

# Tablå-tv på Internet

MATTIAS FREDIN  
och JOEL FORSBERG



**KTH Datavetenskap  
och kommunikation**

# Tablå-tv på Internet

MATTIAS FREDIN  
och JOEL FORSBERG

DM229X, Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng  
vid Programmet för medieteknik 300 högskolepoäng  
Kungliga Tekniska Högskolan år 2012  
Handledare på CSC var Christer Lie  
Examinator var Leif Dahlberg

URL: [www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/  
fredin\\_mattias\\_OCH\\_forsberg\\_joel\\_K12085.pdf](http://www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2012/fredin_mattias_OCH_forsberg_joel_K12085.pdf)

Kungliga tekniska högskolan  
*Skolan för datavetenskap och kommunikation*

**KTH** CSC  
100 44 Stockholm

URL: [www.kth.se/csc](http://www.kth.se/csc)

# Tablå-tv på Internet

## Sammanfattning

Konsumenter av tv-sändningar har möjligheten att välja mellan traditionella tv-sändningar i tablåformat eller att titta på playkanaler och välja själva när de vill se ett specifikt program. Trots detta väljer den största andelen av konsumenterna att se på linjära tv-sändningar.

Detta examensarbete utreder om tablå-tv på Internet skulle vara ett alternativ för att locka fler konsumenter till playkanalerna för att se på tv över Internet. I rapporten dras det kopplingar till mediekonvergens, användarvanor samt möjligheter och hinder inom branschen, tekniken, ekonomin och åsikterna hos så väl konsumenterna som tv-bolagen.

Resultaten i denna rapport påvisar att tablå-tv på Internet i framtiden kan komma att vara ett bra komplement till on demand-tjänsterna på playkanalerna för att locka fler konsumenter. Tillsammans med teorier om mediekonvergens pekar dessa ändå åt att det bästa resultatet kan åstadkommas genom att endast använda vissa delar av tablå-tv-konceptet och anpassa dessa egenskaper till Internet.

# Tableau TV on the Internet

## Abstract

Consumers of telecast have the opportunity to choose between traditional telecast in tableau TV format or through web TV channels where they can decide for themselves when to view a specific show. Despite this, the majority still choose to view the traditional telecast.

This bachelor thesis scrutinize if tableau TV on the Internet could be an option to attract more consumers towards the web TV channels and viewing television over the Internet. In this thesis connections are drawn to media convergence, user habits, possibilities and opportunities in the industry, technology, economy and opinions from both the consumers and the television companies.

The results in this thesis indicates that tableau TV on the Internet can be a good complement to the on demand services of the web TV channels in the future to attract more consumers. Combined with theories about media convergence these results indicate that the best result could be accomplished when applying just some of the aspects from tableau TV and adjust these characteristics to the Internet.

# Förord

Vi vill tacka vår handledare Christer Lie vid CSC, KTH, samt vår handledningsgrupp för all feedback och gott samarbete. Tack till Per Björkman, Mats Erixon och Per Åström för att ni tog er tid för intervju, och tack till alla som svarade på enkätundersökningen.

Joel Forsberg & Mattias Fredin  
Stockholm, maj 2012

# Innehållsförteckning

1 Inledning.....	1
1.1 Bakgrund .....	1
1.2 Syfte .....	1
1.3 Problemformulering .....	2
1.4 Avgränsningar .....	2
2 Bakgrund och teori .....	3
2.1 Centrala begrepp .....	3
2.1.1 Linjär tv .....	3
2.1.2 Webb-tv och icke linjär tv .....	3
2.1.3 Mediekonvergens .....	3
2.2 Mediekonvergens .....	4
2.3 Tv-marknaden i Sverige .....	4
2.4 Användartyper .....	5
2.5 För- och nackdelar med webb-tv .....	5
2.5.1 Användarperspektiv .....	5
2.5.2 Distributörsperspektiv .....	6
2.6 Reklaminverkan .....	6
3 Metod .....	7
3.1 Tillvägagångssätt .....	7
3.2 Litteraturstudie .....	7
3.3 Intervju .....	7
3.4 Enkätundersökning .....	8
3.5 Rekrytering och urval .....	8
3.5.1 Intervju .....	8
3.5.2 Enkätundersökning .....	9
4 Resultat .....	10

4.1 Intervju .....	10
4.1.1 Intervju med Per Åström .....	10
4.1.2 Intervju med Per Björkman .....	11
4.1.3 Intervju med Mats Erixon .....	13
4.2 Enkätundersökning .....	14
5 Diskussion .....	21
5.1 Intervju .....	21
5.1.1 Vad tycker tv-bolagen om playkanaler som det primära valet av tv-konsumtion och utformningen av dess sändningar? .....	21
5.1.2 Finns det tydliga urskiljningar av vilka som använder play-kanalerna och varför? .....	22
5.1.3 Vad finns det för för- och nackdelar med internetbaserade tv-sändningar för distributörer? .....	22
5.2 Enkätundersökning .....	24
5.2.1 Vad är det som lockar konsumenter till linjär tv-formatet när de egentligen kan välja själva vad de vill se och när de vill se det?.....	24
5.2.2 Vad gör att konsumenterna inte lockas till webb-tv?.....	25
5.2.3 Finns det tydliga urskiljningar av vilka som använder playkanalerna och varför? .....	25
5.2.4 Vad finns det för för- och nackdelar med internetbaserade tv-sändningar för användare?.....	26
5.3 Metodkritik .....	27
6 Slutsats .....	28
6.1 Kan svenska playkanaler komplettera sitt utbud med tablåstyrda sändningar för att locka fler konsumenter? .....	28
6.2 Fortsatta studier .....	29
Litteraturlista .....	30
Bilaga 1: Intervjufrågor .....	32
Bilaga 2: Enkätfrågor .....	33

# 1 Inledning

*I detta kapitel ges en introduktion till problemområdet och syftet med undersökningen beskrivs. Problemformuleringen framställs och det redogörs för de avgränsningar som har gjorts.*

## 1.1 Bakgrund

Sedan medieformen television skapades har denna blivit en stor del utav vardagen. Televisionen har förändrats genom åren genom att lägga till färg, fler kanaler och det har även dykt upp pay-per-view- och on demand-tv. De klassiska tv-sändningarna utgår från en tv-tablå, vilket innebär att det är linjär tv. Detta betyder att det är förutbestämt vad som skall visas på vilken kanal och när det skall visas. De senaste åren har det även blivit möjligt att se tv på Internet, bland annat i form av livesändningar och webb-tv. Många tv-bolag satsar idag på att inte bara ha traditionell tv utan även på att ha playkanaler som komplement. SVT var först i Sverige med att lansera sin playkanal SVT Play då denna lanserades år 2006 (De Vries et al. 2011). I många sändningar i traditionell tv hänvisas det till playkanalerna för att det där går att se programmen igen och för att det ibland finns extramaterial med möjlighet att interagera. Playkanalerna har som grundidé att konsumenten kan välja att titta på vad den vill när den vill så att konsumenten skall kunna återse program och inte behöva missa något för att den bestämda tiden då den sänds i traditionell tv inte passar. Trots denna frihet är det ändå större andel av konsumenterna som fortfarande väljer att använda sig av traditionell tv istället för webb-tv (De Vries et al. 2011).

## 1.2 Syfte

Syftet med det här examensarbetet var att undersöka om svenska tv-bolag som erbjuder tv-tjänster på webben kan locka fler tittare till dessa genom att komplettera dem med linjär tv, det vill säga tablåstyrda sändningar. Det inkluderade också att utreda vad det är som lockar med ett tv-format som bestämmer vad tittaren skall se på och ta reda på om dessa egenskaper kan appliceras på playkanaler med samma effekt. Undersökningen omfattade även vad tv-bolagen anser om playkanalernas framtida roll och hur den skall satsas på, eftersom utvecklingen kommer att anpassas efter vad de tror kommer generera mest pengar till dem själva. Där krävdes det även en objektiv jämförelse i frågan om för- och nackdelar mellan traditionell tv och webb-tv som kunde jämföras med tv-bolagens prediktion.

Som utvecklingen ser ut nu blir tv-apparaterna allt mer komplexa med större möjligheter till användarfrihet. Därför var det intressant att se vad som händer om det tittas på den andra änden, datorn, och lägger till en tjänst där användarfriheten minimeras.

## 1.3 Problemformulering

- Kan svenska playkanaler komplettera sitt utbud med tablåstyrda sändningar för att locka fler konsumenter?

För att kunna ge svar på huvudfrågan besvarades ett antal delfrågor:

- Vad är det som lockar konsumenter till det linjära tv-formatet när de egentligen kan välja själva vad de vill se och när de vill se det?
  - Vad gör att konsumenterna inte lockas till webb-tv?
- Vad tycker tv-bolagen om playkanaler som det primära valet av tv-konsumtion och utformningen av dess sändningar?
- Finns det tydliga urskiljningar av vilka som använder playkanalerna och varför?
- Vad finns det för för- och nackdelar med internetbaserade tv-sändningar för distributörer samt användare?

## 1.4 Avgränsningar

Undersökningen har avgränsats till områden där tv-nät och internetuppkoppling inte är en faktor som avgör vilka val som tittarna gör. En annan avgränsning som gjordes var att inte undersöka andra plattformar än datorn, till exempel smartphones och läsplattor, eftersom det omfattande området då skulle blivit för stort.



## 2 Bakgrund och teori

*I detta kapitel tas bakgrund till området och befintliga teorier upp. En introduktion till mediekonvergens ges och dagens tv-marknad i Sverige beskrivs. Det redogörs för typiska användare av tv och det jämförs för- och nackdelar med webb-tv. Dessutom presenteras teorier om reklaminverkan.*

### 2.1 Centrala begrepp

*Begrepp som är relevanta för denna undersökning tas upp och förklaras här.*

#### 2.1.1 Linjär tv

Linjär tv innebär traditionella tv-sändningar då distributören bestämmer den tv-tablå som sedan sänds (Ernst & Young 2009). Detta innebär att konsumenten behöver se på rätt kanal vid rätt tidpunkt för att se de önskade programmen. Linjär tv syftar mer på formatet medan traditionell tv syftar mer på mediet.

#### 2.1.2 Webb-tv och icke linjär tv

De tv eller tv-liknande tjänster som konsumeras över till exempel YouTube och SVT Play med mera kallas för webb-tv (Wikipedia 2012). Webb-tv finns både direktsänt och som uppspelning av tidigare lagrat format. Med play-tv menas webb-tv från tv-bolagens egna playkanaler. Vad gäller det tidigare lagrade materialet (även uppspelning av material som tidigare sänts live) så går dessa att se på när konsumenten själv vill. Detta är icke-linjär tv.

#### 2.1.3 Mediekonvergens

Med mediekonvergens menas inte att all media kommer att strömma genom en "svart låda" som vi har hemma. Mediekonvergens innebär istället att mediekulturen och medieformerna konvergerar. Att stora mediekonglomerat äger olika medieföretag så som tidningar, tv-kanaler, radiokanaler med mera. Detta innebär att för att följa stora nyheter kan det först läsas på Internet, sedan ses ett större inslag på nyheterna och dagen efter går händelsen och övrig information om den att läsa i den tryckta tidningen. Mediekonvergens innebär även hur det går att läsa tidningen i telefonen, se tv på Internet och så vidare. (Jenkins 2006)

## 2.2 Mediekonvergens

Mediekonvergens togs för första gången upp av Ithiel de Sola Pool 1983 i boken *Technologies of Freedom* (Jenkins 2006) och har efter det blivit mer och mer etablerat. Webb-tv är ett tydligt exempel på hur en medieform går att konsumera i ett nytt medium men på ett annorlunda sätt, genom icke-linjär tv, och är således en typ av mediekonvergens. Om även det linjära tv-formatet används över Internet är detta ännu mer mediekonvergens då inte endast materialet går att finna i ett annat medium utan även utformningen av distributionen. Jenkins skriver att många av mediebolagen ofta använder sig av en ”skyffelteknik” när de skall använda sig utav ett nytt medium. Detta innebär att de istället för att ta fram nytt material och nya strategier för just detta medium ”skyfflar” de bara över redan befintligt material till det nya mediet (Bardoel & d’ Haenens 2008). Webb-tv som det är idag finns i många format, till exempel korta klipp på YouTube. Detta är ett tydligt exempel på material som inte är ”skyfflat” från det gamla mediet utan kan klassas som tv-material men har tillkommit och fått genomslagskraft genom det nya mediet. Om linjär tv skulle appliceras även på Internet skulle detta vara att skyffla ett helt koncept från ett medium till ett annat. Jenkins (2006) hävdar också att en nödvändig förutsättning för att en distributör skall kunna ha en lyckad multimediestrategi är att använda nya medietekniker som ett hjälpmedel och inte som ersättning av gamla medietekniker.

Två saker som är speciella med Internet till skillnad från sändningar till en tv är möjligheten för användare att distribuera eget material samt den direkta interaktionen, både mellan användare och även direkt med distributörerna. I och med sändningar på Internet kan användaren direkt kommentera innehållet, diskutera med andra samt hänvisa till eget relaterat material. På så sätt finns möjlighet för aktiva användare och inte bara passiva åskådare. Möjligheter för interaktion har dock funnits sedan länge i form av insändare till tidningar och inringningar till radio, men inte lika direkt och där kan inte användarna interagera med varandra på samma sätt som Internet kan erbjuda.

## 2.3 Tv-marknaden i Sverige

I Sverige har 4,9 miljoner hushåll tillgång till tv, varav 4,5 miljoner på något sätt betalar för sin tv (de övriga använder sig av ”fri-tv”, det vill säga SVT, TV4 och TV6). Den genomsnittlige svensken tittar på tv i snitt tre timmar per dag och det ökar svagt. (Teracom Group 2010)

Internetanvändningen i Sverige (för åldern 9-79 år) har mellan 2000 och 2010 ökat med 286 procent. Det har lett till att webb-tv och andra former av on demand-tv har blivit allt vanligare men det är fortfarande traditionell tablåbaserad tv som är vanligast, där SVT1, SVT2, TV3, TV4 och Kanal 5 (också kallade Big 5) är de populäraste. 3 procent av alla internetanvändare tittade på tv via Internet varje dag år 2010 och 7 procent tittade på någon form av video. Framfarten för webb-tv syns också i reklaminvesteringarna, som nu är större

för Internet/mobiler än för tv, mellan 2005 och 2010 ökade det med 256 procent för Internet/mobiler och 24 procent för tv. (De Vries et al. 2011)

Idag är det inte bara tv-kanaler som sänder ut webb-tv utan också andra företag som inte distribuerar traditionell tv, till exempel tidningar och radiokanaler. Av de stora svenska tv-bolagen lägger de flesta ut sina program på webben efter att de har sänts på tv. SVT:s webbkanal, SVT Play, som har funnits sedan 2006, har de flesta program tillgängliga på Internet i 30 dagar efter sändning. TV4 Play har funnits sedan 2009 och fungerar likadant som SVT Play förutom att de bara har programmen tillgängliga i en vecka efteråt, för de som inte betalar. (De Vries et al. 2011)

När det i Sverige inte har setts någon minskning av tv-användande kan det hittas i andra länder. Ny media brukar komplettera snarare än ersätta gammal media men för första gången har flera västländers tv-användning haft en negativ kurva samtidigt som datorrelaterad media har gått upp, särskilt bland yngre (Bardoel & d' Haenens 2008).

Idag har SVT en täckning på 99,8 procent av den svenska befolkningen och övrig digital, marksänd tv täcker ungefär 98 procent av befolkningen (Post- och telestyrelsen 2012).

## 2.4 Användartyper

En teori kring användartyper är att de går att dela upp i två kategorier, rituell och instrumental. Den rituella användaren har inget stort engagemang och tittar mest för underhållningen och till viss del som tidsfördriv. Den instrumentella användaren är mer målinriktad och tittar för att tillfredsställa ett informationsbehov, det kan röra sig om både nyhetssändningar och att få reda på vem som vinner Idol. Hos den instrumentella användaren finns ett större engagemang. (Rubin 1984)

En annan teori är att det finns tre användartyper. Den första är den avslappnade tittaren som bara har på tv:n i bakgrunden och inte bryr sig om vilket program som är på. Den andra är den tidsbestämda tittaren, som är väldigt selektiv i sitt val av tv-konsumtion. Den sista är tv-entusiasten som är extra känslomässigt engagerad i tv-programmen. (Ha & Chan-Olmsted 2004)

## 2.5 För- och nackdelar med webb-tv

### 2.5.1 Användarperspektiv

I den nya medievärlden lär sig konsumenten att använda de nya medierna för att ha de mer under egen kontroll. Om tv-bolagen använder sig av rätt tekniker för att öka flödet i dess kanaler kan det stärka tittarnas engagemang på ett sätt som gynnar både tittarna och bolagen. (Jenkins 2004)

En teori menar att om allt som görs är att ta det gamla mediet och visa det genom det nya har ges inte kunden en övertygande upplevelse. (Kerschbaumer 2000)

Den avgörande fördelen som Internet erbjuder jämfört med traditionell media är interaktivitet. (Ha & Chan-Olmsted 2004)

### **2.5.2 Distributörspektiv**

Webben kan göra alla distributionssystem både billigare och effektivare (Hempel 2011), men dagens mediesituation innebär också att resultaten blir oförutsägbara där ny och gammal media kommer interagera på komplexa sätt (Jenkins 2006).

När tv-sändningar flyttas till Internet innebär det lägre produktions- och distributionskostnader. Distributören kan använda sig av tekniker som stärker tittarnas engagemang och lojalitet för både programmet och mediet i sig, men dagens konsument är illojal mot båda dessa två och har ett lägre känslomässigt åtagande än tidigare. Det finns en risk varje gång en tittare går från tv till Internet att den aldrig kommer tillbaka. (Jenkins 2004)

En stor fördel med Internet enligt många tv-bolag är att tittarna lämnar en stor mängd omedelbar feedback som gör det lättare att förbättra programmet. De anser det också vara bra att det finns möjlighet att informera om vad som pågår i varje program och att det är lätt att få information om vad konsumenterna tycker med hjälp av webbundersökningar. (Ha & Chan-Olmsted 2004)

## **2.6 Reklaminverkan**

För de flesta tv-bolagen är reklamintäkter något elementärt för att verksamheten skall gå runt (förutom public service-kanaler). Detta är något som konsumenten märker av. Reklammiljön är delvis lika vad gäller webb-tv och traditionell tv. Framförallt om traditionell tv jämförs med playkanaler då reklamen och programmet går i intervaller. Enligt Logan (2011) anser även de flesta webb-tv-tittarna att reklam på Internet är mer påträngande. Det är även vanligare att traditionella tv-tittare undviker reklamen på ett annat sätt än webb-tv-tittarna då de kan välja att ”zappa” eller helt enkelt stänga av tv:n i väntan på att reklamen är över. Det fungerar inte i samma utsträckning på Internet. En annan skillnad för reklam på webb-tv och traditionell tv är att det finns stora möjligheter till reklam när konsumenten inte ser på något program utan bara är inne på till exempel playkanalen och letar efter önskat program. (Logan 2011)

# 3 Metod

*I detta kapitel tas de metoder som använts under genomförandet av examensarbetet upp.*

## 3.1 Tillvägagångssätt

Arbetet började med att genomföra en litteraturstudie för att öka förståelsen för området och dess utvecklingshistoria. Den bestod av artiklar, uppsatser, webbsidor och litteratur. Med hjälp av den grunden kunde beslut tas om val av undersökningsmetod. Det ansågs lämpligast att utföra både en kvantitativ enkätundersökning av tv-konsumenter och kvalitativa intervjuer med branschfolk. Ett teoriavsnitt skrevs efter att litteraturstudierna utförts och med hjälp av denna, samt problemformuleringen, kunde frågorna på enkäten och intervjuerna utformas för att få svar på det som eftersöktes.

## 3.2 Litteraturstudie

En litteraturstudie gjordes för att förstå sambanden mellan traditionell tv, webb-tv och dess konsumenter, både i Sverige och i övriga världen. Litteraturen hittades genom informationssökningar på både KTHB:s sökverktyg Primo och på Googles litteratursökningstjänst Google Scholar, samt genom att söka upp källor till litteraturen som hittades. Dessutom har diverse litteratur använts som det tidigare funnits kännedom om som kurslitteratur på medieteknikprogrammet på KTH.

## 3.3 Intervju

Ett antal intervjuer valdes att utföras då dessa ger mer kvalitativa och utförligare svar av enskilda personer än vad vissa andra metoder skulle ha gett. Denna metod valdes för att få de svar som söktes utifrån tv-bolagens synvinkel. Främsta motiveringen till just denna metod är att inom tv-bolagen finns det vissa personer som har mer kunskap och därför var just några av dessa personer intressanta att intervjua. Som Robson (2002) nämner är en fördel med intervjuer att det lätt går att följa upp intressanta svar och att utveckla frågorna under intervjun utifrån de svar som ges (Robson 2002). Personer med så bra insikt som möjligt önskades att intervjua och en inriktning mot att få tag på exempelvis tekniska chefer, chefer för playkanalen eller någon med ännu överskådligare ansvar eftersträvades. Fokus på SVT och TV4 valdes också då dessa har, förutom välutvecklad traditionell tv, välutvecklade playkanaler. Utöver SVT och TV4 ansågs det vara intressant att utföra en intervju med någon person som innehar kunskaper och erfarenheter inom området men som inte var

bunden till något företag. Därför utfördes även en intervju med den tekniskt ansvariga för Advanced Media Technology Lab vid KTH. Under dessa intervjuer söktes framförallt svar på vad tv-bolagen har för åsikter angående webb-tv och traditionell tv och hur deras framtidsplaner ser ut angående dessa två format. Några viktiga svar som också eftersöktes var den ekonomiska aspekten vid traditionell tv kontra webb-tv, både vad gäller utgifter och inkomster. Det blev till slut åtta stycken huvudfrågor (se *Bilaga 1: Intervjufrågor*) som valdes att ha med till intervjuerna som det sedan diskuterades kring och även relevanta följdfrågor som dök upp på plats togs upp. Ordningen på frågorna var förutbestämd men de flyttades omkring om personen som intervjuades började närma sig ett annat ämne.

## 3.4 Enkätundersökning

En enkätundersökning genomfördes för att samla in stora mängder data från den tänkta målgruppen. Att använda sig av denna metod är effektivt eftersom det är lätt att dra slutsatser om frågorna som ställs är väl genomtänkta. Eftersom en del av examensarbetets uppgift var att undersöka ett antal frågor om konsumenters vanor och icke-vanor togs beslutet att den lämpligaste metoden för att ta reda på dessa var en enkätundersökning. Enligt Robson är enkäter intressanta att utföra därför att det tvingar den som utför undersökningen att koppla sin undersökningsfråga till olika enkätfrågor (Robson 2002).

Med hjälp av Google Spreadsheets kunde enkäten byggas upp och spridas med olika sociala medier. Enkäten bestod av fem frågor om respondenten och elva frågor om dess tv-vanor och åsikter (se *Bilaga 2: Enkätfrågor*). De flesta frågorna var flervalsalternativ men oftast gavs chansen att komplettera med ett eget svar. Syftet med enkätundersökningen var att undersöka vad som är lockande och vad som inte är lockande med traditionell tv och webb-tv för tv-konsumenter, både i form av program- och kanalval. På den sista frågan fick respondenten svara på en fråga som är direkt kopplad till undersökningens huvudfråga, men de fick aldrig reda på att undersökningen gjordes för att utreda just denna. Frågor som behandlade respondenterna själva ställdes för att kunna dra kopplingar mellan användaren och dess vanor.

## 3.5 Rekrytering och urval

### 3.5.1 Intervju

De specifika intervjuobjekten valdes därför att deras befattning ansågs vara grund för att ge upphov till de kunskaper och insikter som var behövlig för att besvara det som eftersöktes. Det blev även så att dessa var de som hade möjlighet och intresse av att ge en del av sin tid till att delta och bidra till resultatet i detta arbete. Dessa personer kontaktades dels genom tips från handledaren och dels genom tidigare kunskap om intressanta intervjupersoner med hjälp av e-post.

### **3.5.2 Enkätundersökning**

Enkäten spreds till största del via det sociala mediet Facebook där den spreds till vänner, kollegor, släkt och bekanta. För att öka spridningen inom vissa åldersgrupper och sociala grupper valdes att e-posta enkäten till några utvalda och bad dessa att sprida den till sina kontakter för att få en mer diversifierad svarsgrupp. En bred svarsgrupp eftersträvades men personer med erfarenhet av både traditionell tv och webb-tv var intressantast. Dock var svar från personer med avsaknad av erfarenhet av något utav formaten ändå intressanta. Enkäten besvarades av 49 personer.

# 4 Resultat

*I detta kapitel presenteras resultaten från intervjuerna och enkätundersökningen.*

## 4.1 Intervju

### 4.1.1 Intervju med Per Åström

*Per Åström är teknisk chef på TV4 Digitala Medier.*

Åström ansåg att syftet för tv på Internet för tillfället är att vara ett komplement till traditionella tv-sändningar, detta främst för att det för tillfället inte finns något verktyg för att byta kanal eller program lika lätt för playkanaler. En annan anledning ansåg han vara att nätet inte klarar av lika många tittare som för traditionella tv-sändningar.

När det kommer till att ha webb-tv som det primära valet av tv-konsumtion ansåg Åström att det kommer att gå åt det hållet och bli mer och mer internetbaserade sändningar, han menade dock att det är en lång väg dit med mycket som måste ändras. Hela systemet är idag uppbyggt så att alla kanaler går genom tv-operatörer, då går det inte att bara på en natt gå runt dessa och förlora hundratals miljoner i intäkter.

Angående framtiden för tablå-tv trodde Åström att det kommer att finnas på Internet, vilket han ansåg vara nödvändigt för att behålla kunderna. Rent tekniskt är detta inte så svårt menade han också då TV4 för tillfället sände dokusåpan Big Brother dygnet runt över Internet.

Åström beskrev skillnaden i distributörskostnader med att det är "svindyrt" att starta en kanal för traditionella tv-sändningar med all utrustning som krävs, när kanalen är startad är det dock i princip samma kostnad oavsett hur många som ser på programmen. För sändningar över Internet menade han dock att det är billigt att starta upp men att kostnaden stiger för i princip varje extra person och beroende på hur länge dessa tittar.

Vad gäller skillnader i reklamintäkter berättade Åström att kanalerna får ut mer i reklamintäkter genom traditionell tv jämfört med webb-tv, reklamintäkterna för playkanalen ökade däremot mer (59 procent) under 2011 än reklamintäkterna för de linjära tv-kanalerna (13,1 procent). Han berättade vidare att TV4 försöker sälja sin reklamtid för webb-tv på exakt samma sätt som för traditionella tv-sändningar så att reklamköparna lätt skall kunna välja mellan de olika formaten. Därför försöker TV4 även mäta antalet användare på ett jämförbart sätt som med traditionella tv-sändningar.

Åström menade att skillnaden på livesändningar mellan Internet och traditionell tv är dels att det finns begränsat utrymme för antalet kanaler att visa om det till exempel skulle vara flera



hockeymatcher samtidigt, dels att när matcherna inte är inklämda i en tv-tablå är även tiden obegränsad och det blir inga problem om det blir förlängning eller liknande. Han menade också att om det är ett studiprogram kan de prata klart på ett sätt som inte fungerar för linjär tv.

Vad gäller urskiljningar bland vilka som använder tv på Internet hade inte Åström så stor insikt, däremot menade han att tittandet följer i stort sett samma tidskurva som för traditionellt tv-tittande. Skillnaden är dock att tittandet ökar kraftigt på helger vilket han menade att fallet inte är för traditionell tv.

I övrigt ansåg Åström att det som kommer att komma mest inom en snar framtid är tv med inbyggt Internet. Det är inte så stort och välutvecklat ännu men både Samsung och LG har nu "appstore's" och detta kan enligt Åström ta tv-tittandet till en ny nivå då detta innebär att tittarna kan sitta i sina soffor, med sin tv-dosa och popcornskål och välja mellan att antingen se på tv på Internet eller traditionell tv.

#### 4.1.2 Intervju med Per Björkman

*Per Björkman är distributionschef på SVT.*

Björkman sade att SVT Play i första hand är en tjänst för att erbjuda tittarna en chans att titta ikapp det de missat från de linjära tv-kanalerna samt att få välja själva när de vill titta på ett program. Ibland visas livesändningar både på en av de linjära tv-kanalerna och på playkanalen samtidigt, i första hand event så som sport, Melodifestivalen och olika galor. På playkanalen får de dock inget stort gensvar av publiken med undantag för exempelvis sportsändningar på kontorstid. På sikt vill SVT också skapa en annan tjänst, i dagsläget kallat Öppet arkiv, som är en permanent tjänst där de hoppas kunna ha äldre videoklipp som alltid skall finnas tillgängliga.

Enligt Björkman finns det ett ekonomiskt bekymmer i frågan om webb-tv skulle vara det primära valet. Med broadcast-tekniken (sändningar där materialet utgår från en sändningspunkt och sprids till flertalet mottagare) är det oväsentligt hur många som tittar medan det på webben är ett styckepris för varje ström. Eftersom SVT har en relativt stor publik på varje program drar de väldigt stor nytta av att det är broadcast rent ekonomiskt. Vidare menade Björkman att det blir det omvända för en nischad kanal med mindre publik, där kan det istället vara en fördel att använda Internet. För SVT:s del krävs det fortsatt teknikutveckling på den fronten för att de skall kunna dra nytta av det.

Björkman sade att det är svårt att jämföra distributionskostnader mellan traditionell tv och webb-tv men tar upp ett exempel på hur SVT:s kostnad förändras när en tittare väljer bort förstasändningen på linjär tv och istället väljer att titta på SVT Play senare. Då blir kostnaden för SVT, menade han, i runda slängar 30 gånger högre. Detta exempel sade han bero på hur de olika parametrarna räknas och definieras och att det bara är en enda tittare det gäller. Han menade dock att en sak som är klar är att SVT inte sparar några pengar genom att folk avstår från att se programmen genom broadcast.

Att någon i förväg bestämmer en sekvens av program trodde Björkman kommer att få minskad betydelse men inte försvinna. Den yngre generationen kanske inte behöver det på samma sätt men angående de äldre trodde Björkman att de kommer använda det resten av livet, vilket gör att det kommer att finnas ett behov av att SVT fortsätter leverera det. På SVT Play finns det alltid ett antal titlar som är lagda högst upp på sidan, som de rekommenderar. Vilka som är lagda där har de experimenterat en del med och Björkman berättade att de kan påverka tittarsiffrorna på enskilda titlar väldigt mycket beroende på vad de lägger där. Han sade att många som går in på playkanalen inte söker igenom för att hitta något att se utan de vill att det skall gå snabbt. Nästa steg för SVT på webben är att göra det lättare att navigera och för olika personligheter att hitta det som passar dem, detta genom att introducera ett kanaltänk på webben. Detta har redan gjorts med exempelvis barnkanalen.

Den stora svårigheten med media på Internet ansåg Björkman vara rättighetsfrågorna. Den tekniska utvecklingen säger han är ett litet problem som oftast brukar lösas med tiden. Björkman menade att det råder en konservativ och gammal rättighetssyn som inte lämpar sig bra på webben, där fungerar inte geografiska- och tidsmässiga gränser och det gör det svårare att veta hur det skall tas betalt för de olika rättigheterna. Det finns en rädsla för att tappa kontroll på Internet. Dagsläget beskrev han dock som att diskussionen kring rättigheterna gått framåt och att det numera är möjligt att streama till exempel amerikanska tv-serier, vilket var otänkbart för några år sedan. Nu är det få saker som SVT inte får lägga ut på webben, sport är dock ett exempel på något som fortfarande delas upp i många rättighetsfönster.

Björkman sade att SVT har märkt av ett tv-liknande beteende på webben. On demand-tv konsumeras likt traditionell tv också på kvällstid och tittandet har liknande kurvor som traditionell tv, dock med den skillnaden att på Internet finns det en liten ökning vid lunchtid. Det går inte att säga om teknikerna i sig attraherar vissa grupper av människor utan det beror mest på vilka titlar som finns i de olika medierna. Via datorn är det populärare med manusbundna produktioner, relativt sett med andra program i datorn, medan det omvända går att säga om nyheter. Nyheter är en stark genre på traditionell tv men det fungerar inte lika bra som on demand-tjänst. Björkman sade att för barn är det vanligast att titta på datorn men påstod vidare att det inte är säkert att barn kommer behålla det beteendet eftersom det är korta videoklipp som är i fokus på barnkanalen. Ju mindre tidsbundet ett program är desto vanligare är det att det har högre tittarsiffror på webben. Åldersmässigt ansåg Björkman att ju yngre en person är desto lättare är det för denna att komma in i de nya vanorna som Internet medför. Det finns dock en ganska stor andel äldre människor som använder play-tv. Småbarnsföräldrar tittar inte särskilt mycket på tv utan de drar istället upp tittarsiffrorna för playkanalerna genom att introducera sina barn för barnkanalen. Björkman påstod att ett kommande steg nu när Internet har nått till den traditionella tv:n är att konsumenterna återvänder till tv-soffan. Nu är det mer en enskild aktivitet som det handlar om på SVT Play. I dagsläget för SVT är det en stor skillnad på användandet av SVT Play och de linjära kanalerna. Björkman sade att ungefär 98,5 procent av tittandet sker direkt när det sänds på

traditionell tv och ungefär 1,5 procent av tittandet sker på webben under de kommande sju dagarna efter förstasändningen.

### 4.1.3 Intervju med Mats Erixon

*Mats Erixon är tekniskt ansvarig för Advanced Media Technology Lab på KTH.*

Erixon ansåg att det primära syftet för webb-tv är att användaren skall kunna titta på det den vill på egen tid. Han trodde även att det är programinnehållet som avgör vad som fungerar bäst på Internet respektive traditionell tv. Ett exempel som han diskuterade var serier, där det inte finns en naturlig "primörkänsla" och det gör sig därför lika bra webbmässigt. Han menade att problemet idag är att många har en dålig koppling mellan webb- och tv-verktyget, att konsumenten måste ha ett speciellt intresse för att kunna spela upp ett klipp på större skärm än på datorn. Han diskuterade också att de flesta nya tv-apparaterna har en webbfunktion i sig och tror att det därför automatiskt kommer bli tillgängligt med webb-tv där.

Erixon ansåg att linjär tv är viktigt och menar att även sådant som hamnar på webben skall ha en publiceringstid, det vill säga första gången det är tillgängligt. Erixon trodde att det finns ett värde i att veta exakt när någonting görs tillgängligt. Han menade också att man kan bygga upp en hype kring det så att konsumenterna är där just när det läggs upp och då kan diskutera det med varandra på första dagen. Då blir det, menade han, en förstasändning som kan liknas vid broadcast.

Framtiden för tablåstyrda sändningar trodde Erixon kommer att begränsas till nyheter och sport, eftersom det är det naturliga. Även evenemang trodde han kommer att vara tablåstyrt. Han trodde att satellit-tv kommer att finnas kvar för att tillfredsställa sådana behov. Däremot trodde han sig se ett slut på terrester tv (marksänd tv), han gissade att masterna kommer att försvinna inom tio år, kanske tidigare. I samband med att nätet byggs ut finns det en hel del möjligheter. Han menade vidare att en viktigt fråga är hur många tv-kanaler som tv-bolagen vill och kan hålla igång. Eftersom Sverige har så få invånare är det svårt att hålla igång många kanaler, antingen får tv-bolagen ha en kanal som alla tittar på eller så får de skapa en affärsmodell som nischer in sig på ett litet område.

När Erixon beskrev skillnaderna i distributionskostnader mellan traditionell tv och webb-tv tog han upp att traditionell tv, både terrester tv och satellit-tv, litar på en egen infrastruktur som är dyr. Bolagen tjänar pengar på det eftersom det är så många som tittar på programmen samtidigt. På webbkanalerna menade han att kostnaden är låg men att det ändå går att direktsända. Där är däremot infrastrukturen byggd för någonting annat men att det går att sköta tv-distribution där i alla fall, med så kallad over-the-top-tv som inte betalar för sig alls. Han nämnde Telia och Bredbandsbolaget som exempel där utrustning finns som är specialiserad för sändning, i form av multicast (gruppsändning där informationen endast skickas en gång till varje länk i nätverket), och menade att det finns en viss kostnad i det men den är inte i närheten av den prisnivå som terrester tv och satellit-tv ligger på.

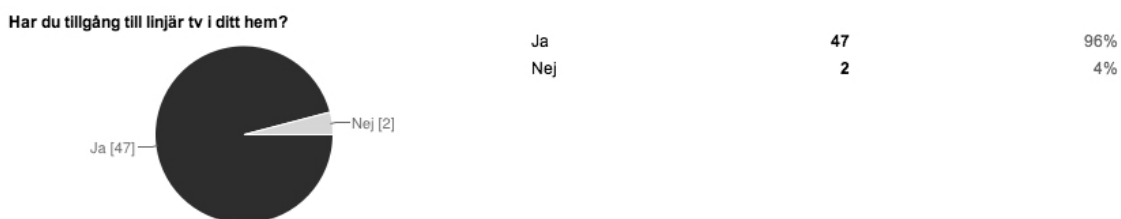
Livesändningar på webben jämfört med traditionell tv är fortfarande ganska sköra enligt Erixon, speciellt för att uppnå samma bildkvalitet. Än så länge hade Erixon inte uppfattat att tv på webben är säkrad när den livesänds, att till exempel spela upp hd-tv är inte en stabil mekanism ännu men han trodde att det bara är en tidsfråga innan det fungerar.

På frågan om han hade urskilt några speciella typer av människor som använder sig av webb-tv menade han att ju yngre en person är desto vanligare är det att denna använder sig av webb-tv. Vidare påstod Erixon dock att han tyckte sig ha hittat en liten återgång till traditionell tv för en yngre generation.

## 4.2 Enkätundersökning

Enkäten spreds via Facebook och e-post till både medieteknikstudenter och vänner. Den besvarades av 49 personer. Först ställdes ett antal frågor om respondenten och dess bakgrund för att senare kunna koppla detta till svaren.

Med den första frågan var avsikten att ta reda på hur många som hade tillgång till linjär tv av respondenterna (se figur 1). Den största andelen, 47 personer, hade tillgång till linjär tv. Resterande två personer hade inte tillgång till linjär tv.



Figur 1. Den procentuella fördelningen över hur många av respondenterna som hade och inte hade tillgång till linjär tv.

Antalet timmar som respondenterna tittade på linjär tv per dag var allt mellan ingenting till mer än fem timmar (se figur 2). 14 personer av dem tittade inte alls på linjär tv, 15 personer tittade upp till en timme, 22 personer tittade mellan en och tre timmar, fyra personer tittade tre till fem timmar och en person tittade mer än fem timmar.

Av de sju personer som inte tittade någonting på linjär tv var sex stycken mellan 20 och 30 år. Den sjunde var mellan 31 och 40 år. Var de kom ifrån var utspritt men den största andelen kom från en mindre storstad, med mellan 150 001 och 500 000 invånare. Även inkomsten skiljde sig åt men alla tjänade 35 000 kr eller mindre per månad. Högst avslutad utbildning var relativt jämnt fördelat mellan högskoleutbildning (tre personer) och gymnasieutbildning (fyra personer). De sju personernas konsumtion av play-tv gick från ingenting upp till en timme.

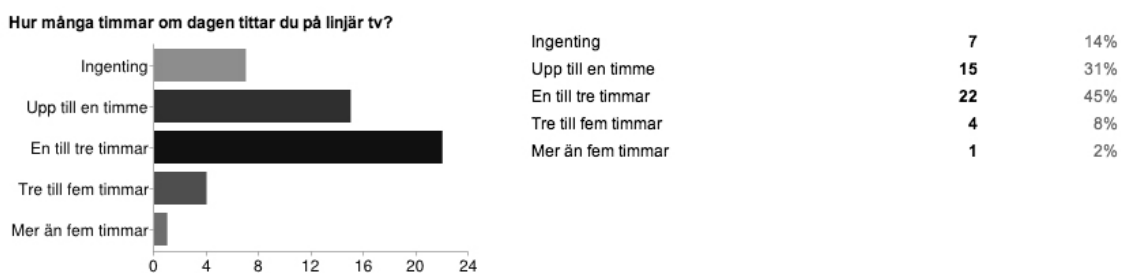
15 personer tittade upp till en timme på linjär tv varje dag. Elva av dem var mellan 20 och 30 år, resten var mellan 41 och 65 år. Deras bostadsort var utspritt mellan alla alternativen, med

undantag för staden med mellan 150 001 och 500 000 invånare. Den största andelen bodde i en stad med mellan 80 001 och 150 000 invånare. Inga mönster i dessa svarandens inkomst kunde hittas, det var jämnt fördelat upp till 50 000 kr per månad. Åtta personer hade en högskoleutbildning och fem personer hade gymnasieutbildning. Majoriteten (nio personer) tittade ingenting på play-tv, fyra personer tittade upp till en timme på play-tv och två personer tittade mellan en och tre timmar.

Det antal som tittade på linjär tv mellan en och tre timmar per dag var 22 stycken. Majoriteten, tolv stycken, kom från en ort med mer än 500 000 invånare. Inkomsten var jämnt fördelat mellan de olika svarsalternativen. 14 personer hade gymnasieutbildning och alla tittade på play-tv mellan noll och en timme om dagen.

Fyra personer tittade på linjär tv mellan tre och fem timmar om dagen. Tre av dem var mellan 20 och 30 år och en var mellan 41 och 65 år. Ingen av de fyra personer bodde i samma stad utan det var fördelat mellan fyra alternativ. Tre fjärdedelar tjänade mindre än 10 000 kr i månaden, lika många hade gymnasieutbildning och samma antal tittade på play-tv upp till en timme om dagen (den sista tittade ingenting).

En person tittade på linjär tv mer än fem timmar per dag. Den var mellan 41 och 65 år och bodde i en stad med mellan 80 001 och 150 000 invånare. Personen tjänade mindre än 10 000 kr och var högskoleutbildad. Den tittade på play-tv upp till en timme om dagen.



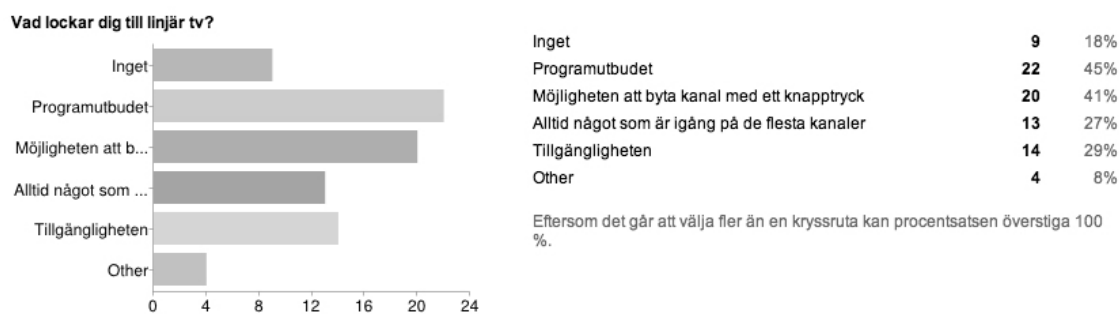
Figur 2. Den procentuella fördelningen över hur många timmar respondenterna tittade på linjär tv varje dag.

Den tredje frågan syftade till att ta reda på vad som lockar med linjär tv (se figur 3). Nio personer tyckte att det inte fanns något alls som lockade med linjär tv. 22 personer tyckte att programutbudet lockade med linjär tv, 20 personer uppskattade möjligheten att byta kanal med ett knapptryck, att det alltid är något som är igång på de flesta kanaler tyckte 13 personer var lockande och tillgängligheten fann 14 personer lockande. Fyra personer hade en övrig åsikt av vad som var lockande, där fanns följande kommentarer:

”att jag slipper välja vad jag skall se. slötittar bara, annat ser jag på internet.”

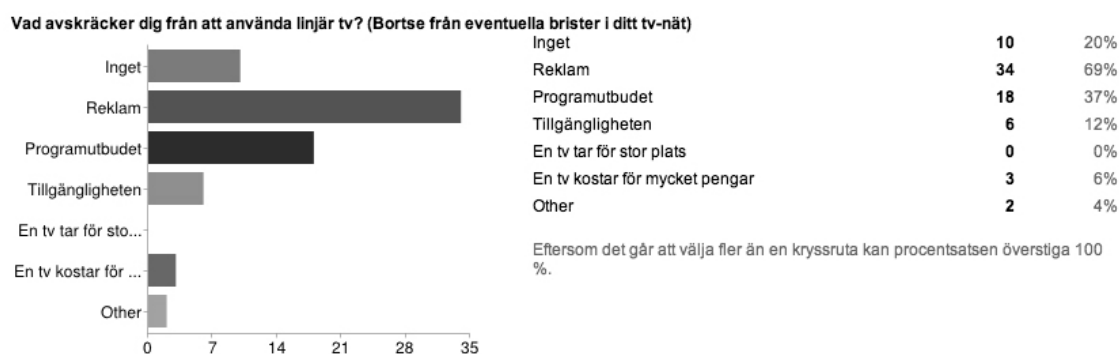
”Richard Olsson”

”Bra bildkvalitet”



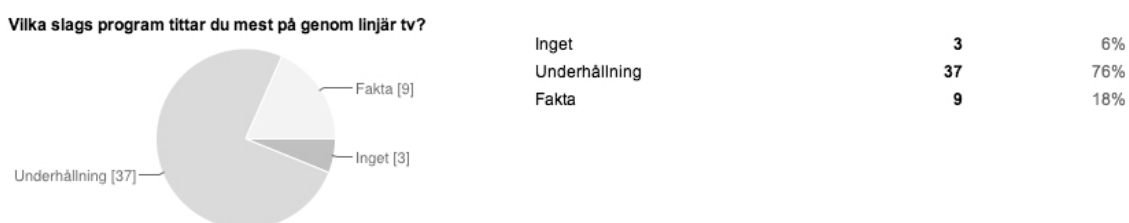
Figur 3. Den procentuella fördelningen över vad respondenterna tyckte lockade till linjär tv.

Vad som avskräckte respondenterna från linjär tv svarades på med hjälp av den fjärde frågan (se figur 4). Tio stycken av respondenterna fann ingenting avskräckande med linjär tv, 34 personer tyckte att reklamen gör linjär tv avskräckande, 18 personer blev avskräckta av programutbudet, sex personer svarade tillgängligheten och tre personer tyckte att en tv kostar för mycket pengar. Två personer hade en övrig åsikt och där fanns följande kommentar: ”Tidsbrist samt att en känsla av värdelöshet infinner sig när jag ser på TV.”



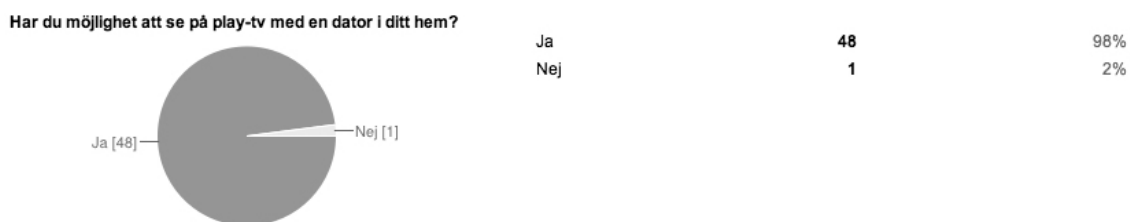
Figur 4. Den procentuella fördelningen över vad respondenterna tyckte avskräckte dem från att använda linjär tv.

På frågan om vilka slags program respondenterna tittade mest på genom linjär tv svarade 37 personer ”Underhållning” och nio personer ”Fakta”. Tre personer svarade ”Inget” (se figur 5).



Figur 5. Den procentuella fördelningen över vad respondenterna tittade mest på för program genom linjär tv.

Den sjätte frågan syftade till att ta reda på om respondenterna hade möjlighet att se på play-tv på datorn i sitt hem. 48 personer svarade ”Ja” och en person svarade ”Nej” (se figur 6).



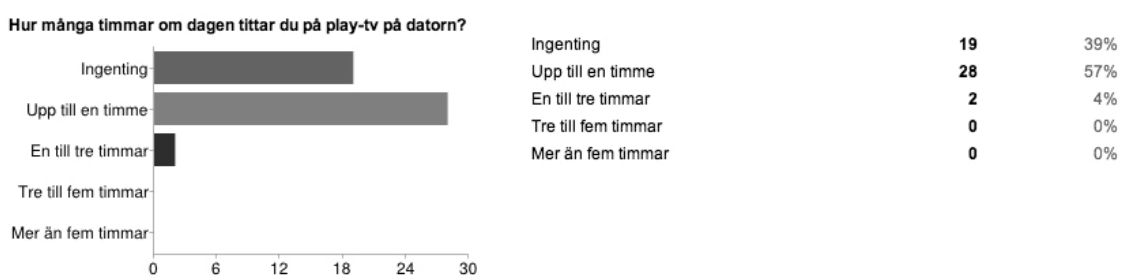
Figur 6. Den procentuella fördelningen över hur många av respondenterna som hade och inte hade möjlighet att se på play-tv med en dator i sina hem.

Med den sjunde frågan var avsikten att ta reda på hur många timmar om dagen respondenterna tittade på play-tv på datorn (se figur 7). 19 personer tittade ingenting på play-tv på datorn, 28 personer tittade upp till en timme och två personer tittade tre till fem timmar.

Av de 19 personer som inte tittade på play-tv alls var tolv stycken mellan 20 och 30 år. Sex personer var mellan 41 och 65 år och en var under 20 år. Bostadsorterna för denna svarsgrupp skiljde sig mellan de flesta alternativen men den största andelen kom från en ort med mellan 80 001 och 150 000 invånare. Majoriteten hade en gymnasieutbildning (nästan lika många hade högskoleutbildning) och de flesta tittade ingenting eller upp till en timme på linjär tv per dag. Sju personer tittade mellan en och tre timmar på linjär tv om dagen.

Det antal som tittade upp till en timme på play-tv per dag var 28 stycken. 19 av dem var mellan 20 och 30 år och sju personer var mellan 41 och 65 år. 15 personer kom från en ort med över 500 000 invånare. De flesta (13 personer) tjänade mindre än 10 000 kr och de resterande svarade spritt mellan de andra alternativen. 14 personer hade gymnasieutbildning och tolv personer hade högskoleutbildning. 15 personer tittade på linjär tv mellan en och tre timmar om dagen.

Två personer tittade på play-tv mellan en och tre timmar per dag. Båda var mellan 20 och 30 år och kom från en stad med mellan 150 001 och 500 000 invånare. En tjänade mindre än 10 000 kr och den andra tjänade mellan 15 001 och 20 000 kr. Båda var gymnasieutbildade och tittade på linjär tv upp till en timme per dag.

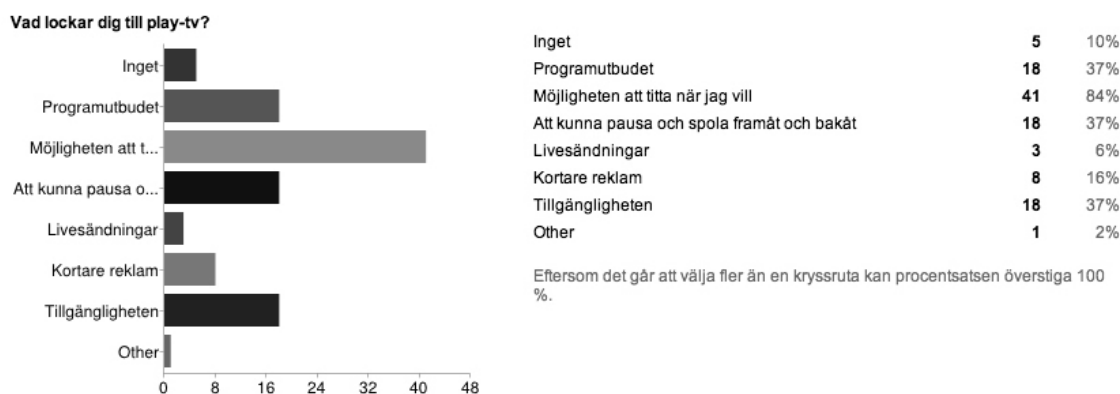


Figur 7. Den procentuella fördelningen över hur många timmar respondenterna tittade på play-tv varje dag.

Vad som lockar med play-tv för respondenterna undersöktes genom att ställa en åttonde fråga (se figur 8). Fem personer fann ingenting lockande med play-tv, 18 personer lockades av programutbudet, 41 personer lockades av möjligheten att titta när de vill, 18 personer

uppskattade möjligheten att kunna pausa och spola framåt och bakåt, tre personer lockades till livesändningar, åtta personer gillade att det är kortare reklam på play-tv och 18 personer lockades av tillgängligheten. En person lockades av något annat, där fanns följande kommentar:

”Har jag missat programmet så har jag”



Figur 8. Den procentuella fördelningen över vad respondenterna tyckte lockade till play-tv.

Den nionde frågan syftade till att svara på vad respondenterna avskräcks av när det gäller play-tv (se figur 9). Den största andelen, 22 personer, fann ingenting avskräckande i play-tv. Sex personer tyckte inte om att det är mer jobb för att byta kanal, tio personer tyckte att skärmen på datorn är för liten, sex personer ansåg att programutbudet är avskräckande, två personer fann tillgängligheten avskräckande och en person tyckte att en dator tar för stor plats. Elva personer hade en övrig åsikt om vad som är avskräckande, där fanns följande kommentarer:

”Är inte så TV-bunden att jag måste se något.”

”bildkvaliteten”

”Dålig streamkvalitet”

”Dålig kvalitet”

”programmet kan stanna upp om de är många som tittar/seggt Internet.”

”obekvämt”

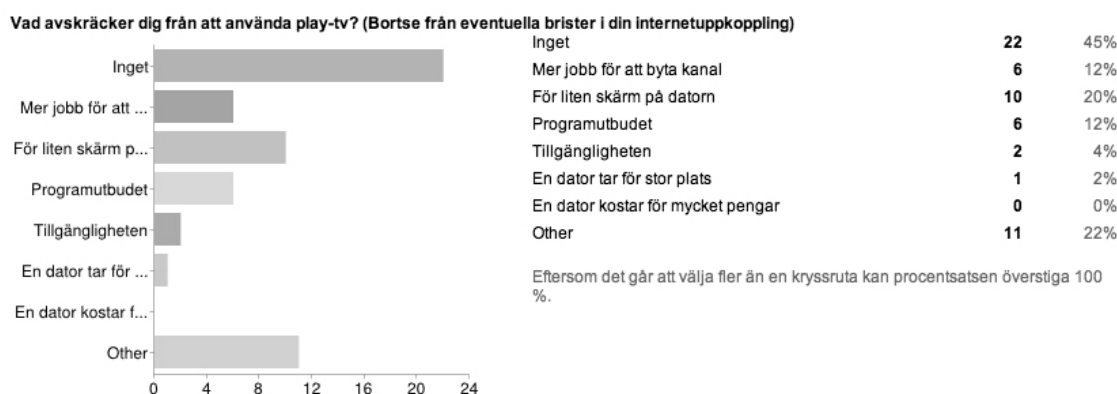
”ingen skön soffa!”

”Ska jag kolla på någonting kolla jag ”live” på TV, missar jag så kollar jag inte på Play.

Förmodligen pga slöhet och att jag aldrig börjat använda Play.”

”För jobbiga spelare, SVT play är ett undantag”





Figur 9. Den procentuella fördelningen över vad respondenterna tyckte avskräckte dem från att använda play-tv.

Med den tionde frågan var avsikten att ta reda på vilka program respondenterna tittar mest på genom play-tv (se figur 10). 36 personer svarade "Underhållning", åtta personer svarade "Fakta" och fem personer svarade "Inget".



Figur 10 visar den procentuella fördelningen över vad respondenterna tittade mest på för program genom play-tv.

Den elfte frågan var direkt kopplad till undersökningens huvudfråga, respondenterna fick svara på om de skulle titta på tablåstyrda sändningar på Internet (se figur 11). 31 personer svarade "Nej" och 18 personer svarade "Ja".

Av de 18 personer som svarade "Ja" hade alla utom en tillgång till både linjär tv och play-tv. Den som inte hade tillgång till båda två hade endast tillgång till linjär tv. En av de 18 personerna var under 20 år, fyra var mellan 41 och 65 år och 13 var mellan 20 och 30 år.

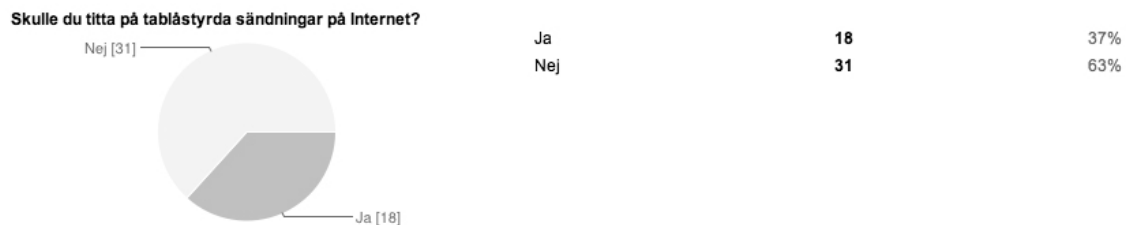
Nio personer tjänade under 10 000 kr, två personer tjänade mellan 10 000 och 15 000 kr och en person tjänade mellan 15 001 och 20 000 kr. Sex personer tjänade mellan 25 001 och 50 000 kr.

Hälften av den här svarsgruppen bodde i en stad med över 500 000 invånare. Fyra personers bostadsort hade mellan 80 001 och 150 000 invånare, tre personer bodde i en stad med mellan 150 000 och 500 000 invånare och två personer bodde i en ort med mellan 5 000 och 30 000 invånare. Den sista bodde i en ort med mellan 30 000 och 80 000 invånare.

Nio personer var gymnasieutbildade och sju personer var högskoleutbildade (varav fem personer med längre än tre års utbildning). En person var KY-utbildad och en person var grundskoleutbildad.

En person tittade ingenting på linjär tv varje dag, sex personer tittade upp till en timme, åtta personer tittade mellan en och tre timmar och tre personer tittade mellan tre och fem timmar på linjär tv varje dag.

Nio personer tittade ingenting på play-tv och lika många tittade upp till en timme om dagen.



Figur 11. Den procentuella fördelningen över hur många av respondenterna som skulle titta på tablåstyrda sändningar på Internet.

# 5 Diskussion

*I detta kapitel diskuteras studiens resultat och delfrågorna från problemformuleringen besvaras. Kapitlet avslutas med metodkritik.*

## 5.1 Intervju

*Här diskuteras resultaten från intervjuerna.*

### 5.1.1 Vad tycker tv-bolagen om playkanaler som det primära valet av tv-konsumtion och utformningen av dess sändningar?

Samtliga intervjuade personer ansåg att för tillfället skall det fortfarande vara traditionell tv som är det primära valet då enligt Åström detta är en inkomstkälla på hundratals miljoner genom tv-operatörerna som ännu inte går att ersätta för sändningar på Internet. Samtidigt menar samtliga att det kommer att bli mer och mer tv på Internet och att denna intäkt då måste ersättas och att branschen behöver omformas istället för att hålla fast vid systemet som finns idag och dess inkomster. Då tekniken som den ser ut idag innebär att kostnaderna för företagen ökar för varje extra ström över Internet är detta också något som i dagsläget talar för att tv-bolagen föredrar traditionell tv som det primära valet. Om kanalerna däremot skulle vara små och nischade skulle tv på Internet vara det bästa systemet ekonomiskt.

Under intervjuerna var även samtliga inne på att det krävs modifieringar av formatet på playkanalerna. Åström menar att tablåsändning även kommer att vara viktigt där, Björkman säger att det behövs något sorts kanaltänk för att konsumenterna lättare skall hitta det de är ute efter och Erixon anser att det kommer att behövas en angiven publiceringstid så att konsumenterna vet när de kan börja titta på nästa avsnitt av sin favoritserie. Även om endast Åström säger direkt att tablå-tv är något som kommer att behövas på playkanalerna så är de andra förslagen även inspirerade av tablå-tv och stämmer överens med Jenkins åsikter om att tv-bolagen inte endast kan ta gammalt material till ett nytt medium utan att de måste anpassa materialet efter mediet.

Samtliga som intervjuades var inne på att det primära valet för tv-tittande handlar om teknik och ekonomi, och inte lika mycket om formatet de sänds i. Alltså behövs en teknikutveckling av internetsändningarna och förändring av det ekonomiska inom branschen innan tv-bolagen vill se playkanalerna som det primära valet för konsumenterna.

### **5.1.2 Finns det tydliga urskiljningar av vilka som använder play-kanalerna och varför?**

Det var svårt för intervjupersonerna att dra några generella slutsatser om vilka som tittar på webb-tv. De var överens om att det blir vanligare och att fler och fler börjar vänja sig vid att titta på tv genom datorn.

En tydlig urskiljning är att barns tv-aktivitet på Internet är vanligare än via traditionell tv. Det kan bero på att småbarnsföräldrar är tidiga med att introducera dem till korta videoklipp där. Det är ett format som passar otåliga barn som vill ha snabba förändringar. Björkman ansåg också att ju yngre en person är, desto lättare är det att ändra sina vanor. Nu har playkanaler funnits en längre tid vilket har gjort att många äldre också har hittat dit och skaffat nya vanor. För barn handlar det snarare om att från början ”skyfflas” in i vanor.

Erixon ansåg att det krävs ett visst teknikintresse för att koppla datorn till tv-skärmen vilket kan ha gjort att många har valt att inte sätta sig in i tekniken som krävs för att göra det. Just nu är det mer en sysselsättning för individer än för grupper att titta på webb-tv men när Internet introducerats i tv-apparaten kan det hända att aktiviteten återgår till soffan. Vid åskådande av Rubins teori här skulle den rituella användaren inte visa tillräckligt engagemang för ett sådant teknikintresse.

Både Björkman och Åström berättade att tv-tittandet på webben följer samma kurva som tittandet på linjär tv. Enligt Åström ökade dock webbtittandet på helgerna medan det inte gjorde det på samma sätt för traditionell tv. Det kan handla om att webb-tv just nu är ett medium för att titta ikapp det som missats och då kan det vara så att det finns mest tid för det på helgen när de flesta är lediga. Björkman sade också att det går att se en liten ökning för webbtittandet under lunchtid.

Erixon ansåg att det var främst programinnehållet som avgör vad som passar bäst på Internet och där tyckte Björkman att det fanns ett samband mellan popularitet och manusbundna produktioner. En annan faktor var hur aktuellt i tid programmet är. Att se på nyheter på Internet är till exempel inte populärt alls eftersom det är väldigt tidsbundet. Det kan bero på att det finns en tanke i många människor att webb-tv bara är en on demand-tjänst för att titta ikapp.

### **5.1.3 Vad finns det för för- och nackdelar med internetbaserade tv-sändningar för distributörer?**

Då intervjuerna endast utfördes med en person från ett företag med reklamkanaler var det endast Åström som hade någonting att tillföra till diskussionen om för- och nackdelar kring reklamintäkterna. Hans svar att reklamintäkterna är större för de linjära tv-sändningarna var ganska väntat. För TV4 ökade reklamintäkterna däremot mer för playkanalen än för de linjära kanalerna, vilket kan bero på lite olika orsaker. Den större ökningen kan delvis bero på ett mer aktivt arbete för nya annonsörer i kombination med att det finns fler outnyttjade

möjligheter för reklam än vid de traditionella tv-sändningarna. Då det är lättare för kunderna att undvika reklamen på de linjära sändningarna enligt Logan skulle då detta också kunna vara en anledning till att reklaminvesteringen ökar mer för playkanalen. I och med att det är svårare att undvika reklamen på playkanalen kan detta också anses som en anledning för reklamköparna att fortsätta sina investeringar på playkanaler då det är större chans att de tittande faktiskt också ser på reklamen, vilket skulle kunna leda till att fler reklamköpare väljer att endast investera i reklam för playkanalen. Åström nämner också att TV4 försöker göra det så likvärdigt som möjligt att köpa reklam för de linjära kanalerna som för playkanalerna vilket då underlättar för kunderna att hellre köpa reklam på Internet. Då det i dagsläget ändå är betydligt fler tv-tittare på de linjära kanalerna är nog inte risken så stor att de blir utan kunder som vill köpa reklam.

Vad gäller distributionskostnader har vi tidigare tagit upp att kostnaderna ökar för varje extra kund som tittar på playkanalerna medan det mest är grundkostnaden och uppbyggnaden av infrastrukturen som kostar vid traditionella sändningar. Däremot nämner Erixon tekniken multicast som skulle ge möjligheten att sända till lika många kunder som för de traditionella kanalerna samt till en lägre kostnad än som det är nu för playkanalerna. Dock verkar denna teknik vara hindrad av bredbandsleverantörerna och hopplöst att den kommer att komma till användning för kommersiell tv-distribution.

En av de stora delarna med mediekonvergens är som tidigare sagts att man kan utföra tjänster som tidigare tillhörde ett medium i ett annat medium, till exempel att det nu går se på tv genom datorn och på Internet. Eftersom de flesta tv-kanalerna nu har både linjära tv-kanaler och playkanaler innebär att tv-sändningarna på internet är en del av kanalernas multimediestrategi och att kanalerna tagit tillvara på mediekonvergens. Fördelen med detta är att kanalerna kan ta vara på de positiva egenskaperna hos båda medierna. Enligt Jenkins måste tv-bolagen som tidigare sagts använda den nya tekniken som ett hjälpmedel och inte som ersättning av den gamla tekniken. Alltså är det enligt Jenkins den bästa metoden att inte låta tv-sändningarna över Internet ersätta de traditionella tv-sändningarna utan att det precis som idag skall användas som ett komplement.

En nackdel med tv-sändningar på Internet är att det lätt kan bli så att bolagen använder sig av en så kallad "skyffel"-teknik som tidigare nämnts, då bolagen "skyfflar" över gammalt material till nya medium. För att ha en fungerande multimediestrategi behöver då bolagen tänka på att anpassa innehållet efter mediet och om detta fungerar så drar företaget nytta av mediekonvergens.

## 5.2 Enkätundersökning

*Här diskuteras resultaten från enkätundersökningen.*

### 5.2.1 Vad är det som lockar konsumenter till linjär tv-formatet när de egentligen kan välja själva vad de vill se och när de vill se det?

Utifrån vår undersökning visade det sig att 47 av de 49 respondenterna har tillgång till linjär tv i sitt hem och 48 av de 49 svaranden har tillgång till play-tv. Alltså har fler tillgång till play-tv än till linjär tv, om än ytterst marginellt. Trots detta är det endast 30 av 49 respondenter som ser på play-tv på daglig basis medan 42 av 49 ser på linjär tv på en daglig basis. Vad kan då detta bero på? Givetvis har detta med tradition att göra då traditionell linjär tv är ett äldre medium än vad webb-tv är och något som de flesta respondenterna är uppväxta med. Men utöver tradition är det ju även aktiva val som av någon anledning får de allra flesta att välja traditionell tv framför webb-tv. Vi ser dock att av våra 49 respondenter så är det inte så många fler som ser på traditionell tv på daglig basis som på play-tv. Däremot om vi tittar på antalet timmar de svarande ser på respektive format så ser vi att majoriteten av de som ser på play-tv ser på detta upp till en timme per dag medan majoriteten av linjär tv-tittarna ser på detta en till tre timmar per dag. För att se varför de svarandena väljer linjär tv är det även intressant att se varför de inte gör det. I vår undersökning svarar majoriteten att de avskräcks till att använda linjär tv på grund av reklamen. Reklam visas dock även i play-tv och är svårt att komma ifrån vid konsumerande av kommersiella kanaler. Nästa stora anledning som gjorde att folk avskräcktes från användande av linjär tv var programutbudet. Programutbudet är då inte heller något som är större på playkanalerna för tillfället då de program som visas i de flesta playkanaler, till exempel SVT Play och TV4 Play som nämnts tidigare, är avsnitt från program som redan sänts på deras linjära tv-kanaler.

Om vi då tittar på hur de svarande har besvarat frågan vad som lockar dem till linjär tv i enkätundersökningen har vi en del olika svar. Där svarade ändå den största andelen att programutbudet var det som lockade även fast en stor andel även ser programutbudet som något avskräckande. 37 av de 49 respondenterna svarade att de mest ser på nöjesprogram på linjär tv och det är alltså det programutbudet de är ute efter. Möjligheten att byta kanal med ett knapptryck var den anledning som näst störst andel hade valt. Detta är då ett attribut som skiljer sig stort mellan traditionell tv och webb-tv. För den som ser på webb-tv men vill byta program måste personen stänga ner det den ser på, hitta ett annat program på samma playkanal eller gå till en annan playkanal och titta i deras programutbud för att starta ett nytt program. Efter dessa två anledningar kom två andra anledningar med nästan lika stora andelar, dessa var tillgängligheten och att det alltid är något igång på någon kanal. Anledning två här kan även den kopplas samman med att det är mycket lättare att byta kanal och framförallt att det lätt går att hitta ett program att se utan att ha förutbestämt vilket program är av intresse. Tillgängligheten valdes som sagt också utav en stor andel av de

besvarande av enkäten. Att tänka på då är att det var fler som svarade att de hade tillgång till en dator att se play-tv på än att de hade tillgång till traditionell tv, dock ytterst marginellt. Även vid tanken sig att på skolor och arbetsplatser finns det stor tillgång till datorer men oftast inte alls lika stor tillgång till traditionell tv. Alltså är tillgängligheten till webb-tv ändå större, vid tanken att internetuppkopplingen inte är ett bekymmer.

### **5.2.2 Vad gör att konsumenterna inte lockas till webb-tv?**

Eftersom majoriteten som tidigare nämnts fortfarande väljer traditionell tv framför webb-tv borde det då finnas något med webb-tv som avskräcker användarna. Enligt vår enkätundersökning svarade den största andelen, 22 av 49, att det inte är någonting som avskräcker dem från att använda play-tv. Detta var en stor andel men inte majoriteten av respondenterna. Vi ser då antydningar till att många inte ser några hinder med webb-tv, fast trenden är ändå att de flesta stannar kvar vid traditionell tv. Det måste då bero på att fördelarna med traditionell tv är vad som lockar konsumenterna och inte nackdelarna med play-tv.

I övrigt var de två av de andra alternativen som hade störst andelar: "För liten skärm på datorn" och "Övrigt". Den första delen av dessa är då alltså inte heller en nackdel med formatet play-tv utan en nackdel med den teknik konsumenterna tillhanda har för att se formatet. Av de som svarat "Övrigt" hade ett flertal skrivit egna anledningar för dessa som handlade om olika saker som att de inte har någon bekväm soffa framför datorn och att bildkvaliteten och streamingen fungerar dåligt. Då ser vi att det är själva tekniken eller omständigheter runtomkring som avskräcker även dessa från att använda sig av webb-tv, men det är ändå endast 4 av 49 som avskräcks av dålig bild- eller streamingkvalitet då även konsumentens internetuppkoppling kan vara anledningen till problemet.

### **5.2.3 Finns det tydliga urskiljningar av vilka som använder playkanalerna och varför?**

Att jämföra webb-tv med traditionell tv och dess tittare vore enkelt vid applikation av teorin från Rubin, där han pekade på att det finns två typer av användare. I en sådan indelning skulle webb-tv-tittaren vara den instrumentella användaren, som är mer målinriktad och tittar för att tillfredsställa ett informationsbehov. Linjär tv-tittaren skulle vara den rituella användaren som blir matad med information och tittar med litet engagemang som tidsfördriv eller för underhållningen. Det är dock inte lika lätt som det ser ut att dela in användarna i dessa grupper, exempelvis har programmen som den rituella användaren tittar mycket på (till exempel nyheter, sport och evenemang) ett nyhetsvärde som gör att det lämpar sig bäst att se vid förstasändningen. En sådan tolkning gör att tablå-tv på Internet passar bra för både den rituella och den instrumentella användaren.

Enkätundersökningen visade att de som tittar lite på traditionell tv också tittar lite på webb-tv. Alla sju personerna som inte tittade någonting alls på traditionell linjär tv, tittade

maximalt en timme på play-tv per dag. Av de 15 personer som tittade upp till en timme på linjär tv var det två personer som tittade mellan en och tre timmar på play-tv per dag. De resterande tittade mellan noll och en timme på play-tv per dag. De två som tittade mest på play-tv tittade maximalt en timme på linjär tv per dag. Detta skulle kunna betyda att play-tv har ersatt deras linjära tv-konsumtion.

Det finns både skillnader och likheter i vad som lockar tittarna till linjär tv och play-tv. Tillgängligheten och programutbudet är en egenskap, som både linjär tv och play-tv har, som lockar tittarna till dessa kanaler. Med play-tv urskiljer sig användaren eftersom den vill ha möjligheten att titta när de vill samt kunna pausa och spola framåt och bakåt. Detta, tillsammans med att en majoritet avskräcks från reklamen på linjär tv tyder på att play-tv har en publik som vill kunna bestämma själva.

Ytterligare en särskiljning kan sägas vara att play-tv-tittaren dras mer till faktaprogram än linjär tv-tittaren men det är på svaga grunder vi påstår det. Detta går också att knyta an till Rubins teori om den instrumentella och rituella användaren, där den instrumentella tittar mer för att tillfredsställa ett informationsbehov.

Vår undersökning tyder inte på att det finns några tydliga urskiljningar av vilka som använder webb-tv men det som tagits upp ovan pekar på att det finns skillnader i deras mål med de olika kanalerna. Som Jenkins menar är dagens mediesituation svårtolkad, där gamla och nya medier kompletterar varandra på komplexa sätt.

#### **5.2.4 Vad finns det för för- och nackdelar med internetbaserade tv-sändningar för användare?**

Den största fördelen med play-tv enligt de svarande i vår enkät är möjligheten att titta när de vill, detta i likhet med att Jenkins anser att en av de stora fördelarna med internetbaserad tv är att användaren får mer kontroll och kan styra själv. Från resultaten från enkätundersökningen ser vi även att en stor andel av de svarande angav att de lockas till play-tv på grund av tillgängligheten. Som tidigare nämnts är tillgängligheten stor då det finns tillgång till datorer nästan överallt, även om för dem som inte har med sig en bärbar dator. Möjligheten att spola fram och tillbaka i programmen samt programutbudet var även dessa svar från en stor del av respondenterna i enkätundersökningen om varför de lockas till play-tv. Det går dock inte att säga att programutbudet är en fördel för play-tv då de program som visas oftast också visas på kanalernas linjära tv-sändningar.

När det kommer till reklam finns det både fördelar och nackdelar med play-tv, som Logan förklarar så är reklamdistributionen rätt likt då programmet och reklamen går i intervaller. Däremot på de flesta playkanaler är reklamsändningarna kortare än på traditionell tv, men istället är det fler visningar.



En annan skillnad är att reklamen på linjär tv är regional och inriktad för just det område konsumenten befinner sig i, vilket den inte är på playkanalerna. Det går även inte att undvika reklamen lika lätt på play-tv som i linjär tv genom till exempel ”zapping”, vilket vissa konsumenter kan anse som en nackdel.

## 5.3 Metodkritik

Enkätundersökningens huvudsakliga spridningsforum var över det sociala mediet Facebook. Detta innebär att majoriteten av de svarande på enkäten var personer som är vän med oss som skapade enkäten på Facebook. Detta kan då innebära att det har blivit en större andel besvarande inom en viss ålder, geografisk tillhörighet och övrig bakgrund än vad som är representativt för den svenska befolkningen i allmänhet. Det kan då vara svårt att dra generella slutsatser utifrån denna enkät, men dessa kan ändå ses som antydningar till personers åsikter, användande av och tankar om tablå-tv och linjär tv. Eftersom antalet respondenter endast var 49 stycken kan inte resultatet från enkätundersökningen sägas vara generell då antalet respondenter är väldigt lågt.

Intervjuerna utfördes med tre stycken intervjuobjekt som representerade SVT, TV4 samt en person som är kunnig inom området utan att vara bunden till något tv-bolag. Resultaten från dessa kanske inte kan anses vara representativa för samtliga bolag inom branschen men ändå en stor del av den då objekten täcker in representanter från vinstdrivande bolag, public service samt åsikter och kunskaper som inte är bundna till något specifikt tv-bolag.

Då vi som utförde intervjuerna var intresserade av företagets åsikter kan det under intervjuerna vara svårt att skilja på den intervjuandes personliga åsikter och åsikter som gäller för företaget i helhet. Vad gäller intervjun med Erixon som är oberoende av ett företag är det ju även högst personliga åsikter och säkerligen inte representativt för samtliga personer med kunskap om ämnet som inte är bunden till något företag.

## 6 Slutsats

*Här följer svar på problemformuleringens huvudfråga. Dessutom ges rekommendationer för fortsatta studier inom området.*

### 6.1 Kan svenska playkanaler komplettera sitt utbud med tablåstyrda sändningar för att locka fler konsumenter?

Av resultaten som är framtagna i denna rapport ser

delade meningar angående tablå-tv på Internet. Linjär tv är fortfarande det tv-format som lockar flest konsumenter och kommer att fortsätta ha stor betydelse men kommer antagligen att minska både i tittarantal och i betydelse. Av resultaten framkommer också att playkanalerna är mer som ett komplement till de linjära kanalerna då tekniken och utformningen av tv-branschen idag är sådan att inkomsterna blir de största och kostnaderna per tittare blir de minsta vid linjära tv-sändningarna. Resultaten är också entydiga att playkanalerna kommer att få allt större betydelse och att dessa tekniksvårigheter och utformningen av tv-branschen kommer att övervinnas och förändras med tiden. Även rättighetsfrågor är något som håller på att förändras och behöver förändras ännu mer för att playkanalerna skall kunna utvecklas.

Av resultaten framgår att användare av webb-tv inte alltid vet vad de vill se och på så sätt kan en färdig tablå hjälpa till att hitta det de söker efter. För att webb-tv-tittandet ska öka måste det komma ett lättare verktyg för att koppla ihop datorn med tv-skärmen samt ett smidigare sätt för att byta kanal i webb-tv.

Resultaten visar att det krävs tydliga förändringar för att playkanalerna skall bli större, hur de skall förändras är lite tvetydigt men samtliga åsikter från resultaten är inspirerade av de traditionella tv-sändningarna. Dels har det blivit sagt att tablå-tv på Internet kommer vara ett behov, dels att playkanalerna behöver delas upp i flera underkanaler för att konsumenterna lättare skall hitta vad de är intresserade av. Det har också blivit sagt att det behövs en publiceringstid och möjlighet att bygga upp en hype kring publiceringen av nya program så att konsumenterna vet när de skall titta för att vara först.

Av detta drar vi slutsatsen att tablå-tv på Internet kommer i framtiden, när vissa svårigheter är lösta, att vara ett sätt för playkanalerna att locka fler konsumenter. Däremot behöver det inte vara så att införande av tablå-tv som helhet är det som ger det bästa resultatet men att det

behövs aspekter från de traditionella tv-sändningarna. Konceptet kan istället behöva modifieras för att åstadkomma en välutformad mediekonvergens.

## 6.2 Fortsatta studier

I det här arbetet har en del begränsningar funnits. Tidsperioden har inte varit optimal och budgeten har varit obefintlig, detta medförde att antalet personer som svarade på enkäten inte var bästa möjliga. Det skulle vara intressant att göra den här undersökningen på en högre nivå med fler testpersoner. Eventuellt skulle användandet av fokusgrupper kunna ge intressanta och annorlunda svar på problemet. Tv-branschen är i ständig förändring och det är alltid intressant att undersöka i ämnet.

# Litteraturlista

- Bardoel, J. & d' Haenens, L., 2008. Public Service Broadcasting in Converging Media Modalities . *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* , 14 (3 ), pp.351-360. Available at:  
<http://con.sagepub.com/content/14/3/351.abstract>.
- Ernst & Young, 2009. *TV-marknaden i Sverige*, Available at:  
[http://www.kkv.se/upload/Filer/Trycksaker/Rapporter/rap\\_2009-4\\_ernst-young.pdf](http://www.kkv.se/upload/Filer/Trycksaker/Rapporter/rap_2009-4_ernst-young.pdf).
- Ha, L. & Chan-Olmsted, S.M., 2004. Cross-Media Use in Electronic Media: The Role of Cable Television Web Sites in Cable Television Network Branding and Viewership. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 48(4), pp.620-645. Available at:  
[http://dx.doi.org/10.1207/s15506878jobem4804\\_6](http://dx.doi.org/10.1207/s15506878jobem4804_6).
- Hempel, J., 2011. What the Hell is Going on With TV? *Fortune*, 163(1), pp.50-56. Available at:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsh&AN=57722228&site=ehost-live>.
- Jenkins, H., 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York: New York University Press.
- Jenkins, H., 2004. The Cultural Logic of Media Convergence . *International Journal of Cultural Studies* , 7 (1 ), pp.33-43. Available at:  
<http://ics.sagepub.com/content/7/1/33.abstract>.
- Kerschbaumer, K., 2000. TV & the Internet: Old meets new. (cover story). *Broadcasting & Cable*, 130(40), p.54. Available at:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsh&AN=3596739&site=ehost-live>.
- Logan, K., 2011. Hulu.com or NBC? *Journal of Advertising Research*, 51(1), pp.276-287. Available at:  
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsh&AN=59484617&site=ehost-live>.
- Post- och telestyrelsen, 2012. *Underlag till MRTVS:s rapport om SVT:s täckningskrav i marknätet*, Stockholm.
- Robson, C., 2002. *Real World Research*, Wiley-Blackwell Publishing.

- 
- Rubin, A.M., 1984. Ritualized and Instrumental Television Viewing. *Journal of Communication*, 34(3), pp.67-77. Available at: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1460-2466.1984.tb02174.x>.
- Teracom Group, 2010. *Teracom Group Årsredovisning*, Available at: [http://www.teracom.se/Documents/Rapportarkiv/Arsredovisningar/2010/AR\\_Teracom\\_2010.pdf](http://www.teracom.se/Documents/Rapportarkiv/Arsredovisningar/2010/AR_Teracom_2010.pdf).
- De Vries, T., Köster, T. & Stridbäck, U., 2011. *Medieutveckling 2011*, Mölntycke. Available at: [http://www.radioochtv.se/Documents/Publikationer/Medieutveckling\\_2011.pdf](http://www.radioochtv.se/Documents/Publikationer/Medieutveckling_2011.pdf).
- Wikipedia, 2012. Lista över webb-TV i Sverige. Available at: [http://sv.wikipedia.org/wiki/Lista\\_över\\_webb-TV\\_i\\_Sverige](http://sv.wikipedia.org/wiki/Lista_över_webb-TV_i_Sverige) [Accessed May 14, 2012].

# Bilaga 1: Intervjufrågor

- Vad anser ni vara det primära syftet för webb-tv?
- Skulle det vara önskvärt att ha webb-tv som det primära valet? Varför/varför inte?
- Hur ser framtiden ut för tablå-tv?
- Vad finns det för skillnader i distributionskostnader mellan linjär tv och webb-tv?
- Hur skiljer sig reklamintäkterna mellan linjär tv och webb-tv?
- Är det några speciella skillnader när det gäller livesändningar på webben istället för förinspelade program jämfört med linjär tv?
- Vad var syftet med att införa livesändningar på webben? Hur ser framtiden för dessa ut?
- Finns det tydliga urskiljningar av vilka som använder play-kanalen? På vilket sätt?

# Bilaga 2: Enkätfrågor

Kön:

- Man
- Kvinna

Ålder:

- < 20 år
- 20 – 30 år
- 30 – 40 år
- 40 – 65 år
- > 65 år

Hur många bor det i den stad/ort du bor i?

- < 5 000 invånare
- 5 000 – 30 000 invånare
- 30 000 – 80 000 invånare
- 80 – 150 000 invånare
- 150 000 – 500 000 invånare
- > 500 000 invånare

Vad är din högst avslutade utbildning?

- Grundskola
- Gymnasium
- KY-utbildning
- Högskoleutbildning, upp till tre år
- Högskoleutbildning, tre år och uppåt

Hur stor nettoinkomst har du varje månad?

- < 10 000 kr
- 10 000 – 15 000 kr
- 15 000 – 20 000 kr
- 20 000 – 25 000 kr
- 25 000 – 35 000 kr
- 35 000 – 50 000 kr
- > 50 000 kr

Har du tillgång till linjär (traditionell) tv i ditt hem?

- Ja
- Nej

Har du möjlighet att se på play-tv med en dator i ditt hem?

- Ja
- Nej

Hur många timmar om dagen kollar du på linjär tv?

- 0 timmar
- < 1 timme
- 1 – 3 timmar
- 3 – 5 timmar
- > 5 timmar

Hur många timmar om dagen kollar du på play-tv på datorn (SVT Play, TV4 Play osv)?

- 0 timmar
- < 1 timme
- 1 – 3 timmar
- 3 – 5 timmar
- > 5 timmar

Vad lockar dig till linjär tv?

- Inget
- Programutbudet
- Möjligheten att byta kanal med ett knapptryck
- Alltid något som är igång på de flesta kanaler
- Tillgängligheten
- Övrigt

Vad lockar dig till play-tv?

- Inget
- Möjligheten att titta när jag vill
- Att kunna pausa och spola fram- och tillbaka
- Livesändningar
- Kortare reklam
- Programutbudet
- Tillgängligheten
- Övrigt

Vad avskräcker dig från att använda linjär tv? (Bortse från eventuella brister i ditt tv-nät)

- Inget
- Reklam
- Programutbudet
- Tillgängligheten
- Övrigt

Vad avskräcker dig från att använda play-tv? (Bortse från eventuella brister i din internetuppkoppling)

- Inget
- Mer jobb för att byta kanal
- Liten skärm på datorn
- Programutbudet
- Tillgängligheten
- Övrigt

Vilka slags program tittar du mest på genom linjär tv?

- Inga
- Underhållning
- Fakta



Vilka slags program tittar du mest på genom play-tv?

- Inga
- Underhållning
- Fakta

Skulle du titta på tablåstyrda sändningar på Internet?

- Ja
- Nej

