

Evaluering af universitetsavisen Omnibus Hovedrapport

Aarhus Universitet august 2021
Evaluering af universitetsavisen Omnibus
Lasse Endby Pedersen og Marie Skougaard

Resumé

Denne rapport udgør den samlede evaluering for 2021 af AU's universitetsavis Omnibus og giver et indblik i de studerende og ansattes vurderinger af avisens relevans, kendskab til avisen, distribution, indhold og layout. Resultaterne baseres både på en kvalitativ undersøgelse foretaget gennem fokusgruppeinterviews samt en kvantitativ undersøgelse i form af en online spørgeskemaundersøgelse.

Indledningsvist vurderes det, at fordelingen af respondenterne i den kvantitative undersøgelse og resultaterne er repræsentative for populationen. Der er opnået en svarprocent på 7,5 blandt de studerende og 17,4 blandt de ansatte. Hertil skal det påpeges, at der forekommer en lille overvægt af kvindelige respondenter, mens de studerende er underrepræsenterede. Samtidig er der en svag overrepræsentation af fakulteterne Health og Natural Sciences samt fællesadministrationen. Dette vurderes dog ikke som et afgørende problem for validiteten af evalueringens resultater.

På baggrund af evalueringen står det klart, at Omnibus er udfordret af målgruppens manglende kendskab til avisen. Op mod halvdelen af de deltagende studerende kendte ikke til Omnibus, da de besvarede spørgeskemaet, hvor dette gælder en femtedel af det videnskabelige personale og under en tiendedel af det teknisk administrative personale. Blandt de ansatte, der kender til avisen, er der dog et forholdsvist højt læseniveau, mens dette ikke gælder for den tilsvarende gruppe af studerende. Det generelt lave kendskab hænger formentlig sammen med den manglende synlighed i distributionen af Omnibus' indhold. Det tyder på, at Omnibus har brug for en mere opsøgende tilgang i distributionen af indholdet. Som en fælles platform peges der på nyhedsbrevet, hvor en ordning med automatisk tilmelding ved studie- eller ansættelsesstart møder støtte blandt både ansatte og studerende.

Rapporten finder blandt alle tre målgrupper (studerende, VIP og TAP) en generel tilfredshed med indholdet i Omnibus. Alle målgrupperne er fælles om at ønske kritiske vinkler på historierne og særligt fokus på ledelsesmæssige beslutninger og opfølgning herpå. Derudover ønskes også debatskabende indlæg og artikler i Omnibus. Blandt de studerende og VIP'erne eksisterer der også et specifikt ønske hos omkring 20% af læserne om, at Omnibus går mere kritisk til AU's ledelse. Interessen for avisen afspejles også i, at størstedelen (63% blandt studerende og over 80% blandt ansatte) af de respondenter, der ikke for tiden læser Omnibus, godt kunne forestille sig at gøre det fremover.

Slutteligt viser evalueringen en generelt middel opfattelse af layoutet på Omnibus' hjemmeside på de forskellige parametre – det er hverken helt godt eller helt dårligt. Værst vurderes det dog af de studerende. Mange respondenter påpeger behovet for bedre design, bedre kategorisering af nyhederne og mere fokus på at fremhæve nyheder i stedet for generel information på hjemmesidens forside.

Indholdsfortegnelse

Resumé	2
Indholdsfortegnelse	3
Indledning	4
Analyse	8
Kendskab	9
Distribution	12
Indhold	18
Layout	24
Opsummering	26
Appendiks	28

Indledning

Som led i en større evaluering af Aarhus Universitets avis, Omnibus, er der i foråret 2021 gennemført en spørgeskemaundersøgelse blandt alle studerende og ansatte på Aarhus Universitet. Den kvantitative spørgeskemaundersøgelse er udarbejdet og gennemført som en overbygning på en række fokusgruppeinterviews foretaget i vinteren 20/21. Interviewene har dannet et udgangspunkt for at målrette og kvalificere spørgeskemaet, mens resultaterne fra spørgeskemaet har bidraget til at øge generaliseringspotentialet af fundene og indsigterne fra interviewene. Undersøgelserne har begge afdækket målgruppens kendskab til Omnibus samt deres oplevelser af Omnibus' distribution, indhold og layout. Denne rapport præsenterer de kombinerede resultater af den kvantitative spørgeskemaundersøgelse og de kvalitative interviews. Dette giver læseren en dybere forståelse af Omnibus' opfattede kvaliteter samt udviklingsmuligheder. Her anvendes de kvalitative indsigter særligt til at uddybe nogle af argumenterne og tankerne, som kan ligge bag mønstrene i det kvantitative data.

Denne rapport er udarbejdet på foranledning af Omnibus' redaktionskomité, hvis arbejdsopgaver blandt andet består i at facilitere en evaluering af Omnibus hvert fjerde år. Redaktionskomitéen har i den forbindelse nedsat en styregruppe bestående af komitémedlemmerne Rune Stubager og Inger Merete Paulsen samt Marie Groth Andersen fra Omnibus' redaktion. Styregruppen har desuden ladet sig rådgive i processen af Hans-Peter Degn, studielektor i medievidenskab og Miriam Brems, ph.d.-studerende i media and journalism studies og tidligere studentskribent ved Omnibus. Arbejdet med at foretage dataindsamling, analyse og rapportskrivning har været varetaget af stud.scient.pol.'erne Lasse Endby Pedersen og Marie Skougaard, der har arbejdet i tæt kontakt med styregruppen.

Metodisk fremgangsmåde

Som nævnt er nærværende rapport baseret på kvantitative data indsamlet gennem en spørgeskemaundersøgelse udsendt til alle ansatte og studerende på Aarhus Universitet, og suppleret med indsigter fra den tidligere gennemførte kvalitative undersøgelse.

Delrapporten for den kvalitative interviewundersøgelse kan findes i appendiks. Her afdækkede vi, ved hjælp af tre fokusgruppeinterviews med hhv. studerende, videnskabeligt personale samt teknisk administrativt personale, argumenterne bag målgruppernes vurderinger af og kendskab til Omnibus. Den kvalitative undersøgelse har udgjort fundamentet for denne kvantitative undersøgelse, idet de forskellige inputs og fokuspunkter fra deltagerne er blevet brugt i udarbejdelsen af spørgeskemaets opsætning, struktur og ordlyd.

Udformning af spørgeskema

Der er i udformningen af spørgeskemaet taget udgangspunkt i en struktur med fire undertemaer, som også blev benyttet i den kvalitative evaluering. Disse fire temaer er: kendskab/relevans, distribution, indhold og layout. Under hvert tema har vi udviklet en række forskellige spørgsmål, som indfanger respondenternes vurderinger mv. af det enkelte tema. Til enkelte spørgsmål af særlig relevans er der tilføjet kommentarfelter, som giver respondenterne

mulighed for at uddybe deres svar. Det fulde spørgeskema kan inspiceres i appendiks. Spørgeskemaet har været tilgængeligt både på dansk og engelsk.

Dataindsamling

Spørgeskemaundersøgelsen blev distribueret gennem Aarhus Universitets eget mailsystem, hvor det blev udsendt til alle studerendes og ansattes officielle AU-mailadresser. Dataindsamlingen forløb over 7 uger fra 17. maj til 4. juli. I begyndelsen af 2. uge blev en rykker udsendt gennem AU's mailsystem, hvorefter styregruppen og redaktionen i fjerde og femte uge forsøgte at øge svarprocenten yderligere gennem delinger af spørgeskemaet i egne netværk og gennem egne kanaler. Herunder blev også Omnibus' nyhedsbrev samt hjemmeside anvendt som distributionskanal for undersøgelsen. For at øge incitamentet til at besvare spørgeskemaet var der ved færdiggjorte besvarelser mulighed for at tilmelde sig en lodtrækning om 50 gavekort à 100 kroner.

En del respondenter har påbegyndt spørgeskemaet uden at gøre det helt færdigt, hvorfor der er sat en grænse på, at mindst 66% af spørgeskemaet skal være færdiggjort, for at besvarelsen bliver inkluderet i de endelige analyser. Dette betyder, at vi inkluderer 210 besvarelser, der ikke er færdiggjorte, men stadig har færdiggjort centrale dele af spørgeskemaet.

Det endelige antal af respondenter, som inkluderes i analyserne er 4.538, hvilket svarer til omkring 9,8% af populationen, da der på Aarhus Universitet pr. 1. oktober 2020 er identificeret 33.381 studerende og 11.251 deltids- og fuldtidsansatte.¹ Mere specifikt er 2.494 studerende, 987 VIP'er, 906 TAP'er og 127 individer, som ikke kategoriserer sig i nogle af disse grupper, inkluderet i analyserne (se tabel A2). Vi tillader os dog at behandle sidstnævnte respondenter som ansatte, da det er svært at forestille sig, at studerende ikke er bevidste om, at de er studerende, hvorimod man som ansat nemmere kan være i tvivl om sin specifikke gruppe. Dette giver derfor en svarprocent på 7,5 blandt de studerende og 17,4 blandt de ansatte, hvilket også kan inspiceres i tabel 3. Undersøgelsens repræsentativitet og dækning diskuteres yderligere nedenfor.

Undersøgelsens svarprocent er formentlig påvirket negativt af en række faktorer. For det første faldt tidspunktet for spørgeskemaundersøgelsens udsendelse i maj for mange studerende sammen med et stort antal af eksamensrelaterede spørgeskemaer samt undervisningsevalueringer, der kan have svækket motivationen for at besvare netop denne undersøgelse. For det andet viser undersøgelsens tal, at mange, særligt studerende, ikke kender Omnibus specielt godt, og måske derfor ikke er villige til at "ofre" deres tid på denne undersøgelse. Denne pointe understreges yderligere af den meget lave svarprocent for studerende sammenlignet med de ansatte, som i højere grad kender til Omnibus.

For det tredje har Covid-19 situationen formentlig også reduceret antallet af besvarelser. Således har de mange hjemsendelser f.eks. betydet, at der har været mindre mulighed for at diskutere og videreformidle om spørgeskemaet i f.eks. kantiner og andre fysiske fællesskaber

¹ <https://www.au.dk/om/profil/au-i-tal/>

på universitet, hvilket ellers formodes at kunne have øget udbredelsen af og kendskabet til undersøgelsen yderligere.

Repræsentativitet

Som det kan ses i tabel 1 nedenfor, er der en klar overvægt af kvindelige respondenter blandt de studerende og TAP-ansatte. Hvor andelen af kvindelige respondenter for de studerende ligger lige over 60%, er denne andel tæt på 70% for TAP-gruppen. Derimod ser vi, at andelen af kvinder blandt VIP-ansatte udgør omkring 45% i vores undersøgelse. For at vurdere om disse fordelinger er repræsentative for Aarhus Universitet, holdes tallene op mod de reelle fordelinger på universitetet. Fordelingen af køn for de tre grupper i denne stikprøve afspejler i høj grad den reelle fordeling på AU. Når fordelingen i stikprøven holdes op mod fordelingen i populationen, kan vi se, at der i vores stikprøve er en svag overvægt af kvinder for alle grupper. Denne overvægt er dog kun med få procent, hvorfor den kønsmæssige repræsentativitet overordnet vurderes som god.

Tabel 1: Repræsentativitet på tværs af køn, procent

	Kvinder blandt respondenter	Kvinder i populationen	Mænd blandt respondenter	Mænd i populationen
VIP	43,7	41,8	56,3	58,2
TAP	68,3	63,9	31,7	36,1
Studerende	63,2	55,3	36,8	44,7

Note: Populationens fordeling er baseret på tal fra rapporten "AU i tal - 2020".

Stikprøven vurderes også som repræsentativ på tværs af fakultet. Som vi kan se i tabel 2a, er der en svag overrepræsentation i stikprøven af fakulteterne Health og Natural Sciences samt fællesadministrationen. Derimod er Aarhus BSS og Arts svagt underrepræsenteret, men ikke i en grad som vurderes problematisk for generaliseringen af rapportens fund. Af tabel 2b ses det endvidere, at stikprøven overordnet også er repræsentativ, når man ser på den geografiske fordeling af respondenterne sammenlignet med populationen. Der spores således ikke nogen tendens til en lavere svarprocent uden for Aarhus.

Tabel 2a: Repræsentativitet på tværs af fakultet, procent

	Fordeling blandt respondenter	Fordeling i populationen
Aarhus BSS	24,7	30,6
Arts	22,7	25,2
Health	18,3	16,1
Natural Sciences	14,4	11
Technical Sciences	14,3	14,4
Fællesadministrationen	5,5	2,7

Note: Populationens fordeling er baseret på tal fra rapporten "AU i tal - 2020".

Tabel 2b: Repræsentativitet på tværs af geografisk lokation, procent

	Fordeling blandt respondenter	Fordeling i populationen
AU Aarhus	87,3	88,1
AU Foulum	2,2	1,2
AU Herning	2,4	2,8
AU Silkeborg	0,4	0,3
AU Kalø	0,2	0,1
AU Flakkebjerg	0,4	0,3
AU Roskilde	1,2	0,7
DPU Emdrup	3,7	4,2
Andet	2,2	2,3

Note: Populationens fordeling er baseret på tal fra AU HR.

Som tabel 3 nedenfor viser, er svarprocenten særligt udfordret for de studerende, hvor den ligger på mellem 5,8 og 12,1 for de forskellige fakulteter på AU. Tabellen viser også, at en større andel TAP'er end VIP'er har besvaret spørgeskemaet. Her har 15,6% af det videnskabelige personale besvaret spørgeskemaet, hvilket særligt er drevet af de høje svarprocenter på Arts, Aarhus BSS og TECH. Omvendt har besvarelsene været mere sparsomme blandt VIP'er på fakulteterne Health og NAT. Ser man derimod på TAP-medarbejderne på NAT, er det her over hver femte som har besvaret spørgeskemaet, hvilket

også gør sig gældende i fællesadministrationen. Samlet har TAP-gruppen en svarprocent på 17,3. Den samlede svarprocent på 17,4 er højere end for de to enkelte medarbejdergrupper, da vi som nævnt har behandlet de, der ikke kategoriserede sig i nogen af målgrupperne i tabel 3, som medarbejdere.

Tabel 3: Svarprocenter

	Studerende	VIP	TAP	Medarbejdere samlet	Antal respondenter
Arts	7,3	18,4	16,1	18,6	1011
Aarhus BSS	5,8	21,4	18,8	21,4	1101
Health	8,7	12,1	19,5	15,9	815
Natural Sciences	12,1	9,9	22,1	15,1	641
Technical Sciences	7,5	18,1	10	14,6	637
Fællesområdet		1,9	20,3	20,2	245
I alt	7,5	15,6	17,3	17,4	
Antal respondenter	2497	978	861	1953	4450

Note: Svarprocenterne er udregnet på baggrund af tal fra "AU i tal - 2020", som også kan inspiceres i tabel A8. Antallet af respondenter i tabellen svarer ikke til den fulde stikprøve, da 88 respondenter ikke kunne placere sig på nogen af ovenstående fakulteter og derfor ikke indgår. I kategorien "Medarbejdere samlet" er respondenter, der svarede "Andet" som tilknytning, også inkluderet.

Overordnet må vi sige, at de studerende er underrepræsenterede i undersøgelsen, hvilket som nævnt formentlig hænger sammen med det generelt meget lave kendskab til avisen blandt denne gruppe. Derimod vurderes svarprocenten for medarbejdere på universitetet at give et rimeligt fundament for at sige noget repræsentativt om disses oplevelser med og vurderinger af Omnibus. Man skal dog i den sammenhæng være opmærksom på, at de, som vælger at besvare spørgeskemaet, muligvis er mere interesserede i Omnibus end den generelle population på AU. Dette håndteres analytisk ved på en række spørgsmål at sammenligne svarene fra respondenter, som læser Omnibus, med svarene fra dem, der ikke læser avisen.

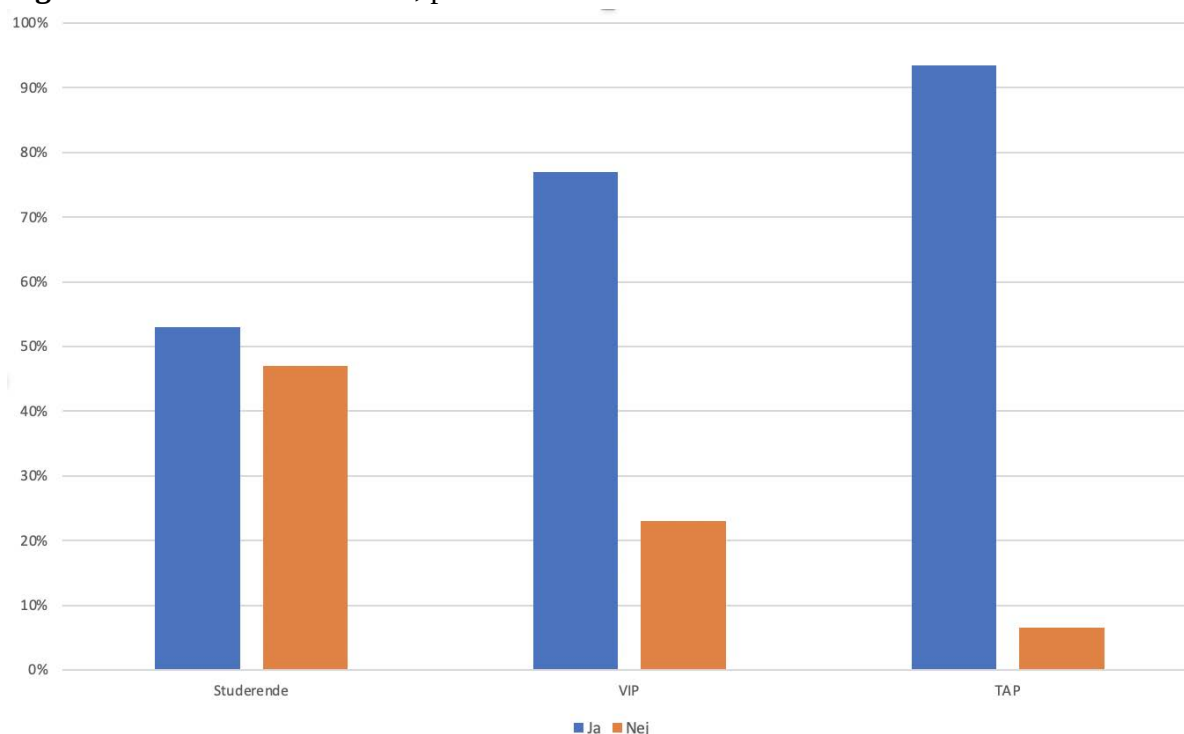
Analyse

Den følgende analyse er inddelt i fire afsnit. Først analyseres respondenternes kendskab til Omnibus. Derefter analyseres hhv. opfattelser af og holdninger til distributionen, indholdet og layoutet af avisen. Behandlingen af de fire hovedtemaer vil bestå i kvantitative analyser af mønstrene i besvarelsene, og vil ligeledes blive suppleret med kommentarer og argumenter fra den kvalitative undersøgelse samt kommentarer fra spørgeskemaets kommentarfelter.

Kendskab

Det første spørgsmål, vi stillede respondenterne omkring deres kendskab til Omnibus var, om de overhovedet var bevidste om avisens eksistens. Som det kan ses i figur 1, er Omnibus blandt de to medarbejdergrupper generelt en kendt avis, men omkring hver femte VIP'er ved ikke, at Omnibus findes. Dette må siges at indikere visse problemer med udbredelsen på universitetet. Det samme gør sig i særlig grad gældende for de studerende, hvor det næsten er hver anden, som ikke kendte til Omnibus før deres besvarelse af dette spørgeskema. Hertil skal det tilføjes, at stikprøven måske endda underestimerer andelen, som ikke kender avisen, da netop manglende kendskab kan være årsag til ikke at gennemføre spørgeskemaet, selvom der i invitationen til spørgeskemaet blev lagt vægt på, at kendskab ikke var en forudsætning for at deltage. Blandt TAP-gruppen synes der ikke at være de store problemer i forhold til kendskabet til Omnibus, da over 90% har hørt om avisen. Disse mønstre blev også understreget i de kvalitative interviews, hvor det stod klart, at der blandt medarbejdergrupperne generelt var kendskab til avisen, mens det omvendt var meget begrænset blandt de studerende. De studerende var generelt af den opfattelse, at Omnibus ikke er særlig kendt eller udbredt blandt studerende.

Figur 1: Kendskab til Omnibus, procent

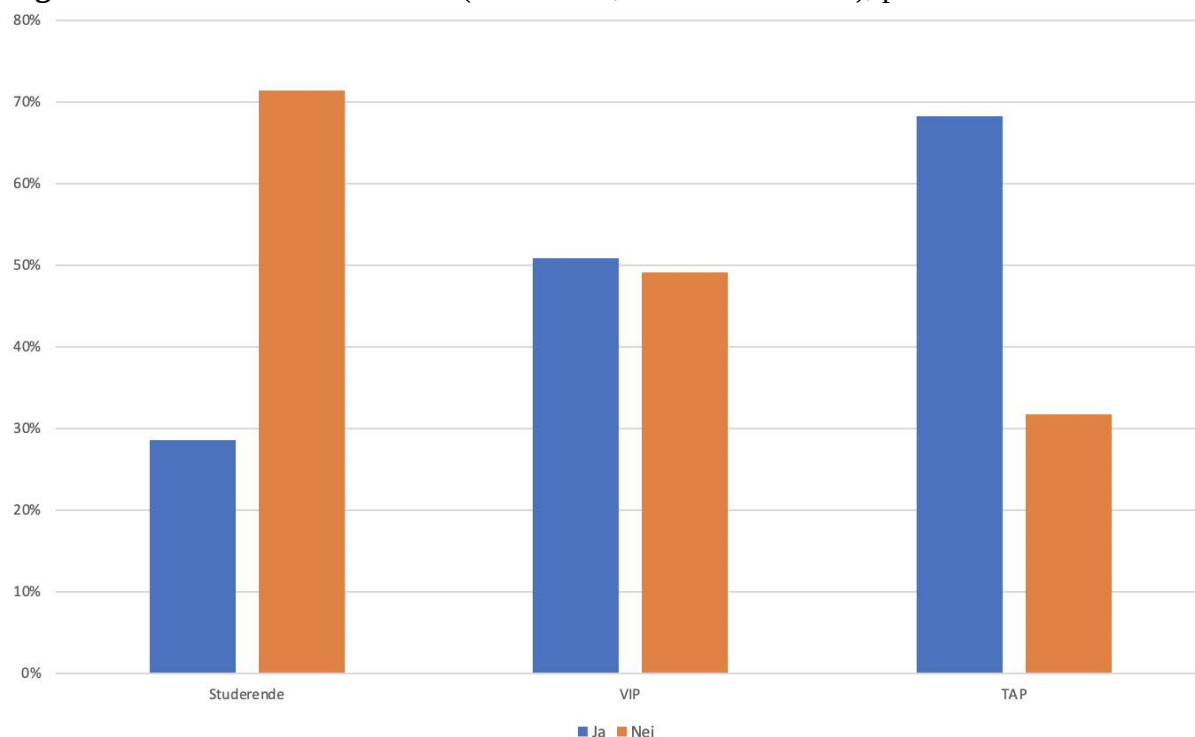


Note: N Studerende: 2.518, N VIP: 987, N TAP: 906. Spørgsmål: "Har du hørt om Omnibus før?" (Stillet til alle respondenter). Figuren er baseret på tabel A9.

Ser vi videre på om de, der kender avisen, så også læser i den, ser vi et lignende mønster i figur 2. Det er særligt hos TAP-gruppen, at der er mange læsere blandt dem, der kender avisen, mens de studerende, som godt nok kender avisen, i meget begrænset omfang læser i den. Her er det kun omkring hver tredje studerende, som læser i avisen. Hos VIP'erne er det ca. halvdelen af dem, der kender avisen, som læser i den, og hos TAP'erne er det omkring 70%. Ydermere

finder vi i supplerende analyser (ikke vist), at blandt dem, der kender til avisen, er det 64% af medarbejdere med fast ansættelse, der læser avisen, mens denne andel kun er 46% for medarbejdere med tidsbegrænsede ansættelser. Også anciennitet er relateret til læsning af avisen, da en væsentligt større andel af dem, som har været ansat i mere end 10 år læser Omnibus, sammenlignet med de mindre erfarne på universitetet. Geografisk placering i landet tyder ikke på at have betydning for hvor stor en andel, som læser Omnibus.

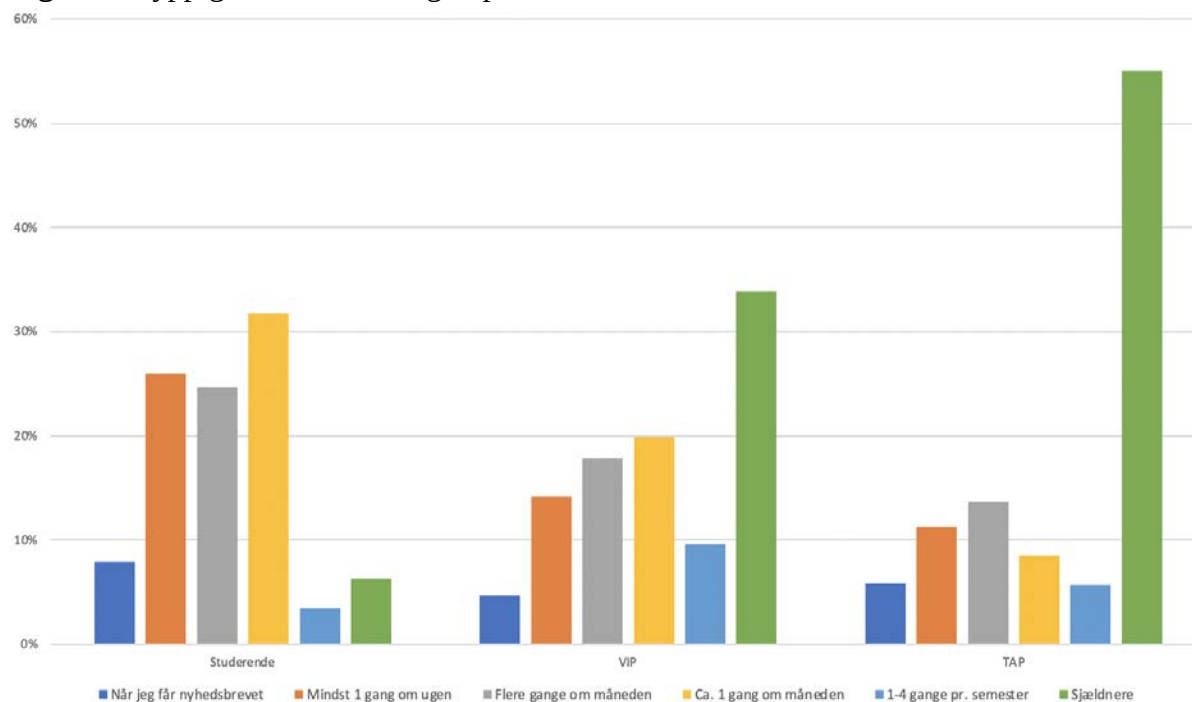
Figur 2: Andel læsere af Omnibus (blandt dem, der kender avisen), procent



Note: N Studerende: 1.334, N VIP: 760, N TAP: 847. Spørgsmål: "Læser du i Omnibus?" (Stillet til alle, som kender avisen). Figuren er baseret på tabel A11.

Men hvor meget læser de, som læser i avisen, så egentlig? Figur 3 nedenfor viser, at over halvdelen af den relativt store andel af TAP'er, som svarer, at de læser avisen, faktisk kun læser i den sjældnere end 1-4 gange per semester. For det videnskabelige personale er denne andel på omkring 33%, hvilket ligeledes må siges at være relativt højt. Det tyder altså på, at selvom man som medarbejder mener, at man læser i avisen, så bliver det ikke gjort i særligt stort omfang. Blandt de studerende, som læser avisen, bliver der af størstedelen læst i Omnibus én gang om måneden eller oftere. Det tyder samlet set på, at der også er potentiale for at øge hyppigheden af læsninger blandt den eksisterende læserskare.

Figur 3: Hyppigheden af læsninger, procent



Note: N studerende: 381, N VIP: 387, N TAP: 578. Spørgsmål: "Hvor ofte læser du i Omnibus?" (Stillet til alle, som læser avisen). Figuren er baseret på tabel A13.

Interessant er det dernæst at undersøge, hvorfor en så stor andel af dem, som kender Omnibus, ikke læser i avisen. Det belyses i tabel 4. Tendensen er tydelig og ensidet for alle tre grupper på AU. For alle grupper svarer over 80%, at årsagen til, at de ikke læser, er den manglende synlighed af avisen. Derudover svarer flere, at de ikke har tid til at læse avisen, hvilket særligt gør sig gældende for VIP'erne. I de kvalitative interviews blev dette også bragt op af flere VIP'er, som pointerede, at de i forvejen har mange arbejdsrelaterede tidsskrifter og medier at orientere sig i og af den årsag falder Omnibus lidt i baggrunden.

Omvendt tyder det under alle omstændigheder ikke på, at det er kvaliteten af indholdet i Omnibus, som afholder folk fra at læse, hvilket ellers blev indikeret af særligt VIP'erne i de indledende fokusgruppeinterviews. Den relativt store andel som har svaret "Andet", har fulgt dette op med forskellige kommentarer, hvor størstedelen omhandler den begrænsede synlighed og kommunikation om, hvor avisen kan tilgås, eftersom den ikke længere findes i fysisk print. En medarbejder tilføjer eksempelvis, at "*Jeg er kommet væk fra det efter den blev online, og det fortryder jeg faktisk. Synes avisen er relevant*". Og en studerende tilføjer ligeledes, at "*Universitetet reklamerer ikke for omnibus for nye studerende, så vi liker ikke Omnibus' sider som udgangspunkt*". Det står altså klart, at den primære årsag til, at respondenterne ikke læser avisen, er den manglende synlighed på universitetet. Netop dette dykker vi dybere ned i, i det næste afsnit om distributionen af Omnibus.

Tabel 4: Begrundelser for ikke at læse i Omnibus, procent

	Jeg støder ikke på avisens indhold	Jeg har ikke tid	Indholdet er ikke relevant for mig	Kvaliteten af indholdet er for lav	Andet	Antal respondenter
Studerende	89,4	10,7	5,1	2,4	9	953
VIP	82,6	16,6	5,1	2,1	12,9	373
TAP	85,5	9,7	5,2	1,1	14,1	269

Note: Spørgsmål: "Hvorfor læser du ikke i Omnibus (sæt gerne flere kryds)?" (Stillet til alle, som kender, men ikke læser avisen). Den procentvise andel, som valgte muligheden. Der var mulighed for at angive flere svar.

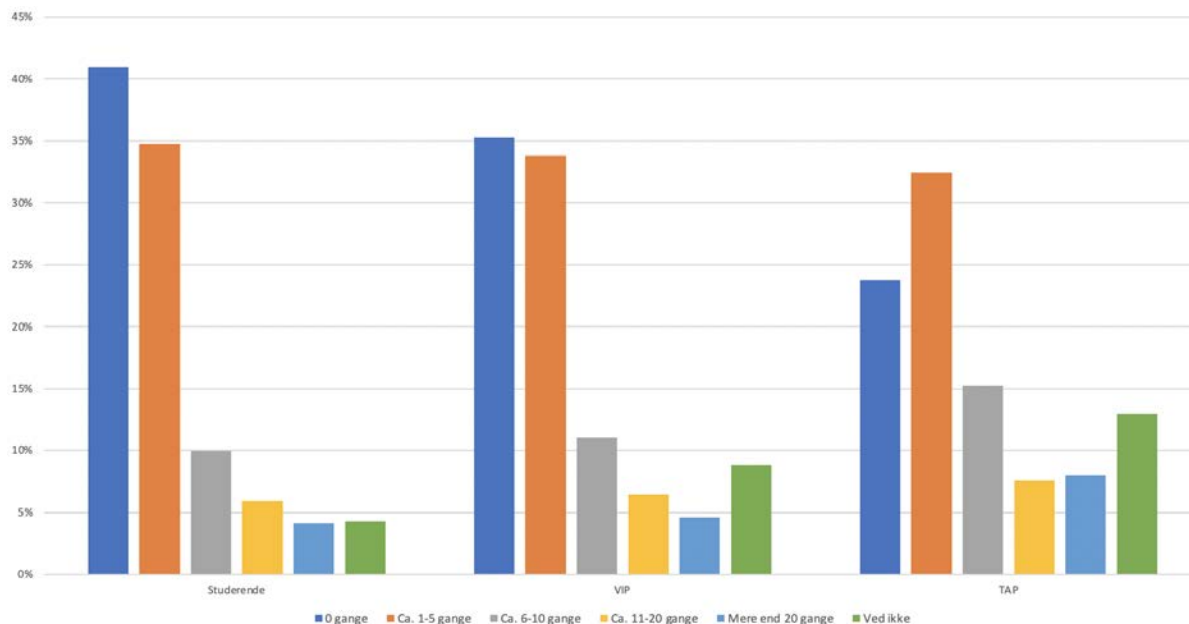
Distribution

Distributionen af Omnibus ændrede sig for fem år siden. Indtil april 2016 udkom avisen som printavis, som også var tilgængelig online. Siden er den udelukkende udkommet online på hjemmesiden omnibus.au.dk. Derudover udsendes et ugentligt nyhedsbrev med links til de væsentligste artikler til nyhedsbrevets abonnenter. Omnibus' artikler deles også på sociale medier, hvor Omnibus er til stede på både Facebook og Twitter samt overvejer at oprette en konto på Instagram.

Den kvalitative delrapport viser, at alle tre grupper ser det manglende kendskab til Omnibus som et problem, og der var overvejende enighed om behovet for at opkvalificere distributionen og synligheden af avisen for i højere grad at nå målgruppen.

Denne konklusion ses også tydeligt fra den kvantitative evaluering, hvor figur 4 viser, at over en tredjedel af respondenterne slet ikke er stødt på indhold fra Omnibus det seneste halve år, mens den næste tredjedel kun er stødt på Omnibus 1-5 gange. Kun en fjerdedel af respondenterne er regelmæssigt stødt på indhold fra Omnibus de seneste 6 måneder. Dette tal er særligt lavt, når det tages i betragtning, at respondenterne formentlig har mere berøring med Omnibus end den samlede målgruppe. Flere af respondenterne skriver i kommentarerne, at de troede, at Omnibus var nedlagt eller fuldstændig havde glemt avisens eksistens, da de ikke længere møder den fysisk i deres hverdag. På samme måde kritiserer de studerende, at man ikke præsenteres for Omnibus gennem rusugen eller andre større universitetsaktiviteter, da selv kandidatstuderende ikke kender til den. Der er altså tydelige udfordringer med at nå målgruppen i distributionen.

Figur 4: Omnibus' synlighed, procent

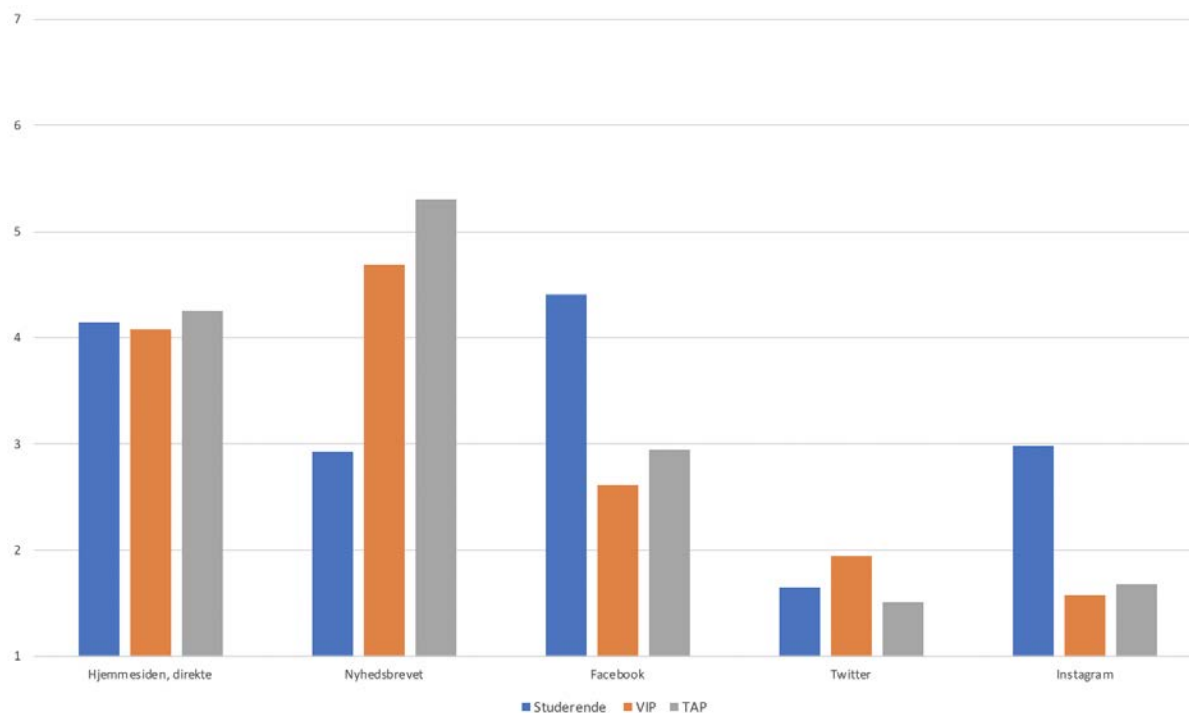


Note: N studerende: 1.334, N VIP: 760, N TAP: 847. Spørgsmål: "Hvor ofte er du inden for de seneste 6 måneder stødt på indhold fra Omnibus?" (Stillet til alle, som kender avisen). Figuren er baseret på tabel A15.

Indledningsvis blev respondenterne bedt om at tage stilling til deres præferencer for, på hvilke platforme eller i hvilke formater de ønsker at modtage indhold fra Omnibus. Resultaterne ses i figur 5 og viser, at selvom ingen af platformene når de højeste scorer på 6 og 7, er der en generel positiv opbakning til at tilgå indholdet via hjemmesiden på tværs af målgrupperne sammenlignet med andre platforme. Dette modsiges dog delvist af de faktiske aktivitetstal, der indikerer behovet for en mere opsøgende tilgang, hvor indholdet pushes ud til målgruppen. Dette pointeres også i de kvalitative kommentarer fra undersøgelsen, hvor en respondent påpeger behovet for at modtage artiklerne direkte på mail; "*I princippet kunne jeg jo tilgå den på hjemmesiden alene, men ville ikke få det gjort, hvis ikke nyhedsbrevet var der, så for mig er nyhedsbrevet essentielt*".

Blandt de studerende er der dog en forholdsvis stor opbakning til brugen af sociale medier til udbredelsen af Omnibus' indhold. Særligt Facebook er foretrukket blandt de studerende, hvor der også ses opbakning til Instagram, som særligt kan bruges til korte overblik og præsentationer af artikler. De sociale medier er dog en knap så populær distributionsform blandt de ansatte, da mange ikke bruger dem og derfor rent praktisk ikke vil kunne tilgå indholdet ad denne vej. Enkelte nævner også de principielle problemer ved at benytte sociale medier; "*Jeg foretrækker, at man holder sig uafhængig af amerikanske tech-giganter når man formidler nyheder med udgangspunkt i en dansk statslig institution*". Flere pointerer, at de anser indholdet i Omnibus for at relatere sig til deres arbejdsliv og dermed mener, at det bør udbredes gennem dertilhørende platforme såsom nyhedsbrev frem for sociale medier.

Figur 5: Foretrukne kanaler at tilgå Omnibus' indhold igennem, gennemsnit på skala fra 1-7



Note: N Studerende: 2.518, N VIP: 987, N TAP: 906. Spørgsmål: "I hvilken grad vil du foretrække at tilgå Omnibus' artikler gennem:" (Stillet til alle respondenter). Figuren er baseret på tabel A16.

Det fremgår af figuren, at de forskellige målgrupper, studerende og ansatte, har forskellige præferencer for distributionen af indholdet fra Omnibus. Dette gør det besværligt at nå hele målgruppen gennem én distributionskanal, men tydeliggør også muligheden for at målrette indholdet til de forskellige målgrupper gennem valget af distributionskanaler.

Nyhedsbrev

Den kvantitative undersøgelse viser, at kun 4% af de deltagende studerende modtager nyhedsbrevet på tidspunktet for undersøgelsen, mens 26% og 44% af henholdsvis VIP og TAP-responderne modtager nyhedsbrevet. Dog er der et potentiale for større udbredelse af nyhedsbrevet, da omkring 64% af det videnskabelige og teknisk administrative personale, der endnu ikke modtager nyhedsbrevet svarer, at de godt kunne tænke sig at modtage det. Dette gælder også for 26% af de ikke-tilmeldte studerende. Flere af de respondenter, der ikke modtager nyhedsbrevet, pointerer i kommentarer, at dette skyldes manglende kendskab til Omnibus og nyhedsbrevet og ikke et decideret fravalg heraf.

Derfor er der også relativt stor opbakning til en ordning, hvor studerende og ansatte automatisk tilmeldes Omnibus' nyhedsbrev ved studie- eller jobstart med mulighed for at afmelde sig efterfølgende (se tabel 5). Opbakningen er størst blandt de ansatte, hvor cirka 76% synes, det er en god idé, mens det blandt studerende er lidt over 50%. Som det ses i figur 6, vurderer de fleste respondenter faktisk, at en sådan ordning ville få dem til at læse mere i Omnibus. En respondent kommenterer eksempelvis også, at, "Nyhedsbrevet gør det nemt for mig at se, hvad der er af spændende historier – en let tilgængelig oversigt".

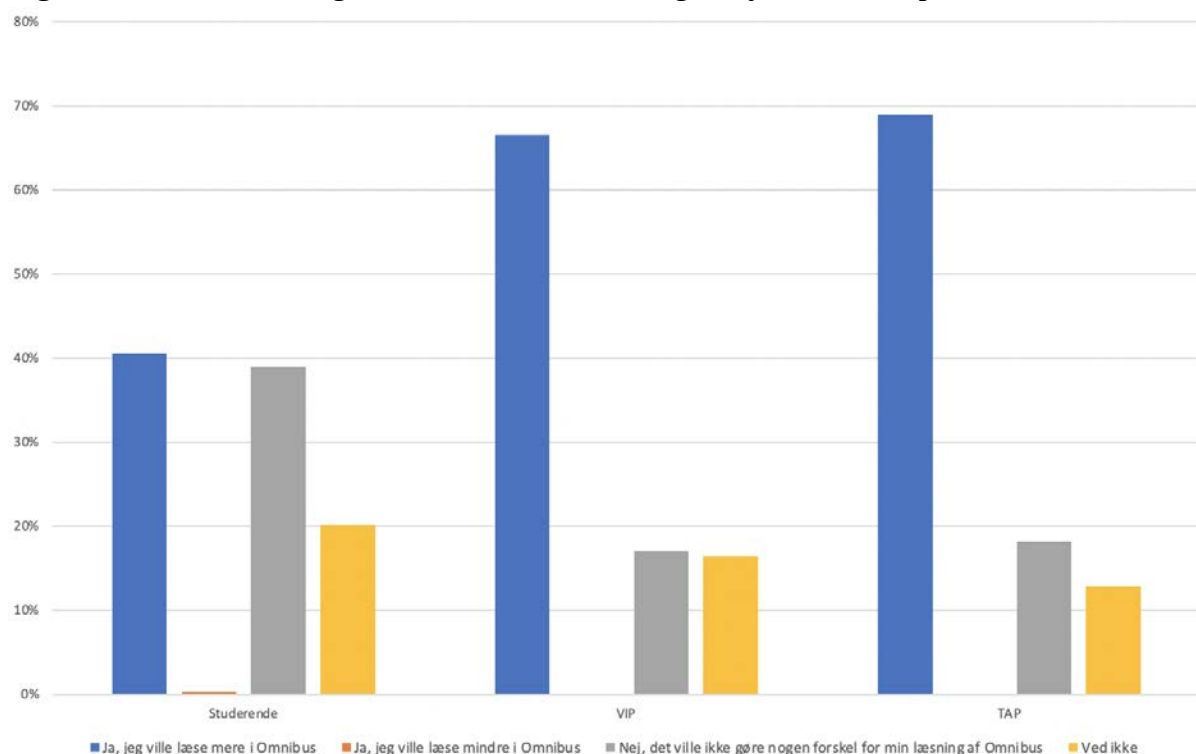
Tabel 5: Støtte til ordning om automatisk modtagelse af Omnibus' nyhedsbrev, procent

	Ja	Nej
Studerende	53,4	46,6
VIP	77,1	22,9
TAP	76,2	23,8

Note: N Studerende: 2.518, N VIP: 987, N TAP: 906. Spørgsmål: "Synes du, at det er en god idé, at alle medarbejdere og studerende som udgangspunkt automatisk bliver tilmeldt Omnibus' nyhedsbrev (med mulighed for at framelde sig)?" (Stillet til alle respondenter).

På trods af den overvejende opbakning til brugen af nyhedsbrevet er enkelte dog også skeptiske over for, om det kommer til at få karakter af spam og fortsat går under radaren, da videnskabeligt personale i forvejen modtager rigtig meget information på mail, hvorimod de studerende sjældent tjekker deres indbakke. Dermed er det tydeligt, at en eventuel indførelse af en automatisk tilmelding af nyhedsbrevet gør det nødvendigt at overveje hyppighed og indhold nøje for at sikre relevans for modtageren.

Figur 6: Forskel i læsning ved automatisk tilmelding til nyhedsbrevet, procent

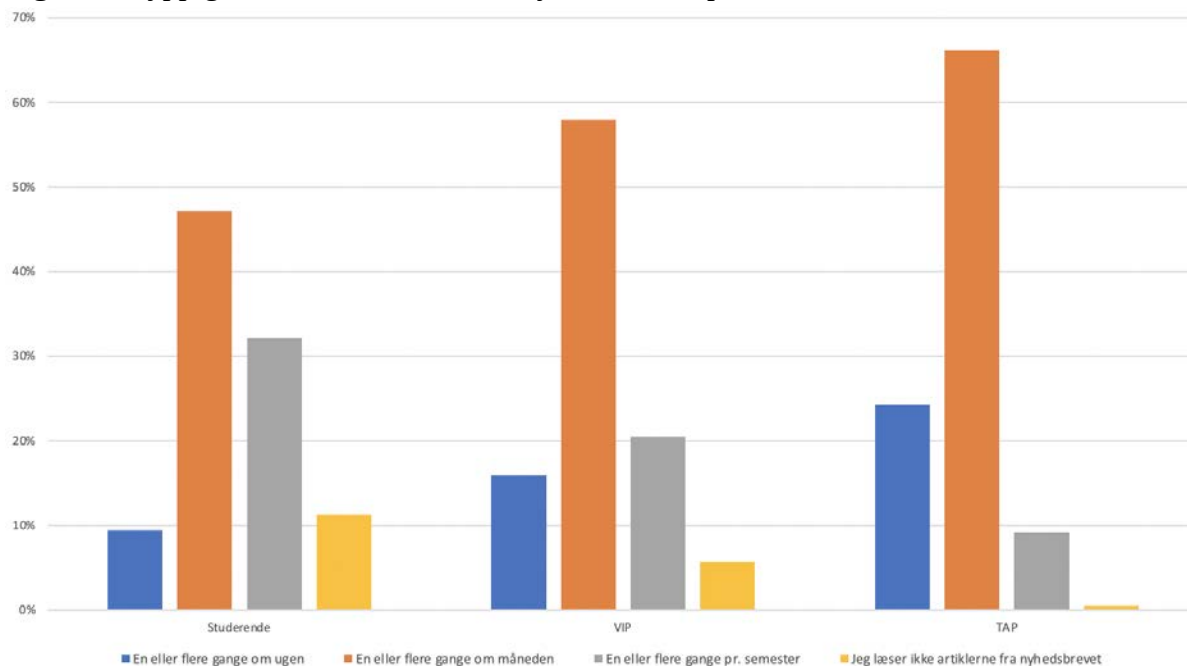


Note: N Studerende: 2.465, N VIP: 792, N TAP: 534. Spørgsmål: "Ville det gøre en forskel for din læsning af Omnibus, hvis du automatisk modtog avisens nyhedsbrev?" (Stillet til alle, som ikke modtager nyhedsbrevet). Figuren er baseret på tabel A22.

Det ses af nedenstående figur 7, at modtagerne af nyhedsbrevet primært tilgår artiklerne derfra en eller flere gange om måneden, men at særligt det teknisk administrative personale læser flere artikler fra nyhedsbrevet end de resterende grupper. Dette kan skyldes, at det teknisk

administrative personale generelt er mere tilfredse med de enkelte dele af nyhedsbrevet; layout, indhold og hyppighed, hvilket ses i figur 8. Dog er den generelle tilfredshed forholdsvis høj blandt alle målgrupperne.

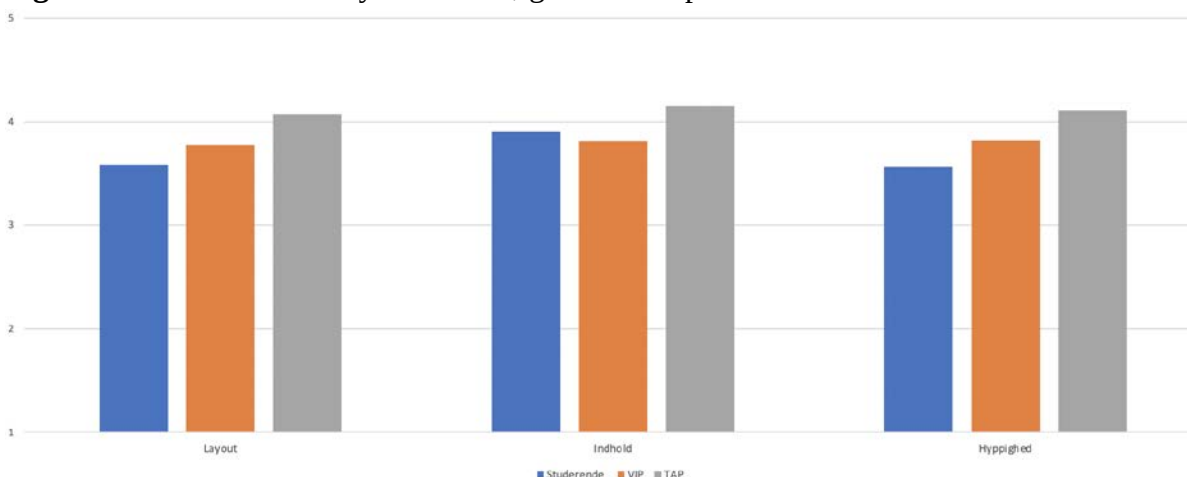
Figur 7: Hyppigheden af anvendelse af nyhedsbrevet, procent



Note: N Studerende: 53, N VIP: 195, N TAP: 372. Spørgsmål: "Hvor ofte tilgår du artikler gennem nyhedsbrevet?" (Stillet til alle, som modtager nyhedsbrevet). Figuren er baseret på tabel A18.

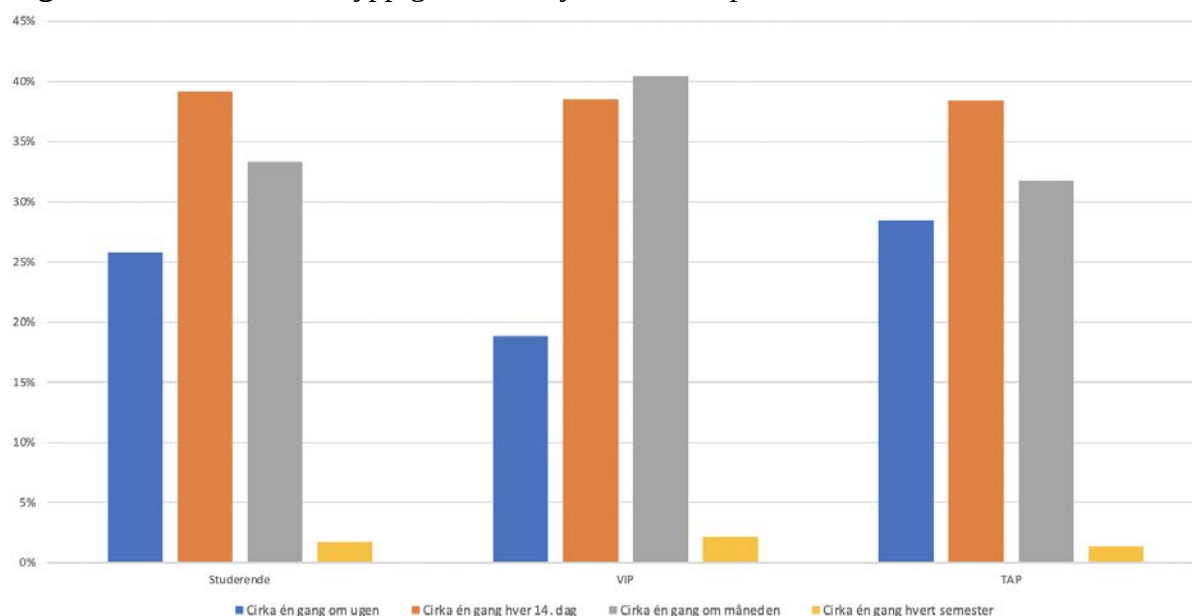
Som figur 8 også viser, er langt størstedelen af modtagerne overordnet tilfredse med nyhedsbrevets nuværende hyppighed, hvor det udsendes ugentligt. Blandt de respondenter, der ikke før spørgeskemaet modtog nyhedsbrevet, er præferencerne for hyppigheden af udsendelser nogenlunde ligeligt fordelt mellem én gang ugentligt, én gang hver 14. dag og én gang månedligt, mens meget få ønsker kun at modtage det én gang hvert semester (se figur 9).

Figur 8: Tilfredshed med nyhedsbrevet, gennemsnit på skala fra 1-5



Note: N Studerende: 53, N VIP: 195, N TAP: 372. Spørgsmål "Hvor tilfreds er du med nyhedsbrevets?" (Stillet til alle, som modtager nyhedsbrevet). Figuren er baseret på tabel A19.

Figur 9: Præferencer for hyppigheden af nyhedsbrevet, procent



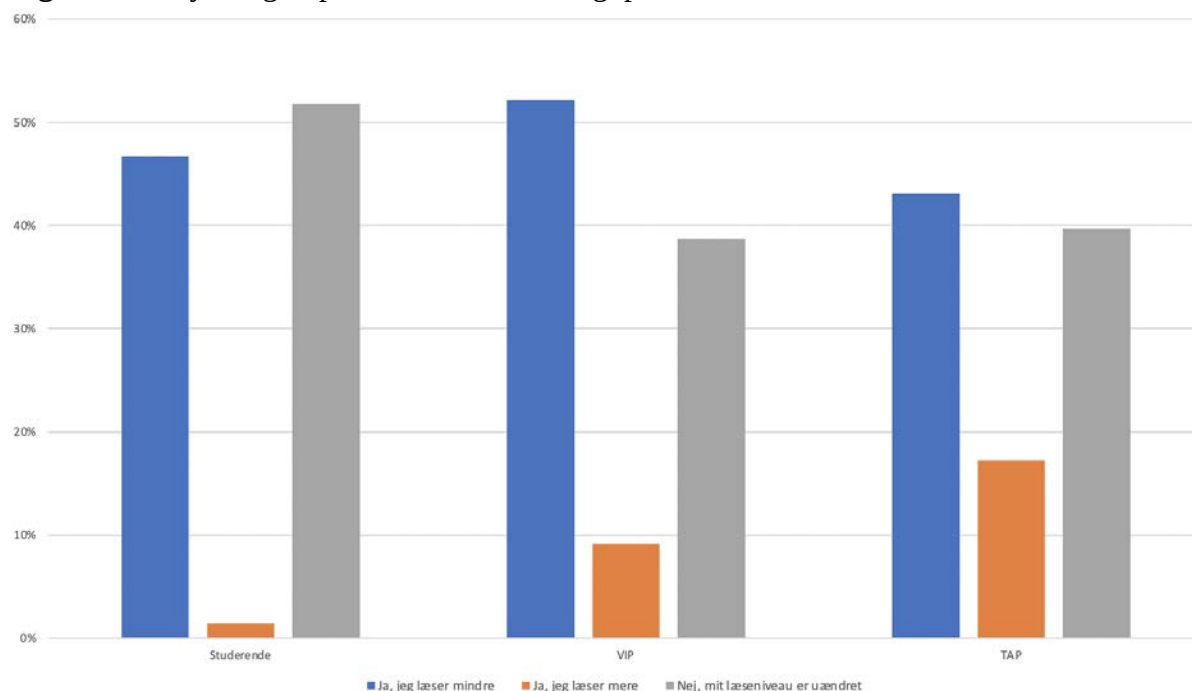
Note: N Studerende: 687, N VIP: 695, N TAP: 724. Spørgsmål: “Hvis du selv kunne bestemme, hvor ofte ville du så gerne modtage nyhedsbrevet?” (Stillet til alle, som modtager nyhedsbrevet eller kunne tænke sig det). Figuren er baseret på tabel A21.

Fra print til online

En stor del af respondenterne påpeger, at bevidstheden om Omnibus’ generelle tilstedeværelse forsvandt med udfasningen af den fysiske avis, der ikke længere ligger synligt fremme i dueslag og på frokostborde på universitetet. Blandt de respondenter, der kan huske, at Omnibus udkom som printavis, læste over halvdelen i den, og 40% svarer, at overgangen til online-formatet har haft en negativ betydning for deres læsning (se figur 10). Generelt er der ganske mange kommentarer, optalt til 71 ud af 225, der udtrykker ønsket om at få en printavis tilbage. Kommentarerne omhandler behovet for en fysisk avis, fordi de ellers ikke ser Omnibus blive en del af den fælles bevidsthed på Aarhus Universitet, såsom denne respondent; *“Min læsning af Omnibus er så godt som ophørt fordi avisen ikke længere bliver 'serveret' let tilgængeligt fx i frokoststuen eller i standere rundt omkring. Tilsvarende er mine kolleger også stoppet med at læse avisen, så derfor taler vi heller ikke om emner fra Omnibus – dermed er der heller ikke længere anledning til at opsøge avisen, fordi ingen læser den og ingen taler om den”*. Andre fortæller også, at de nu kun klikker ind på enkelte artikler, hvor de tidligere læste hele avisen igennem og fik en bredere forståelse for, hvad der rører sig flere steder på Aarhus Universitet.

Dog har overgangen også for et fåtal betydet, at de læser mere. Dette gælder særligt det teknisk administrative personale og delvist det videnskabelige personale. De påpeger det praktiske i, at de ikke er afhængige af at skulle finde bladet fysisk, men i stedet har stor glæde ved nyhedsbrevets fleksibilitet og den lette tilgængelighed; *“Det at jeg automatisk får tilsendt nyhedsbrevet gør, at jeg husker at få læst artiklerne. Det er lettilgængeligt, når det automatisk lægger sig i min indbakke, fremfor at jeg førhen skulle huske at tage det med mig, hvis jeg tilfældigvis gik forbi en stander”*, lyder en kommentar fra undersøgelsen.

Figur 10: Betydning af printavisens udfasning, procent



Note: N Studerende: 139, N VIP: 535, N TAP: 585. Spørgsmål: "Har udfasningen af printavisen påvirket din læsning af Omnibus?" (Stillet til alle, som kan huske printavisen). Figuren er baseret på tabel A27.

På baggrund af både den kvalitative og kvantitative undersøgelse er der altså klare indikationer på, at Omnibus trænger til et løft i distributionen, hvis den skal nå en større andel af målgruppen. Få kender til den, få læser den og flere tidligere læsere tror nu, at Omnibus er blevet nedlagt, hvilket vidner om, at avisen ikke har formået at fastholde sine læsere i overgangen fra print til online. Generelt efterspørges mere reklame og tilstedeværelse samt en mere opsøgende distributionsform end den nuværende; "Jeg bliver ikke eksponeret for Omnibus, derfor læser jeg mindre. Papir eller ikke-papir er ikke afgørende, det er eksponeringen", lyder en kommentar i spørgeskemaet. Præferencerne for format og kanal hvorigennem indholdet pushes ud til læserne varierer, men der ses en generel opbakning til nyhedsbrevet og en automatisk tilmeldingsordning. Derudover viser både den kvantitative og kvalitative undersøgelse, at de forskellige målgrupper er til stede på forskellige sociale medier, hvorfor det er vigtigt, at målretningen af forskelligt indhold tænkes ind i dette. Eksempelvis rammes de unge på Instagram, det videnskabelige personale på Twitter, mens Facebook har en bredere målgruppe særligt blandt teknisk administrativt personale og studerende. Efterspørgslen på genindførslen af den fysiske printavis er også en vigtig pointe at tage med, da mange respondenter pointerer, at Omnibus ved ikke at være til stede ved frokostbordene mister sin brede appel og funktion som samtalestarter.

Indhold

For at undersøge oplevelserne af og præferencerne for indhold i Omnibus oplyste vi som det første 11 forskellige stofområder, som respondenterne skulle angive i hvor høj grad, de havde lyst til at læse om. De gennemsnitlige vurderinger for målgrupperne kan inspiceres nedenfor i

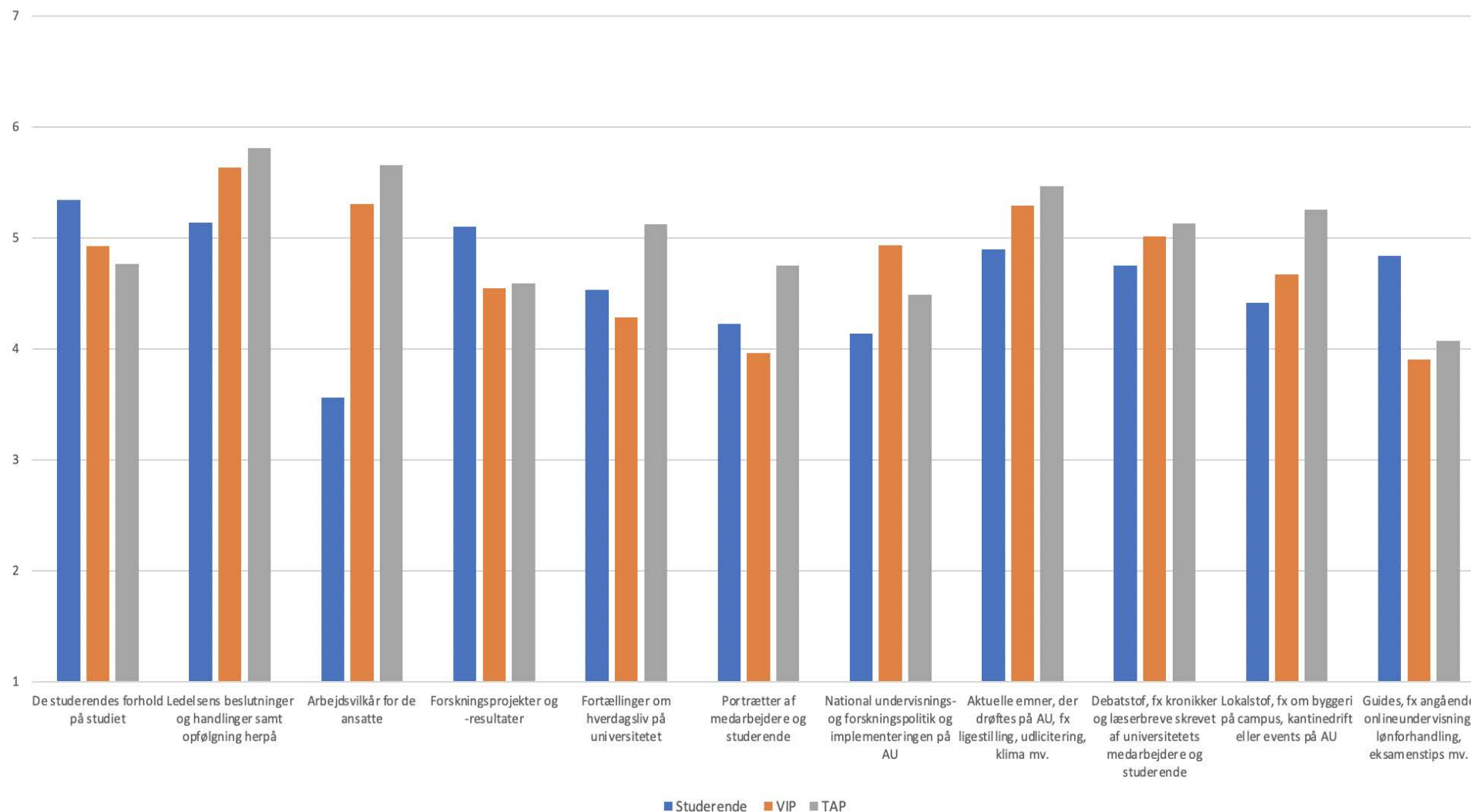
figur 11. Tre stofområder er generelt fremhævet af alle målgrupperne som vigtige at skrive om. Disse er ledelsens beslutninger og handlinger, de studerendes forhold og aktuelle emner, som drøftes på AU. Ledelsens beslutninger og opfølgning herpå er vægtet særligt højt af medarbejdergrupperne, hvilket også var billedet i de kvalitative interview med disse grupper. I interviewene blev det flere gange nævnt, at Omnibus bør agere en slags "vagthund" overfor ledelsens dispositioner og beslutninger.

Et andet mønster i data, som også går igen fra fokusgruppeinterviewene er, at de studerende i høj grad er interesserede i at læse om historier, der vedkommer dem selv. De er mest interesserede i at læse omkring de studerendes forhold, mens de ikke i nogen videre grad er interesseret i at læse om de ansattes arbejdsvilkår. Vi hæfter os dog ved, at det omvendte scenarie ikke i samme grad gør sig gældende for de to grupper af ansatte, som generelt også gerne vil læse om de studerendes forhold.

Af de mindre populære stofområder er portrætter af medarbejdere og studerende, guides, og national undervisningspolitik. Inden for disse områder kan vi se, at det primært at VIP'erne, som vil læse om undervisningspolitik, mens det er de studerende, som efterspørger guides til forskellige ting på universitetet.

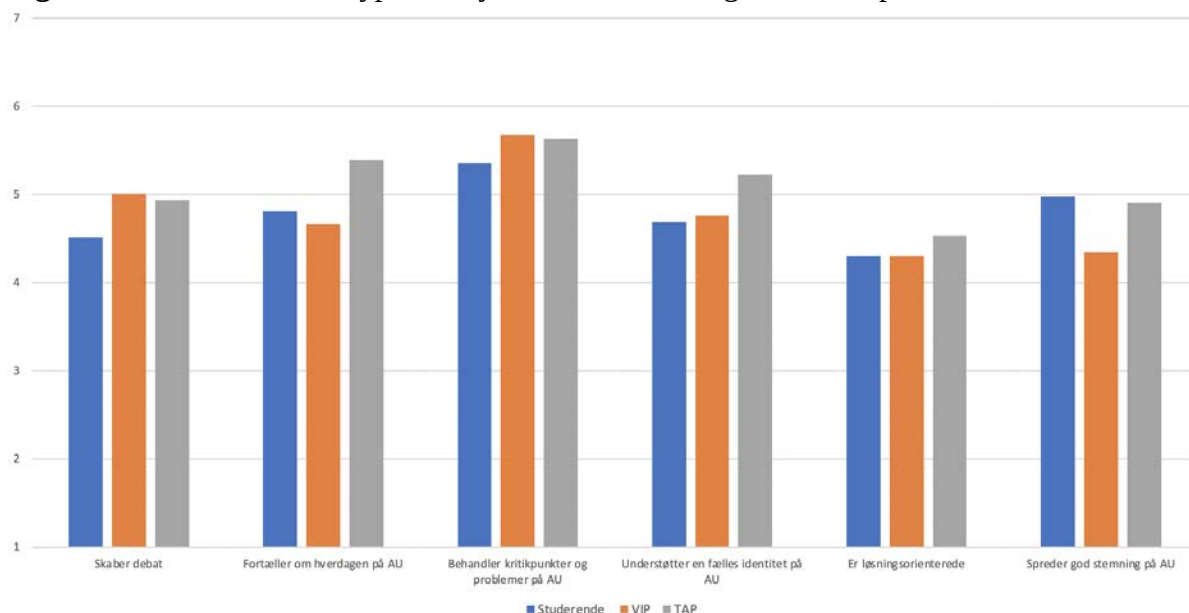
Der er altså en smule variation i hvilke stofområder, de forskellige grupper helst vil læse om, men to ting, er de enige om, er vigtige, nemlig at ledelsens beslutninger og handlinger bør følges op, samtidig med at Omnibus også får drøftet forskellige aktuelle emner på AU. Flere respondenter nævner i denne forbindelse i deres kommentarer til indholdet, at der skal være fokus på kritisk stillingtagen til ledelsens beslutninger. Eksempelvis har en respondent skrevet, at *"Omnibus gør det fantastisk når det handler om kritisk stillingtagen til ledelsen mv. Det synes jeg gerne må fylde ekstra meget!"*. I fokusgruppeinterviewene blev også Besenbacher-sagen og det seneste års kønsdebatter på AU nævnt af flere medarbejdere, som yderst relevante nyheder at bringe i et medie som Omnibus.

Figur 11: Præferencer for stofområder i Omnibus, gennemsnit på skala fra 1-7



Note: N Studerende: 2.444, N VIP: 968, N TAP: 880. Spørgsmål: "I hvilken grad ønsker du at læse om følgende stofområder i Omnibus?" (Stillet til alle respondenter). Figuren er baseret på tabel A28.

Figur 12: Præferencer for typen af nyheder i Omnibus, gennemsnit på skala fra 1-7



Note: N Studerende: 2.417, N VIP: 962, N TAP: 869. Spørgsmål: "I hvilken grad mener du, at det er Omnibus' opgave at bringe historier, der:" (Stillet til alle respondenter). Figuren er baseret på tabel A30.

Udover at udforske hvilke stofområder, som vækker mest interesse, undersøgte vi også respondenternes ønsker til historiernes vinkling nærmere. Ovenfor i figur 12 ses de gennemsnitlige vurderinger af, i hvilken grad respondenterne mener, at det er Omnibus' opgave at bringe forskellige typer af historier. Her er det igen den kritiske vinkel på forskellige emner på AU, der efterspørges. Statistiske analyser viser i øvrigt, at denne efterspørgsel korrelerer positivt med efterspørgsel efter historier om ledelsens beslutninger og dispositioner. Dette fokus på den kritiske vinkel var også centralt for deltagerne i fokusgruppeinterviewene, der alle var af den opfattelse, at journalistikken ikke kunne blive for kritisk, så længe den holder en sober og ordentlig tone. Faktisk ytrede alle tre grupper i interviewene, at selve Omnibus' eksistensberettigelse ligger i avisens kritiske og proaktive tilgang til forskellige ledelsesbeslutninger og implementeringen heraf.

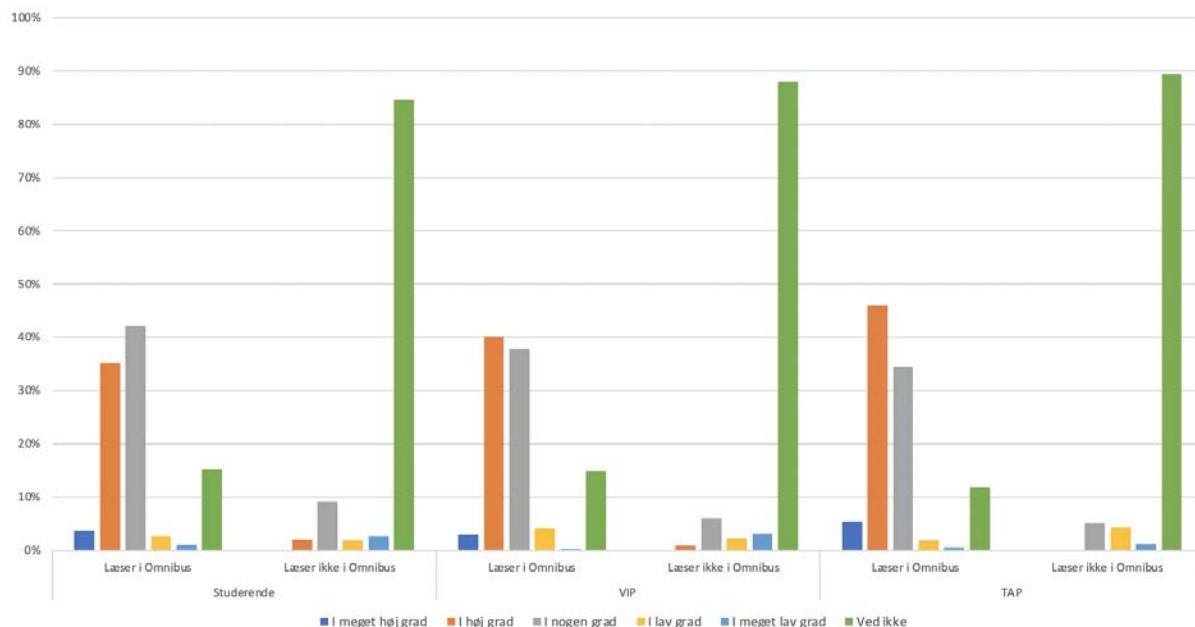
Derudover er TAP-gruppen særligt interesserede i historier, som fortæller om hverdagen på AU og derigennem historier, der understøtter en fælles identitet på universitetet. Dette billede gjorde sig også gældende for de interviewede TAP'er, hvor én påpegede at det giver en slags "team-spirit", når der dækkes positive historier på universitetet. Særligt de to medarbejdergrupper ønsker ligeledes, at Omnibus' historier får skabt noget debat, hvilket er en pointe, som også blev understreget i fokusgruppeinterviewene. Her efterspurgt flere interviewede medarbejdere flere debatindlæg og demokratiske diskussioner omkring de forskellige dispositioner og tendenser på AU. Slutteligt har der også været en fornemmelse af, at mange efterspurgt mere konstruktiv journalistik, men i denne undersøgelse tyder det ikke på, at løsningsorienterede historier i særligt høj grad er specifikt efterspurgt hos nogen af målgrupperne.

Opsummerende kan vi således ud fra både den kvalitative og kvantitative undersøgelse sige, at tendensen i svarene blandt alle tre målgrupper er et ønske om en kritisk vinkel på historierne, og særligt fokus på ledelsesmæssige beslutninger og opfølgning herpå. Derudover efterspørges også debatskabende historier og indlæg i Omnibus. Derudover afspejler de studerendes præferencer for indhold i nogen grad et fokus på deres egen gruppe, idet de finder historier om de studerendes forhold mest interessante at læse om.

Tilfredshed med indholdet

For at undersøge tilfredsheden med det indhold, som Omnibus i øjeblikket bringer, spurgte vi, hvorvidt de respondenter, som kendte til Omnibus, følte, at deres ønsker til stofområder indfries i øjeblikket. Resultaterne heraf fremgår i figur 13. En stor del, primært i gruppen, som kender Omnibus, men ikke læser i den, svarede "Ved ikke" på dette spørgsmål. Derfor er det også mere interessant at se på tilfredsheden blandt dem, som læser avisen, og vi har derfor opdelt respondenterne i figur 13 i læsere og ikke-læsere. Her er tendensen meget den samme for alle grupper, nemlig at indholdet i øjeblikket indfrier læsernes ønsker i høj eller nogen grad. Der er således en generel tilfredshed blandt dem, som læser avisen. Vi har sammenlignet tilfredsheden med de nuværende stofområder mellem læsere og ikke-læsere, hvor alle besvarelser med "Ved ikke" er ekskluderet. Dette efterlader ikke-læser-gruppen med meget få respondenter, men vi fandt alligevel en statistisk relation. Det viser sig, at de, som læser avisen, er signifikant mere tilfredse med det nuværende indhold sammenlignet med dem, som ikke læser. Vi hæfter os dog også ved, som figur 13 viser, at der blandt dem, der ikke læser, og som giver deres mening til kende, stadig er en svag overvægt af besvarelser, som svarer i nogen, høj eller meget høj grad sammenlignet med lav og meget lav grad. Med andre ord er der altså også flere tilfredse end utilfredse blandt dem, der ikke læser avisen. Dette afspejles i øvrigt også, som tabel 6 viser, i at klare flertal blandt alle tre målgrupper af de, der ikke læser avisen, til slut i spørgeskemaet angiver, at de godt kunne forestille sig at læse Omnibus fremadrettet. Faktisk er denne andel over 80% for begge medarbejdergrupper.

Figur 13: Tilfredshed med nuværende stofområder i Omnibus, procent



Note: N Studerende: 1.309, N VIP: 750, N TAP: 822. Spørgsmål: "I hvilken grad mener du, at Omnibus indfrier dine ønsker til stofområder i øjeblikket?" (Stillet til alle, som kender avisen). Figuren er baseret på tabel A29.

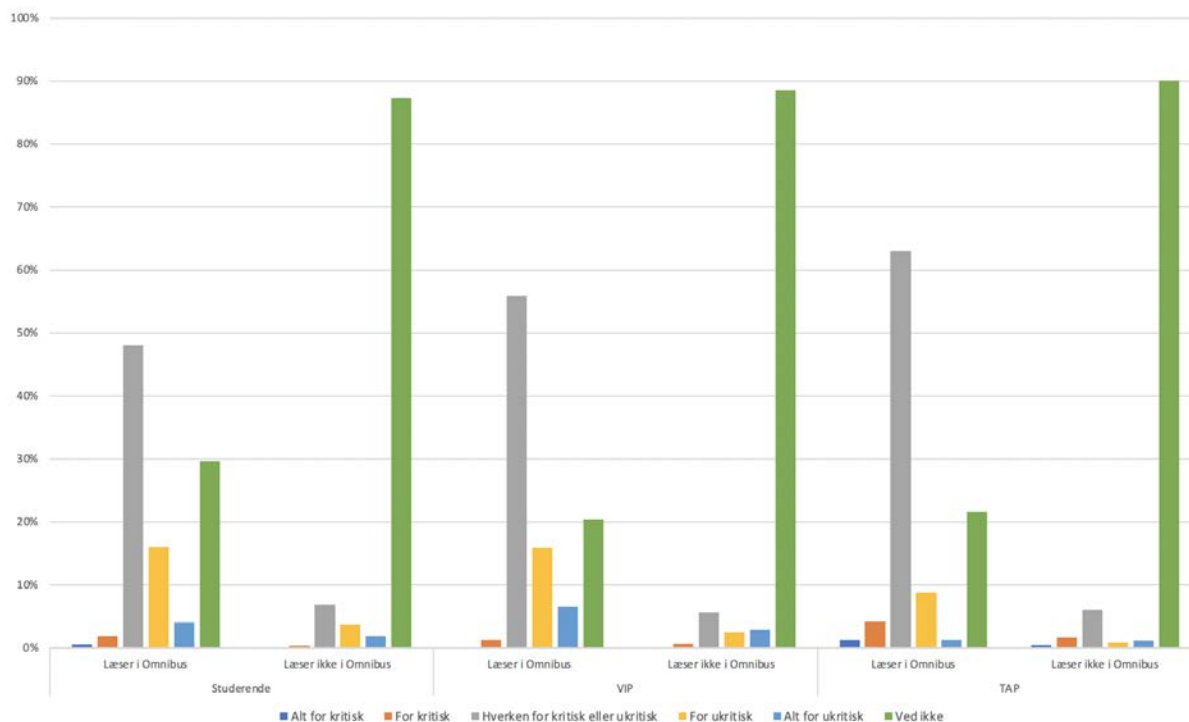
Tabel 6: Potentielle læsere fremover (blandt de, som ikke læser avisen)

	Ja	Nej	Antal respondenter
Studerende	63,3	36,7	2026
VIP	80,9	19,1	566
TAP	83,2	16,8	304

Note: Spørgsmål: "Kunne du forestille dig at læse Omnibus fremadrettet?" (Stillet til alle, som ikke læser Omnibus).

For yderligere at undersøge tilfredsheden med indholdet, stillede vi også et specifikt spørgsmål til, hvorvidt Omnibus er for kritisk eller ukritisk over for AU's ledelse. På dette punkt observerede vi i de kvalitative interview en høj efterspørgsel efter en mere kritisk linje. Hvorvidt denne tendens også gør sig gældende i den mere repræsentative spørgeskemaundersøgelse kan ses nedenfor i figur 14, hvor vi igen har opdelt respondenterne i læsere og ikke-læsere. Her ser vi, at for de, som kender avisen, men ikke læser den, er det langt størstedelen, som svarer "ved ikke" til dette spørgsmål. Derfor fokuserer vi på vurderingerne blandt dem, som læser avisen. Her er tendensen generelt, at Omnibus hverken vurderes for kritisk eller ukritisk på tværs af alle grupper. Værd er det også at bemærke, at for både de studerende og VIP'erne svarer hver femte respondent, at Omnibus er enten "for ukritisk" eller "alt for ukritisk", hvilket må siges at være en substantiel del af disse grupper. Blandt TAP'erne er denne vurdering væsentligt mindre udtalt. Herimod er der omkring 5% af TAP'erne, som læser i Omnibus, der mener at avisen er "for kritisk". Overordnet må det således konstateres, at der generelt er tilfredshed med omfanget af kritisk dækning af ledelsen, dog med en svag vægtning i retning af en opfattet lidt for ukritisk dækning.

Figur 14: Opfattelse af Omnibus' vinkling af historier om AU's ledelse, procent



Note: N Studerende: 1.298, N VIP: 743, N TAP: 811. Spørgsmål: "Mener du, at Omnibus er for kritisk eller ukritisk over for AU's ledelse?" (Stillet til alle, som kender avisen). Figuren er baseret på tabel A31.

Overordnet står det altså klart, at der blandt respondenterne i denne undersøgelse eksisterer en generel tilfredshed med det nuværende indhold i Omnibus, men også at der ifølge en ikke uvæsentlig andel VIP'er og studerende godt må blive gået lidt mere kritisk til ledelsen på AU. Derudover findes der generelt stor opbakning til avisen blandt respondenterne, hvor over 80% af de medarbejdere, som ikke læser avisen, godt kunne forestille sig at gøre det fremadrettet.

Layout

Respondenterne er i spørgeskemaet blevet bedt om at tage stilling til layoutet på Omnibus' forside og artikler for at afdække, hvordan det grafiske udtryk påvirker lysten til at læse indholdet. Dette blev gjort ved at vise respondenterne et *screenshot* af hhv. en artikel fra Omnibus og forsiden på Omnibus' hjemmeside, hvorefter de blev stillet en række spørgsmål angående disse *screenshots*². Fra fokusgrupperne stod det klart, at hjemmesiden blev opfattet som en smule gammeldags, mens præferencerne for mængden af tekst og opfattelsen af overskuelighed varierede mellem interviewpersonerne.

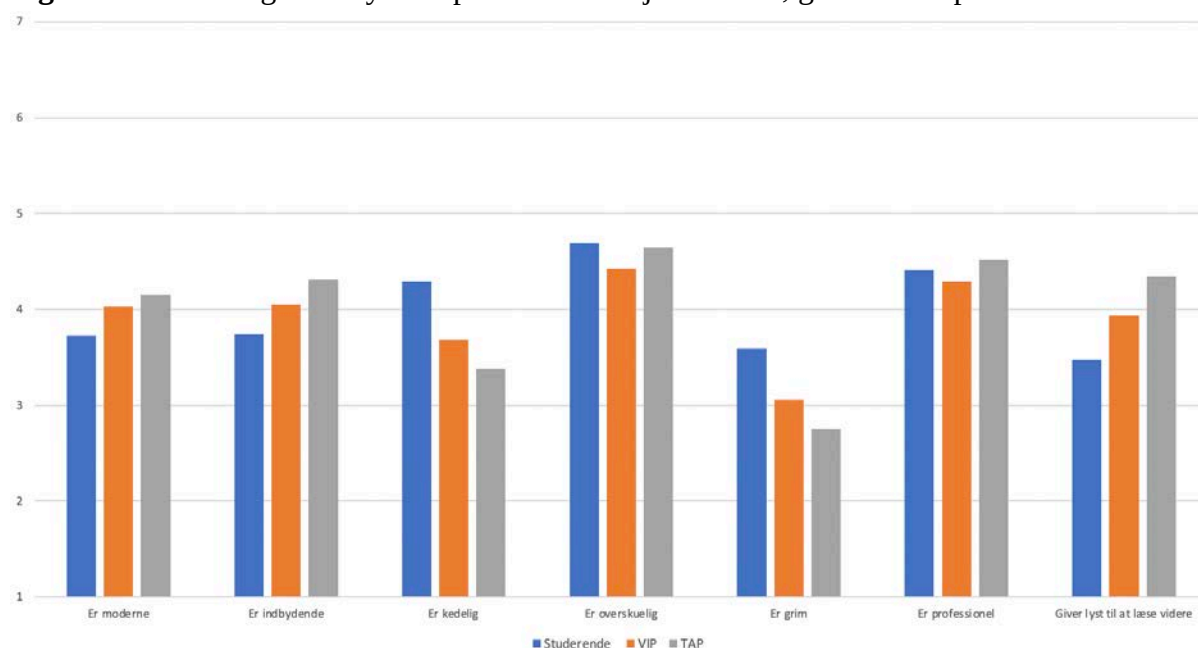
Figur 15 viser også en generelt middel opfattelse af hjemmesidens layout på de forskellige parametre - den er hverken helt god eller helt dårlig. Imellem de forskellige grupper ses, at de studerende er mest kritiske over for Omnibus' layout og særligt opfatter den som grimmere og mere kedelig end de ansatte. Vi har hertil gennem statistiske analyser afdækket, at netop disse

² Respondenter, som tilgik spørgeskemaet via mobil blev præsenteret for *screenshots* af hjemmesidens mobil-version mens de, som tilgik via computer eller iPad/Tablet, blev præsenteret for *screenshots* af computer-versionen. Alle respondents besvarelser er slået sammen, da få gennemførte spørgeskemaet på mobil, og da mønstrene i besvarelserne på mobil var de samme som på computer eller iPad/Tablet.

opfattelser blandt de studerende er signifikant negativt relateret til de studerendes lave scorer på spørgsmålet om, hvorvidt de mener, at hjemmesidens layout giver lyst til at læse videre i avisen. Med andre ord tyder det på, at et opfattet grimt og/eller kedeligt layout reducerer de studerendes lyst til at læse videre.

Selvom respondenterne svarer en smule over middel på overskueligheden af hjemmesiden, bliver det alligevel af flere i både fokusgruppeinterviewene og kommentarfelterne nævnt, at de tre spalter på forsiden gør den en smule uoverskuelig. Man vil hellere kunne se flere artikler og nyheder på et *screenshot* i stedet for den store mængde generelle informationer i de to spalter i hver side af websiden. Som en respondent kommenterer, *“Når man ser på hjemmesiden, er det meget lidt af skærmfladen, der er brugt til nyheder, mens det meste er bokse med info. Det gør det meget svært at genkende hjemmesiden som en avis, når det mest af alt ligner enhver anden af AU's undersider hvoraf mange aldrig bliver opdateret”*.

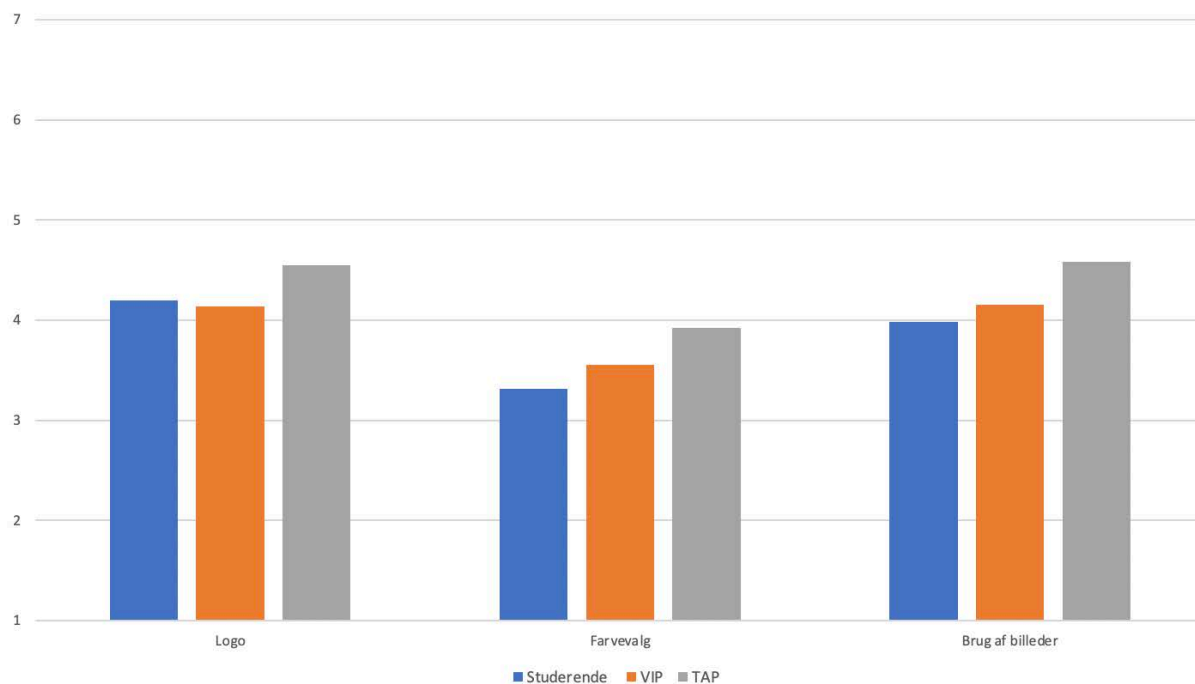
Figur 15: Vurderinger af layoutet på Omnibus' hjemmeside, gennemsnit på skala fra 1-7



Note: N Studerende: 2405, N VIP: 949, N TAP: 861. Spørgsmål: *“I hvilken grad mener du, at hjemmesiden:”* (Stillet til alle respondenter). Figuren er baseret på tabel A33.

Det pointeres desuden, at man med fordel kan benytte flere kategoriseringer af nyhederne i målgrupper (Studerende, VIP og TAP) eller i emner, da det ville gøre det mere overskueligt for besøgende. I denne forbindelse nævnes det også, at man ved en sådan kategorisering vil kunne afhjælpe den umiddelbare udfordring, at læzerskaren for Omnibus er meget bred og forskellig, og derfor efterspørger forskellige typer af indhold. Ved mere detaljeret undersøgelse af forsidens bestanddele, ses det i figur 16, at særligt Omnibus' farvevalg er kritiseret. Flere er kritiske over for Omnibus' valg af gul som gennemgående farve, fordi det signalerer tilbud, discount og breaking news. Dette mønster var både gennemgående for alle målgrupperne i fokusgruppeinterviewene, men også i de få kommentarer, som er tilføjet til spørgeskemaet. Andre pointerer hertil, at valget af blå ville være mere i tråd med Aarhus Universitets officielle farver.

Figur 16: Vurderinger af layoutet på Omnibus' forside, gennemsnit på skala fra 1-7



Note: N Studerende: 2.401, N VIP: 948, N TAP: 859. Spørgsmål: "Hvad synes du om forsiden?" (Stillet til alle respondenter). Figuren er baseret på tabel A34.

I fokusgruppeinterviewene blev det af flere nævnt, at KU's universitetsavis, Uniavisen, kunne være en mulig inspirationskilde for grafisk opsætning, netop fordi den fremstår mere moderne. Enkelte medarbejdere er dog tilfredse med, at hjemmesiden ikke er for "højlydt", men derimod giver en ro til læseren.

Opsummerende står det klart, at der særligt er brug for et løft i layoutets kvalitet for at få fanget flere studerende på hjemmesiden. Derudover ønsker flere respondenter bedre kategorisering af nyhederne og mere fokus på at fremhæve nyheder i stedet for generel information på hjemmesidens forside. Overordnet er der generelt en middel tilfredshed med layoutet, og kun i forhold til farvevalget, er alle grupper enige om, at det kan gøres bedre.

Opsummering

Vi har i denne rapport præsenteret resultaterne af den kvantitative spørgeskemaundersøgelse af Aarhus Universitets avis, Omnibus, og suppleret disse resultater med kommentarer og indsigter fra fokusgruppeinterviews med de tre målgrupper på universitetet: Studerende, VIP og TAP. Stikprøven for den kvantitative undersøgelse er repræsentativ for kønsfordelingen i de tre grupper, mens gruppen af studerende er underrepræsenteret i stikprøven. Derudover er repræsentativiteten på tværs af fakultet ligeledes fornuftig i stikprøven. Der er blot en svag underrepræsentation af Aarhus BSS og Arts og omvendt en svag overrepræsentation af respondenter fra fællesadministrationen, Health og Natural Sciences.

Underrepræsentationen af studerende hænger formentlig sammen med det meget lave kendskab til avisen blandt studerende, hvor kun hver anden af respondenterne kendte til

Omnibus før besvarelsen. Taget i betragtning at gruppen af Omnibus-kendere er overrepræsenteret i denne undersøgelse, tyder det altså på, at avisen mangler synlighed over for studerende. Også for de ansatte VIP'er er der en andel på over 20%, som ikke kendte til avisen før spørgeskemaet, hvilket forstærker pointen om begrænset synlighed. Blandt de, som kender Omnibus, er det overordnet kun omkring halvdelen, som læser den. For de studerende er denne andel omkring 25%, mens den hos VIP'erne TAP'erne er hhv. omkring 50% og 70%. Årsagen til, at respondenterne ikke læser i Omnibus, er i over 80% af tilfældene for alle målgrupperne, at de ikke støder på Omnibus' indhold. Alt dette påpeger en udfordring med begrænset synlighed.

Det står dermed klart, at Omnibus har udfordringer mht. distributionen. Få kender til den, få læser den og flere tidligere læsere tror nu, at Omnibus efter skiftet fra print til online er blevet nedlagt. Det vidner om, at avisen ikke har formået at fastholde sine læsere i overgangen fra print til online. Generelt efterspørger respondenterne mere oplysning om avisen, at den er mere synligt tilstede i deres hverdag og en mere opsøgende (push) distributionsform end den nuværende (pull). Præferencerne for hvordan man gerne vil modtage Omnibus varierer, men der ses en generel opbakning til nyhedsbrevet og automatisk tilmelding hertil. Derudover viser både den kvantitative og kvalitative undersøgelse, at de forskellige målgrupper er til stede på forskellige sociale medier, hvorfor det er vigtigt, at målretningen af forskelligt indhold tænkes ind i dette. Efterspørgslen på genindførslen af den fysiske printavis er også en vigtig pointe at tage med, da mange respondenter pointerer, at Omnibus ved ikke at være til stede ved frokostbordene mister sin brede appel og funktion som samtalestarter.

Vi finder blandt alle grupper en generel tilfredshed med indholdet i Omnibus. Fælles er alle målgrupperne om at ønske kritiske vinkler på historierne, og særligt fokus på ledelsesmæssige beslutninger og opfølgning herpå. Derudover ønskes også debatskabende indlæg og artikler i Omnibus. Blandt de studerende og VIP'erne eksisterer der også et specifikt ønske hos omkring 20% af læserne om, at Omnibus går mere kritisk til AU's ledelse.

I forhold til Omnibus' layout efterspørges generelt bedre kategorisering af nyhederne og mere fokus på at få vist flere nyheder på hjemmesidens forside i stedet for generel information. Derudover er det særligt de studerende, som vurderer layoutet under middel, hvilket indikerer, at der skal gøres noget layoutmæssigt for at få denne gruppe mere i gang med at læse Omnibus. Farverne på forsiden er det største kritikpunkt blandt alle målgrupperne, hvor flere mener, at den gule farve indikerer *discount* og *tilbud*.

Overordnet er hovedfundet i både den kvalitative og kvantitative undersøgelse altså, at det halter gevaldigt med Omnibus' synlighed og distribution, mens indholdet opfylder forventningerne hos dem, som læser i Omnibus. Derudover er der generel enighed om, at hjemmesidens layout kunne trænge til en modernisering og omstrukturering. Afsluttende svarer mere end 63% af de studerende, som ikke før undersøgelsen læste avisen, således også, at de godt kunne forestille sig at læse Omnibus fremadrettet. For de ansatte ligger dette tal over 80%. Det tyder altså på, at der generelt er stor opbakning til Omnibus som produkt, men også at den kan forbedres på flere områder.

Appendiks

A1: Frekvenstabeller

Tabel A1: På hvilken enhed tilgår du dette spørgeskema?

	Procent	Antal respondenter
Computer	86,1	3907
Mobiltelefon	12,5	568
iPad/Tablet/Andet	1,4	63
Total	100	4538

Tabel A2: Hvilken gruppe på Aarhus Universitet tilhører du?

	Procent	Antal respondenter
Studerende	55,5	2518
VIP	21,7	987
TAP	20	906
Andet	2,8	127
Total	100	4538

Tabel A3: Hvilket fakultet er du tilknyttet?

Rækkemærkater	Procent	Antal respondenter
Aarhus BSS	24,3	1101
Arts	22,3	1011
Health	18	815
Natural Sciences	14,1	641
Technology Sciences	14	637
Fællesadministrationen	5,4	245
Andet	1,9	88
Total	100	4538

Tabel A4: Hvad er dit køn? Procentuel fordeling på tilknytning til AU

	Kvinde	Mand	Antal respondenter
Studerende	63,2	36,8	2494
VIP	43,7	56,3	975
TAP	68,3	31,7	899
Total	59,9	40,1	4368

Tabel A5: Hvilken ansættelsesform har du? (Stillet til alle ansatte)

	Procent	Antal respondenter
Fast ansættelse	71,1	1346
Tidsbegrænset ansættelse	28,9	547
Total	100	1893

Tabel A6: Hvor mange år har du samlet set været tilknyttet Aarhus Universitet, når du medregner både eventuel studietid og eventuel ansættelse?

	Procent	Antal respondenter
0-2 år	29,9	1355
3-4 år	21,6	979
5-10 år	23,2	1052
11-20 år	14,3	651
21 år eller derover	10,9	495
Ved ikke	0,1	6
Total	100	4538

Tabel A7: Hvor på Aarhus Universitet er du geografisk placeret?

	Procent	Antal respondenter
AU Aarhus	87,3	3960
AU Foulum	2,2	100
AU Herning	2,4	108
AU Silkeborg	0,4	18
AU Kalø	0,2	11
AU Flakkebjerg	0,4	18
AU Roskilde	1,2	54
DPU Emdrup	3,7	167
Andet	2,2	102
Total	100	4538

Tabel A8: Antal individer på Aarhus Universitet, fordelt på tilknytning til AU og fakultet.

	Studerende	VIP + DVIP	TAP + DTAP	Medarbejdere i alt
Arts	9651	1011	600	1611
Aarhus BSS	11685	1274	703	1977
Health	4631	1730	850	2580
Natural Sciences	3203	1129	539	1668
Technical Sciences	4211	1084	1119	2203
Fællesområdet		53	1159	1212
I alt	33381	6281	4970	11251

Note: Opgjort 1. oktober 2020. Tal er fra rapporten "AU i tal - 2020". En medarbejder kan have flere lønnede arbejdsrelationer, men tæller kun med én gang i totaler. Beregnet som antal unikke AUID'er.

Tabel A9: Har du hørt om Omnibus før? Procentuel fordeling på tilknytning til AU

	Ja	Nej	Antal respondenter
Studerende	53	47	2518
VIP	77	23	987
TAP	93,5	6,5	906
Total	66,7	33,3	4411

Tabel A10: Har du hørt om Omnibus før? Procentuel fordeling på fakultet

	Ja	Nej	Antal respondenter
Aarhus BSS	63,8	36,2	1101
Arts	64	36	1011
Health	68,2	31,8	815
Natural Sciences	70,5	29,5	641
Technical Sciences	58,1	41,9	637
Fællesadministrationen	93,5	6,5	245
Total	66,4	33,6	4450

Tabel A11: Læser du i Omnibus? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som kender Omnibus)

	Ja	Nej	Antal respondenter
Studerende	28,6	71,4	1334
VIP	50,9	49,1	760
TAP	68,2	31,8	847
Total	45,8	54,2	2941

Tabel A12: Læser du i Omnibus? Procentuel fordeling på fakultet (Stillet til alle, som kender Omnibus)

	Ja	Nej	Antal respondenter
Aarhus BSS	47,2	52,8	702
Arts	43,9	56,1	647
Health	37,1	62,9	556
Natural Sciences	47,6	52,4	452
Technical Sciences	39,5	60,5	370
Fællesadministrationen	74,2	25,8	229
Total	45,7	54,3	2956

Tabel A13: Hvor ofte læser du i Omnibus? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som læser Omnibus)

	Når jeg får nyhedsbrevet	Mindst 1 gang om ugen	Flere gange om måneden	Ca. 1 gang om måneden	1-4 gange per semester	Sjældnere	Antal respondenter
Studerende	7,9	26	24,7	31,8	3,4	6,3	381
VIP	4,7	14,2	17,8	19,9	9,6	33,9	387
TAP	5,9	11,2	13,7	8,5	5,7	55	578
Total	6,1	16,3	18	18,4	6,2	35,1	1346

Tabel A14: Hvorfor læser du ikke i Omnibus (mulighed for flere kryds)? Den procentuelle andel som valgte muligheden fordelt på tilknytning til AU (Stillet til dem, som kender Omnibus, men ikke læser)

	Jeg støder ikke på avisens indhold	Jeg har ikke tid	Indholdet er ikke relevant for mig	Kvaliteten af indholdet er for lav	Andet	Antal respondenter
Studerende	89,4	10,7	5,1	2,4	9	953
VIP	82,6	16,6	5,1	2,1	12,9	373
TAP	85,5	9,7	5,2	1,1	14,1	269
Total	87,1	11,9	5,1	2,1	10,8	1595

Tabel A15: Hvor ofte er du indenfor de seneste 6 måneder stødt på indhold fra Omnibus? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som kender Omnibus)

	0 gange	Ca. 1-5 gange	Ca. 6-10 gange	Ca. 11-20 gange	Mere end 20 gange	Ved ikke	Antal respondenter
Studerende	40,9	34,8	10	5,9	4,1	4,3	1334
VIP	35,3	33,8	11,1	6,4	4,6	8,8	760
TAP	23,7	32,5	15,2	7,6	8	13	847
Total	34,5	33,9	11,8	6,5	5,4	8	2941

Tabel A16: I hvilken grad vil du foretrække at tilgå Omnibus' artikler gennem: Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU.

	Studerende	VIP	TAP	Samlet vurdering
Hjemmesiden, direkte	4,1	4,1	4,3	4,1
Nyhedsbrevet	2,9	4,7	5,3	3,8
Facebook	4,4	2,6	2,9	3,7
Twitter	1,6	1,9	1,5	1,7
Instagram	3	1,6	1,7	2,4
Antal respondenter	2518	987	906	4411

Tabel A17: Modtager du Omnibus' nyhedsbrev? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som kender Omnibus)

	Ja	Nej	Antal respondenter
Studerende	4	96	1334
VIP	25,7	74,3	760
TAP	43,9	56,1	847
Total	21,1	78,9	2941

Tabel A18: Hvor ofte tilgår du artikler gennem nyhedsbrevet? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som modtager nyhedsbrevet)

	En eller flere gange om ugen	En eller flere gange om måneden	En eller flere gange pr. semester	Jeg læser ikke artiklerne fra nyhedsbrevet	Antal respondenter
Studerende	9,4	47,2	32,1	11,3	53
VIP	15,9	57,9	20,5	5,6	195
TAP	24,2	66,1	9,1	0,5	372
Total	20,3	61,9	14,7	3,1	620

Tabel A19: Hvor tilfreds er du med nyhedsbrevets: ?

Fordelt på tilknytning til AU (Stillet til alle, som modtager nyhedsbrevet)

Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-5 (1:Meget utilfreds – 5: Meget tilfreds)

	Studerende	VIP	TAP	Samlet vurdering
Layout	3,6	3,8	4,1	3,9
Indhold	3,9	3,8	4,2	4
Hyppighed	3,6	3,8	4,1	4
Antal respondenter	53	195	372	620

Tabel A20: Kunne du tænke dig at modtage Omnibus' nyhedsbrev? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som ikke modtager nyhedsbrevet)

	Ja	Nej	Antal respondenter
Studerende	25,7	74,3	2465
VIP	63,1	36,9	792
TAP	65,9	34,1	534
Total	39,2	60,8	3888

Tabel A21: Hvis du selv kunne bestemme, hvor ofte ville du så gerne modtage nyhedsbrevet? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stille til alle, som modtager nyhedsbrevet eller kunne tænke sig at modtage)

	Cirka én gang om ugen	Cirka én gang hver 14. dag	Cirka én gang om måneden	Cirka én gang hvert semester	Antal respondenter
Studerende	25,8	39,2	33,3	1,7	687
VIP	18,8	38,6	40,4	2,2	695
TAP	28,5	38,4	31,8	1,4	724
Total	24,4	38,7	35,1	1,8	2202

Tabel A22: Ville det gøre en forskel for din læsning af Omnibus, hvis du automatisk modtog avisens nyhedsbrev? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stille til alle, som ikke modtager nyhedsbrevet)

	Ja, jeg ville læse mere i Omnibus	Ja, jeg ville læse mindre i Omnibus	Nej, det ville ikke gøre nogen forskel for min læsning af Omnibus	Ved ikke	Antal respondenter
Studerende	40,5	0,3	39	20,2	2465
VIP	66,5	0	17	16,4	792
TAP	68,9	0	18,2	12,9	534
Total	50	0,2	31,5	18,4	3791

Tabel A23: Synes du, at det er en god idé, at alle medarbejdere og studerende som udgangspunkt automatisk bliver tilmeldt Omnibus' nyhedsbrev (med mulighed for at framelde sig)? Procentuel fordeling på tilknytning til AU

	Ja	Nej	Antal respondenter
Studerende	53,4	46,6	2518
VIP	77,1	22,9	987
TAP	76,2	23,8	906
Hovedtotal	63,4	36,6	4411

Tabel A24: Synes du, at det er en god idé, at alle medarbejdere og studerende som udgangspunkt automatisk bliver tilmeldt Omnibus' nyhedsbrev (med mulighed for at framelde sig)? Procentuel fordeling på både tilknytning til AU og hvorvidt man læser avisen eller ej

	Ja	Nej	Antal respondenter
Læser i Omnibus	74,1	25,9	1346
Studerende	56,7	43,3	381
VIP	85	15	387
TAP	78,4	21,6	578
Læser ikke i Omnibus	60,9	39,1	1595
Studerende	53,1	46,9	953
VIP	72,4	27,6	373
TAP	72,9	27,1	269
Total	67	33	2941

Tabel A25: Kan du huske, at Omnibus tidligere udkom som printavis og blev distribueret i standere rundt omkring på AU's campus? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle med 5 eller flere års anciennitet, og som kender Omnibus)

	Ja	Nej	Antal respondenter
Studerende	37	63	376
VIP	76,5	23,5	699
TAP	77	23	760
Total	68,6	31,4	1835

Tabel A26: Læste du i printavisen? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som kan huske printavisen)

	Ja	Nej	Antal respondenter
Studerende	58,3	41,7	139
VIP	73,5	26,5	535
TAP	74,4	25,6	585
Total	72,2	27,8	1259

Tabel A27: Har udfasningen af printavisen påvirket din læsning af Omnibus? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som kan huske printavisen)

	Ja, jeg læser mindre	Ja, jeg læser mere	Nej, mit læseniveau er uændret	Antal respondenter
Studerende	46,8	1,4	51,8	139
VIP	52,1	9,2	38,7	535
TAP	43,1	17,3	39,7	585
Total	47,3	12,1	40,6	1259

Tabel A28: I hvilken grad ønsker du at læse om følgende stofområder i Omnibus?
Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU.

	Studerende	VIP	TAP	Samlet vurdering
De studerendes forhold på studiet	5,3	4,9	4,8	5,1
Ledelsens beslutninger og handlinger samt opfølgning herpå	5,1	5,6	5,8	5,4
Arbejdsvilkår for de ansatte	3,6	5,3	5,7	4,4
Forskningsprojekter og -resultater	5,1	4,5	4,6	4,9
Fortællinger om hverdagsliv på universitetet	4,5	4,3	5,1	4,6
Portrætter af medarbejdere og studerende	4,2	4	4,8	4,3
National undervisnings- og forskningspolitik og implementeringen på AU	4,1	4,9	4,5	4,4
Aktuelle emner, der drøftes på AU, fx ligestilling, udlicitering, klima mv.	4,9	5,3	5,5	5,1
Debatstof, fx kronikker og læserbreve skrevet af universitetets medarbejdere og studerende	4,8	5	5,1	4,9
Lokalstof, fx om byggeri på campus, kantinedrift eller events på AU	4,4	4,7	5,3	4,6
Guides, fx angående onlineundervisning, lønforhandling, eksamenstips mv.	4,8	3,9	4,1	4,5
Antal respondenter	2444	968	880	4415

Tabel A29: I hvilken grad mener du, at Omnibus indfrier dine ønsker til stofområder i øjeblikket?
Procentuel fordeling på tilknytning til AU og hvorvidt man læser (Stillet til alle, som kender Omnibus)

	I meget høj grad	I høj grad	I nogen grad	I lav grad	I meget lav grad	Ved ikke	Antal respondenter
Studerende	1,1	11,5	18,7	2,1	2,1	64,5	1309
Læser i Omnibus	3,7	35,1	42,2	2,6	1,1	15,3	379
Læser ikke i Omnibus	0	1,9	9,1	1,8	2,6	84,5	930
VIP	1,5	21,1	22,4	3,2	1,6	50,3	750
Læser i Omnibus	2,8	40,2	37,8	4,1	0,3	14,8	386
Læser ikke i Omnibus	0	0,8	6	2,2	3	87,9	364
TAP	3,6	31,6	25,3	2,6	0,7	36,1	822
Læser i Omnibus	5,3	46	34,5	1,8	0,5	11,9	565
Læser ikke i Omnibus	0	0	5,1	4,3	1,2	89,5	257
Total	1,9	19,8	21,6	2,5	1,6	52,7	2881

Tabel A30: I hvilken grad mener du, at det er Omnibus' opgave at bringe historier, der:
Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU.

	Studerende	VIP	TAP	Samlet vurdering
Skaber debat	4,5	5	4,9	4,7
Fortæller om hverdagen på AU	4,8	4,7	5,4	4,9
Behandler kritikpunkter og problemer på AU	5,4	5,7	5,6	5,5
Understøtter en fælles identitet på AU	4,7	4,8	5,2	4,8
Er løsningsorienterede	4,3	4,3	4,5	4,4
Spreder god stemning på AU	5	4,3	4,9	4,8
Antal respondenter	2417	962	869	4248

Tabel A31: Mener du, at Omnibus er for kritisk eller ukritisk over for AU's ledelse? Procentuel fordeling på tilknytning til AU og hvorvidt man læser (Stillet til alle, som kender Omnibus)

Rækkemærkater	Alt for kritisk	For kritisk	Hverken for kritisk eller ukritisk	For ukritisk	Alt for ukritisk	Ved ikke	Antal respondenter
Studerende	0,2	0,8	18,6	7,2	2,5	70,6	1298
Læser i Omnibus	0,5	1,9	48	16	4	29,6	375
Læser ikke i Omnibus	0,1	0,3	6,7	3,7	1,8	87,3	923
VIP	0	0,9	31,5	9,4	4,7	53,4	743
Læser i Omnibus	0	1,3	55,9	15,9	6,5	20,4	383
Læser ikke i Omnibus	0	0,6	5,6	2,5	2,8	88,6	360
TAP	1	3,3	45,3	6,3	1,2	42,9	811
Læser i Omnibus	1,3	4,1	63	8,8	1,3	21,6	559
Læser ikke i Omnibus	0,4	1,6	6	0,8	1,2	90,1	252
Total	0,4	1,5	29,6	7,5	2,7	58,3	2852

Tabel A32: Hvor lang tid vil du foretrække, at det tager at læse en typisk artikel i Omnibus? Procentuel fordeling på tilknytning til AU

	30-60 sekunder	1-3 minutter	4-8 minutter	Mere end 8 minutter	Antal respondenter
Studerende	5,3	59,2	33,7	1,7	2415
VIP	5,6	52,2	39,8	2,4	960
TAP	6,3	59,3	32,6	1,7	868
Total	5,6	57,6	34,9	1,9	4243

Tabel A33: I hvilken grad mener du, at hjemmesiden: (Mobil-/Computer-/Tablet-hjemmesiden)
Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU.

	Studerende	VIP	TAP	Samlet
Er moderne	3,7	4	4,1	3,9
Er indbydende	3,7	4	4,3	3,9
Er kedelig	4,3	3,7	3,4	4
Er overskuelig	4,7	4,4	4,6	4,6
Er grim	3,6	3,1	2,7	3,3
Er professionel	4,4	4,3	4,5	4,4
Giver lyst til at læse videre	3,5	3,9	4,3	3,8
Antal respondenter	2405	949	861	4215

Tabel A34: Hvad synes du om forsiden: (Mobil-/Computer-/Tablet-hjemmesiden)
Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU.

	Studerende	VIP	TAP	Samlet
Logo	4,2	4,1	4,5	4,3
Farvevalg	3,3	3,6	3,9	3,5
Brug af billeder	4	4,1	4,6	4,1
Antal respondenter	2401	948	859	4208

Tabel A35: I hvilken grad mener du, at hjemmesiden: (Computer-/Tablet-hjemmesiden)
Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU.

	Studerende	VIP	TAP	Samlet vurdering
Er moderne	3,6	4	4,1	3,8
Er indbydende	3,6	4	4,3	3,9
Er kedelig	4,4	3,7	3,4	4
Er overskuelig	4,6	4,4	4,7	4,5
Er grim	3,7	3,1	2,7	3,3
Er professionel	4,4	4,3	4,5	4,4
Giver lyst til at læse videre	3,4	3,9	4,4	3,7
Antal respondenter	2011	871	814	3696

Tabel A36: Hvad synes du om forsidens: (Computer-/Tablet-hjemmesiden)

Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU.

	Studerende	VIP	TAP	Samlet
Logo	4,2	4,2	4,5	4,3
Farvevalg	3,3	3,5	3,9	3,5
Brug af billeder	3,9	4,1	4,6	4,1
Antal respondenter	2009	870	813	3692

Tabel A37: I hvilken grad mener du, at hjemmesiden: (Mobil-hjemmesiden)

Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU.

	Studerende	VIP	TAP	Samlet vurdering
Er moderne	4,4	4,4	4,1	4,4
Er indbydende	4,4	4,5	4,1	4,4
Er kedelig	3,9	3,7	3,5	3,8
Er overskuelig	5,3	5	4,6	5,1
Er grim	3,2	3	2,8	3,1
Er professionel	4,7	4,5	4,5	4,6
Giver lyst til at læse videre	4,1	4	4,1	4,1
Antal respondenter	394	78	47	519

Tabel A38: Hvad synes du om forsidens: (Mobil-hjemmesiden)

Gennemsnitlige vurderinger på en skala fra 1-7 - fordelt på tilknytning til AU.

	Studerende	VIP	TAP	Samlet vurdering
Logo	4,3	3,9	4,5	4,2
Farvevalg	3,5	3,8	4	3,6
Brug af billeder	4,5	4,3	4,5	4,4
Antal respondenter	392	78	46	516

Tabel A39: Kunne du forestille dig at læse Omnibus fremadrettet? Procentuel fordeling på tilknytning til AU (Stillet til alle, som ikke læser Omnibus)

	Ja	Nej	Antal respondenter
Studerende	63,3	36,7	2026
VIP	80,9	19,1	566
TAP	83,2	16,8	304
Total	68,8	31,2	2896

A2: Spørgeskema

	Læsere	Kendere	Ikke kendere
Intro	Kære deltager Vi er i øjeblikket i gang med en evaluering af Aarhus Universitets avis, Omnibus, som foretages med henblik på at afdække kendskabet til og brugen af Omnibus blandt studerende og ansatte på Aarhus Universitet. Vi er meget interesserede i at høre fra alle – både de, der kender og læser Omnibus, og de, der ikke gør. Undersøgelsen vil spørge ind til din brug af Omnibus samt dine holdninger til avisens distribution, indhold og layout, og tager 5-8 minutter at besvare. Alle besvarelser bliver behandlet fortroligt og vil kun blive offentliggjort i anonymiseret form, så de ikke kan føres tilbage til enkeltpersoner. Som tak for hjælpen trækker vi lod om 50 gavekort a 100 kroner til gavekortet.dk. Hvis du har spørgsmål til undersøgelsen, kan du kontakte formanden for Omnibus' redaktionskomité, Rune Stubager, på stubager@ps.au.dk. Venlig hilsen Redaktionskomitéen for Omnibus (1.1) Vil du give samtykke til, at din besvarelse af dette spørgeskema må anvendes i forbindelse med evalueringen af Omnibus? Ja Nej		

	(1.2) Hvis nej til 1.1: “Tak for dit svar, og undskyld ulejligheden”. (1.3) På hvilken enhed tilgår du dette spørgeskema? Mobiltelefon iPad/tablet Computer Andet
Baggrunds- info	(Intro) Som det første vil vi gerne vide lidt om din baggrund og tilknytning til AU samt dit kendskab til universitetsavisen Omnibus. (2.1) Hvad er dit køn? Kvinde Mand Andet Ønsker ikke at angive (2.2) Hvad er din alder? (Talboks) (2.3) Hvilken gruppe på Aarhus Universitet tilhører du? Studerende Videnskabeligt personale (VIP) Teknisk-administrativt personale (TAP) Andet

	(2.4) Hvis VIP eller TAP: Hvilken ansættelsesform har du? Fast ansættelse Tidsbegrænset ansættelse (2.5) Hvor mange år har du samlet set være tilknyttet Aarhus Universitet, når du medregner både eventuel studietid og eventuel ansættelse? 0-2 år 3-4 år 5-10 år 11-20 år 21 år eller derover Ved ikke (2.6) Hvor på Aarhus Universitet er du geografisk placeret? AU Aarhus AU Foulum AU Herning AU Silkeborg AU Kalø AU Flakkebjerg AU Roskilde DPU Emdrup Andet, angiv hvor: (Tekstboks)
--	--

	(2.7) Hvilket fakultet er du tilknyttet? Aarhus BSS Arts Health Natural Sciences Technical Sciences Fællesadministrationen Andet/flere fakulteter		
Relevans/ kendskab	(3.1) Har du hørt om Omnibus før? Ja = DEN HER KOLONNE Nej (3.2) Hvis ja: Læser du i Omnibus? Ja = DEN HER KOLONNE Nej (3.3) Hvis ja: Hvor ofte læser du i Omnibus? Når jeg får Omnibus' nyhedsbrev Mindst én gang om ugen Flere gange om måneden Cirka én gang om måneden 1-4 gange per semester Sjældnere	(3.1) Har du hørt om Omnibus før? Ja = DEN HER KOLONNE Nej (3.2) Hvis ja: Læser du i Omnibus? Ja Nej = DEN HER KOLONNE (3.4) Hvis nej: Hvorfor læser du ikke Omnibus? (sæt gerne flere kryds) Jeg støder ikke på avisens indhold Jeg har ikke tid Indholdet er ikke relevant for mig Kvaliteten af indholdet er for lav Andet: (Tekstboks)	(3.1) Har du hørt om Omnibus før? Ja Nej = DEN HER KOLONNE

Distribution	Generel synlighed: (4.1) Hvor ofte er du indenfor de seneste seks måneder stødt på indhold fra Omnibus (fx på sociale medier, i Omnibus' nyhedsbrev mv.)? 0 gange Cirka 1-5 gange Cirka 6-10 gange Cirka 11-20 gange Mere end 20 gange Ved ikke Forskellige distributionsplatforme: (Intro) I øjeblikket kan Omnibus tilgås gennem flere forskellige platforme. Avisen har en hjemmeside, hvor alle artikler publiceres, samt et nyhedsbrev, hvor tophistorier sendes ud til tilmeldte mailadresser. På sociale medier er Omnibus til stede på både Facebook og Twitter og overvejer desuden at oprette en profil på Instagram for derigennem at dele artikler. Vi vil nu gerne høre lidt om din	Generel synlighed: (4.1) Hvor ofte er du indenfor de seneste seks måneder stødt på indhold fra Omnibus (fx på sociale medier, i Omnibus' nyhedsbrev mv.)? 0 gange Cirka 1-5 gange Cirka 6-10 gange Cirka 11-20 gange Mere end 20 gange Ved ikke Forskellige distributionsplatforme: (Intro) I øjeblikket kan Omnibus tilgås gennem flere forskellige platforme. Avisen har en hjemmeside, hvor alle artikler publiceres, samt et nyhedsbrev, hvor tophistorier sendes ud til tilmeldte mailadresser. På sociale medier er Omnibus til stede på både Facebook og Twitter og overvejer desuden at oprette en profil på Instagram for derigennem at dele artikler. Vi vil nu gerne høre lidt om din	Selvom du ikke er bekendt med Omnibus og dens indhold, er vi alligevel meget interesserede i dine overvejelser om forskellige aspekter af avisen, og hvordan den potentielt kunne tilpasses dine behov. Forskellige distributionsplatforme: (Intro) I øjeblikket kan Omnibus tilgås gennem flere forskellige platforme. Avisen har en hjemmeside, hvor alle artikler publiceres, samt et nyhedsbrev, hvor tophistorier sendes ud til tilmeldte mailadresser. På sociale medier er Omnibus til stede på både Facebook og Twitter og overvejer desuden at oprette en profil på Instagram for derigennem at dele artikler. Vi vil nu gerne høre lidt om din
---------------------	--	--	--

oplevelse af og holdninger til distributionen af Omnibus. (4.2) I hvilken grad vil du foretrække at tilgå Omnibus' artikler gennem: Hjemmesiden, direkte: Nyhedsbrevet: Facebook: Twitter: Instagram: Eventuelle kommentarer: (Tekstboks) 1 - I meget lav grad 7 - I meget høj grad (Intro) Som nævnt har Omnibus et nyhedsbrev, som én gang om ugen sendes til tilmeldte mailadresser. Nyhedsbrevet indeholder et overblik over de vigtigste nyheder og et direkte link til artiklerne. Vi kunne godt tænke os at høre nærmere om dine holdninger til Omnibus' nyhedsbrev. (4.3) Modtager du Omnibus'	oplevelse af og holdninger til distributionen af Omnibus. (4.2) Hvis du skulle læse Omnibus, i hvilken grad ville du så foretrække at tilgå Omnibus' artikler gennem: Hjemmesiden, direkte: Nyhedsbrevet: Facebook: Twitter: Instagram: Eventuelle kommentarer: (Tekstboks) 1 - I meget lav grad 7 - I meget høj grad (Intro) Som nævnt har Omnibus et nyhedsbrev, som én gang om ugen sendes til tilmeldte mailadresser. Nyhedsbrevet indeholder et overblik over de vigtigste nyheder og et direkte link til artiklerne. Vi kunne godt tænke os at høre nærmere om dine holdninger til Omnibus' nyhedsbrev.	oplevelse af og holdninger til distributionen af Omnibus. (4.2) Hvis du skulle læse Omnibus, i hvilken grad ville du så foretrække at tilgå Omnibus' artikler gennem: Hjemmesiden, direkte: Nyhedsbrevet: Facebook: Twitter: Instagram: Eventuelle kommentarer: (Tekstboks) 1 - I meget lav grad 7 - I meget høj grad (Intro) Som nævnt har Omnibus et nyhedsbrev, som én gang om ugen sendes til tilmeldte mailadresser. Nyhedsbrevet indeholder et overblik over de vigtigste nyheder og et direkte link til artiklerne. Vi kunne godt tænke os at høre nærmere om dine holdninger til Omnibus' nyhedsbrev.
---	---	---

	nyhedsbrev? Ja Nej (4.5) Hvis ja til 4.3: Hvor ofte tilgår du artikler gennem nyhedsbrevet? En eller flere gange om ugen En eller flere gange om måneden En eller flere gange per semester Jeg læser ikke artiklerne fra nyhedsbrevet (4.6) Hvis ja til 4.3: Hvor tilfreds er du med nyhedsbrevets: - Layout - Indhold - Hyppighed Meget tilfreds Tilfreds Hverken eller Utilfreds Meget utilfreds Uddyb gerne dit svar: Tekstboks (4.7) Hvis nej til 4.3: Kunne du tænke dig at modtage Omnibus' nyhedsbrev?	(4.3) Modtager du Omnibus' nyhedsbrev? Ja Nej (4.5) Hvis ja til 4.3: Hvor ofte tilgår du artikler gennem nyhedsbrevet? En eller flere gange om ugen En eller flere gange om måneden En eller flere gange per semester Jeg læser ikke artiklerne fra nyhedsbrevet (4.6) Hvis ja til 4.3: Hvor tilfreds er du med nyhedsbrevets: - Layout - Indhold - Hyppighed Meget tilfreds Tilfreds Hverken eller Utilfreds Meget utilfreds Uddyb gerne dit svar: Tekstboks (4.7) Hvis nej til 4.3: Kunne du tænke dig at modtage Omnibus' nyhedsbrev?	(4.4) Kunne du tænke dig at modtage Omnibus' nyhedsbrev? Ja Nej
--	--	---	---

	Ja Nej (4.8) Hvis ja til 4.3 eller ja til 4.7: Hvis du selv kunne bestemme, hvor ofte ville du så gerne modtage nyhedsbrevet? Cirka én gang om ugen Cirka én gang hver 14. dag Cirka én gang om måneden Cirka én gang på hvert semester (4.9) Kun hvis nej til 4.3: Ville det gøre en forskel for din læsning af Omnibus, hvis du automatisk modtog avisens nyhedsbrev? Ja, jeg ville læse mere i Omnibus Ja, jeg ville læse mindre i Omnibus Nej, det ville ikke gøre nogen forskel for min læsning af Omnibus Ved ikke (4.10) Synes du, at det er en god idé, at alle medarbejdere og studerende som udgangspunkt automatisk bliver tilmeldt Omnibus' nyhedsbrev (med mulighed for at framelde sig)?	Ja Nej (4.8) Hvis ja til 4.3 eller ja til 4.7: Hvis du selv kunne bestemme, hvor ofte ville du så gerne modtage nyhedsbrevet? Cirka én gang om ugen Cirka én gang hver 14. dag Cirka én gang om måneden Cirka én gang på hvert semester (4.9) Kun hvis nej til 4.3: Ville det gøre en forskel for din læsning af Omnibus, hvis du automatisk modtog avisens nyhedsbrev? Ja, jeg ville læse mere i Omnibus Nej, det ville ikke gøre nogen forskel for min læsning af Omnibus Ved ikke (4.10) Synes du, at det er en god idé, at alle medarbejdere og studerende som udgangspunkt automatisk bliver tilmeldt Omnibus' nyhedsbrev (med mulighed for at framelde sig)?	(4.8) Hvis ja til 4.4: Hvis du selv kunne bestemme, hvor ofte ville du så gerne modtage nyhedsbrevet? Cirka én gang om ugen Cirka én gang hver 14. dag Cirka én gang om måneden Cirka én gang på hvert semester (4.9): Ville det gøre en forskel for din læsning af Omnibus, hvis du automatisk modtog avisens nyhedsbrev? Ja, jeg ville læse mere i Omnibus Nej, det ville ikke gøre nogen forskel for min læsning af Omnibus Ved ikke (4.10) Synes du, at det er en god idé, at alle medarbejdere og studerende som udgangspunkt automatisk bliver tilmeldt Omnibus' nyhedsbrev (med
--	--	--	---

	Ja Nej Omnibus' overgang fra printavis til onlineavis: (4.11) Til grupperne med 5+ års anciennitet: Kan du huske, at Omnibus tidligere udkom som printavis og blev distribueret i standere rundt omkring på AU's campus? Ja Nej (4.12) Hvis ja til 4.11: Læste du i printavisen? Ja Nej (4.13) Hvis ja til 4.11: Har overgangen til onlineavis påvirket din læsning af Omnibus? Ja, jeg læser mindre Ja, jeg læser mere Nej, mit læseniveau er uændret	Ja Nej Omnibus' overgang fra printavis til onlineavis: (4.11) Til grupperne med 5+ års anciennitet: Kan du huske, at Omnibus tidligere udkom som printavis og blev distribueret i standere rundt omkring på AU's campus? Ja Nej (4.12) Hvis ja til 4.11: Læste du i printavisen? Ja Nej (4.13) Hvis ja til 4.11: Har overgangen til onlineavis påvirket din læsning af Omnibus? Ja, jeg læser mindre Ja, jeg læser mere	mulighed for at framelde sig)? Ja Nej
--	--	---	---

	(4.14) Hvis ja til 4.13: Uddyb gerne hvorfor det har påvirket din læsning? (tekstboks)	Nej, mit læseniveau er uændret (4.14) Hvis ja til 4.13: Uddyb gerne hvorfor det har påvirket din læsning? (tekstboks)	
Indhold	(Intro) I det følgende vil vi spørge ind til dine holdninger til, hvilke stofområder du mener, avisen bør skrive om. Stofområder: (5.1) I hvilken grad ønsker du at læse om følgende stofområder i Omnibus? - De studerendes forhold på studiet - Ledelsens beslutninger og handlinger og opfølgning derpå - Arbejdsvilkår for de ansatte - Forskningsprojekter og - resultater - Fortællinger om hverdagsliv på universitetet - Portrætter af medarbejdere og studerende - National undervisnings- og forskningspolitik og implementeringen på AU - Aktuelle emner, der drøftes på AU, fx ligestilling,	(Intro) I det følgende vil vi spørge ind til dine holdninger til, hvilke stofområder du mener, avisen bør skrive om. Stofområder: (5.1) I hvilken grad ønsker du at læse om følgende stofområder i Omnibus? - De studerendes forhold på studiet - Ledelsens beslutninger og handlinger og opfølgning derpå - Arbejdsvilkår for de ansatte - Forskningsprojekter og - resultater - Fortællinger om hverdagsliv på universitetet - Portrætter af medarbejdere og studerende - National undervisnings- og forskningspolitik og implementeringen på AU - Aktuelle emner, der drøftes på AU, fx ligestilling,	(Intro) I det følgende vil vi spørge ind til dine holdninger til, hvilke stofområder du mener, avisen bør skrive om. Stofområder: (5.1) I hvilken grad ønsker du at læse om følgende stofområder i Omnibus? - De studerendes forhold på studiet - Ledelsens beslutninger og handlinger og opfølgning derpå - Arbejdsvilkår for de ansatte - Forskningsprojekter og - resultater - Fortællinger om hverdagsliv på universitetet - Portrætter af medarbejdere og studerende - National undervisnings- og forskningspolitik og implementeringen på AU - Aktuelle emner, der drøftes på AU, fx ligestilling,

	udlicitering, klima mv. - Debatstof, fx kronikker og læserbreve skrevet af universitetets medarbejdere og studerende - Lokalstof, fx om byggeri på campus, kantinedrift eller events på AU - Guides, fx angående onlineundervisning, lønforhandling, eksamenstips mv. Lav batteri med valgmuligheder: fra ”1 – I meget lav grad” til ”7 – I meget høj grad” for hvert stofområde. (5.2) I hvilken grad mener du, at Omnibus indfrier dine ønsker til stofområder i øjeblikket? I meget høj grad I høj grad I nogen grad I lav grad	udlicitering, klima mv. - Debatstof, fx kronikker og læserbreve skrevet af universitetets medarbejdere og studerende - Lokalstof, fx om byggeri på campus, kantinedrift eller events på AU - Guides, fx angående onlineundervisning, lønforhandling, eksamenstips mv. Lav batteri med valgmuligheder: fra ”1 – I meget lav grad” til ”7 – I meget høj grad” for hvert stofområde. (5.2) I hvilken grad mener du, at Omnibus indfrier dine ønsker til stofområder i øjeblikket? I meget høj grad I høj grad I nogen grad I lav grad	udlicitering, klima mv. - Debatstof, fx kronikker og læserbreve skrevet af universitetets medarbejdere og studerende - Lokalstof, fx om byggeri på campus, kantinedrift eller events på AU - Guides, fx angående onlineundervisning, lønforhandling, eksamenstips mv. Lav batteri med valgmuligheder: fra ”1 – I meget lav grad” til ”7 – I meget høj grad” for hvert stofområde.
--	--	--	---

	I meget lav grad Ved ikke Eventuelle kommentarer: (Tekstboks) Vinkling: (5.3) I hvilken grad mener du, at det er Omnibus' opgave at bringe historier, der: Skaber debat Fortæller om hverdagen på AU Behandler kritikpunkter og problemer på AU Understøtter en fælles identitet på AU Er løsningsorienterede Spredt god stemning på AU 1 – I meget lav grad 7 – I meget høj grad (5.4) Mener du, at Omnibus er for kritisk eller ukritisk over for AU's ledelse? Alt for kritisk For kritisk Hverken for kritisk eller ukritisk For ukritisk Alt for ukritisk Ved ikke	I meget lav grad Ved ikke Eventuelle kommentarer: (Tekstboks) Vinkling: (5.3) I hvilken grad mener du, at det er Omnibus' opgave at bringe historier, der: Skaber debat Fortæller om hverdagen på AU Behandler kritikpunkter og problemer på AU Understøtter en fælles identitet på AU Er løsningsorienterede Spredt god stemning på AU 1 – I meget lav grad 7 – I meget høj grad (5.4) Mener du, at Omnibus er for kritisk eller ukritisk over for AU's ledelse? Alt for kritisk For kritisk Hverken for kritisk eller ukritisk For ukritisk Alt for ukritisk Ved ikke	Vinkling: (5.3) I hvilken grad mener du, at det er Omnibus' opgave at bringe historier, der: Skaber debat Fortæller om hverdagen på AU Behandler kritikpunkter og problemer på AU Understøtter en fælles identitet på AU Er løsningsorienterede Spredt god stemning på AU 1 – I meget lav grad 7 – I meget høj grad
--	--	--	---

	(5.5) Hvor lang tid vil du foretrække, at det tager at læse en typisk artikel i Omnibus? 30-60 sekunder 1-3 minutter 4-8 minutter Mere end 8 minutter	(5.5) Hvor lang tid vil du foretrække, at det tager at læse en typisk artikel i Omnibus? 30-60 sekunder 1-3 minutter 4-8 minutter Mere end 8 minutter	(5.5) Hvor lang tid vil du foretrække, at det tager at læse en typisk artikel i Omnibus? 30-60 sekunder 1-3 minutter 4-8 minutter Mere end 8 minutter
Layout	(Intro) Slutteligt vil vi gerne høre lidt om dine holdninger til layoutet på avisens hjemmeside. På de næste sider ser du et screenshot af en typisk forside på Omnibus' hjemmeside efterfulgt af en række spørgsmål omkring layoutet. Hvis spørgeskemaet <i>ikke</i> tilgås på mobiltelefon: 	(Intro) Slutteligt vil vi gerne høre lidt om dine holdninger til layoutet på avisens hjemmeside. På de næste sider ser du et screenshot af en typisk forside på Omnibus' hjemmeside efterfulgt af en række spørgsmål omkring layoutet. Hvis spørgeskemaet <i>ikke</i> tilgås på mobiltelefon: 	(Intro) Slutteligt vil vi gerne høre lidt om dine holdninger til layoutet på avisens hjemmeside. På de næste sider ser du et screenshot af en typisk forside på Omnibus' hjemmeside efterfulgt af en række spørgsmål omkring layoutet. Hvis spørgeskemaet <i>ikke</i> tilgås på mobiltelefon: 

	(6.1.1) I hvilken grad mener du, at hjemmesiden: - Er moderne - Er indbydende - Er kedelig - Er overskuelig - Er grim - Er professionel - Giver lyst til at læse videre 1 – I meget lav grad 7 – I meget høj grad (Screenshot af computerforside igen) (6.2.1) Hvad synes du om forsidens: - Logo - Farvevalg - Brug af billeder 1 – Meget dårlig(t) 7 – Meget god(t) Hvis spørgeskemaet tilgås på mobiltelefon:	(6.1.1) I hvilken grad mener du, at hjemmesiden: - Er moderne - Er indbydende - Er kedelig - Er overskuelig - Er grim - Er professionel - Giver lyst til at læse videre 1 – I meget lav grad 7 – I meget høj grad (Screenshot af computerforside igen) (6.2.1) Hvad synes du om forsidens: - Logo - Farvevalg - Brug af billeder 1 – Meget dårlig(t) 7 – Meget god(t) Hvis spørgeskemaet tilgås på mobiltelefon:	(6.1.1) I hvilken grad mener du, at hjemmesiden: - Er moderne - Er indbydende - Er kedelig - Er overskuelig - Er grim - Er professionel - Giver lyst til at læse videre 1 – I meget lav grad 7 – I meget høj grad (Screenshot af computerforside igen) (6.2.1) Hvad synes du om forsidens: - Logo - Farvevalg - Brug af billeder 1 – Meget dårlig(t) 7 – Meget god(t) Hvis spørgeskemaet tilgås på mobiltelefon:
--	---	---	---

	 (6.1.2) I hvilken grad mener du, at hjemmesiden: - Er moderne - Er indbydende - Er kedelig - Er overskuelig - Er grim - Er professionel - Giver lyst til at læse videre 1 – I meget lav grad 7 – I meget høj grad (Screenshot af mobilforside igen) (6.2.2) Hvad synes du om forsidens: - Logo - Farvevalg	 (6.1.2) I hvilken grad mener du, at hjemmesiden: - Er moderne - Er indbydende - Er kedelig - Er overskuelig - Er grim - Er professionel - Giver lyst til at læse videre 1 – I meget lav grad 7 – I meget høj grad (Screenshot af mobilforside igen) (6.2.2) Hvad synes du om forsidens: - Logo - Farvevalg	 (6.1.2) I hvilken grad mener du, at hjemmesiden: - Er moderne - Er indbydende - Er kedelig - Er overskuelig - Er grim - Er professionel - Giver lyst til at læse videre 1 – I meget lav grad 7 – I meget høj grad (Screenshot af mobilforside igen) (6.2.2) Hvad synes du om forsidens: - Logo - Farvevalg
--	--	---	--

	- Brug af billeder 1 – Meget dårlig(t) 7 – Meget god(t)	- Brug af billeder 1 – Meget dårlig(t) 7 – Meget god(t)	- Brug af billeder 1 – Meget dårlig(t) 7 – Meget god(t)
Afslutning	(7.2) Har du yderligere kommentarer om Omnibus, er du velkommen til at skrive dem her: (Tekstboks) (7.3) Hvis du er interesseret i at deltage i lodtrækningen af 50 gavekort a 100 kroner til gavekortet.dk, bedes du her oplyse din e-mail: (Tekstboks) (Outro) Har du spørgsmål til undersøgelsen, kan du kontakte formanden for Omnibus' redaktionskomité, Rune Stubager, på stubager@ps.au.dk. Ellers vil vi blot sige mange tak for dine svar, de er en stor hjælp.	(7.1) Kunne du forestille dig at læse Omnibus fremadrettet? Ja Nej (7.2) Har du yderligere kommentarer om Omnibus, er du velkommen til at skrive dem her: (Tekstboks) (7.3) Hvis du er interesseret i at deltage i lodtrækningen af 50 gavekort a 100kroner til gavekortet.dk, bedes du her oplyse din e-mail: (Tekstboks) (Outro) Har du spørgsmål til undersøgelsen, kan du kontakte formanden for Omnibus' redaktionskomité, Rune Stubager, på stubager@ps.au.dk. Ellers vil vi blot sige mange tak for dine svar, de er en stor hjælp.	(7.1) Kunne du forestille dig at læse Omnibus fremadrettet? Ja Nej (7.2) Har du yderligere kommentarer om Omnibus, er du velkommen til at skrive dem her: (Tekstboks) (7.3) Hvis du er interesseret i at deltage i lodtrækningen af 50 gavekort a 100 kroner til gavekortet.dk, bedes du her oplyse din e-mail: (Tekstboks) (Outro) Har du spørgsmål til undersøgelsen, kan du kontakte formanden for Omnibus' redaktionskomité, Rune Stubager, på stubager@ps.au.dk. Ellers vil vi blot sige mange tak for dine svar, de er en stor hjælp.

	Venlig hilsen Redaktionskomitéen for Omnibus	Venlig hilsen Redaktionskomitéen for Omnibus	Venlig hilsen Redaktionskomitéen for Omnibus
--	---	---	---

Evaluering af Universitetsavisen Omnibus

Delrapport I: Kvalitativ undersøgelse

Resumé

Denne rapport udgør første del af Universitetsavisen Omnibus fireårige evaluering for 2021. Rapporten bidrager med erfaringer fra kvalitative fokusgruppeinterviews og belyser holdninger og ønsker til avisens relevans, indhold, distribution og layout fra de tre målgrupper; videnskabeligt personale, teknisk administrativt personale samt studerende.

Rapporten finder, at der generelt er et lavt kendskab til avisen, men en udbredt overbevisning om, at en uafhængig universitetsavis har sin berettigelse. Dette gælder både som et samlende informativt element, men særligt i form af en kritisk institution, der kan stille skarpt på problematikker og beslutninger, som ellers ikke ville være belyst. Der er dog stor uenighed blandt grupperne om, hvorvidt Omnibus i øjeblikket løser denne opgave. Mens det videnskabelige personale er overvejende negativt stemt overfor kvaliteten af artiklerne og redaktionens evne til at følge historier til dørs, finder det teknisk administrative personale, at Omnibus overvejende opfylder deres præferencer. De studerende har nærmest intet kendskab til Omnibus og stiller, sammen med det teknisk administrative personale, spørgsmålstegn ved, om avisens målgruppe er for bred. De tre målgrupper ønsker alle at læse historier der føles nære og relevante for deres egen funktion og er i mindre grad interesserede i historier fra andre dele af universitetet. På trods af at flere grupper bliver enige om, at artiklers form skal følge det indhold de formidler, har deltagerne også forskellige præferencer, da videnskabeligt personale ønsker lange artikler, teknisk administrativt personale ønsker korte artikler og de studerende ønsker lidt af hvert. Det manglende kendskab til avisen skyldes delvist en ineffektiv distribution, der fra mange af deltagerne ønskes løst ved at udsende Omnibus som nyhedsbrev. Derudover pointeres det, at Facebook er en effektiv kanal til særligt at nå de studerende, mens de resterende målgrupper i lavere grad er til stede på denne platform. Slutteligt finder evalueringen desuden, at størstedelen af deltagerne anser Omnibus' hjemmeside for en kende gammeldags og svær at orientere sig på.

Indledning

Som et led i en større evaluering af Aarhus Universitetsavis, Omnibus, har styregruppen over vinteren 20/21 faciliteret indsamlingen af en række fokusgruppeinterviews, for at afdække målgruppens holdninger til avisen som produkt samt, hvor der er rum til forbedring. Disse resultater fremgår af denne delrapport og skal danne fundamentet for en større spørgeskemaundersøgelse og samlet evaluering.

Omnibus er en onlineavis for alle medarbejdere og studerende tilknyttet Aarhus Universitet. Avisens formål er at være en samlende faktor på tværs af funktioner og fagligheder og søger dermed at være identitets- og debatskabende. Avisen har dog de seneste år oplevet et fald i tilslutning og rækkevidde, en udvikling som denne evaluering søger at afdække og imødekomme.

Metodisk fremgangsmåde

Denne rapport er baseret på kvalitative data indsamlet ved hjælp af fokusgruppeinterviews foretaget blandt avisens tre målgrupper; de studerende, det videnskabelige personale samt det teknisk-administrative personale på Aarhus Universitet.

Valget af denne form for indledende kvalitative undersøgelse understøtter ikke blot muligheden for at afdække målgruppens brug af avisen men nuancerer også årsagerne til at de i højere eller lavere grad læser Omnibus og hvordan avisen kan forbedres. Interviewene giver et indblik i de subjektive holdninger og behov hos målgruppen og fokuserer og kvalificerer dermed den senere kvantitative undersøgelse.

Udformning af interviewguide

For at afdække hvilke behov denne kvalitative undersøgelse skulle opfylde, mødtes Omnibus' styregruppe i november 2020. Her blev det besluttet, at fokusgruppeinterviewene både skulle berøre avisens relevans, indhold, layout og distribution. Under disse overskrifter og med styregruppens input in mente, udformede to evaluatore en interviewguide, der kunne anvendes på tværs af forskellige fokusgruppeinterviews (Se appendix A2).

Inddeling af grupper

I et forsøg på at tage højde forskelle i Omnibus' potentielle læserskare og understøtte en fælles forståelse i fokusgruppeformatet, valgte styregruppen at afholde tre separate fokusgruppeinterviews blandt de tre grupper på AU: de studerende, det videnskabelige personale samt det teknisk-administrative personale.

Denne inddeling er også foretaget, da erfaringer fra styregruppen siger, at de enkelte grupper er optaget af forskellige problematikker. Derfor kunne brugen af et enkelt fælles fokusgruppeinterview begrænse diskussionen til kun at belyse de overordnede forskelle mellem grupperne og ikke tilgodese en dybere forståelse for den enkelte gruppes

synspunkter. Dog har dette medført en risiko for, at vores interviews får karakter af et ekkokammer, hvor respondenternes svar er bærer præg af gensidig bekræftelse af deres holdninger til avisens indhold og manglende udfordring til yderligere refleksion, hvilket interviewerne derfor har forsøgt at moderere.

Hensigten var at skabe tre grupper af otte mennesker - en størrelse der understøtter repræsentativitet og diversitet i holdninger men samtidig er overskuelig at håndtere i interviewsituationen. Det lykkedes at få 8 respondenter blandt både det videnskabeligt personale og studerende, men én respondent udeblev fra interviewet med det teknisk-administrative personale, hvorfor der kun indgår 7 respondenter i denne gruppe (Se appendix A1 for gruppernes sammensætning).

Udvælgelse af respondenter

Afsøgning og udvælgelsen af deltagere er foretaget gennem styregruppens og evalueringssteamets netværk, hvilket har medført en begrænset diversitet blandt respondenterne. Dette ses blandt det videnskabelige personale og de studerende, hvor det ikke har været muligt at finde respondenter fra TECH-fakultetet, mens der er en større koncentration af respondenter fra Aarhus BSS. Derudover var der kun én respondent blandt de studerende, der havde et generelt kendskab til Omnibus og dens artikler, hvorfor deres betragtninger i høj grad er baseret på umiddelbare indtryk og ikke et forudgående kendskab til produktet.

Personer, der havde udvist interesse i at deltage i fokusgruppeinterviewet, blev kontaktet på mail og bedt om at udfylde en afstemning angående ledige datoer. Dette gjorde det muligt for evaluatorene at udvælge tidspunktet med størst og mest repræsentativ tilslutning. I denne proces blev der taget højde for faktorer såsom fakultet, institut og køn (Se appendix A1). Det er dog vigtigt at påpege risikoen for selektionsbias. Da respondenterne frivilligt har valgt at deltage i fokusgruppeinterviewene, er der en risiko for, at netop disse respondenter har nogle særlige holdninger til journalistik og Omnibus, der adskiller sig fra den gennemsnitlige ansatte eller studerende. Denne risiko forsøges dog modereret med den senere kvantitative undersøgelse, der forventes give et mere repræsentativt billede af gruppernes holdninger.

Interviewsituationen

De tre interviews blev gennemført i løbet af de tre første uger af januar 2021. Fokusgruppeinterviewet var oprindeligt planlagt til fysisk afholdelse, men grundet Covid-19 blev dette ændret til et online format via Zoom. Dette begrænsede muligheden dialog og debat mellem deltagerne og gjorde derfor interviewet mindre flydende, end ved et fysisk møde. Dog gav det også deltagerne større mulighed for at gennemtænke deres svar og række hånden op, hvis de havde kommentarer til andres overvejelser. Dette gav en forholdsvis ligeligt fordelt taletid til alle og dominerende deltagers bidrag kom ikke nødvendigvis til at fylde mere end andres. Muligheden for mere repræsentative svar understøtter altså

resultaternes validitet, men begrænser dog de positive aspekter af at holde et fokusgruppeinterview frem for individuelle interviews.

Analyse

I interviewene er der belyst 4 overordnede aspekter af Omnibus: avisens relevans/berettigelse, indhold, distribution og layout. Disse aspekter vurderes at være et dækkende fundament for evalueringen af Omnibus. Aspektet omkring relevans giver et blik for om Omnibus' målgruppe overhovedet finder det berettiget at have en universitetsavis. Indholdsdelen fokuserer særligt på, hvilke emner respondenterne foretrækker at læse om i Omnibus, samt hvilke journalistiske vinkler respondenterne finder mest interessante og begrundelserne herfor. Distribution af Omnibus er et centralt aspekt at få belyst, da det giver et indblik i, hvordan den potentielle og eksisterende læserskare (både studerende og medarbejdere) foretrækker at modtage og blive præsenteret for Omnibus' nyheder. Slutteligt er fokus rettet mod respondenternes vurderinger af layoutet på Omnibus' hjemmeside og deres tilstedeværelse på sociale medier. Deltagernes holdninger til hvert aspekt udlægges i det følgende.

Relevans

Før der stilles skarpt på respondenternes konkrete holdninger til Omnibus' relevans og berettigelse afdækkes først deres kendskab til avisen. Det vil sige om respondenterne forud for interviewet kendte til og måske læste Omnibus samt af hvilke veje de eventuelt er kommet til at kende den (Se appendix A2 for interviewguide).

Kendskab til Omnibus

I interviewet med det videnskabelige personale var der blandt alle deltagere et kendskab til Omnibus, som for størstedelens vedkommende stammede tilbage fra dengang avisen lå rundt omkring på AU i fysisk form. Ingen ville dog karakterisere sig som læsere, men én fulgte Omnibus på Facebook og Twitter. Herimod nævnte fire deltagere i samme forbindelse Uniavisen på KU som en universitetsavis de i nogen grad orienterede sig i, særligt med begrundelsen om, at denne går mere kritisk og dybdegående til værks i det journalistiske arbejde.

Blandt det teknisk-administrative personale var der også generelt kendskab til Omnibus. Nogle huskede den tilbage fra da den udkom fysisk, andre havde bemærket deres reklamesøjler i det daglige arbejde, mens en tredje var blevet gjort opmærksom på Omnibus' eksistens af en kollega. Fire af deltagerne var tilmeldt nyhedsbrevene fra Omnibus og læste derigennem sommetider deres artikler. De tre andre er de seneste år sjældent stødt på Omnibus, men havde op til interviewet orienteret sig i avisen, og var der blevet positivt overrasket over indholdet.

Kendskabet var dog mindre udbredt blandt de otte studerende, hvoraf kun fire deltagere vidste at Omnibus fandtes, før de blev kontaktet angående interviewet - én af disse fire karakteriserede sig selv som læser af avisen. To af de fire, som kendte til Omnibus var stødt på den i deres rusuge og den ene ”læser” havde i den forbindelse også valgt at følge dem på Facebook. De to andre med kendskab til avisen kunne ikke specificere hvor og hvordan de tidligere var stødt på den. Generelt var der altså et begrænset kendskab til avisen i denne gruppe.

Begge personalegrupper (TAP og VIP) var altså overvejende bevidste om Omnibus’ eksistens, mens det modsatte var tilfældet hos de studerende. Det var dog kun blandt TAP’erne, at hovedvægten af deltagerne kategoriserede sig selv som læsere. Kendskabet i personalegrupperne var primært med reference til dengang avisen lå rundt omkring i fysisk format. Brugen af, og kendskabet til, Omnibus kan således siges at være begrænset og særligt haltende blandt de interviewede studerende, som heller ikke tidligere har været eksponeret for den fysiske avis.

Omnibus’ berettigelse

Med den begrænsede læserskare in mente, gik vi videre til at undersøge, om deltagerne så overhovedet mener, at en uafhængig universitetsavis som Omnibus har sin berettigelse på Aarhus Universitet.

Blandt VIP-gruppen var der bred konsensus om, at en uafhængig kritisk universitetsavis er berettiget og relevant på AU, og som en af deltagerne sagde, er en universitetsavis ”måske vigtigere end tidligere, fordi det er en af de få demokratiske offentligheder vi stadig har på universitetet”. Denne pointe blev også bakket op af de resterende deltagere, og blev suppleret med, at der ligeledes er mange unikke problemstillinger på et universitet, som derfor er oplagte at behandle kritisk i en universitetsavis. Men specifikt omkring Omnibus’ berettigelse, var deltagerne mere kritiske. Det dominerende synspunkt var, at Omnibus generelt mangler ressourcer og muskler og derfor i øjeblikket mere er en ”universitetsavis af navn og ikke af gavn”, som der blev sagt. De savnede generelt flere kritiske og dybdegående artikler og et klarere fokus på målgruppen, hvilket også uddybes senere i rapporten.

TAP-gruppen var i tråd med ovenstående enige om at en uafhængig universitetsavis på AU er meget berettiget, men var i modsætning til VIP-gruppen meget positive overfor Omnibus’ nuværende rolle som en sådan avis. Begrundelserne herfor var fokuseret på, at Omnibus bidrager med nyheder om deltagerens arbejdsplads, som de ikke kunne se, hvor ellers de skulle støde på. Derudover blev der også lagt vægt på, at Omnibus er den eneste instans, som upartisk kan gå kritisk til de beslutninger, der træffes rundt omkring på universitetet. Omnibus forventes så at sige at agere ”vagthund”, talerør samt debatforum på universitetet, sådan at ”alt ikke bliver alt for professionelt og topstyret”.

To studerende nævnte at en kritisk avis, som uafhængigt kan gå til problemstillinger på AU, er berettiget, men ikke nødvendigvis noget de ville læse - en pointe der udfoldes nedenfor i afsnittet om Omnibus' målgruppe.

Der var altså generelt i grupperne enighed om, at en uafhængig universitetsavis har sin berettigelse på Aarhus Universitet, men der blev af det videnskabelige personale stillet spørgsmålstejn ved Omnibus' nuværende rolle som et sådant medie. Omvendt var det tekniske og administrative personale positive overfor Omnibus som uafhængig kritisk avis på AU.

Omnibus' målgruppe

Med en generel opfattelse blandt deltagerne af, at en uafhængig universitetsavis er berettiget sammenholdt med et åbenlyst problem i en manglende læserskare, var det interessant at dykke nærmere ned i respondenternes syn på avisens målgruppe, og hvad der skal til for at den kommer til at læse Omnibus.

Hos VIP-deltagerne var argumentet for at de ikke læste avisen, at kvaliteten på artiklerne skal op, da dette automatisk ville få flere til at opsøge artiklerne. Gruppen var ikke afvisende for at komme til at læse Omnibus i fremtiden, men var meget klare omkring, at det ville kræve flere dybdegående og kritiske nyheder i avisen. Én deltager pointerede dog, at personen ikke ville komme til at læse Omnibus, hvis ikke der kom en mail, med eksempelvis Omnibus' hovedhistorier ind i indbakken. Dette blev bakket op af en anden deltager, som også mente, at en mail med hovedoverskrifter var vejen frem for at få Omnibus spredt mere ud blandt medarbejderne på universitetet.

De TAP-deltagere, som ikke læste avisen før interviewet, sagde alle, at de i fremtiden ville bestræbe sig på at få læst i Omnibus og med det samme ville gå ind og tilmelde sig nyhedsbrevet. Årsagen til, at de ikke tidligere læste avisen var også enslydende, nemlig at de udelukkende har manglet at blive eksponeret for Omnibus - altså blive gjort opmærksom på, at avisen stadig findes, da man godt kan glemme det i en hverdag med mange nyheder og informationer flyvende om ørene. TAP'erne nævner flere gange Omnibus' målgruppe som meget bred, hvilket er et punkt, de mener, man kunne overveje at justere på, da mange ansatte ønsker at læse noget, der føles forholdsvist "nært". Der hentydes til, at fokus kunne målrettes ansatte fremfor studerende, da det i høj grad er denne gruppe, der faktisk læser Omnibus.

De studerende var ligesom TAP'erne tvivlende angående Omnibus' relevans som et bredt medie, der skal favne både TAP'er, VIP'er og studerende. Flere nævnte, at de tror, at en så bred appel er at gabe over for meget og derfor leder til forvirring omkring, hvem avisen henvender sig til. I forlængelse heraf var der gennemgående enighed om, at avisen helst skulle være tæt på de studerende i dens historier, for de ville finde den relevant at læse. To studerende fortalte også, at de fast læser deres egne institutter blade, hvilket de dels begrundede med den mere nære relevans, samt at de har bladet fysisk tilgængeligt.

Blandt særligt TAP'erne og de studerende blev der således ytret en forvirring om, hvem Omnibus egentligt henvender sig til, og der blev rejst spørgsmål ved om man skulle indsnævre den en smule. I samme forbindelse var begge grupper også enige om, at de nære historier bliver fundet mest relevante. VIP'erne forholdt sig ikke så meget til dem selv som målgruppe, men var entydige om, at kvalitets-journalistik er vejen frem for at de ville prioritere at læse Omnibus.

Indhold

For at afdække indholdsaspektet af Omnibus blev respondenterne spurgt ind til deres præferencer for nyhedernes emner, genre og vinkling (Se appendiks A2 for interviewguide).

Ønsket indhold og emner

Til at afdække respondenternes præferencer for indhold havde interviewererne på forhånd sendt deltagerne en liste over emner som Omnibus tidligere har dækket. Vi bad respondenterne om at prioritere hvilke tre emner, de helst ville læse om i Omnibus og gav dem desuden mulighed for selv at tilføje emner, de eventuelt manglede i den ikke udtømmende liste. De individuelle prioriteringer og sammenligningen heraf blev afsæt for diskussionen.

Overordnet set fremhævede det videnskabelige personale (VIP), at de foretrækker, at Omnibus fokuserer på universitets ledelsesbeslutninger, forskningsmæssige resultater på tværs af fakulteterne og studerendes forhold. Fælles for alle respondenter var, at de understregede vigtigheden af en AU-vinkel på alle historier, der skal fortælle hvorfor og hvordan nyheden er særlig for Aarhus Universitet. Dette taler ind i en større pointe om, at de interviewede VIP'er i øjeblikket ikke synes, at Omnibus formår at gå skridtet videre fra blot at være en refererende informationskanal. Deltagerne formulerede dette på forskellige måder, ved at udtrykke et ønske om at Omnibus skal være mere relevant, kritisk, proaktiv, opsøgende og med til at sætte dagsordenen. Dette gælder særligt i artikler angående ledelsens strategiske beslutninger og prioriteringer. Seks ud af otte deltagere udtrykker eksplicit et ønske om en dybere og mere kritisk opfølgning på implementering, effekter og resultater af ledelsesbeslutninger, mens de resterende to respondenter indirekte støtter op om dette med fokus på kritisk journalistik. En af respondenterne fortalte, at hun gerne så Omnibus som et organ man kunne gå til, hvis man oplevede urimelige forhold på universitet, men det anser hun det ikke for at være i øjeblikket. Gruppen ønsker ikke, at generelle nyheder og portrætter fylder for meget i avisen. Men først og fremmest skal avisens indhold afgøres af de spændende og interessante historier i redaktionens omgivelser. Altså skal et portræt skrives med udgangspunkt i en god fortælling, ikke journalistens præferencer for et bestemt format. Udover fokus på ledelsen ønsker VIP'erne også, at Omnibus fungerer som et bindeled på tværs af universitet. De ønsker eksempelvis artikler, der præsenterer forskningsprojekter og strømninger på tværs af forskellige fakulteter samt indblik i samspillet mellem undervisere og studerende.

Det teknisk administrative personale (TAP) ønsker, at Omnibus gør særlige temaer relevante fra et AU-perspektiv såsom sexisme og ligestillingsdebatten, der har floreret i efteråret 2020. Derudover er de også interesseret i specifikke sager såsom “kødsagen”³ og “Besenbacher-sagen”⁴, der skaber en debat om forskningskvalitet og uafhængighed. Her skal Omnibus klæde både studerende og ansatte på ved at belyse sagerne tilstrækkeligt og nuanceret. Respondenterne pointerer, at Omnibus skal dække de relevante historier og tendenser, som nyhedsbrevene fra ledelsen og universitet ikke selv fortæller. De nævner også at de ønsker et større fokus på ledelsens medlemmer - hvem er de og hvad ligger til grund for deres beslutninger? To af respondenterne udtrykte et ønske om, at Omnibus i højere grad skal udfordre visionerne og målsætningerne, fx universitetets klimamål. Sideløbende med et ønske om større fokus på ledelsen fortæller tre TAP’er, at de oplever et uforholdsmæssigt stort fokus på det videnskabelige personale. De ønsker en større anerkendelse af TAP’ernes arbejde som et bidrag til universitet og ønsker dette afspejlet i Omnibus’ dækning. Derudover bliver der også nævnt faglige forhold for studerende, hyggelige, sjove indslag såsom tegneserier samt praktiske forhold såsom coronaguides og opdateringer fra teknisk forvaltning som vigtigt indhold i avisen.

De studerendes ønsker til indholdet fokuserer særligt på det nære, relaterbare og brugbare for dem selv. Herunder falder artikler angående studerendes forhold på universitet såsom studiemiljøet såvel som generelle studieforhold i byen, hvilket langt de fleste respondenter prioriterer højt. Derudover også portrætter om andre studerende, tidligere studerende samt undervisere og deres videnskabelige bedrifter. Dette personlige præg, som læseren selv kan spejle sig i, er et gennemgående tema for de studerende. Enkelte respondenter nævner dog også national uddannelsespolitik og universitetsvalget, da de anses for overordnede emner, der binder de studerende sammen på tværs af fakulteter og uddannelser. Andre har også en mere praktisk tilgang, hvor præferencerne er, at Omnibus’ platform leverer informationer om eksempelvis corona, events og netværksarrangementer.

På tværs af fokusgrupperne er respondenterne enige om, at Omnibus’ berettigelse ligger i, at historierne skal tage udgangspunkt i AU og hvordan dette forhold gør historien speciel. Samtidigt skal enkeltstående hændelser og problematikker på fakulteter og uddannelser, hvis muligt, gerne bredes ud i en større kontekst og dermed gøres relevant på tværs af fakulteter. Alle grupperne ønsker desuden et større fokus på ledelsesbeslutninger og særligt opfølgning på implementering og effekt af disse. Derudover vil grupperne gerne læse artikler, der opfattes som målrettet og nære. Det videnskabelige personale vil læse om forskning på de forskellige fakulteter, det teknisk administrative personale ønsker et større fokus på deres service og bidrag til universitetet og de studerende vil læse om studerendes forhold og portrætter af andre studerende.

³ <https://omnibus.au.dk/arkiv/vis/artikel/overblik-forstaa-sagen-om-den-kritiserede-oksekoedsrapport-paa-5-minutter/>

⁴ <https://omnibus.au.dk/arkiv/vis/artikel/faellestillidsrepraesentant-efter-nedsaettende-omtale-af-au-medarbejdere-jeg-er-noedt-til-at-reagere-paa/>

Form og genre

I denne del af evalueringen ønskede vi at sætte fokus på, hvilken type af artikler der tiltaler læserne mest. Interviewerne spurgte til deres individuelle præferencer for genre og nævnte som inspiration de følgende; korte nyheder, dybdegående artikler, voxpop, reportager, Q&A, anmeldelser, debatindlæg, interviews, portrætter.

Blandt det videnskabelige personale er der ikke en præference for bestemte genrer eller længder, men de pointerer, at formen selvfølgelig skal følge indholdet. De ønsker lange velresearchede artikler angående problematikkerne på AU. De oplever at blive skuffet, hvis artiklerne her ikke kommer nok i dybden, hvilket gør, at de mister interessen for Omnibus generelt. En respondent nævner forholdsvis tidligt i interviewet, at vedkommende ikke synes, at debatindlæg er et godt format. Den debat de søger at igangsætte rammer en ikke-bevidst offentlighed, der ikke engagerer sig og det bliver derfor et meget ensidigt talerør.

Det teknisk administrative personale ønsker generelt ikke at artikler i Omnibus bliver for lange. En respondent påpeger at det er en styrke, at der både er plads til kortere og længere mere gennem-researchede artikler. Alligevel fortæller to andre at de gerne vil læse relativt korte artikler uden at det går for meget på kompromis med indholdet. Der foreslås at benytte sig af korte appetizers, hvor en læser hurtigt kan danne sig overblik over artiklens indhold og eventuelt kan klikke sig videre til andre sider, der har skrevet om emnet, hvis det fanger læserens interesse.

Der er delte meninger blandt de studerende om hvilke type af artikler de vil foretrække at læse i Omnibus. Mange peger på at portrætter og historiefortællinger ville fange deres interesse. Også indslag såsom debatindlæg, hvor der er fokus på det personlige som læseren kan relatere til. Dette kan eksempelvis også gøres gennem voxpops, der kort fremstiller forskellige holdninger på tværs af fakulteter. En respondent fortæller, at hun ikke vil læse lange dybdegående artikler i Omnibus, mens en anden påpeger, at vedkommende synes at formen gerne må afspejle, at der skrives til en målgruppe der går op i substans. Dog påpeges også vigtigheden af at formen følger indhold sådan at portrætter holdes forholdsvis korte, mens artikler angående ledelsesbeslutninger og universitetsvalg udfolder nuancer og går mere i dybden.

Både det videnskabelige personale og de studerende pointerer vigtigheden af, at form og indhold følger hinanden. Men hvor det videnskabelige personale foretrækker længere, dybdegående artikler er præferencerne mere tvetydige blandt de studerende, der også gerne vil læse portrætter og vox-pops. Det teknisk administrative personale foretrækker kortere formater og muligheden for hurtigt at kunne danne sig et overblik over artiklens pointe.

Vinkling

For at afdække holdningerne til forskellige typer af vinkler i Omnibus' artikler udvalgte interviewerne med hjælp fra redaktionen på forhånd 3 artikler, der hver repræsenterede en

kritisk⁵-, positiv/feelgood⁶- og konstruktiv ⁷vinkel. Respondenterne blev under fokusgruppesamtalen bedt om at læse artiklerne en ad gangen og derefter spurgt til, hvad artiklen fik dem til at føle og hvilke tanker den satte i gang. Derefter blev der spurgt mere direkte ind til respondenternes syn på brugen af forskellige vinkler i Omnibus' artikler. Det skal dog pointeres, at på det videnskabelige personale og teknisk administrative personale ikke diskuterede den konstruktive artikel, hvilket skyldes en tidsmæssig prioritering foretaget af interviewererne. Evalueringen behandler ikke de direkte kommentarer til artiklen, men samler de overordnede pointer angående kritiske artikler generelt.

Den kritiske artikel handler om, at tilvalgsstuderende på erhvervsøkonomi føler sig forskelsbehandlet i forhold til faste erhvervsøkonomistuderende, da tilvalgsholdet ikke må møde op til fysisk undervisning grundet Covid-19 restriktioner og manglende plads, mens faste studerende gerne må. Den positive artikel fremlægger udviklingen i de studerendes gennemsnitskarakterer, der viser, at gennemsnittet på Aarhus Universitet ikke er faldet ovenpå Covid-19. Den konstruktive artikel tager udgangspunkt i en underviser, der har fundet en god måde at undervise online gennem optagede videoer, der fastholder de studerendes motivation.

Til den kritiske artikel pointerer det videnskabelige personale, at artiklens opbygning er meget typisk - Et problem præsenteres og udfoldes en smule, men afsluttes med at en studieleder udtaler sig lidt vagt. Herefter afsluttes artiklen brat uden at læseren har fået en dybere forståelse af om kritikken er berettiget eller ej. Mange af deltagerne synes ikke det er kritisk journalistik, fordi journalisterne ikke tager spolestykket dybere og undersøger konsekvenserne, juridiske rettigheder eller omfanget af problematikken på AU generelt. Dette efterlyser de i høj grad i Omnibus og flere respondenter omtaler endda den udvalgte artikel som "mikrofonholderi". Det videnskabelige personale mener ikke, at artikler kan blive for kritiske eller undergravende for institutionen så længe at problematikken afdækkes nuanceret, ordentligt og uden direkte personangreb. "Universitetets formål er at finde sandheden, uanset hvordan den ser ud", som en respondent pointerer. Dette bærer den senere diskussion af positive vinkler også præg af. Artiklerne, der fremstillede positive resultater over universitets udvikling under Covid-19 bliver øjeblikkeligt genstand for kritik, da den positive historie anses for at være en forsimplet fremstilling af virkeligheden. Respondenterne ville ønske at man kunne dykke dybere ned i de tal der er brugt i artiklen og savner alternative vinkler og kilder, da de selv mener, at ændrede krav fra undervisernes side ligger til grund for resultaterne.

Det teknisk administrative personale pointerer at det er en meget relevant problematik der sættes fokus på i den kritiske artikel. Alle respondenterne synes at artiklen er velbalanceret i sit kildevalg og er positive over at sagen belyses fra begge sider. To personer nævner, at de er

⁵ <https://omnibus.au.dk/arkiv/vis/artikel/kritik-studerende-paa-erhvervsøkonomi-forskelsbehandles/>

⁶ <https://omnibus.au.dk/arkiv/vis/artikel/studerende-paa-au-klarede-foraarets-hjemsendelse-uden-at-det-fik-konsekvenser-for-karaktergennemsnitt/>

⁷ <https://omnibus.au.dk/arkiv/vis/artikel/efter-et-fordoemt-foraar-studerende-vaerdsætter-timer-paa-campus-som-aldrig-foer-og-underviser-har-kast/>

godt tilfredse med længden og synes ikke artiklen bør være længere eller udfoldes mere. Artiklens problematik kunne ifølge et par af deltagerne godt bredes ud og dække flere uddannelser, mens andre mener at den også er relevant i sin mere snævre form. Til spørgsmålet om hvorvidt artikler i Omnibus kan blive for kritiske svarer deltagerne, at det kan det som udgangspunkt ikke. De pointerer at det er vigtigt, at en universitetsavis kan stille sig kritisk og skabe debat, så længe kritikken er saglig, tonen sober og kildevalget velbalanceret. Dette bliver ifølge en af respondenterne heller ikke et problem, da vedkommende mener, at AU har en kultur for at tackle problemer gennem god dialog. I diskussionen af den mere positive artikel oplever størstedelen af respondenterne, at de umiddelbart bliver glad på universitetets og de studerendes vegne og får en følelse af teamspirit i en tid med Covid-19, hvor der er behov for gode historier. Alligevel undrer tre af respondenterne sig over, hvad der ligger bag tallene. De ville gerne have afdækket om der er forskelle, når man kigger på et mere detaljeret niveau eller om der eventuelt har været andre afledte konsekvenser for eksempelvis trivsel.

Mange af de studerende synes at denne type af kritiske artikler er meget relevante, da de selv kan spejle sig i problematikken. En nævner, at man som studerende godt kan føle at AU er en stor institution, der ikke altid ser de studerende i øjnene, og derfor er det godt at have et medie, der kan bringe disse problematikker på dagsordenen. I dette tilfælde mener en respondent dog, at det kunne have været gavnligt at have dykket dybere ned i de studerendes rettigheder og ikke behandlet problematikken så overfladisk. De studerende vil generelt gerne have, at avisen forholder sig kritisk til forholdene på universitetet, særligt når den profilerer sig på at være uafhængig. De mener ikke, at det kan tage overhånd så længe, at historierne er baseret på et sagligt grundlag. Angående den positive artikel mener de studerende, at det er rart med artikler der har en samlende funktion, men flere undrer sig, da de mener at nogle af artiklens påstande strider imod deres egne oplevelser. De savner en mere dybdegående dækning og udfordring af kilderne brugt i artiklen, fordi denne unuancerede fremstilling frygtes at blive brugt som argument for mere onlineundervisning. De studerende var den eneste gruppe, der nåede at læse den konstruktive artikel, men den er de til gengæld meget positivt stemt overfor, da løsningsperspektivet skaber optimisme og giver et indblik i både studerendes og underviseres udfordringer og indsatser.

Alle grupper ser i høj grad en værdi i Omnibus som et medie, der tør gå kritisk til universitetet og dets ledelse. Så længe at artiklerne har et sagligt fundament og en god tone, mener respondenterne ikke, at vinklen kan blive for kritisk. En gennemgående problematik i undersøgelsen af vinkler er dog, at respondenterne ikke anser artiklerne for gennemarbejdede og nuancerede nok. Denne problematik fremhæves særligt af VIP'erne, mens TAP'erne er overvejende tilfredse med afvejningen af holdninger og kilder i artiklerne. De studerende havde som den eneste gruppe tid til at læse den konstruktive artikel og var meget positivt stemt over det løsningsorienterede perspektiv, der føltes brugbart og gjorde dem optimistiske på universitetets vegne.

Distribution

For at blive klogere på holdningerne til distributionen og synligheden af Omnibus' nyheder er der dels spurgt ind til, hvor respondenterne får deres generelle nyheder fra og dels, hvordan læserne af Omnibus normalt tilgår avisens nyheder, samt hvordan ikke-læserne vil foretrække at tilgå og blive tilbudt nyheder fra Omnibus (Se appendix A2 for interviewguide).

De studerende fremhævede særligt Facebook som en platform, hvor størstedelen følger nyhedsmedier og derfor tilgår nyheder, som vises på deres startside. Derudover blev nyhedsapps og hjemmesider hos særligt DR og TV2 nævnt, som de primære platforme for generelle nyheder. Én respondent nævnte Twitter mens en anden nævnte podcast, som alternative kilder til deres nyhedsinformation. Specifikt i forhold til hvor de studerende ville foretrække at modtage Omnibus, blev deres AU-mail nævnt af flere, men også muligheden for, at AU's egen Facebook-side en gang imellem kunne poste vigtige nyhedsartikler fra Omnibus. Én deltager indvendte dog hertil at vedkommende ville være træt af at modtage Omnibus-nyheder på AU-mailen, da den er reserveret til lidt vigtigere informationer. En anden tilføjede, at potentielle nyhedsbreve fra Omnibus helst heller ikke må komme for ofte på mail.

Generelt var der blandt de studerende en opfattelse af, at Omnibus har været meget usynlig i deres studietid. To foreslog at fysiske eksemplarer rundt på universitetet kunne være en oplagt kilde til eksempelvis at få flere følgere på Facebook. Slutteligt blev det også tilføjet, at Omnibus med fordel kunne målrette deres nyheder efter hvilket medie de optræder på, sådan at Instagram eksempelvis anvendes til dele de mest studenternære nyheder, da der er flest studerende på Instagram. I forlængelse heraf nævnte en deltager Twitter som et oplagt medie til at dele andre aktørers nyheder/statements, i stedet for blot Omnibus' nyheder, da dette også kan bidrage til at henlede mere opmærksomhed på avisen.

Nyhedsbreve fra forskellige medier og institutioner var blandt TAP-medarbejderne den hyppigst nævnte kilde til generelle informationer og nyheder. Flere nævnte også tv'et og forskellige landsdækkende mediers hjemmesider som kilden til generelle nyheder. Kun én deltager nævnte Facebook som en direkte kanal til at modtage nyheder. Blandt dem i gruppen som læser Omnibus er nyhedsbrevet den primære distributionskanal, men to nævnte også at de sommetider støder på Omnibus-artikler på Facebook. Dette dels gennem Omnibus' egen side og dels, gennem venners delinger. Hjemmesiden blev også af en enkelt deltager nævnt som en anvendt platform at søge nyheder fra Omnibus på. Men overordnet var der blandt TAP-medarbejderne enighed om, at nyhedsbreve er den mest hensigtsmæssige og anvendte distributionskanal for Omnibus-nyheder. Det blev dog igen, ligesom hos de studerende, pointeret, at Omnibus generelt bliver nødt til at gøre mere opmærksom på sig selv på universitetet. En deltager ytrede i den forbindelse, hvorvidt det kunne være en mulighed at sende en reminder ud om at tilmelde sig Omnibus' nyhedsbrev en enkelt eller to gange om året, for at den ikke bare siver ud af folks bevidsthed.

Hos det videnskabelige personale var lysten til at snakke om Omnibus' distribution generelt lav. Den dominerende opfattelse i gruppen var, at distributionsspørgsmålet er underordnet, da

det primært er indholdet, som afgør hvorvidt avisen bliver læst. Som en deltager opsummerede, så ”handler [det] om at få kvaliteten op, så jeg får nogle gode oplevelser, og så skal jeg sgu nok komme derind”. Pointen var altså, at hvis de synes indholdet er interessant, så skal de nok få fundet nyhederne på en eller anden måde. Blandt dem der forholdt sig konkret til, hvor de ville foretrække at modtage Omnibus’ nyheder, var nyhedsbreve gennem AU-mail den foretrukne kanal. Én person ytrede at det helst skulle serveres på et sølvfad i indbakken, og at i et sådant tilfælde kunne personen godt forestille sig at klikke ind på artikler som lyder interessante. Som nævnt tidligere, var én af VIP’erne følger af Omnibus på både Facebook og Twitter, men fik sjældent læst nyhederne. Ellers var der i denne gruppe en udpræget skepsis mod Facebook, hvor 3 nævnte, at de overhovedet ikke havde en konto og hertil tilføjede, at dette også var tilfældet hos flere af deres kollegaer. I samme forbindelse nævnte en anden deltager, at vedkommende helst ikke ville modtage Omnibus’ nyheder på sociale medier, da avisens nyheder opfattes som mere faglige og arbejdsrelaterede. Slutteligt blev Twitter af to deltagere, nævnt som et oplagt sted for Omnibus at nå ud, men ikke i den nuværende form, hvor der blot postes enkelte artikler. I stedet bør Twitter anvendes som en mere debatskabende kanal hvor spørgsmål til artiklerne kan rejses af redaktionen, som også en studerende fremhævede.

Opsummerende står det klart, at særligt medarbejderne i interviewene primært foretrækker at modtage Omnibus gennem deres AU-mail. Dette var også af flere studerende foretrukket, men der var generelt et større fokus på sociale medier som en kanal for deres nyhedsstrøm. Samlet for alle tre grupper er der en enighed om, at Omnibus er for usynlig, mens særligt det videnskabelige personale mente, at dette ville løse sig selv, hvis produktets kvalitet hæves. Derudover blev Twitter af både de studerende og VIP’erne nævnt som et medie, der er oplagt til at skabe debat, men holdningen hertil var også, at det ikke er et medie man blot kan poste selvstændige artikler på.

Layout

Som den sidste del i interviewene forsøgte vi at afdække deltagernes holdninger til både layoutet på Omnibus’ hjemmeside og samt tilstedeværelsen på sociale medier. I denne forbindelse blev det af interviewerens foreslået at deltagerne kunne sammenligne Omnibus’ hjemmeside med Uniavisen fra Københavns Universitet (Se appendix A2 for interviewguide).

Fire ud af de syv TAP-deltagere var generelt positive overfor layoutet, og særligt overskueligheden af Omnibus’ hjemmeside. En deltager pointerede, at der var ”mere ro” over Omnibus i forhold til Uniavisen, der blev anset som meget flagrende, mens en anden også pointerede den gule farve som ”meget hyggelig”. De tre andre deltagere var mere kritiske. To fandt kolonnerne på hver side af nyhederne i midten mere forvirrende end gavnlige, og generelt manglede de flere highlights og mindre tekst. En deltager nævnte, at det hele nærmest flød sammen som én stor artikel med alt den sorte skrift i samme størrelse. Derimod var disse deltagere mere positive overfor den klare farve- og størrelsesmæssige opdeling af overskrifter i Uniavisen, der for dem generelt fremstod ”mere moderne” og ”mere sjov og

spændende”. I forhold til Omnibus’ Facebook-side var der ikke mange kommentarer, men én deltager var positiv overfor brugen af billeder som blikfang. To andre synes ikke Facebook kunne mere end et nyhedsbrev i forhold til at få dem til at klikke sig ind på en artikel, da de i den henseende primært er drevet af om de synes indholdet lyder interessant ud fra overskriften.

Blandt det videnskabelige personale pointerede to deltagere, at Omnibus’ hjemmeside ser for gammeldags og sløj ud. Derudover var der blandt størstedelen enighed om, at Omnibus er en smule rodet og der blev stillet spørgsmålstejn ved den gule menubjælke øverst, som de synes virkede tilfældig. Én deltager foreslog, at man øgede antallet af kolonner med artikler, så man ikke skal scrolle nær så meget for at komme igennem de seneste nyheder, mens en anden foreslog at man burde fokusere mere på at fylde ét skærm billede ud med interessant indhold. Der var dog en enkelt deltager, som synes at Omnibus i øjeblikket fremstår overskuelig, mens en anden også pointerede at Omnibus havde en eller anden praktisk orienteret æstetik, som vedkommende godt syntes man kunne arbejde videre med, sådan at den ikke blot bevæger sig i retning af Uniavisens meget moderne udtryk. I forhold til Omnibus på de sociale medier havde denne gruppe heller ikke meget at tilføje, særligt fordi få deltagere reelt var på Facebook. To pointerede dog som tidligere fremhævet, at Twitter bør bruges mere aktivt til at rejse nogle spørgsmål til artiklerne og problemstillingerne.

De studerende deltagere efterspurgte generelt bedre kategorisering af artiklerne – lidt som når man trykker på den overskrift der hedder ”Studiestart 2020”, der i øvrigt også blev kritiseret for ikke at være blevet opdateret endnu. Derudover var der også efterspørgsel på mindre tekst og mere klare overskrifter, som de synes fungerede godt på Uniavisen. Én deltager var glad for den gule farve, som mindede vedkommende om de gule mure på universitetet, men ellers var opfattelsen, at hjemmesiden fremstår en smule gammeldags. En anden deltager fremhævede billedkvaliteten på artiklerne som en væsentlig forskel mellem Uniavisen og Omnibus, hvor Uniavisen virker mere professionel og kvalitetsbevidst. Den gule menubjælke blev også kritiseret for at have nogle underlige titler såsom ”Arkiv” og ”Studiestart”. I den forbindelse blev det foreslået at man kunne få kolonnerne i siderne på hjemmesiden op i denne menubjælke, for udelukkende at kunne fokusere på artiklerne og indholdet nedenfor. Og så have forskellige temaer til at ligge i den gule bjælke. I forhold til Omnibus’ Facebook-side var der ikke mange kommentarer, men en enkelt pointerede at de grafiske tegninger er et godt alternativ til billeder, mens en anden igen pointerede at billedkvaliteten er en smule uprofessionel.

Opsummering

Kendskabet til Omnibus varierer i høj grad mellem de interviewede grupper. Medarbejderne i TAP- og VIP-gruppen var overvejende klar over Omnibus’ eksistens, men kun i TAP-gruppen ville en større del af deltagerne karakterisere sig som læsere. Omvendt var der blandt de studerende et generelt lavt niveau af kendskab. Kun én af deltagerne læste Omnibus

forholdsvis ofte, mens halvdelen af gruppen ikke havde hørt om Omnibus, før de blev kontaktet angående fokusgruppeinterviewet.

På trods heraf var der bred enighed om berettigelse af en uafhængig og kritisk universitetsavis, men uenighed om hvorvidt Omnibus opfylder dette. Særligt VIP'erne kritiserer Omnibus' nuværende indhold for hverken at være dybdegående eller kritisk nok, mens TAP'erne overvejende var positive overfor Omnibus' nyheder.

Der er blandt de studerende og til dels TAP'erne ytret en bekymring om Omnibus' brede målgruppe og evne til at favne dennes behov og præferencer for indhold på en tilfredsstillende måde. Alle tre grupper ønsker nemlig at læse historier tæt på dem selv, og er i mindre grad interesseret i Universitetets andre funktioner bortset fra, at både TAP'er og VIP'er til en vis grad gerne vil læse om de studerendes forhold. Ikke nok med at grupperne vil læse forskellige historier, så har de også forskellige præferencer for genren. VIP'erne ønsker overvejende lange, dybdegående artikler, hvilket de studerende til dels også ønsker, men disse har også præferencer for kortere formater, som ligeledes er TAP'ernes foretrukne. Der er dog bred enighed om, at artiklens form skal følge indholdets potentiale.

Alle tre fokusgrupper pointerer, at Omnibus har en forpligtelse til at dække ledelsesbeslutninger og deres implementering nøje, og agere en slags vagthund i den forstand, at den kritisk holder øje med prioriteringen af Universitetets midler og kan belyse historier, som ledelsen ikke selv sender ud på nyhedsbrev.

I forlængelse af denne pointe er det ikke overraskende at både VIP'er, TAP'er og studerende alle fokuserer på Omnibus' kritiske journalistik som dens primære eksistensberettigelse. Kritiske artikler kan ifølge deltagerne hverken blive for mange eller for kritiske, så længe de er sagligt funderede og holder en god tone. Umiddelbart bliver de læste artikler dog kritiseret for at være for unuancerede og overfladiske, hvilket særligt pointeres af VIP'erne. Både TAP'er og studerende bliver glade af at læse de mere positive historier, der ifølge dem også har sin plads i avisen - særligt i disse hårde corona-tider.

Omnibus har i de seneste år fremstået relativt usynlig for de fleste deltagere på tværs af grupperne, hvilket tyder på problemer med distributionen af avisen. Mellem alle grupperne er der overordnet enighed om, at nyhedsbreve i deres AU-mail med Omnibus' hovedhistorier, bør udgøre den primære distributionskanal for avisens nyheder. Men alle grupper nævner også potentialet ved en fysisk avis, særligt i forhold til at holde kendskabet i live. Indtrykket er ligeledes, at Facebook særligt kan anvendes til at ramme de studerende, mens flere VIP'er og studerende også nævner Twitter som en mulig kanal.

I forhold til hjemmesidens layout er der bred enighed mellem grupperne om, at den for nuværende fremstår en smule gammeldags. De mere specifikke præferencer til hjemmesiden varierer imidlertid meget mellem de enkelte deltagere. En lejr af deltagere på tværs af grupperne fremhæver, at der generelt er for meget tekst, og at nyhedernes overskrifter

fremhæves for svagt. En anden lejr synes derimod, at Omnibus fremstår vældig overskuelig og nem at finde rundt i.

Appendiks til delrapport

A1: Gruppernes sammensætning

	VIP	TAP	Studerende
Køn	Kvinder: 3 Mænd: 5	Kvinder: 4 Mænd: 3	Kvinder: 4 Mænd: 4
Fakultet	Aarhus BSS: 2 Arts: 3 Health: 3	Aarhus BSS: 2 Health: 2 Science and TECH: 1 Fællesadministrationen : 2	Aarhus BSS: 3 Arts: 3 Health: 2
Institut	Jura: 2 Historie: 1 Nordisk sprog og litteratur: 1 DPU: 1 Kemi: 1 Retsmedicin: 1 Biomedicin: 1		Jura: 1 Oplevelsesøkonomi: 1 Medicin: 1 Erhvervsøkonomi: 1 Statskundskab: 1 Folkesundhedsvidenskab: 1 Engelsk: 1 Historie: 1
Job	Professor: 2 Lektor: 6	Bioanalytiker: 1 Økonomi og bygninger: 2 Håndværker: 1 Kontormedarbejder: 2 Laborant: 1	

A2: Spørgeguide

Emne	Spørgsmål	Aktivitet/noter
Relevans		
	Hvis du vil vide, hvad der foregår på AU, hvor søger du så information? Både praktiske informationer men også bredere problemstillinger? fx Facebooksider, hjemmesider, Omnibus, institutblad, mails eller nyhedsbreve? Hvorfor bruger du de platforme? Kender du Omnibus? Hvis ja, hvorfra? Er du læser? Og hvornår blev du bevidst om at der findes en universitetsavis? <i>Læser:</i> hvorfor og hvor ofte? <i>Ikke-læser:</i> Hvorfor ikke? Skal Aarhus Universitet overhovedet have en universitetsavis? Altså kan den bidrage med noget som andre nyhedsmedier eller AU medier ikke kan? (eks. dem vi nævnte til at starte med) Kunne du forestille dig at komme til at læse Omnibus? I så fald, hvad skulle der til for at du vil læse/læse mere i uniavisen ?	Primært fokus: Studerer: institutblad VIP og TAP: nyhedsbreve Summepause to og to, hvor de bliver sat til at overveje fordele og ulemper ved at have en universitetsavis? 5 min. Sluttes med en diskussion i plenum. (vigtigt at understrege at de skal være ærlige og ikke nødvendigvis enige)
Distribution	Spørgsmål	Aktivitet/noter
	<i>Til læser:</i> Hvordan tilgår I historier fra Omnibus? (hjemmeside/facebook mv.) <i>Til ikke-læser:</i> Selvom I ikke læser avisen, har I så fået tilbud om at læse artikler fra Omnibus? Eks. gennem sociale medier? <i>Til alle:</i> Hvor får du normalt nyheder fra? platform radio, tv, netaviser, podcast, sociale medier etc	Vi lader én gruppe diskutere spørgsmålet ad gangen (Meget ja/nej spg).

	Hvor ville I foretrække at modtage Omnibus' nyheder? Hvis Omnibus udvalgte særlige artikler og indtalte dem som podcast, kunne I så overveje at lytte til det, hvis du skal være ærlig?	Eksempler: Facebook, instagram, Twitter, hjemmesiden eller via nyhedsbrev på mail Hvis deltagerne ikke selv nævner nyhedsbrev eksplicit spørges til denne mulighed.
Indhold	Spørgsmål	Aktivitet/noter
	Generelle temaer: Aktivitet: Hvilke emner vil I helst læse om i en Universitetsavis? Hvorfor prioriterer I emnerne som I gør? (fokus på mønstre og forskelligheder) Til læserne: Synes du at Omnibus dækker dine præferencer?	Aktiviteter til at afklare præferencer for indhold. Præsenter en række forskellige historiers (hovedemne) fra Omnibus, og få deltagerne til at prioritere disse efter interesse. Lad deltagerne tilføje eventuelle emner, som de mener ikke er dækket i de udvalgte emner.
	Hvilke genrer foretrækker I? (korte nyheder, lange dybdegående artikler, voxpop, reportager, Q&A, anmeldelser, debatindlæg, interviews, portrætter, explainers) Hvad er vægtningen mellem emne og genre, når I vælger hvilke artikler i skal læse?	
	Vinkling på historier Hvad tænker du om den her artikel? Artikel 1	

	Kritisk/negativ: - Hvad bidrager den med? - Hvilke tanker sætter den igang for dig som studerende/medarbejder på AU? (Splittelse, vrede, gåpåmod mv.) - Er denne artikel kritisk? - Kan det blive for kritisk? - Hvornår er det for kritisk? Artikel 2 Ukritisk/positiv: - Hvad bidrager den med? - Hvilke tanker sætter den i gang ved dig som studerende/medarbejder på AU? (Optimisme, uoplyst) - Kan det blive for ukritisk/feelgood? Hvornår? Artikel 3 Konstruktiv artikel: - Hvad bidrager den med? - Hvilke tanker sætter den i gang ved dig som studerende/medarbejder på AU? (Fællesskab, optimisme, stolthed mv.) Synes du at disse typer af artikler hører sig til i en universitetsavis? Og hvordan vil du foretrække vægtningen af de forskellige typer?	Præsenter respondenterne for forskellige artikler én ad gangen (eksempel på både kritisk journalistik, ukritisk og konstruktiv journalistik, Bed respondenterne forholde sig til artiklerne, dernæst om den type journalistik bør være i en universitetsavis og hvorfor. (individuelle svar bruges som afsæt for fælles diskussion)
Form	Spørgsmål	Aktivitet/noter
	Layout på hjemmeside Hvad er jeres umiddelbare indtryk af layoutet? Hvad tænker I om: - Farverne - Tegningerne/billeder - Logoet - Kompositionen af artikler på forsiden (overskrifter, billeder, underrubrik) - Menulinjen og muligheden for at sortere mellem typer af historier. - Artiklers fulde form Bør Omnibus blive inspireret af Uniavisen og CBS Wire? Hvor?	Vi beder deltagerne om at gå ind på omnibus.au.dk (For at få dem til at sætte flere ord på) og klikke rundt et par minutter for efterfølgende at samle op på deres indtryk. Vi beder deltagerne om at klikke ind på Uniavisen og CBS Wire til sammenligning.

	Layout på Facebook Hvad tænker I om - Deres brug af beskrivelser af artikler og overskrifter? - Billeder/video? - Har I gode råd til hvordan de kan udnytte mediet bedre? mere interaktivt? Hvordan engagerer de brugerne/læserne? Bagefter kan evt. spørges ind til andre medier, som gruppen foretrækker at modtage nyheder på - Hvordan får de jer som følgere på instagram eller twitter? - Hvordan får de jer til at klikke på artiklerne derinde?	Vi beder dem om at kigge kort på Omnibus' facebook
--	--	---