mätare kopplats bort.
- ny utrusning installerats.

Därutöver görs kvalitetsundersökningar två gånger per år. Se *samtidighetsundersökning/coincidental survey*.

## **L**

### **lifecasting**

privatpersoner som sänder ut sitt liv publikt via internet med hjälp av mobiltelefon eller webbkameror.

### **linjärt tittande**

sker enligt TV-tablåns utformning, där sändningen startar och slutar en viss given tid. Tittandet sker i sändningsögonblicket.

### **livedag**

sändningsdagen för det aktuella programmet, spoten eller tidssloten.

### **live streaming - web casting, net casting**

används för direktsändning av rörlig bild på webben. Användaren kan inte styra när filmen börjar sändas, till skillnad från on demand.

### **livetittande**

det tittande som äger rum i sändningsögonblicket.

### **long format**

videoklipp med lång speltid.

### **long tail**

uttryck som avser att beskriva formen på kurvan för utbud och efterfrågan. Long tail-kurvor förekommer när de bästsäljande titlarna är få i antal och har hög försäljning, medan resterande titlar är höga i antal och har låg försäljning. De sistnämnda är de som bildar "svansen" i long tail-kurvan.

### **läsplatta**

mobil elektronisk läsenhet som är speciellt skapad för läsning av digitala böcker.

## **M**

### **marknadssegmentering**

indelning av målgrupper i olika undergrupper utifrån särskiljande men sinsemellan gemensamma egenskaper, t.ex. demografiska, psykografiska, eller beteendemässiga egenskaper.

### **marknät**

TV-sändningar som distribueras via marknät sänds i det terrestra nätet. Sverige hade tidigare ett analogt marknät, men sedan oktober 2007 har vi ett helt digitalt marknät vilket ägs av Teracom.

### **medelvärde**

det aritmetiska medelvärdet beräknas genom att man summerar det numeriska värdet av ett antal observationer och dividerar summan med det totala antalet observationer.

### **MediaCollection**

analysverktyg som är utvecklat av MMS och gör det möjligt för användaren att analysera tittandet ur många olika aspekter. Ersätter tidigare HotCollection

### **mediamix**

beskriver hur en annonsör väljer att distribuera sin kampanj, vanligtvis genom en blandning av olika medier och format.

### **medianvärde**

värdet på mittobservationen om man tänker sig att observationerna är ordnade i storleksordning.

### **mediaspelare**

elektronisk apparat som kan spela upp flera typer av media. Det finns både stationära och portabla mediaspelare.



## mediebrus

beskriver dagens medielandskap i vilket ökningen av mängden innehåll och antalet medieplattformar gör att sändaren kan ha svårare att nå fram till mottagaren.

## mediekonvergens

uppstår när flera medier samverkar genom att komma allt närmare varandra. Exempel på konvergens är att medieinnehåll ofta sprids genom flera plattformar. Idag är det vanligt att innehållet i en papperstidning även finns på webben och i mobilen.

## MEF - minsta effektiva frekvens

lägsta antalet exponeringar av ett reklamslag eller en kampanj för att ge effekt hos individerna i en målgrupp. Ofta används sett minst tre gånger som MEF vid TV-planering.

## mid-roll

en eller flera reklamspotar som visas en bit in i ett valt videoklipp/program som spelas upp på webben.

## MMS Basundersökning

kartlägger den svenska befolkningens TV-innehav, tittarvanor, hushållssammansättning samt andra TV-specifika och demografiska variabler. Dessa undersökningar genomförs två gånger per år och omfattas av totalt 9000 intervjuer.

Undersökningens tre huvudsyften är att:

- kartlägga de svenska TV-hushållen och därmed ge en försäkran om att TV-tittarpanelen representerar Sveriges befolkning
- fungera som rekryteringskälla för nya panelhushåll
- utgöra grunden till framtagning av universumtal/bastal som i sin tur används för beräkning av tittarsiffror

## MMS Certifiering

genomgång av analysverktyg som använder People Meter-data i syfte att kontrollera att programvaran uppfyller de krav på beräkningsalgoritmer som fastställts av MMS. Godkända verktyg får en MMS-certifiering.

## MMS Gyllene Regler

samlade definitioner och regler för hantering av tittardata och beräkning av tittarsiffror. För att tittarsiffror ur ett system ska utgöra officiell valuta, d.v.s. beräknas på ett korrekt sätt, ska de vara framställda enligt officiella räkneregler. För alla användare av tittarsiffror är det av stor vikt att de siffror som redovisas ur olika system har samma värde. Det utgör förutsättningen för kampanjuppföljning och leveranskontroll. Reglerna skapar ordning och reda för köpare och säljare av TV-reklam. MMS certifierar de programvaror som korrekt tillämpar MMS Gyllene Regler.

## MMS Webb-TV Standard

MMS har tillsammans med några av Sveriges största webb-TV aktörer tagit fram en standard för mätning av webb-TV-tittande. MMS bidrar till att utveckla mätningen av mediet så att det ska finnas jämförbara mätetal för annonsörer och mediebyråer.

#### **mobil-TV**

TV-program/videoklipp som går att se via mobiltelefon.

#### **mouseover**

händelse/teknik i ett användargränssnitt som aktiverar ett objekt när muspekaren förs över det.

#### **MPEG-4**

komprimeringsstandard för överföring av digital bild som används när digital information förs över via en länk med begränsad bandbredd.

#### **multicast**

teknik där samma information skickas ut till flera användare samtidigt, IP-TV är ett exempel på detta.

#### **multitasking**

syftar till användningen av flera medieplattformar samtidigt.

#### **målgrupp**

definierad grupp individer som är intressanta som mottagare av ett mediebudskap eller en grupp individer med ett visst beteende i en undersökning.

### **N**

#### **narrowcasting**

med narrowcasting riktar sig sändningar till en specifik och ofta relativt liten målgrupp. Motsatsen till broadcasting.

#### **navigator**

se EPG.

#### **nedladdat**

begrepp för nedladdat material från internet, till exempel filmer eller TV-serier, och som kan ses på bland annat en dator- eller TV-skärm.

#### **netcasting**

se live streaming.

#### **netnografi**

undersökningsmetod vars syfte är att studera attityder och beteenden på internet. Ordet är en sammanslagning av internet (net) och etnografi (nografi), vilket är forskningsmetoden som studierna är uppbyggda av.

#### **nettoräckvidd**

antalet unika individer som nås av ett mediebudskap. En TV-tittare räknas endast en gång, därmed ökar nettoräckvidden enbart när någon som inte tidigare sett ett TV-inslag tillkommer under en undersökningsperiod.

### **Nielsen Audience Measurement**

internationellt undersökningsföretag inom mediebranschen med fokus på TV-tittarmätningar. Nielsen Audience Measurement har i uppdrag av MMS att sköta hanteringen av panelen och insamlingen av data från People Meter-mätarna.

### **nischkanal**

TV-kanal vars innehåll består av ett eller ett par ämnen eller genrer, alternativt riktar sig till en viss målgrupp.

### **NVOD - near video on demand**

när samma program eller film har flera olika, något förskjutna, starttider på ett antal kanaler och som gör att tittaren inte är bunden till en enda starttid. Skiljer sig från video on demand (se detta ord) eftersom tittaren inte har något inflytande över exakt när program sänds. Tekniken används i kabelnät och av satellitdistributörer.

## **O**

### **OBS-värde**

observationsvärde, avser hur många personer som observerat en annons eller kampanj och kan mätas utifrån antingen erinran eller igenkänning.

### **omnibusundersökning**

marknadsundersökning där flera kunder delar på kostnaderna och ställer separata frågor i undersökningen. Det är vanligt att omnibusundersökningar återkommer med jämna mellanrum.

### **Orvesto**

ett samlingsnamn för en grupp undersökningar som görs av TNS SIFO. Dessa undersökningar genomförs tre gånger per år och behandlar bland annat medievanor, köpbeteenden, åsikter och preferenser.

### **OSU - obundet slumpmässigt urval**

alla inom den population som valts att undersökas ska i ett OSU ha lika stor möjlighet att bli tillfrågade som intervjupersoner. Urvalet dras från en definierad population.

### **OTS - oppertunity to see**

antalet gånger en individ har haft möjlighet att se ett reklambudskap. OTS uttrycks ofta som genomsnittligt antal exponeringar för ett reklambudskap eller en kampanj. Kan även kallas för snittfrekvens.

### **OTT - over the top**

avser leverans av innehåll och tjänster utanför en infrastruktur som inte är kontrollerad av internet- eller innehållsleverantören.

### out of home viewing - OOH viewing

TV-tittande som sker på en annan plats än i hemmet.

### OV - overnights

preliminärt tittardata som redovisas dagen efter livedagen och innehåller livetittande samt VOSDAL, vilket är tidsförskjutet tittande som skett inom samma dygn som livesändningen.

### overlay

annonsformat som introducerades i Sverige under 2008. Formatet erbjuder en lösning med halvgenomskinliga overlays med reklam som visas samtidigt som webbklipplet/programmet rullar. En bit in i ett webbklipp/program visas ytterligare en klickbar "overlaybanner".

### P

### P2P-nätverk - peer to peer

icke hierarkiskt datornätverk som bland annat används vid fildelning.

### panelbalans

begrepp som används för att säkerställa att panelen är välbalanserad, d.v.s. sammansatt enligt kraven för en panel. Panelmatrisen (se detta begrepp) kontrolleras noggrant så att antal installerade hushåll i varje cell ligger inom respektive toleransgräns. Om antalet hushåll skulle ligga under gränsen i någon cell rekryteras omedelbart nya hushåll som tillhör den cellen, för att återställa balansen. När antalet hushåll ligger över gränsen avslutas istället medlemskapet för vissa av hushållen som tillhör den cellen. Panelmatrisen kontrolleras dagligen för att garantera att den vid alla tidpunkter är så representativ som möjligt utifrån TV-universum.

### panelmatris

MMS panelmatris består av 36 celler och har tagits fram genom statistiska analyser där man säkerställt vilka variabler som samvarierar med TV-tittandet. Följande fyra variabler har visat sig betyda mest:

- Många respektive få kanaler: Pay resp. Non-Pay
- Familjesituation: 1 person, 2 personer eller fler utan barn, 2 personer eller fler med barn
- Utbildningsnivå: låg respektive hög
- Tittarkonsumtion: låg-, medel-, och högkonsumenter

### panelriktighet

beskriver i TV-sammanhang hur väl panelmedlemmar registrerar sig när de börjar titta och hur väl de sköter utloggandet när de slutat titta.

### parabolantenn

en antenntyp som används för att ta emot satellitdistribuerade TV-sändningar. Satellitsignalerna fångas in av en parabol vars storlek beror på vilken eller vilka satelliters programutbud mottagaren vill se och det geografiska läget.

### **pay-TV**

se betal-TV.

### **penetration**

ett medias täckning uttryckt i antal individer eller hushåll.

### **People Meter-mätningar**

TV-tittandet mäts med hjälp av elektroniska mätare i en tittarpanel. Panelhushåll rekryteras utifrån en fastställd panelmatris som representerar den svenska TV-befolkningen. Panelhushållen har en mätare kopplad till varje nätansluten TV med tillhörande kringutrustning. Varje familjemedlem har en egen knapp på mätarens fjärrkontroll som används för in- och utloggning. Mätaren använder sig av ljudmatchning alternativt banneridentifiering för att fastställa vilken kanal som panelindivid tittar på. Tittandet registreras och mäts på sekundnivå och redovisas på minutnivå. Data samlas in och är MMS-kunder tillhanda närmast efterföljande vardagen efter sändning.

### **People Meter-rådata**

datafiler som innehåller egenskaper för alla panelmedlemmar och deras TV-tittande. För varje panelindivid finns den dagliga vikten (det antal personer som man representerar i sin målgrupp i befolkningen), ålder, målgruppsstillhörighet, kön och kategoristillhörighet för övriga vägda målgrupper. Därutöver finns information om huruvida tittaren är ordinarie panelmedlem eller gäst. Tittandet per individ redovisas med kanal, den exakta tidpunkten då tittandet påbörjades, tittandets längd i minuter och vilken TV-apparat som användes.

### **persistent cookie**

beständig cookie är en liten textfil som, till skillnad mot session cookie, lagras på användarens hårddisk under en lång tid eller tills dess att den raderas av användaren, alternativt av servern som skapade cookien. En beständig cookie kan uppdateras av webbservern när besökaren återkommer till webbplatsen. Beständiga cookies finns för att webbservern ska känna igen återkommande besökare (eg. besökarnas datorer) så att webbservern kan personanpassa webbsidorna baserat på information från tidigare besök.

### **PIB - position in break**

anger var i ett reklambreak en spot är placerad. De första och sista spotarna får oftast fler tittare eftersom tittandet ofta sjunker under reklamavbrottet.

### **pitch**

upphandling av tjänster hos reklam- eller mediebyrå när flera byråer konkurrerar om samma uppdrag.

### **play rate**

andelen av antalet unika besökare som har valt att starta ett klipp.

### **poddsändning**

ett sätt att publicera ljudfiler eller rörlig bild via internet. Poddsändningar sker ofta med hjälp av RSS-flöden, prenumerationsprogram, vilket gör att till exempel bloggar, nyheter och annat blir tillgängligt för prenumeranter. Podcasting leder till att vem som helst kan nå ut med hemproducerad radio eller rörlig bild. Konsumtionen underlättas tack vare att utbudet kan flyttas till vald utrustning, vilket kan ses som en fördel för de bärbara alternativen.

### **polling**

benämning av insamlingen av tittardata.

### **population**

befolkning eller den grupp av individer som omfattas av en undersökning.

### **post-roll**

reklamklipp som visas efter att ett webbklipp eller webbprogram är färdigspelat.

### **PPD - pay per download**

en online-variant av pay per view, där användaren betalar för att ladda ner en ljud- eller videofil.

### **PPV - pay per view**

intäktsmodell där tittaren betalar för att få tillgång till rörligt material t.ex. ett specifikt TV-program.

### **pre-roll**

reklamklipp som visas innan valt webbklipp eller webb-program börjar spelas upp.

### **primetime**

den tid på dygnet som har flest antal tittare. Primetime, i TV-tittarsammanhang, infaller vanligtvis mellan 19.00-23.00.

### **primära kontrollvariabler**

korrektheten i People Meter-panelens hushåll, i förhållande till verkligheten, kontrolleras med hjälp av nedanstående variabler:

- Många respektive få kanaler (Pay resp. Non-Pay)
- Utbildning (låg resp. hög)
- Tittarkonsumtion (låg-, medel- eller högkonsument)
- Familjesituation: 1 person, 2 personer eller fler utan barn, 2 personer eller fler med barn

Se även diskriminanter och sekundära kontrollvariabler.

### **produktplacering**

strategiskt placerade produkter i reklamsyfte t.ex. i TV-program och filmer.

### **programlogg**

skickas till MMS från TV-kanal och innehåller sända programtitlar med faktiska start- och sluttider. Kallas även As-Run logg. Loggens matchning med tittardata möjliggör analys på programnivå.

### **programräckvidd**

andel (%) som tittat minst 3 sammanhängande minuter på ett program.

### **progressiv streaming**

även kallat progressiv nedladdning och innebär att användaren kan börja titta på en film innan den är nedladdad i sin helhet. Användaren kan spela den del av filmen som har laddats ned vid en angiven tidpunkt, men kan inte hoppa framåt till de delar som ännu inte har laddats ner. Exempel på progressiv streaming är Youtube.

### **psykografiska variabler**

med termen avses konsumentens attityd, beteende och psykologiska egenskaper. I marknadsföringssammanhang används psykografiska variabler för att kartlägga faktorer som exempelvis livsstil, värderingar och personlighet och hur dessa faktorer påverkar hur vi som individer konsumerar olika produkter och tjänster.

### **Public Service**

Radio och TV i allmänhetens tjänst. På uppdrag av staten tillhandahåller public servicebolagen ett utbud av radio/TV. Utbudet ska vara rikstäckande, politiskt och kommersiellt oberoende, av hög kvalitet och ska engagera alla samhällsgrupper. Verksamheten finansieras främst genom licensavgift, som varje TV-hushåll är skyldigt att betala.

### **PUT - people using television**

begrepp som avser det totala TV-tittandet, det vill säga genomsnittligt antal tittare för en bestämd tidsperiod. Oftast uttrycks PUT-nivån i procent av alla personer inom en grupp, till exempel en målgrupp som har tillgång till en viss TV-kanal. PUT kan också beräknas som andel, i tusental eller som genomsnittlig tittartid.

### **PVR - personal video recorder**

apparat med en hårddisk för lagring av data i vilken inkommande direktsänd TV kan lagras och sedan spelas upp med fördröjning eller tittas på i efterhand. Med hjälp av den här utrustningen kan det även finnas möjlighet att bygga upp en TV-tablå efter egna önskemål.

## **Q**

### **QR-Kod - Quick Response-kod**

en tvådimensionell streckkod som användaren scannar in med hjälp av kameran i sin mobiltelefon. QR-koder är bland annat vanliga i reklamsammanhang där en kod kan placeras i en annons. När koden sedan scannas av öppnas en specifik webbsida med innehåll som annonsören vill att användaren ska ta del av.

### **Quicktime**

Apples allt-i-ett-mediespelare som hanterar en mängd olika multimedia format.

## **R**

### rating/tittarsiffra

är andelen av ett visst universum, det vill säga en viss målgrupp som har sett ett program. Rating anger publikstorlek i både radio- och TV-sammanhang. Om ett program har en rating på 8 % betyder det att 8 % av den totala TV-befolkningen i genomsnitt tittade på programmet. Man räknar det genomsnittliga antalet tittare under programmets gång. Rating beräknad som ett genomsnitt per minut för ett tre minuter långt program skulle bli:

Publikstorlek % under

1:a minuten = 10

2: a minuten = 6

3: e minuten = 8

Summa = 24

$24/3 = 8$ , vilket blir programmets rating.

Programmets rating uttrycks ofta i absoluta tal, det vill säga procentsiffran multiplicerad med universumtalet.

Rating för TV skrivs även TVR.

### RBS - run by station

innebär att en TV-kanal själv hanterar placeringen av reklamslag. En annonsör köper ett förutbestämt antal kontakter i en särskild målgrupp och TV-kanalen garanterar att GRP/TRP-målet uppnås under en kampanj.

### reach

se räckvidd.

### Real Player

mediespelare från Real Networks som används för att spela upp streamad video och/eller ljud.

### referensbibliotek

UNITAM-mätaren mäter tittande via ljudmatchning vilket innebär att både livetittande och timeshift-tittande kan mätas eftersom det matchas mot en ljud databas som kallas referensbibliotek.

### reklamerinran

ett mått som används för effektmätning av reklam. Mäter i vilken mån en intervju person minns specifika annonser och kampanjer. Vid spontan erinran kan intervju personen återge annonsen/kampanjen utan någon hjälp. Vid hjälpt erinran minns intervju personen först efter att ha fått viss hjälp med t.ex. ett produktområde eller märke

### reklamkakan

begrepp som beskriver reklammarknadens storlek och indelning, enligt IRM Institutet för reklam- och mediastatistik.

### reliabilitet

beskriver hur pass tillförlitligt och noggrant en mätning genomförs. En hög reliabilitet innebär en liten andel slumpmässiga mätfel.

### remediering



när något flyttas från ett medium till ett annat utan att det refereras till att innehållet ursprungligen existerat i ett annat medium. Vanligt vid introducering av nya medier då gammalt material kan presenteras utifrån nya förutsättningar som åter gör det attraktivt för konsumenter att ta del av materialet.

### **retargeting**

begrepp inom online-marknadsföring. Innebär att man annonserar specifikt till personer som varit inne på en webbsida utan att ha köpt något. När individerna sedan går in på andra webbplatser kommer reklam att visas från den webbsidan som tidigare besöktes.

### **returkanal**

kommunikationsväg för att sända information tillbaka till den ursprungliga sändaren. En returkanal kopplad till digital-TV-teknik möjliggör interaktiva tjänster mellan TV-tittare och innehållsleverantör.

### **RM - reklammätningar**

system som TNS SIFO använder för att mäta och registrera all annonsering på den svenska marknaden. Resultaten anges i bruttopriser.

### **ROI - return on investment**

avkastning på investerat kapital.

### **ROMI - return of market investment**

utfallet av marknadsföringen i relation till marknadsinvesteringen.

### **RP - respondent**

person i en undersökning som svarar på frågor. Se även IP.

### **RPD - return path data**

insamlad data som oftast används i egna system. Exempel på det är data från setup-boxar eller trafik från en internetoperatör, där leverantören har möjlighet på en detaljerad nivå se konsumtion av innehåll.

### **RSS-flöde**

används för att prenumerera på innehåll på webben. Flöden användare valt att prenumerera på kontrolleras regelbundet mot uppdateringar och när nya filer/inlägg publiceras, laddas dessa ned automatiskt till datorn. RSS används till exempel för att hålla sig uppdaterad på bloggar och podcasts.

### **rumstittande**

den fysiska platsen för tittandet.

### **räckvidd för TV**

det antal TV-tittare som har sett ett specificerat minsta antal sammanhängande minuter under en tidsperiod, eller en viss procent av programtid. Vanligtvis används tre sammanhängande minuter för programräckvidd. För daglig räckvidd gäller att en tittare har sett minst fem sammanhängande minuter. Vid veckoräckvidd är kriteriet att man har sett minst 15 sammanhängande minuter på en kanal under en vecka. Varje tittare medräknas endast en gång. Räckvidd kan uttryckas som ett absolut tal eller som ett procenttal.

#### **räckvidd för webb-TV**

beräknas på unika personer och förutsätter någon form av panel. Räckvidd kan uttryckas som ett absolut tal eller som ett procenttal.

#### **räckvidd och frekvens**

avser i reklamsammanhang den andel personer i målgruppen som sett reklamen och hur många gånger de har sett den. Det gäller förutom reklam även för program och dagdelar. Se även ackumulerad räckvidd och nettoräckvidd.

#### **Rörliga Bilder**

MMS årliga undersökning som kartlägger den svenska befolkningens konsumtion av rörlig bild.

## **S**

#### **satellitmottagare**

satelliter används bland annat för digital-TV-överföring och telekommunikation. En satellitmottagare tar emot signalerna från satelliter och omvandlar dem till ljud och bild.

#### **satellit-TV**

sändning av TV-program där signalerna transporteras från en satellit till parabolantennor och vidare genom mikrovågshuvud och satellitmottagare in i TV:n.

#### **second screen**

ett uttryck som beskriver ett beteende när TV-tittare samtidigt som de tittar på ett TV-program använder en andra medieplattform och t.ex. kommunicerar kring programmet på sociala medier eller på andra hemsidor.

#### **sekundära kontrollvariabler**

i MMS TV-panel utgör de sekundära kontrollvariablerna de individbaserade faktorerna kön, ålder, familjesammansättning och urbaniseringsgrad. Det innebär att man i andra hand, efter de primära kontrollvariablerna, strävar efter att få panelen i balans utifrån ovan nämnda kategorier. De sekundära kontrollvariablerna ställs mot förhållandena i verkligheten och på detta sätt kontrolleras det att panelen är korrekt sammansatt. Se även diskriminanter och primära kontrollvariabler.

#### **session cookie**

tillfällig cookie i motsats till persistent cookie. En liten textfil som lagras på användarens hårddisk under ett besök på en webbplats och raderas efter en viss tid. Den kan till exempel innehålla data från inloggningen på en

lösenordsskyddad webbplats, så att användaren kan växla mellan sidor på webbplatsen utan att behöva skriva in namn och lösenord på nytt. Jämför med beständig cookie (se persistent cookie).

### **serverbaserad site-centric mätning**

mätmetod där förfrågningar av sidor loggas i en server.

### **share**

se tittartidsandel.

### **sidvisning**

mått som anger besöksvolymen på en webbsajt. Summan av det totala antalet visade webbsidor, d.v.s. öppnade sidor i en webbläsare på sajten under en viss tidsperiod. Ska inte förväxlas med besök eller träffar.

### **siffregenerator**

beräkningsmotor för bearbetning av People Meter-data som installeras i analysverktyg.

### **Silverlight**

tilläggsprogram till webbläsare för visning av interaktiva webbapplikationer och mediafiler.

### **simulcast**

betyder att samma innehåll sänds på flera TV-kanaler/medieplattformar samtidigt.

### **singel source**

avser en mätmetod där mätningen görs på samma individ över flera plattformar eller medier, vilket möjliggör att säkerställa netto- eller oduplicerad räckvidd för till exempel en reklamkampanj. Att jämföra med fusion.

### **SIS-index**

en sajt tillverkad av Svensk Internetstatistik som publicerar besöks- och trafikinformation över svenska webbplatser. SIS-index använder data från Google Analytics och är gratis.

### **siteCatalyst**

mätbolaget Adobes webbanalyssystem.

### **site-centric**

se serverbaserad site-centric mätning och webbläsarbaserad site-centric mätning.

### **skyscraper**

fast bannerplats vid sidan om filmytan i en spelare eller på en webbplats.

### **slot**

tiden mellan klockan x och y i en TV-tablå.

### **smartphone**

den nya generationens mobiltelefoner som utmärks genom avancerade operativsystem, applikationer och möjligheten att vara uppkopplad mot internet med högre hastigheter än tidigare.

### **smart-TV**

samlingsbegrepp för TV-apparater som interagerar med internet vid hämtning av information.

### **smartcard - programkort**

informationsbärare vid TV-abonnemang.

### **SMATV - small master antenna television system**

mindre kabelnät som bildats av flera hushåll som samäger och är anslutna till en parabolantenn.

### **SMS - subscriber management system**

är i TV-sammanhang ett administrativt system för hantering av abonnemang på olika TV-kanaler.

### **sociala medier**

betecknar aktiviteter som kombinerar teknologi, social interaktion och skapande av media. Det kan ta sig uttryck i internetforum, bloggar, poddradio och artikelkommentarer.

### **sociala nätverk**

en typ av community där användare kan skapa onlinerelationer och dela gemensamma intressen. Exempel på sociala nätverk är Facebook, Twitter och Instagram.

### **SOM - share of mind**

anger hur stor plats ett varumärke lyckas få i konsumentens medvetande. Detta mäts ofta genom spontan eller hjälpt erinran. Med begreppet avses att kartlägga attityder och preferenser till ett varumärke i förhållande till konkurrenter.

### **SOV - share of voice**

andel av den totala marknadskommunikationen, det vill säga en annonsörs andel av det totala mätbara och redovisade reklaminvesteringarna i en viss bransch eller i ett visst media, under en given tidsperiod.

### **specifics**

annonsör eller mediebyrå bestämmer var ett reklamslag ska sändas för att på ett optimalt sätt nå en målgrupp. Detta leder ofta till en annan kostnad än RBS (se detta begrepp). Till skillnad från RBS garanteras inte antalet kontakter vid denna typ av köp.

### **spot**

reklamfilm i TV, radio eller på internet.

### **spotlogg**

skickas till MMS från TV-kanal med information om produkt, annonsör, förmedlare samt exakt start- och sluttid för sänd reklam. Loggen innehåller även information om sända sponsormeddelanden och trailers. Med hjälp av informationen är det möjligt att göra analyser och kampanjuppföljningar på reklamnivå.

### **standardavvikelse**

är det mest använda spridningsmättet och avser hur mycket de olika värdena i en population avviker från medelvärdet.

### **start over-tjänst**

gör det möjligt att starta om program efter sändningsstarten.

### **starter**

ett av de officiella måtten som MMS redovisar vid mätning av webb-TV. Med en start avses att ett program eller klipp har erhållit eventet play i mätningen. En start räknas oavsett om det finns en sluttid eller ej. Ett program eller klipp kan teoretiskt få oändligt många starter från samma webbläsare då varje start räknas.

### **stickiness**

term för att beskriva ett TV-programs förmåga att hålla kvar tittare genom hela programmet, även över reklamavbrott. Används också i internetsammanhang när man vill beskriva hur väl webbsidor lyckas behålla sina besökare.

### **streaming**

innebär att användaren tittar på en video på sin dator eller mobiltelefon samtidigt som videon överförs, bild för bild, via internet. Streaming används både för uppspelning av lagrade filer på webbplatser och för att se på direktsända evenemang via internet.

### **strippad tablå**

beskriver en tablå där det visas en TV-serie upprepade dagar i följd vid en och samma tidpunkt.

### **summa tid**

ett av de officiella måtten som MMS redovisar vid mätning av webb-TV. Summa tid är den sammanräknade tittartiden som alla starter (de facto starter med tid) genererat. Varje tittarpass bidrar till den ackumulerade tiden. En och samma webbläsare kan bidra med flera tittarpass på samma titel.

### **surfplatta**

mobil handdator med avancerade funktioner och uppkopplingsmöjlighet mot internet genom antingen trådlöst nätverk eller mobiltelefonnät. Surfplattor har vanligtvis en pekskärm.

## Sveriges Annonörer

svensk intresseorganisation för företag som investerar i reklam och annan marknadskommunikation. Sveriges Annonörer har som mål att hjälpa de svenska reklaminvesterarna att uppnå bästa möjliga effekt på sina investeringar i marknadskommunikation.

## Sveriges Mediebyråer

förening som har till syfte är att tillgodose mediebyråernas intressen och har som uppgift att främja mediebyråbranschens utveckling på ett konkurrensneutralt sätt vad gäller kompetens, affärsmöjligheter, identitet och etik.

## SVOD - subscription video on demand

abonnemangsbaserad on demand-tjänst där kunden har obegränsad tillgång till tjänstens utbud och betalar en fast abonnemangsavgift för detta.

## T

### tagg

en kod som implementeras på en webbsida för mätning av trafik. När någon besöker en webbsida innehållandes en tagg skickas information via taggen till en mätdator som står hos en tredje part, vanligtvis ett mätbolag.

### time-shift tittande

TV-tittande som tidsförskjutits med hjälp av till exempel en hårddiskspelare, videospelare eller inspelningsbar DVD. TV-material kan spelas in och tittas på i efterhand, eller pausas och förskjutas en kort tid.

### time spent

den tid som en besökare lägger på en webbsida.

### tittarkomponenter

L - Live-tittande som sker i sändningsögonblicket

T0 /VOSDAL-viewed on same day as live - tidsförskjutet tittande som sker under samma TV-dygn som livedagen

T1- tittande som tillkommer dagen efter livedagen

T2 - tittande som tillkommer andra dagen

T3 - tredje dagen

T4 - fjärde dagen

T5 - femte dagen

T6 - sjätte dagen

T7 - sjunde dagen

### tittarpanel

MMS tittarpanel är uppbyggd och kontrollerad för att representera alla TV-hushåll i Sverige.

### **tittarsiffra**

se rating.

### **tittartid**

mått som i minuter redovisar hur lång tid man tittat totalt på TV eller på en specifik kanal.

### **tittartid per tittare - viewing time per viewer**

tittartid av faktiska tittare och inte möjliga tittare.

### **tittartidsandel - share of viewing**

andel av den totala tittartiden som under en given tidsperiod tillfaller ett visst program eller kanal. Share uttrycks alltid som en procentsats. Oavsett hur många som totalt ser på TV, blir summan av andelarna alltid 100 %, eftersom man bara tar hänsyn till de som ser på TV just för tillfället.

### **TNS SIFO**

svenskt undersökningsföretag.

### **top and tail**

reklamslag för en produkt eller annonsör och som placeras först och sist i ett reklamavbrott.

### **top of mind**

det varumärke eller produkt som en individ först kommer att tänka på när den tillfrågas om en viss produktkategori.

### **total-TV**

definieras som alla referensbandade TV-kanaler som finns i referensbiblioteket. Total-TV exkluderar tittande på kanaler som inte referensbandas samt tittande på övrig video, DVD, TV-spel, radio och annat oidentifierat tittande. Idag mäts de drygt 100 största kanalerna, baserat på tittartidsandel.

### **totalundersökning**

kallas även censurmätning och innebär att hela populationen omfattas.

### **tracking**

återkommande undersökning eller mätning som gör det möjligt att jämföra utveckling över tid.

### **trafikmätning**

mätmetod som används på webben för att se hur mycket trafik en sajt genererar. Genom cookies urskiljs hur många datorer som webbsidan besökts ifrån, det är alltså antalet webbläsare som mäts och inte antalet personer som besökt sidan.

### **trailer**

i TV-sammanhang är en trailer en reklamfilm för ett TV-program eller en TV-kanal och består oftast av intresseväckande sekvenser med syfte att locka tittare.

### **triple screen**

uttryck som betecknar konsumenters användning av både TV, dator och mobiltelefon.

### **TRP - target rating point**

summan av all rating (bruttoräckvidd) för en kampanj i en viss målgrupp och inte hos hela publiken som vid GRP. Varje ratingpoint är en procent av den specificerade målgruppen. TRP är en försvenskning av GRP-uttrycket och används sällan internationellt, där talar man om GRP i målgruppen.

### **TVCheck**

företag som spelar in sänd TV-reklam i Sverige, Norge och Finland. Annonörer, mediebyråer och övriga i TV-branschen, däribland MMS, använder deras tjänster.

### **TVOD - transactional video on demand**

online-videotjänst där betalning sker per film/TV-serie, en form av pay-per-view. Annat begrepp för TVOD är EST (electronic sell through).

### **TV-tittare**

för att medräknas som TV-tittare under en minut ska man ha sett på en kanal minst 15 sammanhängande sekunder av den aktuella minuten. Om tittaren har sett lika länge på flera kanaler under samma minut, tillfaller tittandet den kanal som minuten därefter har det fortsatta tittandet.

### **TV-tittarmätning**

sedan 1993 har TV-mätningar genomförs elektroniskt i Sverige med People Meter-mätare. MMS äger all information kring TV-tittandet och mätdataleverantören Nielsen Audience Measurement står för fältarbete och datainsamling. People Meter-systemet bygger på att medlemmarna i en tittarpanel, som är representativ för den svenska TV-befolkningen, rapporterar om sitt TV-tittande via elektroniska TV-mätare. I förhållande till andra mer traditionella metoder som telefonintervjuer och enkäter, är People Meter-metoden mer säker, snabb och kostnadseffektiv. I de rapporterade hushållen finns en mätare, kopplad till varje TV och dess kringutrustning, som lagrar hushållsmedlemmarnas tittande. Med en särskild fjärrkontroll registrerar sig varje tittare och alla personer som befinner sig i ett rum där det finns en påslagen TV ska vara registrerade. Tittaren påminns om registrering både via en display på mätaren samt genom ett röstmeddelande. Kvalitetskontroller av registrerat tittande genomförs regelbundet och vid avvikelser kontaktas hushållet. För att börja räknas som tittare ska man ha sett 15 sammanhängande sekunder på en kanal. Om man "zappar" mellan olika kanaler kommer tittandet att tillräknas den kanal som har störst andel av tittandet under den aktuella minuten. Endast tittande som förekommer i hemmet registreras.



### **TVM5-mätare**

mätare från Nielsen Audience Measurement vilka urskiljer kanaler genom bannerdetektering används i hushåll med en TV-miljö som inte har inspelningsmöjlighet. DVD, VCR samt spel och övriga anslutna enheter mäts med hjälp av källidentifiering.

### **TVR**

se rating.

## **U**

### **UGC - user-generated content**

användargenererat material som laddas upp på webben. Exempel på sådant material finns på YouTube.

### **unicast**

teknik där information skickas till endast en mottagare till skillnad från multicast (se multicast). Video on demand via internet använder unicast där en ny mottagare blir en ny dataström med exakt samma innehåll. Nackdelen är höga bandbreddskostnader.

### **unika besökare/unika webbläsare**

användare som under en specifik mätperiod besöker en webbplats. Måttet används ofta som ett tecken på en webbsidas popularitet och kan användas vid prissättning på eventuella annonsplatser på sajten. Antalet unika besökare på en sajt beräknas med hjälp av antingen cookies, sessions-ID eller IP-nummer. Det vedertagna har dock kommit att bli att använda cookies som standard för att räkna ut antalet unika besökare.

### **UNITAM**

mätssystem från Nielsen Audience Measurement som klarar av att mäta tideshiftat (tidsförskjutet) tittande. För kanalidentifieringen används ljud istället för banners.

### **universumtal/bastal**

tas fram genom MMS basundersökning och redovisar befolkningens storlek för olika målgrupper i total-TV-universum.

### **urvalsfel**

uppstår endast i urvalsundersökningar och inte i totalundersökningar. Urvalsfelen är den avvikelse som finns mellan värdet i skattningen från urvalsundersökningen och det värde som en totalundersökning ger.

### **urvalsundersökning**

undersökning som baseras på ett representativt urval av den totala populationen.

## V

### **validitet**

mått på hur väl man mäter det man vill mäta d.v.s. hur väl syfte och resultat stämmer överens. En hög validitet innebär en hög frånvaro av systematiska mätfel.

### **value added content**

med begreppet menas att man tillför ett mervärde för användaren, t.ex. extramaterial.

### **veckoräckvidd**

den andel (%) som sett minst 15 sammanhängande minuter. Kan antingen redovisas per kanal eller på totalnivå d.v.s. allt TV-tittande på alla kanaler inräknat.

### **viktning/vägning av data**

för att komma till rätta med över- respektive underrepresentation förekommer vägning i många statistiska undersökningar. I People Meter-panelen vägs data på olika kategorier både på hushållsnivå och individnivå. Om man i en undersökning ska intervjua 500 män respektive 500 kvinnor och man får kontakt med 475 kvinnor och 525 män, säger man att man väger resultaten så att varje kvinna svarar för  $500/475$ , dvs. 1,05 kvinna och varje man svarar för  $500/525$ , dvs. 0,95 man. Viktning kallas även för poststratifiering.

### **Vimeo**

webbplats där en besökare kan ladda upp och dela med sig av videoklipp.

### **viral marknadsföring**

marknadsföringsmetod som grundar sig på att ett budskap, tjänst eller produkt är så intresseväckande att de individer som exponeras för den har en stor benägenhet att sprida den vidare till sin bekantskapskrets. Även kallad buzz-metoden, word of mouth-metoden eller virusmarknadsföring.

### **virtual meter**

mätare utan hårdvara som kan användas vid vissa typer av panelmätningar. För att kunna följa en användares Webb-TV-tittande laddas en mjukvara ner på användarens dator. Mätaren mäter både live-, och timeshift-tittande.

### **VOD - video on demand**

tjänst som möjliggör för användare att se videomaterial i streamad eller nedladdad form. VOD-tjänster kan vara gratis eller betalningsbaserade.

### **VOSDAL - viewed on the same day as live**

tidsförskjutet tittande som sker samma dag som sändningsdagen.

## W

### **webbisodes**

avser episoder/avsnitt av en programserie som är exklusiv för webben.

### **webb-klipp/webb-program**

avsnitt/programinnehåll som endast sänds på webben.

### **webbläsarbaserad site-centric mätning**

mätmetod med taggning av sidor, där visning av sidor i webbläsaren loggas.

### **webbpublik**

ett av de officiella måtten som MMS redovisar vid mätning av webb-TV. Webbpublik är genomsnittligt antal öppna webbläsare under titelns längd. Måttet anges i absoluta tal. Beräkningen genomförs genom att dividera summa tid genom programmets längd.

### **webb-TV**

definieras som "rörlig bild" (ej bildspel) och visas i någon form av inbäddad mediaspelare på webbsidor som spelas upp i en webbläsare. Webb-TV distribueras via streaming eller progressiv nedladdning. Begreppet rymmer också webbklipp som är kortare inslag eller videoklipp på webbsidor, exempelvis videobloggar och trailers.

Webbprogram innefattar längre produktioner och hela program.

### **webb-TV-mätning**

avser mätning av konsumtion på webb-TV. Kan både vara på övergripande nivå (totalt för en kanal/site) eller på detaljnivå (program, klipp, reklam etc.). En webb-TV-mätning kan både omfatta mätning av trafik (så kallad censusmätning) och/eller via panel.

### **webcasting**

se live streaming.

### **Webtrends**

amerikanskt mätbolag för webbtrafik.

### **Windows Media Player**

Microsofts allt-i-ett-mediespelare, som är konstruerad för att kunna spela upp det mesta inom ljud och bild.

### **word of mouse**

positiv spridning av ett varumärkes tjänst eller en produkt genom att människor skriver positivt om det på nätet och/eller sprider länkar, filmklipp som gagnar varumärket.

### **word of mouth**

marknadsföring, i form av en positiv spridning av ett varumärkes tjänst eller en produkt genom att nöjda kunder berättar vidare för andra om det. Se även viral marketing.

## **Z**

### **zappa**

TV-tittare byter TV-kanal.

### **zippa**

TV-tittare spolar förbi reklamen på de program som finns inspelade på en hårddisk.

## **Å**

### **återläggning**

dag eller tidpunkt som får tillskott i efterhand, då en tittare ser på inspelat/tidsförskjutet material.