

PERSONALISERING I KONTEKST

Norske nettavisers bruk av anbefalingsystemer og innflytelsen på brukernes adferd

Av Arild Glemminge og Alexander Wiken Lundemo 2016

INTRODUKSJON

Anbefalingsystemer (f.eks Amazons "Kunden som kjøpte denne varen kjøpte også") har fått en fast plass i folks daglige liv. Nå til dags har de aller fleste mediehusene anbefalinger på sine nettaviser. Denne studien vil se nærmere på hvordan mediehusene benytter seg av anbefalingsystemer og effekten systemene har på leserens atferd.

PROBLEMSTILLING

“Personalisering i kontekst: Norske nettavisers bruk av anbefalingsystemer og innflytelsen på brukernes adferd”

METODE

Utforskende metode, ved hjelp av:

- Spørreundersøkelse
- Dataanalyse
- Intervju med fagpersoner
- Teori

HOVEDTEORI

- Jannach, Recommender Systems (2011)
- Burke, Hybrid recommender systems (2013)
- m. m.

VÅRE FUNN

Resultater ikke klare pr dags dato.

TAKK

Polaris media v/ Jørgen Frøland

Veileder Xiaomeng Su, NTNU

Arne Dag Fjeldstø, NTNU