



Mediamätning i Skandinavien AB  
Kammakargatan 7  
111 40 Stockholm  
08-736 10 00  
[www.mms.se](http://www.mms.se)

**MMS ORDBOK 2017**

**Grafisk form**

**Camilla Andersson**

## Inledning

MMS ordbok är en samling facktermer som ofta förekommer i analysen av tittandet på rörlig bild. Här finns även definitioner av de mått MMS använder. MMS ordbok kom ut första gången 1998 och har sedan dess uppdaterats ett flertal gånger i takt med rörlig bildbranschens utveckling.

MMS är ett branschägt företag som arbetar på uppdrag av den svenska mediemarknaden. MMS huvuduppgift är att mäta konsumtionen av rörlig bild, oavsett hur, var eller när konsumtionen sker. I uppdraget ingår också att utbilda branschen i frågor som rör mätning av rörlig bild. Tanken är att den här ordboken ska bidra till det.

# 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 tittat på en kanal, ett visst antal sammanhängande minuter, någon gång under en månad vilket kallas nettoräckvidd (tittat minst 1 gång). Se även definitioner för daglig räckvidd, programräckvidd och veckoräckvidd.

## **adaptive streaming**

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

## **adblocker / reklamblockerare**

ett program till en webbläsare som gör det möjligt att blockera reklam på internet.

### **ad hoc undersökning**

en undersökning som görs för ett specifikt ändamål och äger giltighet endast i det fallet.

### **ad request**

varje gång en webbläsare begär information från ett annonshanteringssystem eller ad server.

### **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 att zippa.

### **Adstream**

global aktör för digitala reklamfilmsleveranser till TV- och mediehusen.

## **Adtoox**

global aktör för digitala reklamfilmsleveranser till TV- och mediehusen.

## **AdvantEdge**

analysverktyg för bland annat People Meter-data och 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 publiken för ett medium 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 till exempel flera individer, målgrupper eller tidsperioder som slagits samman för att ge form åt en total mängd och görs i syfte att lättare få en helhetsbild.

## **analoga TV-sändningar**

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

## **Android**

Googles operativsystem för mestadels mobiltelefoner och surfplattor.

## **app - applikation**

programvara som en användare kan ladda hem eller köpa till sin mobila enhet.

## **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.

## **AR - augmented reality**

term för Realtidsapplikationer som blandar information från användarens fysiska omgivning med information från en mjukvaruapplikation.

## **Arianna**

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

## **ATAWAD**

Any Time Any Where Any Device, beskriver MMS mål avseende mätning av konsumtion av rörlig bild.

## **ATL - above the line**

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

## **ATS - average time spent**

anger hur länge i snitt en besökare stannar på en webbsida.

## **AVC - advanced video coding**

se H.264.



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

onlinevideotjänst 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 validitet och reliabilitet.

## **autorefresh**

när en webbsida laddas om automatisk med ett visst 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 bakåtlutad, avkopplad och passiv i sitt tittarbeteende. Motsatsen är framåtlutat tittande.

## **bandbredd**

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

## **banner**

reklamannons som visas i TV-bild eller på en webbplats.

## **banner burnout**

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

## **betal-TV**

är TV-program som distribueras mot en avgift.

## **big5**

avser de idag fem största TV-kanalerna i Sverige, vilka är SVT1, SVT2, TV3, TV4 och Kanal5.

## **Big data**

avser stora datamängder som skapas i dagens digitala samhälle.

## **billboard**

sponsring i form av rörliga bilder eller skyltar i anslutning till 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.

## **bot**

kommer från ordet robot och är ett datorprogram som konstruerats för att automatiskt genomföra operationer. En bot kan vara antingen förprogrammerad att utföra vissa enkla uppdrag enligt ett givet mönster, eller ha programmerats att reagera på förändringar i sin omgivning.

## **branded content / native advertising**

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. När varumärke och TV-program förs samman på det sättet blir följderna att gränserna mellan reklam och innehåll suddas ut.

## **break**

reklamavbrott i TV-program.

## **bredbands-TV**

se IP-TV.

## **browserbaserad site-centric mätning**

mätmetod med taggning av webbsidor, där visningen av sidor i webbläsaren loggas.

## **bruttoräckvidd**

den totala summan av alla kontakter, med andra ord addition av alla gånger någon 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 från ATL (se detta begrepp) riktas BTL mot specifika målgrupper och inte mot den stora massan.

## **buffring**

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

# C

## **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 varpå relevanta följdfrågor kommer upp automatiskt.

## **catch-up TV**

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

## **censusdata**

Census betyder folkräkning och censusdata i MMS-sammanhang avser hela populationens uppmätta trafik/konsumtion av rörlig bild online.

## CO-branding

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

## coincidental survey

undersökning som genomförs av MMS två gånger per år 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 globalt mediamätningbolag.

## **connected TV**

se Smart-TV.

## **cookie**

textfil som lagras på en användares dator för att identifiera en återkommande besökare. Cookies används vid onlinemätningar 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 från andra webbplatsers annonser och kan vara t.ex. pop-ups eller andra typer av annonser. Dessa cookies används av marknadsföringsskäl för att spåra användarens vanor på internet.

## **CPA - cost per action**

betalningsmodell på internet där annonsören endast betalar då något specifikt inträffar, till exempel ett köp.



### **CPC - cost per click**

kostnad per klick. Annonssören betalar endast när en besökare klickar på till exempel 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 betalar en kostnad baserad på antal besök på webbsidor.

### **CTA - call to action**

uppsmaning till någon att utföra en viss handling.

## **CTR - click through rate**

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

# **D**

## **dagdelar - daypart segment**

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

## **daglig räckvidd**

andel (%) som tittat minst 5 sammanhängande minuter på TV, kan antingen redovisas per kanal eller på totalnivå, det vill säga allt tittande på alla kanaler.

## **DAI - dynamic ad insertion**

processen när reklam visas i ett forum efter annonsörens önskemål. Detta gör att reklamen

exempelvis kan riktas till användare med en viss internethistorik eller mot en viss geografisk plats.

### **data funnel**

datatratt, stora datamängder komprimeras efter tillämpning av regler.

### **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 tittarsiffror 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 eller en generation som växer upp i en tid där datorer, internet och sociala medier är en väsentlig del av samhället.

### **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.

### **diskriminant**

en kontrollvariabel, kan vara en faktor som till exempel kön, TV-innehav och 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 och som förutsätter att hushållen har en egen parabolantenn som tar emot signalerna.

### **dubbeltäckning**

avser den andel tittande som fångas upp i multipla mätningar och på så vis gör det möjligt att ett och

samma tittarpass återkommer i olika uppsättningar av tittardata.

## **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, programvara, algoritm eller person som konverterar informationen från ett format eller en kod till en annan, gällande standardisering, hastighet eller kompression.

## **enhanced TV**

tilläggstjänst för digital-TV som ger mottagaren ytterligare information om till exempel 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.

### **erinran**

effektjämningsmått för enskilda annonser eller kampanjer som baseras på i vilken grad en intervjuperson känner igen en annons eller kampanj. Kallas även igenkänning.

### **Eurometer**

Sveriges första People Meter-mätare som inte längre används i panelen. Eurometer registrerade TV-kanalernas frekvenskillnader i TV:ns kanalväljare och höll på så sätt isär tittandet på olika TV-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 ett plug-in i webbläsaren, Adobe Flash Player.

## **four screen**

uttryck som betecknar konsumenters användning av både TV, surfplatta, smart mobil och persondator.

## **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.

## **FPS - frames per second**

antal bildrutor som visas per sekund i en uppspelningsapparat.

### **fragmentisering**

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

### **framåtlutat tittande**

beskriver ett beteende hos en tittare som är framåtlutat, engagerad och aktiv.

### **frekvens**

ett av MMS tittarmått och anger det antal gånger en målgrupp i genomsnitt har sett ett program eller ett reklaminslag.

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

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

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

ett filöverföringsprotokoll som till exempel MMS använder för att leverera tittardata för broadcast.



## **fusion**

när det gäller mätning av tittande innebär detta en process för att slå ihop flera olika datakällor, 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**

GRP anger den totala bruttomängden exponeringar och är en produkt av nettoräckvidd och medelfrekvens.

## **GTAM**

den senaste versionen av People Meter från Nielsen Audience Measurement som används i TV-panelen. Mätartekniken klarar av att hantera både UNITAM ljudmatchning och vattenstämplar för identifiering av kanaler.

## **gästtittande**

gäster i MMS panelhushåll registrerar sitt tittande i People Meter-systemet. De registrerar också kön och ålder och informationen tas sedan med i beräkningen av tittarsiffrorna. Gästtittandet kan vara ett viktigt bidrag till det totala tittandet under vissa tider på året som till exempel under jul och vid stora sportevenemang.

# H

## **H.264**

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

## **H.265**

senast 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.

## **HbbTV - hybrid broadcast broadband TV**

ett globalt initiativ som är en sändningsstandard som möjliggör supertext-TV-tjänster, levererade av en TV-kanal, och som integreras eller länkas till onlinetjänster som levereras via bredband till en ansluten smart-TV.

## **HDTV - high definition television**

TV-bild med högre upplösning 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 programtopplistor utifrån period, kanal och målgrupp. Programdata finns från 1994.

### **HotTop webb**

analysverktyg för webb-TV:s program och klipp 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, aldrig använda

i Sverige, och 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 medium.

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

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

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

organisation för digital onlinemarknadsföring som koordinerar standarder på internet.

### **igenkänning**

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

## **IMD**

Group IMD är en global aktör för bland annat digitala reklamfilmsleveranser till TV- och mediehusen.

## **impact**

styrka eller genomslagskraft i ett budskap.

## **impression**

är i MMS sammanhang ett mått som anger hur många gånger en reklam har visats online.

## **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.

## **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 mottagaren har möjlighet att till exempel få extra information om en produkt.

### **interaktivitet**

ömsesidigt informationsflöde där en mottagare till exempel kan påverka det den får se och kan svara på eller kommentera innehållet.

### **intermedialitet**

kommunikation som bygger på samspel mellan flera medieformer.

### **internetuniversum**

den andel av befolkningen eller det 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. Den här annonsformen 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**

Apples operativsystem för mobila enheter.

### **IP - intervjuperson**

även kallad respondent, är den person som intervjuas i en undersökning.

### **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 och är distribution av TV via bredband. Fungerar på ett liknande sätt som för kabel-TV, men med den skillnaden att användaren behöver en så kallad IP-TV-box för att ta emot kanalerna. Genom IP-TV är det möjligt att använda tjänster som video on demand (VOD).

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

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

**J**

### **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 att påverka och influera människors beteende och tankesätt, under en tidsbegränsad period. 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 i syfte att bedöma effekten av en kampanj.

## **kanalpenetration**

det antal personer som kan se en viss TV-kanal. Man skiljer mellan teknisk penetration och medveten penetration. Teknisk penetration är det antal personer som har möjlighet att ta emot en viss kanal, men som inte nödvändigtvis är medvetna om det. Medveten penetration är det antal personer som känner till att de har tillgång till en viss kanal.

## **kanalpenetrationsmätning**

görs av MMS för att kartlägga den medvetna penetrationen. Den genomförs via telefon, där respondenten får svara på vilka TV-kanaler som den har tillgång till. På detta sätt kan man fastställa varje TV-kanals möjliga räckvidd.

## **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**

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

### **klassificering**

MMS klassificerar både program och reklam efter genre i tre nivåer enligt en fastställd mall.

### **KO-data - konsoliderad data**

insamlad och slutgiltigt bearbetad tittardata i en undersökning. I TV-tittarsammanhang är det den officiella valutan som MMS redovisar när konsolideringsperioden är slut och allt tittande fångats upp. Konsolideringsperioden för TV och onlinevideo är densamma: livedagen eller dagen programmet lagts ut på internet samt de efterföljande sju dagarna. Onlinevideo har även ytterligare en konsolideringsperiod som innefattar dagen programmet lagts ut på internet samt de efterföljande 30 dagarna.

### **kommersiell tittartidsandel**

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

### **kommersiell TV**

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

### **koncession**

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

### **konfidsensintervall**

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

### **konsumtionsdag**

den dag inom konsolideringsperioden då tittandet på programmet sker, oavsett om det är linjärt eller tidsförskjutet.

## **kontaktkostnad**

kostnaden för en reklamkampanj dividerat med antalet kontakter. 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**

utöver kvalitetsundersökningar, som görs två gånger per år, utför mätleverantören 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 utrustning installerats



### **lifecasting**

privatpersoner som sänder eller gör händelser ur sina liv publika via digitala medier med hjälp av mobiltelefon eller webbkamera.

### **linjärt TV-tittande**

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

### **livedag**

första sändningsdagen för ett program, en reklamspot eller tidsslot.

### **livestreaming - webcasting, netcasting**

används för direktsändning av rörlig bild online. 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**

## **MaM**

minute after midnight.

## **marknadssegmentering**

indelning av målgrupper i olika undergrupper utifrån



särskiljande men sinsemellan gemensamma egenskaper, till exempel demografiska, psykografiska, eller beteendemässiga egenskaper.

### **marknät**

nät av TV-master som sänder TV. Sverige hade tidigare ett analogt marknät, men sedan oktober 2007 har vi ett helt digitalt marknät.

### **mashup**

är en typ av webbapplikation som sammanställer information och funktionalitet från fler av varandra oberoende källor.

### **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 i vilket man kan analysera tittandet ur många olika aspekter.

## **mediamix**

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

## **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, det så kallade bruset, gör att avsändaren 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 via flera plattformar. Idag är

det vanligt att innehållet i en papperstidning även finns på internet 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.

### **metadata**

data eller information som beskriver annan data.

### **mid-roll**

en reklamspot som visas en bit in i ett videoklipp eller program som spelas upp online.

### **MMS Basundersökning**

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

- 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 externa 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, det vill säga beräknas på ett korrekt sätt, måste 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-månad**

består alltid av minst fyra eller max fem veckor och börjar alltid på en måndag och slutar på en söndag.

### **MMS Standard för Onlinevideo**

MMS har tillsammans med några av Sveriges största aktörer inom onlinevideo tagit fram en standard för mätning av tittande på rörlig bild online. MMS bidrar till att utveckla mätningen av mediet så att det ska finnas jämförbara mätetal för annonsörer och mediebyråer.

### **MMS-år**

består av hela veckor och börjar alltid på en måndag och slutar på en söndag. Det innebär att ett MMS-år kan bestå av fler eller färre än 365 dagar.

### **mobil-TV**

TV-program och 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**

sändningsteknik där samma information skickas ut till flera användare samtidigt. Informationen når endast de datorer som vill lyssna på den, IP-TV är ett exempel på detta.

## **multitasking**

syftar på 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 sändningen till en specifik och ofta relativt liten målgrupp, i motsats 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 livestreaming.

## **netnografi**

undersökningsmetod vars syfte är att studera attityder och beteenden på internet.

### **nettoräckvidd**

antalet unika individer som nås av ett mediebudskap. Under en undersökningsperiod räknas en TV-tittare endast en gång, nettoräckvidden ökar därmed enbart när en ny TV-tittare tillkommer.

### **Nielsen Audience Measurement**

internationellt undersökningsföretag inom mediebranschen med fokus på TV-tittarmätningar. MMS har gett Nielsen Audience Measurement i uppdrag att hantera panelen och samla in 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 har flera olika, något förskjutna, starttider på ett antal kanaler och som gör att tittaren inte är bunden till en enda starttid. NVOD skiljer sig från video on demand eftersom tittaren inte har något inflytande över exakt när program sänds. Tekniken används i kabelnät och av satellitdistributörer.





### **OBS-värde**

förkortning av 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.

### **onlinevideo**

definieras som "rörlig bild" (ej bildspel) och streamas via webbläsare eller appar. Begreppet onlinevideo rymmer format som längre program, klipp och reklam.

### **onlinevideo-mätning**

avser mätning av konsumtion av rörlig bild online. Kan redovisas både på övergripande nivå, totalt för en kanal och sajt, eller på detaljnivå på program, klipp eller reklam.

## **ORPI**

officiellt rådata på individnivå. MMS förser sina kunder med rådata som kan laddas i egna analysverktyg. Se även People Meter-rådata.

## **Orvesto**

ett samlingsnamn för en grupp undersökningar som görs av Kantar 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 - opportunity 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 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 livesändningsdagen 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 webbklippen/programmet rullar. En bit in i ett webbklipp/program visas ytterligare en klickbar "overlaybanner".

# P

## **P2P-nätverk - peer to peer**

ett icke hierarkiskt datornätverk som bland annat används vid fildelning.

## **pagerank**

en algoritm för att mäta relativt informationsvärde på webbsidor.

## **panelbalans**

begrepp som används för att säkerställa att panelen är välbalanserad, det vill säga sammansatt enligt kraven för en panel. Panelmatrisen kontrolleras noggrant så att antalet 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.

## **paneldag**

referensdag för räckvidd och frekvens.

## **panelmatris**

MMS panelmatris består av 36 celler och har tagits fram genom statistiska analyser där man säkerställt vilka variabler som samvarierar med TV-tittandet. Fyra variabler har visat sig betyda mest; familjesituation, utbildningsnivå, tittarkonsumtion och ålder.

## **panelriktighet**

beskriver i TV-sammanhang hur väl panelmedlemmar registrerar sig när de påbörjar och avslutar sitt TV-tittande.

## **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

andel som har tillgång till något.

## 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 för att fastställa vilken kanal panelindividens tittar på. Tittandet registreras och mäts på sekundnivå och redovisas på minutnivå. Data samlas in och MMS kunder förses med tittardata på individnivå, närmast efterföljande vardag 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 TV-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 webbservrar ska känna igen återkommande besökare så att webbservern kan personanpassa webbsidorna baserat på information från tidigare besök.

### **personalisering**

en process för att anpassa en produkt till den enskilde användarens behov.

## **PIB - position in break**

anger var i ett reklamavbrott en reklamspot är placerad. De första och sista reklamspotarna får oftast fler tittare eftersom tittandet ofta sjunker under reklamavbrottet.

## **ping**

ett datornätverksverktyg för IP-nätverk, till exempel internet. Det används för att undersöka om en viss värddator är åtkomlig via nätverket.

## **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.

## **polling**

benämning för insamling av tittardata.

## **population**

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



### **post-roll**

reklamspot online som visas efter att ett program eller klipp är färdigspelat.

### **PPC - pay per click**

betalningsmodell där en annonsör betalar per klick på sin annons.

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

en onlinevariant 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, till exempel ett specifikt TV-program.

### **pre-roll**

reklamspot online som visas innan valt program eller klipp börjar spelas upp.

### **prime time**

den tid på dygnet som en TV-publik förväntas vara störst, vanligtvis mellan kl.19.00-23.00.

## **primära kontrollvariabler**

korrektheten i People Meter-panelens hushåll i förhållande till verkligheten kontrolleras med hjälp av variablerna utbildning, tittarkonsumtion, familjesituation och ålder. Se även diskriminanter och sekundära kontrollvariabler.

## **privacy**

behandling av personuppgifter med integritetspolicy.

## **produktplacering**

strategiskt placerade produkter i reklamsyfte i till exempel TV-program och filmer.

## **programlogg**

skickas till MMS från TV-kanal och innehåller programtitlar med faktiska start- och sluttider som sänts under ett TV-dygn, kallas även As-Run logg. Tittardata tillsammans med informationen i programloggen möjliggör analys på programnivå.

## **programmatic**

en automatiserad handel med annonsutrymme online.

## **programräckvidd**

andel i procent som tittat på ett program minst tre sammanhängande minuter.

## **progressiv streaming**

även kallat progressiv nedladdning, 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.

## **proxy**

eller proxytjänst, betecknar vanligen en server som agerar mellanhand för förfrågningar från klienter som söker resurser från andra servrar.

## **psykografiska variabler**

med termen avses en konsuments 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 svenska staten tillhandahåller public service-bolagen ett utbud av radio och 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 det genomsnittliga antalet 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.

## **preview**

förhandstitt eller förhandsvisning av ett program online. Preview kan också avse en förhandsvisning av tittardata för att möjliggöra analyser.

## **PVOD - piracy video on demand**

material som användaren olagligt laddat ned eller streamat utan att betala för innehållet.

## **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.

# **R**

## **rating / tittarsiffra**

anger hur många individer som har tittat på ett visst program eller under en viss tidsperiod, och beräknas som det genomsnittliga antalet tittare under programmets eller periodens längd. Rating kan uttryckas både i absoluta tal och i procent.

## **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 kampanjen.

## **reach**

se räckvidd.

## **referrer**

hänvisningssida, sida som hänvisar till en annan sida på internet.

## **referensbibliotek**

de TV-kanaler som mäts av MMS ingår i ett referensbibliotek vilket innebär att ljudet från TV-kanalen spelas in och lagras som ljudsignaturer. Dessa kan sedan användas för att identifiera vilken kanal ett hushåll har tittat på vid en viss tidpunkt, genom att ljudsignaturerna som lagras på hushållets People Meter matchas mot de inspelade signaturerna i referensbiblioteket.

## **Reklamanalys**

MMS analysverktyg för online video reklam.

## **reklamerinran**

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

## **reklamkakan**

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

## **reliabilitet**

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

## remediering

när innehållsmaterial 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 och innebär att det annonseras 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 Kantar 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 on market investment**

utfallet av marknadsföringen i relation till marknadsinvesteringen.

### **RP - respondent**

person i en undersökning som svarar på frågor, kan även kallas IP - intervjuperson.

### **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 att på en detaljerad nivå se konsumtion av innehåll.

### **RTB - real time bidding**

ett sätt att köpa och sälja annonser i realtid.  
Annonsplatser läggs ut på en annonsbörso där den

högstbjudande annonsören får tillgång till utrymmet för sitt material.

### **rumstittande**

den fysiska platsen för TV-tittandet.

### **räckvidd 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 online**

beräkning av antal unika individer som tittat på ett specifikt klipp eller sajt under en angiven tidsperiod. Räckvidd kan uttryckas som ett absolut tal eller som ett procenttal.

## **räckvidd och frekvens**

avser i reklamsammanhang andelen 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 undersökning som kartlägger den svenska befolkningens konsumtion av rörlig bild.

**S**

## **SaM**

second after midnight.

## **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 skickas från en satellit till parabolantennor och vidare till en satellitmottagare in i TVn.

## **SDK - software development kit**

en samling datascript från en leverantör.

## **second screen**

ett uttryck som beskriver beteendet då en TV-tittare samtidigt som den tittar på ett TV-program använder en andra medieplattform och till exempel kommunicerar kring programmet på sociala medier eller besöker 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 diskriminant 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 lösenordskyddad webbplats, så att användaren kan växla mellan sidor på webbplatsen utan att behöva skriva in namn och lösenord på nytt.

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

mätmetod där förfrågningar av webbsidor loggas i en server.

### **share**

se tittartidsandel.

### **sidvisning**

mått som anger besöksvolymen på en webbsida. Summan av det totala antalet visade webbsidor, det vill

säga öppnade sidor i en webbläsare på sajten under en viss tidsperiod. Ska inte förväxlas med besök eller träffar.

### **siffergenerator**

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

### **Silverlight**

tilläggsprogram till webbläsare för visning av interaktiva webbapplikationer och mediafiler. Microsofts motsvarighet till Flash.

### **simulcast**

betyder att samma innehåll sänds på flera TV-kanaler och 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.

## 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 två godtyckliga klockslag. En slot kan i MMS-sammanhang vara som längst 24 timmar och som kortast 1 minut, och infalla någon gång mellan kl. 02.00-25.59.

### **smartphone**

mobiltelefon som utmärks genom avancerat operativsystem, pekskärm, applikationer och möjligheten att vara uppkopplad mot internet med hög hastighet.

### **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**

en typ av community där användare kan skapa onlinerelationer och dela gemensamma intressen.



## **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 de 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. Till skillnad från RBS garanteras inte antalet kontakter vid denna typ av köp.

## **spot**

den vanligaste formen av reklamfilm i TV, radio eller på internet.

## spotlogg

skickas till MMS från TV-kanal och är en lista med filmkod, produkt, annonsör, mediebyrå och start- och sluttider, för varje reklamspot/spons/trailer som sänts under ett TV-dygn. Med hjälp av den här 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 ett TV-program efter sändningsstarten, utan att själv ha spelat in det.

## starter

med en start avses en dataström som skickas från en spelare till en mottagare. Starter är ett av de officiella måtten som MMS redovisar vid mätning av program och klipp online.

## **stickiness**

term för att beskriva ett TV-programs förmåga att hålla kvar tittare genom hela programmet, även under reklamavbrottet. 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 TV-tablå**

beskriver en tablå som till exempel visar en TV-serie upprepade dagar i följd och vid en och samma tidpunkt.

## **summa tid**

ett av de officiella måtten som MMS redovisar vid mätning av program och klipp online. Summa tid är den sammanräknade tittartiden som alla starter genererat. Varje tittarpass bidrar till den ackumulerade tiden. En

och samma webbläsare kan bidra med flera tittarpass på samma program eller klipp.

### **surfplatta**

mobil handdator med pekskärm, avancerade funktioner och uppkopplingsmöjlighet mot internet, genom antingen trådlöst nätverk eller mobiltelefonnät.

### **Sveriges Annonörer**

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

### **Sveriges Mediebyråer**

förening som har till syfte 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

## **TAM - television audience measurement**

TV-publikmätning

### **tagg**

en kod som implementeras på en webbsida i syfte att mäta dess trafik. När någon besöker en webbsida innehållandes en tagg skickas information via taggen till en mät dator 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 spenderar på en webbsida.

## **tittarkomponenter**

L - Livetittande 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... o.s.v. till och med T7

## **tittarpanel**

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

## **tittarsiffra**

se rating.

## **tittartid**

tittarmått som i minuter berättar hur lång tid totalt det tittats på TV eller på en specifik kanal.

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

faktiska tittares tittartid, till skillnad mot 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.

### **top and tail**

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

### **top of mind**

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

### **total-TV**

en mätning där tittardata från rörlig bild online och TV sammanställs och presenteras i samma format och på förutbestämda likvärdiga villkor.

## **totalundersökning**

kallas även censusmätning och innebär att hela populationen omfattas.

## **tracking**

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

## **trafikmätning**

mätmetod som används på internet 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.

## **TRP - target rating point**

summan av all rating, bruttoräckvidd, för en kampanj i en viss målgrupp och inte 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 TV-sänd reklam i Sverige, Norge och Finland. MMS använder deras tjänster i processen för kvalitetssäkring.

### **TV-dygn**

MMS TV-dygn löper från klockan 02.00.00 till 25.59.59.

### **TVE - TV everywhere**

avser att TV-utbudet inte längre är tillgängligt endast på en TV-apparat utan även finns att tillgå via on demand på internet, i mobilen eller surfplattan.

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

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

## TV-tittare

för att räknas med som TV-tittare under en minut ska man ha sett på en TV-sändning, på en kanal på en TV-apparat, minst 15 sammanhängande sekunder av den aktuella minuten. Om en person har tittat på flera kanaler under minuten tillfaller tittandet den kanal som personen tittat längst på. Om tittaren under samma minut har sett lika lång tid på flera kanaler, tillfaller tittandet den kanal som har det fortsatta tittandet minuten därefter.

## TV-tittarmätning

sen 1993 har TV-mätningar genomförts elektroniskt i Sverige med People Meter-mätare. Mätdataleverantören Nielsen Audience Measurement står för fältarbete och datainsamling, och MMS äger all information kring TV-tittandet. 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 undersökningsmetoder 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 som befinner sig i ett rum där det finns en påslagen TV. 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 TV-kanal. Om man "zappar" mellan olika kanaler kommer tittandet att tillräknas den kanal som har störst andel av tittandet under den aktuella minuten.

### **TVM5-mätare**

en äldre version av People Meter från Nielsen Audience Measurement som urskiljer kanaler med hjälp av ljudmatchning.

### **TVR**

se rating.

# U

## **UGC - user generated content**

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

## **unicast**

teknik där information skickas till endast en mottagare, till skillnad från 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**

en äldre version av People Meter-mätare från Nielsen Audience Measurement som urskiljer kanaler med hjälp av ljudmatchning.

## **universumtal / bastal**

tas fram genom MMS basundersökning och redovisar befolkningens storlek för olika målgrupper i 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, med andra ord 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, till exempel extramaterial.

## **veckoräckvidd**

den andel i procent som sett minst 15 sammanhängande minuter under en vecka. Kan redovisas per kanal eller på totalnivå, det vill säga allt TV-tittande på alla kanaler inräknat.

## **viewable impression**

ett mått på reklam online som beskriver att reklamen faktiskt är synlig när den visas på internet.

## **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 hushålls- och individnivå. Om man i en undersökning ska intervjuva 500 män och 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, det vill säga 1,05 kvinna och varje man svarar för 500/525, det vill säga 0,95 man. Viktning kallas även för poststratifiering.

### **viral marknadsföring**

marknadsföringsmetod som grundar sig på att ett budskap, en tjänst eller produkt är så intresseväckande att de individer som exponeras för den har en stor benägenhet att sprida det 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 tittande på online video 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 livesändningen.

### **VR - virtual reality**

är en datorgenererad skenvärld, en plats där en användare upplever sig vara och agera.

## **W**

### **W3C - World Wide Web Consortium**

internationell organisation som bevakar och utvecklar standarder för internet. W3C utvecklar protokoll och riktlinjer som säkerställer internets långsiktiga tillväxt.



### **webbisodes**

avser episoder eller avsnitt av en programserie som är exklusiv för online.

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

avsnitt och program som sänds online.

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

mätmetod med taggning av webbsidor, där visningen av sidor i webbläsaren loggas.

### **webbpublik**

ett av de officiella måtten som MMS redovisar vid mätning av onlinevideo. Måttet anges i absoluta tal och räknas ut genom att dividera uppspelad tid med programmets längd.

### **webcasting**

se livestreaming.

### **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 produkt genom att människor till exempel skriver positivt om det på internet, sprider länkar eller 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 om det till andra. Se även viral marknadsföring.

# **X**

## **XML**

eXtensible Markup Language, ett universellt och utbyggbart programmeringsspråk för att skapa strukturerade dokument.

## Z

### **zappa**

beskriver en TV-tittare som bläddrar mellan olika TV-kanaler.

### **zippa**

TV-tittare spolar förbi reklamen i 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.

