



EXAMENSARBETE INOM TEKNIK,
GRUNDNIVÅ, 15 HP
STOCKHOLM, SVERIGE 2017

En studie i studenters tv-tittande: Aspekter av binge-watching och maratontittande

LINNÉA GRANLUND

MAGDALENA OKUROWSKA

En studie i studenters tv-tittande: Aspekter av binge-watching och maratontittande

Magdalena Okurowska
Kungliga Tekniska Högskolan
Stockholm

Skolan för Datavetenskap och Kommunikation
Avdelning Medieteknik och Interaktionsdesign
moku@kth.se

Linnéa Granlund

Kungliga Tekniska Högskolan
Stockholm

Skolan för Datavetenskap och Kommunikation
Avdelning Medieteknik och Interaktionsdesign
lingra@kth.se

ABSTRACT

Sedan TV-apparaten uppfanns har man varit begränsad till linjär-TV, både när det gäller utbud och antal avsnitt. Antalet kanaler har ökat och därigenom även antalet program användaren kan kolla på. Men tittandet sker fortfarande på en och samma stationära TV. Med utvecklingen av Video on Demand-tjänster (VoD) kom möjligheten att titta på serier var man vill och hur man vill. Detta nya medium utvecklade nya tittarmönster. Ett av dessa är binge-watching som inte så många har hört talas om men som många har en stor koppling till. Begreppet innebär att konsumenten ägnar sig åt att sträcktitta på en TV-serie. De flesta digitala tjänster försöker fokusera på att behålla publiken en längre tid framför skärmen för att tjäna mer pengar och därför utvecklar de plattformar med funktioner som uppmuntrar till binge-watching. Det är av intresse för hela samhället att förstå varför vi blir övertalade att titta längre på serier för att kunna förstå sina tittarbeteende och därigenom kontrollera dem.

Syftet med vår studie är att undersöka vilka faktorer som uppmuntrar mest till binge-watching. För att svara på vår frågeställning ska vi också svara på arbetsfrågorna: "Vilka faktorer hos Netflix och Viaplay uppmuntrar mest till binge-watching?" och "Vilka externa faktorer uppmuntrar till binge-watching?" För att få svar på de frågorna har 17 medieteknikstudenter från KTH dagligen under en hel vecka fått svara på en logg angående sina tittarvanor. Vi har också genomfört semistrukturerade intervjuer för att kunna fördjupa oss i deras användning av VoD-tjänster. Vårt arbete gav bra och användbara resultat med hjälp av de kvalitativa - och kvantitativa metoder vi skapade. De kan användas i en framtida undersökning om tv-tittande för att nå en publik som binge-watcher och därigenom utveckla studien.

Resultatet visade att den automatiska uppspelningsfunktionen påverkar tittarna till att fortsätta titta vidare på en serie där bara 5 av användarna kunde motstå funktionen. Vi kom också fram till att tittarmiljön och valet av elektronisk enhet bidrog till ett ökat maratontittande. Mer än hälften av deltagarna föredrog att titta på serier på en större skärm. Många av dem erkände att TV och en skön soffa eller säng uppmuntrar till binge-watching. Undersökningen visade också att det inte bara är tekniska

funktioner som uppmuntrar till binge-watching utan också tiden som användaren kan ägna åt deras tittande samt orsaken till tittandet.

Studien visade att många funktioner hos båda VoD-tjänsterna liknar varandra. Den största skillnaden var att i Viaplay är det möjligt att pausa den automatiska uppspelningsfunktionen medan Netflix kan man inte pausa nedräkningen. Ingen av våra deltagare kände till den möjligheten hos Viaplay och därför kunde vi inte dra några slutsatser kring huruvida denna skillnad mellan tjänsterna uppmuntrar till binge-watching.

1. INLEDNING

1.1 Bakgrund

Utvecklingen av Video on Demand-tjänster (VoD) har möjliggjort för användarna att se bortom vanlig linjär tv. Teknikens utveckling har också medfört en förändring i hur vi tittar på medieinnehåll och på vilka plattformar. 2015 hade 2,5 miljoner svenskar tillgång till tjänsterna som Netflix, Viaplay, HBO och deras motsvarigheter. Sedan dess har siffran stigit ytterligare [1].

1.1.1 Netflix

Netflix grundades av Reed Hastings och Marc Randolph 1997. Både hade intresse inom webbsidor och teknologi och fick därför en idé att skapa en webbsida som möjliggjorde enkel uthyrning och inköp av DVD-filmer. 1998 slutade Netflix med försäljning av DVD-skivor när jätten Amazon kom in på marknaden. Året därefter startade de en prenumerationstjänst som erbjöd obegränsade DVD-filmer för en låg månadsavgift. Snart ingick de partnerskap med flera produktionshus såsom Columbia Pictures, Warner Bros om att släppa deras filmer först enbart på Netflix hemsida [2].

År 2005 hade antal prenumeranter växt till 4.2 miljoner och 2007 introducerade Netflix streaming som tillåter användare att titta på filmer på deras egen dator. Under de kommande åren utvecklade de sin tjänst och blev partner med flera företag för att kunna streama innehåll på Xbox, PS3 och Apple enheter. Efter 2010 utökade de sin verksamhet till länder som Kanada, Sydamerika och Karibien. 2012 lanserades den i Europa med fokus på de Nordiska länderna och Storbritannien [2].

Idag är Netflix en världsledande tjänst som erbjuder streaming av filmer, serier och dokumentärer online med över 93 miljoner användare i över 190 länder. Distributionskanalen är primärt internet via dess tjänsteleverantörer [2].

1.1.2 Viaplay

Viaplay lanserades samma år som Netflix med namnet Viasat OnDemand. Tjänsten erbjuder filmer och serier men även sport till ett fast månadspris i de nordiska länderna samt Baltikum [3]. I mars 2011 bytte de namn till Viaplay och är nu en del av MTG AB (Modern Times Group) som sträcker sig över sex kontinenter och omfattar även radiokanaler, TV-tjänster och onlineproduktion [4].

Idag har användare möjligheten att streama på Viaplay obegränsat innehåll eller hyra/köpa filmer och sport styckvis, med en pay-per-view. Viaplay har rättigheter att sända Uefa Champions League, Premier League, NFL, Formel 1 och många andra events. Precis som Netflix är tjänsten tillgänglig på alla enheter som Xbox, PS, Mac eller Android, via internets tjänsteleverantörer [3].

1.1.3 Binge-watching

Begreppet binge-watching används flitigt idag inom VoD men är inte så välkänt hos tittarna. Binge-watching innebär att man som konsument ägnar sig åt att maratontitta på en TV-serie eller filmer. Själva ordet binge syftar på en handling av tvångsmässig eller överdriven konsumtion av t.ex. alkohol eller mat, då vid namn binge-drinking eller binge-eating [16].

Begreppet är relativt nytt och det är därför fortfarande oklart exakt hur många avsnitt man bör titta på i rad alternativt hur länge man ska titta för att det ska räknas som binge-watching. Innebörden skiftar dessutom från person till person. Även omgivningen kan ha olika åsikter kring betydelsen och hurvida ens tittande räknas som för mycket.

Enligt Debra Ramsay som blev citerad av Mareike Jenner som var doktorand i Aberystwyth University finns det ingen ordentlig definition av binge-watching [18, 12]. I sitt blogginlägg ställer hon frågor om vad som egentligen räknas som binge-watching och om konsumering av stora mängder tv-program ens ska räknas som binge-watching. Jenner kommenterar att mängden avsnitt som räknas som binge-watching är olika för alla och begreppet definieras individuellt beroende på mängden avsnitt varje individ anser normalt att titta på.

På uppdrag av Netflix gjorde Harris Interactive en undersökning på 1500 deltagare angående binge-watching [14]. Harris Interactives uppfattning av binge-watching var ett helg-långt maraton av tv-tittande men deltagarna tyckte annorlunda. 73 % av dem definierade binge-watching som att titta på 2-6 avsnitt av samma serie på rad. Kelly West har hänvisat till denna artikel och diskuterar Netflix approach till studien [17]. Hon hänvisar till att den mest rimliga definitionen för en standardkonsument är 2-3 avsnitt för att det räknas som binge-watching istället för det helg-långa maratonet som Harris Interactive använde.

Det finns alltså ingen vedertagen definition men vi väljer att bedömma att en tittarorienterad definition är rimlig och ser därför

2-6 avsnitt, i linje med deltagarna i Harris Interactives undersökning and Kelly Wests bedömning, som en rimlig definition för vår målgrupp. Dessutom, i linje med de studier, ser vi det även rimligt att definiera binge-watching baserat på antal avsnitt oberoende av deras längd. Både 2 timmeslånga och 6 halvtimmesavsnitt räknas således som binge-watching.

Dock är detta ett begrepp som snabbt kan ändra sin betydelse vartefter dagens plattformar utvecklas och tittarmönster ändras. Innan VoD blev så stort som det är idag var man begränsad till den tablålagda TV:n, även kallad linjär-TV. Då hade man inte möjligheten att se klart en hel serie samma dag. Tillsammans med nya streamingtjänster kom alternativet att titta på hela säsonger på en gång eller flera avsnitt i följd [5].

Enligt flera olika VoD-tjänster är det binge-watching som är den nya formen av TV-tittande. Det som de olika tv-tjänsterna fokuserar på nu är att skapa en digital miljö som uppmuntrar tittaren att fortsätta se på den tv-serie som de tittar på. Dagens tittarvanor fokuserar mycket på att se en hel säsong på en dag och därför släpper ofta dessa företag en hel säsong på en gång. De synkar också i olika länder där de släpper dem samtidigt i ett försök att undvika illegal nedladdning [6].

1.2 Centrala Begrepp

Binge-watching – se 1.1.3. Maratontittande av ett stort antal avsnitt.

Video on Demand (VoD) – Distribution av filmer eller serier via internet. Möjliggör för användaren att titta var och närsomhelst

Linjär TV – Även kallad tablå-TV. Innan VoD-tjänsterna uppkom sändes programmen enligt ett schema och oftast med ett avsnitt per vecka. Det inkluderar även idag det som sänds via TV-apparaten.

Plattform – Digitala VoD-tjänster med Netflix eller Viaplay som exempel.

Enhet – Elektronisk utrustning såsom dator, projektor, tv, surfplatta och mobil och som utgör en fysiskt plattform eller hjälpmedel för serietittande

Automatisk uppspelningsfunktion – När ett avsnitt på en VoD-tjänst tar slut finns en nedräkningsfunktion på oftast 15 sekunder som efter att ett avsnitt slutar startar nästa avsnitt.

2. TEORI

2.1 Relaterad forskning

Raymond Williams beskrev redan på 70-talet begreppet “the flow” [13]. “The flow” menade han var att tv-tablån byggdes upp på det sättet att tittaren stannar kvar för att titta på nästa program. Enligt honom det är viktigt att uppehålla flödeseffekten. Han erkänner att det är svårt att stänga av tv:n och även om vi började titta på ett utvalt program tittar vi till slut på nästa och ett till efter det. Detta beror på organiserad “flow” som uppmuntrar tittaren till att stanna och titta vidare. Det är något som även är aktuellt idag

då VoD-tjänsternas mål också är att behålla tittarna.

Elizabeth Cohen, professorassistent från West Virginia University, skrev en artikel där hon diskuterar ordet binge och i vilka sammanhang det används [15]. Enligt henne finns det en dubbelstandard om hur vi uppfattar binge-erfarenheter i olika medier. Hon nämner ordet binge som något negativt medan maraton är något positivt. Maraton, som används i begreppet maratontittande, syftar på filmer och inte serier. Frågeställningen i hennes artikel är varför det är binge när vi tittar på serier men maraton när vi tittar på filmer. Alltså varför det ses som mer positivt att titta på fler filmer i rad men som något negativt att titta på flera avsnitt av en serie.

Cassandra Winland från Florida State University [6] har i sin uppsats undersökt hurvida studenters studier påverkas av binge-watching. Den definition hon använde av binge-watching var att man tittade på 3 eller fler avsnitt av samma serie i sträck. Hela 72% av deltagarna prenumererade på en eller flera VoD-tjänster. Av dessa hade nästan alla tillgång till Netflix. Mängden timmar i veckan dessa spenderade på streaming var 25% av deltagarna som streamade 8 timmar i veckan. Dock sa nästan 90% att de tittade så pass mycket per tillfälle att det kunde räknas som binge-watching. Då studenterna uppgav så pass mycket tid visade hon i sitt arbete att ca 40% av studenterna ägnade sig mer åt streaming än åt studierna. Hon har använt sig av den målgrupp vi också fokuserar på men kopplingen till studieresultat är inte aktuell för oss då vi vill undersöka själva fenomenet binge-watching.

Jeanette Boustedt och Felicia Larsson från Södertörn högskolan har genomfört en studie om Netflix där de haft användarna i fokus [7]. De har analyserat olika tekniska aspekter som påverkar binge-watching vilket vi också gör i vår studie. De utreder för dem redan valda funktioner medan vi vill ha en mer öppen syn på vilka aspekter och funktioner som påverkar användarna till maratontittande. Deras data använder vi oss av för att jämföra med vårt resultat och se om det finns likheter. Därför väljer vi inledningsvis inte ut vilka funktioner vi kommer fokusera på. Den automatiska uppspelningsfunktionen behandlas mycket i deras studie. Författarna tyckte att för att sluta titta behövs ett aktivt val göras. Netflixs olika kategorier för individanpassat innehåll var även den uppskattad hos studiens deltagare utifrån ett binge-watchingperspektiv. De behövde därför inte aktivt leta efter ett nytt bra program utan det dök upp på förstasidan. Boustedt och Larsson valde i sin studie att fokusera på enskilda djupgående intervjuer medan vi valt att utöver det även låta deltagarna fylla i en tittar-logg där de varje dag fyller i antal avsnitt de tittat på samt hur många på rad. Det ger oss en bredare grund istället för att bara ha intervjuer, och ger mer kvantitativa resultat om binge-watching vilket skiljer sig från deras undersökning.

Internetstiftelsen i Sverige genomför varje år en rapport om medievanor och dess årliga förändringar i den svenska samhället. Rapporten behandlar olika faktorer från sociala medier, e-handel, streaming, samt för- och nackdelar med internet. Rapporten från 2016 visade att andelen personer som såg på film och video på internet ökade från 46% i 2013 till hela 74 % år 2016 vilket visar att tre av fyra personer tittar på filmer på internet. Lika stor förändring fick Netflix där de bara på ett år mellan 2015 och 2016

ökade antalet användare från 28 % till 38 %. Av de som deltog i undersökningen var de flitigaste användarna av Netflix personer i 16-35 årsåldern där nästan hälften besöker tjänsten någon gång i veckan. Det finns en mycket stor skillnad i ålder när det gäller genomsnittlig tittartid per vecka för traditionell tv och play tjänster. Ungdomar i ålder 16-25 spenderar lika mycket tid på båda medan äldre personer använder tv på internet mycket sporadiskt [8].

Sidneyeve Matrix, professor inom media och film vid Queen's University, påpekar i sin artikel att VoD och binge-watching inte handlar om social exil utan hur man ökar deltagandet i sociala konversationer [9]. Med det menar hon att många hittar varandra på nätet med mål att diskutera innehåll. Hon tar upp andra fenomen t.ex. "FOMO" - "fear of missing out" som leder speciellt ungdomar till binge-watching. Hon berättar att forskarna i Stage of Life efter intervjuer fick veta att unga ibland tittar på deras favoritserier bara för att få en må-bra känsla men enligt henne handlar binge-watching mer om leveransen av "må bättre" sinnesstämning. När unga människor förlorar sig i låtsas TV-världar är de i en fristad för komfort och avkoppling som går att jämföra med "comfort food" som innebär mat som ger tröst eller en känsla av välbefinnande. I artikeln går hon på djupet med vad som händer i vårt huvud när vi tittar på flera avsnitt i följd och vilka faktorer som påverkar utan att gå in på tekniken och designen av Netflix. Matrix berör olika åldersgrupper, från småbarn till vuxna och deras inställning till binge-watching fenomenet. Vi däremot i vår studie koncentrerar oss på unga studenter från KTH samt forskning om hur olika funktioner och designen av dessa påverkar binge-watching.

De studier vi hittade handlar främst om Netflix eftersom den är den världsledande tjänsten inom VoD. Vi vill däremot se på binge-watching från ett bredare perspektiv.

2.2 Syfte

Syftet med den här studien är att undersöka vilka faktorer som uppmuntrar till binge-watching hos konsumenterna och se vilka funktioner hos de två stora VoD-tjänsterna Netflix och Viaplay som uppmuntrar mest till det. Både design och de tekniska funktionerna kommer behandlas liksom miljö och enhet. Dagens tjänster bygger mycket på att användarna använder sig av fenomenet binge-watching, därför är det viktigt att förstå vad det är som bidrar till att konsumenterna sitter och tittar på serier flera avsnitt i rad. Detta för att de ska kunna lära sig att förstå och kontrollera sina tittarbeteenden. Vi undersöker också tittarvanor ut ett bredare perspektiv för att kunna dra bättre slutsatser.

2.3 Problemformulering

2.3.1 Frågeställning

Problemformuleringen i denna undersökning är:

- Vilka faktorer uppmuntrar till binge-watching hos studenter?

För att kunna svara på denna fråga behöver vi även svara på några arbetsfrågor:

- Vilka faktorer hos Netflix och Viaplay uppmuntrar mest

till binge-watching?

- Vilka externa faktorer uppmuntrar till binge-watching?

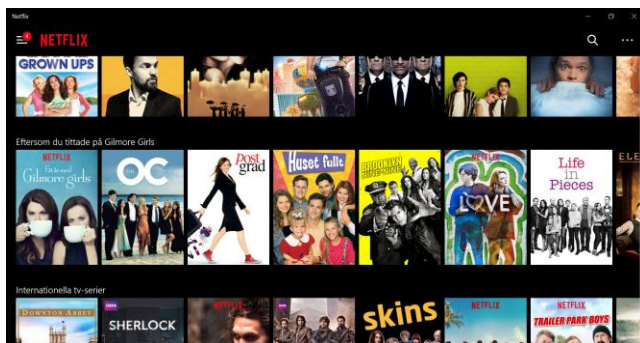
2.3.2 Hypoteser

Våra hypoteser innan undersökningen började var att den automatiska uppspelningsfunktionen hos Netflix och Viaplay skulle ha en stor inverkan på hur mycket man väljer att titta på serier eftersom man som användare aktivt måste välja att sluta titta.



Figur 1. Skärmdump av den automatiska uppspelningsfunktionen på Netflix.

Även funktionen med rekommendationer utifrån vad man tittat på innan misstänkte vi skulle ha en inverkan. Skillnaden i utbud hos Viaplay och Netflix kommer troligen också att ha en viss påverkan.



Figur 2. Skärmdump av olika kategorier på Netflix som kategorin "Eftersom du tittade på..." m.fl.

2.3.3 Avgränsningar

Studien är begränsad till studenter som läser civilingenjörsprogrammet i Medieteknik på KTH. Målgruppen är bekant med de tjänster som studien tar upp och har goda erfarenheter kring tv-tittande via digitala tjänster. Kravet för att vara med i studien var att personerna i fråga ska ha använt sig av antingen Netflix eller Viaplay. Både äldre och yngre som inte inkluderas av studien har andra vanor och därför har vi valt att begränsa vår målgrupp till studenter vilket gör att studien inte går att generalisera på hela befolkningen.

3. METOD

För att undersöka binge-watching hos KTH-studenter bestämde vi oss att genomföra vår undersökning med hjälp av en logg som deltagarna fyllde i varje dag under en hel vecka. För att kunna få större förståelse för deras tankar och vanor genomförde vi också djupgående intervjuer med varje person i slutet av loggveckan. Detta hjälpte oss att svara på vår frågeställning - vilka aspekter uppmuntrar till binge-watching - och undersöka tittarvanor ur ett bredare perspektiv för att kunna dra säkrare slutsatser.

I vår studie genomförde vi både en kvalitativ och kvantitativ undersökning. Vår målgrupp var deltagare i den Programintegrerade kursen på Medieteknik på KTH, som har tillgång till Netflix och/eller Viaplay hemma. Av de 17 deltagarna var 10 män och 7 kvinnor. Deltagarna fick en enkät och de som svarade ja på frågan "Har du Netflix och använder det ofta?" samt motsvarande fråga för Viaplay fick delta i vår studie.

3.1 Loggbok

Första steget i själva undersökningen gick ut på att deltagarna under sju dagar fick fylla i en logg över hur många avsnitt de kollat på under den föregående dagen samt hur många av dessa som de såg på rad. Detta inkluderade också en helg, vilket är viktigt eftersom deltagarna då förväntas titta mer på VoD-tjänster.

Loggen bestod av 8 frågor för att den skulle vara enkel och snabb att genomföra och delades via ett Google-forms. De fick likadana enkäter varje dag. Frågorna var av formen "Hur många avsnitt kollade du på igår?" och "Hur många avsnitt kollade du på i rad?" där svaren gavs i form av en siffra. Tack vare valet av denna metoden fick vi den kvantitativa datan som gjorde att vi kunde göra jämförelser mellan deltagarna samt påvisa binge-watchingfenomenet. Deltagarna fick även fylla i vilken av Netflix och Viaplay de använde under den dagen. De har även haft möjligheten att kommentera deras konsumtion av TV-serier i deras vanliga hemmiljö. Varje morgon fick testsubjektet ett mejl med enklänk och instruktioner som en påminnelse. Detta gjorde att vi fick en kontinuerlig data och vi reducerade möjligheten att deltagaren skulle glömma antal sedda avsnitt.

3.1.1 Frågor i loggboken

1. Namn
2. Vilken tjänst använde du igår? Om flera, välj den du använde mest
3. Ungefär hur många timmar/minuter spenderade du totalt på Netflix/Viaplay?
4. Hur många avsnitt tittade du på igår?
5. Hur många avsnitt såg du på rad? (Utan paus)
6. Vilken enhet använde du? TV, mobil, dator etc?
7. Vad var anledningen till att du tittade på serier? (hade tråkigt, en måstekänsla, att fördriva tid osv.) *
8. Övrig kommentar *

* Frivilliga frågor

3.1.2 Pilotstudie

En pilotstudie genomfördes på en oberoende person som studerar medieteknik för att kunna validera loggen. Målet med detta var att

utforma loggen så att frågorna var lätta att förstå utan risk för missstolkning. Efter pilottestet kunde vi ändra och utesluta frågor som gjorde pilotdeltagaren förvirrad. Testet visade oss hur vi kan få ut så mycket information som möjligt utan att överbelasta deltagarna under den veckan studien pågick. Vi hade också med en frivillig fråga som hjälpte oss att förstå studenternas tittarvanor. Vid skapandet tog vi hänsyn till att alla förstår saker utgående från sitt eget perspektiv. Därför vid första utskicket av loggen förklarade vi alla frågor. Vid vilka som helst frågor kunde deltagarna kontakta oss genom mejl med snabb respons.

3.2 Intervju

Andra delen av undersökningen bestod av djupgående intervjuer med alla deltagarna där vi fick mer kvalitativ information om deras tittarvanor som underlättade för oss att svara på vår frågeställning. Under intervjuerna ställde vi många öppna frågor som gjorde det möjligt för deltagaren att uttrycka sina åsikter och kommentarer. Intervjun var semistrukturerad d.v.s en kombination av en strukturerad och en ostrukturerad intervju [10] som gör det möjligt för oss att ställa en följdfråga för att kunna ha en djupare förståelse för testpersonernas tittarvanor och upplevelser. De fick svara på bland annat vad som gjorde att de fortsatte titta på en tv-serie under en dag. Undersökning genomfördes i lugn skolmiljö för att kunna genomföra den på ett smidigt sätt. Alla intervjuer spelades in med godkännande av deltagaren för att kunna få ut så mycket information som möjligt.

3.2.1 De strukturerade frågorna under intervjun

1. Använder du Netflix eller Viaplay eller båda tjänsterna?
2. Vad tror du påverkar dig att fortsätta titta nästa avsnitt på Netflix/Viaplay (förutom innehållet)?
3. För Netflix-användare: Brukar du hitta något intressant i kategorin "Eftersom du tittade på..."? Finns det bra förslag som matchar din smak?
4. När ett avsnitt slutar har man 15 sekunder på sig innan nästa avsnitt börjar spelas. Hur känns det när de sekunderna går? Känner du dig övertalad av den funktionen eller kan du motstå den?
5. För Viaplay-användare: Brukar du pausa nedräkningen för att tänka genom om du vill kolla vidare?
6. Utifrån vilka faktorer brukar du välja ut en serie att titta på härnäst?
7. Använder du dig av kategorier?
8. Är det viktigt med hur många säsonger en serie har eller hur långa avsnitten är?
9. Brukar du spara avsnitt offline på mobila enheter för att titta senare ute?
10. Har det hänt att du har kollat om på en serie och varför har du gjort det?
11. Vilken enhet brukar du titta på? Brukar det valet påverka hur många avsnitt du tittar på?
12. Har du något annat att tillägga angående ditt tittande?

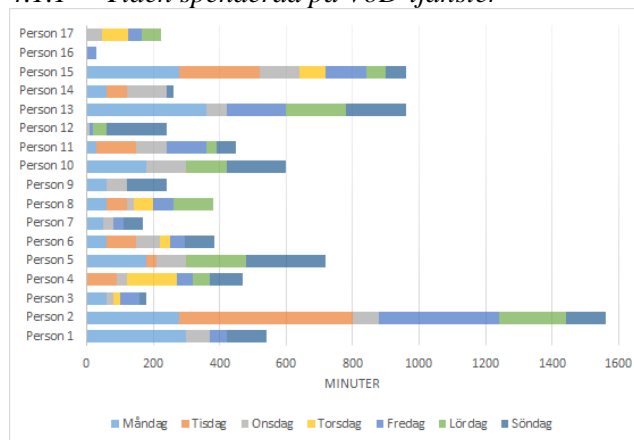
3.2.2 Pilotstudie

Även till intervjuerna gjordes en pilotstudie på en oberoende person som studerar medieteknik. Vi ställde frågorna vi tänkte ställa på intervjuerna och utgående från de svar vi fick såg vi vad som behövdes ändras för att minska risken för missstolkning och gjorde förvirra intervjupersonen. Då vi sagt till deltagarna att intervjun skulle ta 20 minuter kunde vi också utifrån pilotstudien anpassa antalet frågor så att vi kunde fylla ut tiden under intervjuerna bättre.

4. RESULTAT

4.1 Loggbok

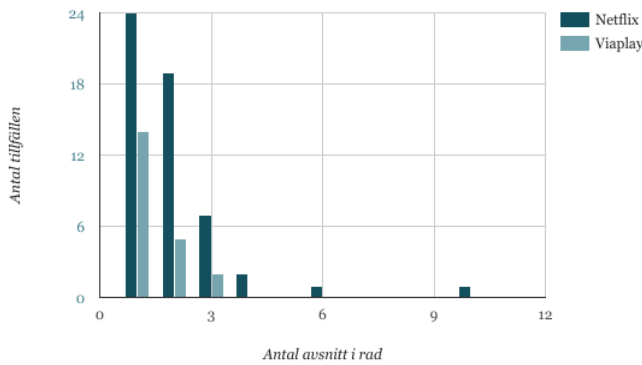
4.1.1 Tiden spenderad på VoD-tjänster



Figur 3. Diagrammet visar hur många minuter varje person spenderade varje dag på VoD-tjänster.

I Figur 3 ser man fördelningen över dagar och minuter som deltagarna har spenderat på utvald VoD tjänst. Utifrån diagrammet ser vi att mest populära dagar är måndag och söndag medan dagar där man tittar minst på serier är placerade mitt i veckan dvs. onsdag och torsdag.

När det gäller fördelningen över spenderad tid hos varje deltagare på respektive VoD-tjänst visade loggen att 60 % av den totala tiden ägnades åt serier när deltagarna använde Netflix respektive 40 % för Viaplay. Med hjälp av denna data kan vi se vilken plattform som bäst uppmuntrar sina användare till längre tittande.

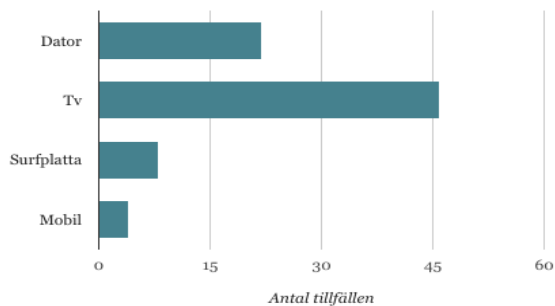


Figur 4. Figuren visar hur många gånger en användare tittade på ett visst antal serieavsnitt i följd. Ett tillfälle i detta diagram motsvarar en tidpunkt där deltagaren oavbrutet tittar på serier.

I Figur 4 visas förhållandet mellan antal avsnitt i rad och antal tillfällen då deltagarna tittade på detta antal. Netflix hade totalt fler tillfällen eftersom vår undersökningsgrupp använde den tjänsten mest. Om vi bortser från detta faktum så ser vi ändå att Netflix användare ser fler avsnitt på en gång per tillfälle. Den största orsaken hos de personer som tittade på fler avsnitt i rad på Netflix och Viaplay var tidsfördriv.

4.1.2 Enhet

I loggboken fick deltagarna svara på frågan "Vilken enhet använde du?". Som ses i Figur 5 har de flesta föredragit att titta på serier på en större skärm. Bara 5% av deltagarna använde mobilen för detta ändamålet.

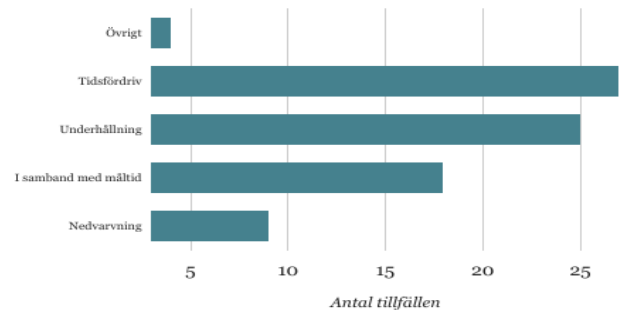


Figur 5. En visualisering av vilken enhet som deltagarna använde sig av under den vecka som loggen genomfördes. Endast dessa enheter användes av deltagarna.

4.1.3 Anledning till tittandet

Vid första utdelningen av loggen förklarade vi för deltagarna att sista frågan som handlade om anledning till tittandet var frivillig. Eftersom vi gärna vill veta så mycket som möjligt om deras

tittarvanor så visste vi att införandet av en fråga där de fick ge kommentarer skulle ge oss viktiga insikter. Vi fick många svar där nästan alla fyllde i något varje dag vilket gav oss nedanstående resultat.



Figur 6. En gruppering av de huvudorsaker som deltagarna angav för sitt tittande under den vecka som loggen genomfördes.

Vi grupperade deltagarnas korta meningar om anledningen till varför de tittade på serier i kategorier för att kunna se helheten på ett bättre sätt och observera mönster (Figur 6). I kategorin "tidsfördriv" placerade vi svar där deltagarna skrev "jag hade inget att göra" eller "väntade på flyg" där man verkligen ser att de ville fördriva tiden. Det fanns också personer som själv beskrev anledningen som tidsfördriv, några av dem var Person 1,3,5,8. En av deltagarna var sjuk under undersökningstiden och var hemmaliggande som förklarar antalet timmar framför tv.

"Jag är sjuk, så mycket tid..." - Person 2.

Många av deltagarna angav två olika anledningar under samma dag. Det vanligaste sambandet var att titta på serier till måltiden samt som nedvarvning innan man somnar. Vid sådana samband räknade vi de som två olika anledningar för att kunna presentera alla möjliga anledningar.

Av de personer som använde Viaplay kollade två också på sport. Många av deltagarna beskrev också att de tittade på serier eller annat innehåll som en del av multitasking.

"I bakgrunden medans man gör annat"- Person 9

"[...] medan jag lagade mat" - Person 15

"Lyssnade på stand up samtidigt som jag städade i lägenheten " - Person 14

En del av personerna tyckte också att serietittande är en social aktivitet som man kan utföra med kompisar eller familjen.

"Tittade för att det är en kul serie att titta tillsammans"- Person 15

"Avslappning, social"- Person 3

4.2 Intervjuer

Vi har valt att gruppera frågorna vi ställde under intervjuerna i olika underrubriker. Vissa av frågorna kan återkomma under flera rubriker men orsaken är att en rubrik kan beröra flera frågor. Underrubrikerna är kategoriserade efter olika funktioner eller faktorer som kan påverka tittandet. Utifrån detta genomfördes sedan en tematisk analys

4.2.1 Tjänst, tittarmiljön och enhet

För att få rena svar bad vi deltagarna att i början av intervjun berätta vilka av Netflix och Viaplay de har och använder. Detta eftersom loggboken vi beskrev i paragrafen 4.1 bara frågade efter vilken tjänst de använde under den dagen, inte nödvändigtvis bara den de använder. Utifrån intervjuerna fick vi fördelningen att 3 använde bara Viaplay, 8 använde bara Netflix och 6 personer använde båda tjänsterna. Detta är redovisat i Tabell 1 nedan.

Tabell 1. Fördelningen mellan de olika tjänsterna hos deltagarna

Netflix	Viaplay	Båda tjänsterna
8	3	6

Vi ställde frågan "Vilken enhet brukar du titta på och brukar valet påverka antalet avsnitt du tittar på?" för att ta reda på om valet av skärmstorlek har någon betydelse kring hur länge man väljer att använda tjänsterna. När det gällde vilken enhet deltagarna helst använder sig av när de vill ägna sig åt film/serietittande valde majoriteten, 8 personer, att ha en stor skärm i form av en TV. Anledningarna var att de ofta sitter i sängen eller i soffan eller att TV:n hade externa tillägg såsom hemmabiosystem eller bättre högtalare. Fördelningen för stora skärmar mellan tjänsterna var här jämt fördelad med 3 Netflix, 2 Viaplay och 3 som använde båda tjänsterna.

"[...] då ligger man ofta i sängen, eller soffan. och då är det lättare att fortsätta titta." - Person 14

"[...] har jag hemmabion och sådär. Av den anledningen så tycker jag faktiskt att det blir, det har en skillnad" - Person 17

Bara 4 personer sa att de använder sig av en mobil för att titta på serier. Här syns ingen skillnad mellan de båda tjänsterna. Anledningen till detta var att de använder sig av mobilen när de ska iväg någonstans och sitter i kollektivtrafiken. Den är då lättare att stänga av eftersom man är beredd att när som helst kliva av det färdmedel man använde för stunden.

"[...] jag kollar ju främst på mobilen väldigt ofta om jag ska åka någonstans" - Person 2

4.2.2 Att kolla om på en serie

Något som kan påverka hur mycket man tittar på olika VoD-tjänster är vad man väljer att kolla på. Under intervjun ställde vi frågan "Har det hänt att du har kollat om på en serie och varför

har du gjort det?" där de kunde svara ja eller nej med en motivering. Av alla svar kollade 12 personer (71 %) om på serier de tittat på tidigare. Orsaken var oftast att serien då kunde fungera som bakgrundunderhållning då man inte behöver lägga så stort fokus på handlingen. Andra orsaker var att serien var värd att titta på igen eller att sambon/vännen vill se samma serie och därför tittar personen om tillsammans.

"...ha på serien i bakgrunden och fokusera på annat men ändå hänga med utan att behöva koncentrera dig till 100%" - Person 5

"...för att min sambo inte har sett som jag vill att hon ska börja kolla på den" - Person 10

4.2.3 Skillnad mellan korta och långa avsnitt samt längd på säsonger

Vi ställde också frågan "Är det viktigt med hur många säsonger en serie har eller hur långa avsnitt det är?" Här var orsakerna mycket blandade. Det var bara två personer som kände att längden på avsnitten har en direkt påverkan på vilka serier den personen väljer. Samma med antal säsonger, där det också var bara två personer som kände att det påverkar valet. Dock var det inte samma personer som svarade ja på båda frågorna.

"Ja, ju fler säsonger desto bättre." - Person 15

"Ja jag tycker det är lite tilltalande när det finns fler säsonger och så, så man vet att man kan liksom titta på det utan att det tar slut på en gång." - Person 17

Dock, över hälften av deltagarna, 10 personer, kände att det helt beror på vad man ska göra eller vilket humör man är på för tillfället som avgör om man väljer en serie med många säsonger eller inte. Även om orken fanns till att kolla på en säsong med långa avsnitt bidrog längden till att vissa kände att det ibland spelar roll.

"Ibland orkar jag inte sätta mig in i en serie med alldeles för många säsonger, då kan det vara skönt med en mindre." - Person 9

"Det där skiftar för mig. Ibland vill jag ha en lång serie med många avsnitt och säsonger medan jag ibland vill ha en kortare serie." - Person 5

En gemensam faktor kring längden av avsnitt var att de helst inte skulle vara över timmen. Personerna upplevde det som att man har svårt att behålla koncentrationen. De valde därför hellre 2 avsnitt på en halvtimme istället för ett entimmesavsnitt. Orsaken var att det upplevs som att det händer mer och är högre tempo i halvtimmesavsnitt än entimmesavsnitt.

"[...] som jag inte har hunnit börja titta på ännu. Just för att det är så många säsonger och entimmesavsnitt så har det aldrig blivit att man satt sig och kolla på dem för de kan ta för mycket tid." - Person 3

De som valde att hellre titta på korta avsnitt hade motivet att en

serie med korta avsnitt oftast är bättre att ha i bakgrunden eller att en serie där avsnitten är korta gör att det oftast är lättare att sätta igång ett nytt avsnitt då det inte upplevs som ett lika stort hinder i den tiden som avsnittet tar upp.

"[...] men jag tycker om att det är korta avsnitt för då känns det som att jag kan kolla på ett avsnitt till." - Person 2

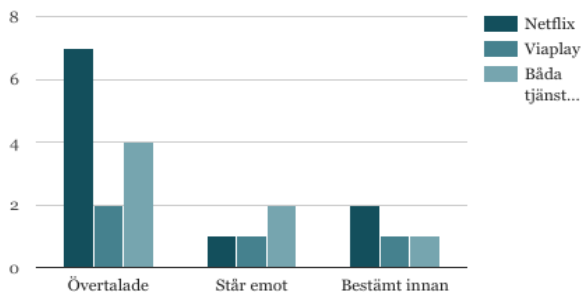
"[...] man vill kunna bocka av ytterligare en serie och då passar det bra med en kortare serie." - Person 5

4.2.4 Automatisk Uppspelningsfunktion

För att ta reda på hur den automatiska uppspelningsfunktionen som finns påverkar känslor och val hos användaren ställde vi frågan "När ett avsnitt tar slut har man 15 sekunder på sig innan nästa avsnitt börjar. Hur känns det när de sekunderna går? Känner du dig övertalad av den funktionen eller kan du motstå den?" Av svaren var det 1/4 som kände att de inte blir påverkade av nedräkningsfunktionen utan att de redan har en plan innan de börjar titta hur mycket och hur länge de hinner och vill titta. Däremot, de resterande 3/4 kände att uppspelningsfunktionen påverkar dem att kolla ett avsnitt till. Dock sa nästan alla att de mer såg funktionen som praktiskt än irriterande när tjänsterna väljer att börja spela upp nästa avsnitt direkt efter föregående har slutat.

"...om man vill fortsätta titta då kommer det automatisk då behöver man inte klicka för att klicka är jobbigt. Man vill ha så få klick som möjligt till att nå dit man vill." - Person 4

"...lätt att man gör något annat och sedan börjar nästa och då blir man ju fast eller hur man säger." - Person 11



Figur 7. Fördelningen mellan personer som kände sig vara övertalade av den automatiska uppspelningen och de som kände att man kunde stå emot den för respektive tjänst.

Av de svar vi fick på intervjuerna grupperade vi svaren i kategorierna "Övertalade", "Står emot" och "Bestämt innan", vilka är redovisade i Figur 7. De som hamnade i "Övertalade"

svarade att de känner att de inte kan stå emot att kolla på nästa avsnitt eller att de blir påverkade av nedräkningen. De som hamnade i "Står emot" var de personer som inte bryr sig om de 15 sekunderna som tickar ned och erkänner att de kan stå emot den. Den sista kategorin överlappar med den kategorin "Står emot" men här tog vi med de personer som har en plan innan hur många avsnitt de ska kolla på. Dessa personer kan alltså även finnas med i "Står emot". Vi hade 6 personer som bara använde Netflix och av dessa lät sig 5 personer övertalas av nedräkningen att fortsätta titta ett avsnitt till. En liknande trend finns för Viaplay där 2 av 3 lät sig övertalas. Större skillnad var det med de som använde båda dessa tjänster, där bara drygt hälften av de 7 lät sig övertalas av nedräkningen. En av våra deltagare påpekade en intressant observation där han påstår att de 15 sekunder bygger på spänningen och intressen inför nästa avsnitt som gör att det blir svårare att sluta titta.

"Så den funktionen, jag vet inte vad den gör men den övertalar mig definitivt att fortsätta titta. Nästan mer tror jag än om det skulle gå på en gång så att säga från avsnitt till avsnitt. [...] man får ju se en sammanfattning av nästa avsnitt under de här 15 sekunderna i textform, och då liksom 'åh, det här verkar spännande' så fortsätter man titta liksom." - Person 17

I Viaplay finns en funktion där man kan pausa denna nedräkning. Därför fick de som tittade på Viaplay också svara på frågan: "Brukar du pausa nedräkningen för att tänka genom om du vill kolla vidare?" Av de som kollade på Viaplay var det uteslutande svaret att man inte visste att man kunde pausa nedräkningen när man pausade programmet. Netflix har ingen motsvarande funktion för att pausa nedräkningen utan nedräkningen fortsätter även fast man pausar programmet.

4.2.5 Hur tittarna väljer ut nya serier att konsumera

För att ta reda på om tjänsternas kategorier påverkar vad man som tittare väljer att titta på ställde vi två frågor på intervjuerna. Den ena var: "Brukar du hitta något intressant i kategorin 'Eftersom du tittade på ...'". Här var det många som inte hittade något som matchade deras tv-smak. 2 personer sa att de delar konto med sambo eller familj vilket de menade påverkade vad som dyker upp som förslag. Utöver det var det 7 personer som inte eller ibland hittade något som matchade vad de brukar titta på. 3 personer uttryckte sig tydligt med att de inte hittade några matchningar och endast 4 personer sa att de hittar förslag som matchar deras val av serier och filmer.

Den andra frågan om kategorier vi ställde under intervjuerna var: "Känner du dig påverkad av kategorier?". Här var svaren tudelade. 53% av deltagarna, det vill säga 8 personer berättade att de brukar till viss del använda kategorier för att hitta nya serier. Dock använder de inte dem som sin huvudkälla och därför inte blir påverkade av dem.

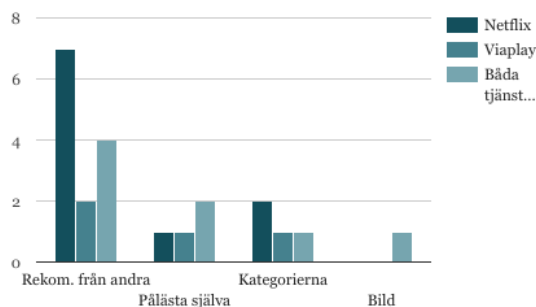
"Brukar aldrig använda mig av de olika kategorierna som finns på netflix utan letar oftast upp själv" - Person 5

“[...] men går ofta efter kategorier som jag är sugen på.” - Person 9

Eftersom kategorierna inte var så framträdande när det gäller att välja vad personerna skulle kolla på härnäst ställde vi frågan: “Utifrån vilka faktorer brukar du välja ut serier att titta på härnäst?”. Se figur 8. Över hälften av deltagarna sa att de blir rekommenderade av andra personer eller andra medier om vad som är bra serier. Alltså inte själva VoD-tjänsterna i sig som påverkar dem att välja serier. 7 personer sa att de är pålästa själva, vilket vi tolkar som att även de tar rekommendationer från andra i bekantskapskretsen i vad de tycker är bra serier. Bara 4 personer sa att det är kategorierna som styr vad de väljer. Första intrycket är viktigt och därför tog vi även in hur de tar hänsyn till den lilla bilden som syns när man scroller igenom alla serier. Det var bara en person som uttryckte sig att den använder bilden som hjälpmedel. Den personen använde båda tjänsterna.

“Men det är nog mest vad alla andra kollar på.” - Person 14

“[...] det är den här bilden. Om man bara bläddrar så här om jag ska bara hitta en serie så är det det första som jag kollar på för att då får man känsla av om det är skräck eller så” - Person 6



Figur 8. Diagrammet visar fördelningen mellan de olika faktorer till val av serier som uppkom på intervjuerna. Skillnaden mellan “Rekommendationer från andra” och “Pålästa själva” är att under kategorin “Pålästa själva” kan deltagarna själva leta runt i olika medier efter bra serier medan kategorin “Rekommendationer från andra” enbart är rekommendationer från bekantskapskretsen. “Kategorier” innefattar VoD-tjänsternas kategorier. “Bild” är den lilla bilden som är synlig på samlingsssidorna på VoD-tjänsterna.

5. DISKUSSION

Med hjälp av intervjuerna och loggboken kunde vi se många mönster som hjälper oss att svara på vår frågeställning dvs. om vilka faktorer som uppmuntrar till binge-watching? Vi fick tillfredsställande resultat via de djupgående semistrukturerade intervjuerna och loggboken. I det här avsnittet diskuterar vi resultaten, våra observationer och våra resultatets kopplingar till

tidigare studier och teorier om binge-watching.

5.1 Binge-watching

Baserat på loggen och de djupgående intervjuerna har vi strukturerat deltagarnas tittarmönster. Baserat på val av definition av binge-watching i 1.1.3 Binge-watching ser vi olika tendens till binge-watching.

Om vi utgår från Harris Interactive studie där de definierade binge-watching som ett helg-långt maratontittande [14] så har vi inte hittat personer som binge-watcher hos våra deltagare. Om vi däremot utgår från den definition som deltagarna i den studien upplevde som binge-watching, 2-6 avsnitt, så har vi en stor del binge-watching i våra resultat.

Med stöd av Figur 4 kan vi se att det är ovanligt att studenter tittar på mer än 3-4 avsnitt i rad vid ett pass av serietittande, med ett undantag. En av deltagarna var sjuk under den vecka loggen genomfördes och vilket gjorde att dennes antal sedda avsnitt blev stort jämfört med övriga deltagares. Sjukdomen gjorde att personen hade tid att titta och en sjuk har dessutom ofta inte orken att studera.

Just att begreppet binge-watching är svårt att definiera med en entydig definition gör det svårt att exakt svara på frågan om vi har hittat binge-watching. Hur binge-watching definieras är en fråga som alla svarar olika på. Överdrivet tittande för en person behöver inte betyda att det är överdrivet tittande för en annan och omgivningen behöver inte ha samma tolkning som en själv.

5.2 Anledning till tittandet

Loggen gav oss många svar angående anledningen till varför man tittade på serier. En av deltagarna svarade ibland med ordet “socialt”. Vid den djupgående intervjun fick vi förtydligandet:

“Jag kollade på Seinfeldt med min pappa, så brukar vi alltid kolla på några avsnitt på kvällen och umgås efter middagen eller någonting. Som paus efter maten tillsammans, göra något gemensamt och inte bara sitta och titta själv.” - Person 3

Matrix (2014) beskrev i sin studie att Netflix-effekten inte bara handlar om bekvämlighet och anpassning (även om det är viktigt) men också om kontakt och gemenskap [9]. I exemplet ovan ser vi att personen spenderade sin tid på VoD-tjänst för sociala ändamål.

Från intervjuerna fick vi också veta att över hälften av de intervjuade valde serier att titta på utifrån kompisars eller familjens rekommendationer. Detta kan leda till fler samtal och diskussioner om serier som leder till bättre sociala kontakter. Matrix påpekar också att VoD gör det möjligt för tittarna att delta i kulturella konversationer. Hon berättar också om fenomenet “FOMO” - “fear of missing out” dvs rädsla för att vara den enda personen som inte har sett serien och därmed inte kunna delta i sociala konversationer. Vi har dock inte märkt något liknande fenomen hos våra deltagare. Detta kan bero på ålder eller att de inte under den aktuella veckan gick någon högaktuell serie som man känner sig tvungen att se.

5.3 Miljö och tittarvanor

Från intervjuerna kunde vi upptäcka ett mönster hos deltagarna. Många av dem som någon gång har kollat om en serie erkänner att de halvtittade på den medan man gjorde andra saker. Detta visar att en serie som man redan sett en gång förlorar sitt värde på något sätt när man redan har sett den och därmed vet vad som kommer att hända.

I vår undersökning frågade vi deltagarna om vilken enhet de använder för att titta på Netflix och Viaplay. Där fick vi ett resultat som motsäger Matrix påståande att tonåringar bara bryr sig om innehållet och tycker det är mindre viktigt vilken skärm de tittar på [9]. Enligt vår undersökning använder de flesta deltagarna TV.

“Möjligtvis på dator men asså padda- nej det är osmidigt. Det känns mer som att man kollar på tv. Möjligtvis att jag sitter och äter frukost och då plockar jag upp datorn men sen går jag ut ändå och kollar på tv.” - Person 10

Detta kan bero på bättre bildkvalitet och/eller större skärm. Ljudkvalitet kan också spela roll eftersom någon av våra deltagare hade ett hemmabiosystem kopplad till sin TV.

Författarna av studien “Netflix ur ett användarperspektiv”, Boustedt och Larsson, hänvisar till Matrix som beskriver att människor som binge-watchar inte längre är ”soffpotatisar” eller passiva tittare utan aktiva tittare [7]. De motsade detta påstående eftersom personen som binge-watchar enligt dem är en soffpotatis. Även vi håller inte med Matrix eftersom våra deltagare vill titta på serier på ett så bekväm sätt som möjligt. Många av våra deltagare har erkänt att tittarmiljön också uppmuntrar till binge-watching.

“Det kan vara utomstående faktorer som att jävligt skönt när man sitter där så man vill inte att det ska ta slut liksom utan om man sätter sig i soffan bara vilar mer. Gått en timme och det går så snabbt, och man är “nää men lite till, lite till” man vill inte ta tag i livet typ. Det kan vara det.” - Person 10

Resultaten i figur 5 och svaren från deltagarna gör att vi drar slutsatsen att miljön och enhet har stor inverkan på binge-watching oberoende om det är Netflix eller Viaplay.

5.4 Tillgänglighet

Många av våra deltagare uttalade sig mycket om tillgänglighet och hur viktigt det är.

“Jag hatar att leta efter saker på Netflix. och det är så lätt att bara sa se “fortsätt kolla där du var förut”. Det är väl det. Lättillgängligt” - Person 8

“Man vill ha så få klick som möjligt till att nå dit man vill.” - Person 4

Dagens konsumenter av media vill ha saker lättillgängliga. Både Viaplay och Netflix erbjuder en “Fortsätt att titta”-kategorin där

man med ett enkelt klick kan hamna precis där man slutade titta i avsnittet tidigare. Detta kan starkt påverka användarna med att börja återuppta serier igen där de i sin tur kan bli fast i serien och börja binge-watcha.

Människor nuförtiden vill ha lättillgänglig media som är lätt att navigera runt i. Här är det viktigt med bra interaktion mellan konsumenten och plattformen. Matthew Pittman och Kim Sheehan hänvisar i sin studie till Hoffman and Novak (1996) som utvecklade en tolkning av begreppet interaktivitet som man idag använder i många forskningsundersökningar [5, 11]. Deras tolkning fokuserade på “flow” dvs det flöde där användarna började njuta av processen att surfa på webben.

Liksom när det gäller andra plattformar är design för användbarhet en viktig faktor som gör att användarna får lätt att navigera till punkten där de tittade på avsnittet sist utan att avbryta “flödet”. Varken Netflix eller Viaplay är avancerade plattformar och passar därför för alla åldrar. Även mindre barn kan hantera dem bara genom att titta på bilderna utan avancerade vidareklickningar. Båda plattformarna använder sig av kategorier som syns redan på förstasidan. Förutom beskrivningen av filmen eller serien finns det inte så mycket text involverad i designen. Det är mest bilderna som leder användaren till målet. Därför anses de vara tillgängliga för alla människor. Det var dock bara en person som under intervjun nämnde att bilden påverkade personens val av nya serier.

“ ... konstigt men det är det här bilden. Om man bara bläddrar så här om jag ska bara hitta en serie så är det det första som jag kollar på för att då får man känsla av om det är skräck eller så.” - Person 6

En till faktor som kan uppmuntra till binge-watching är själva tillgängligheten av plattformen. Idag behöver man inte vänta på att ett avsnitt i taget ska komma på den linjära TV:n. VoD-tjänster möjliggör konsumering av serier och filmer när man vill, var man vill och hur man vill. Jeanette Boustedt och Felicia Larsson har kommit till samma slutsats genom att säga att “Att se en hel säsong av en serie i ett svep blir därför också lättare när det inte längre finns några begränsningar”. Inte ens internetuppkoppling är en begränsning längre. Drygt 40% av våra deltagare angav att de laddar ner innehåll offline för att kunna titta på favorita serier vid resor. Anledningen kan vara att just då finns det mycket tid att fördriva t.ex. på ett tåg eller flygplan som inte har internetuppkoppling.

5.5 Automatisk uppspelningsfunktion

Funktionen för automatisk uppspelning våra deltagare hade delade åsikter om. Majoriteten tyckte att de blev övertalade av funktionen men samtidigt var det många deltagare som inte kände att den påverkade dem och deras tittande medvetet. De som inte ansåg sig påverkade hade oftast redan bestämt sig innan de började hur många avsnitt de skulle se. Detta är svårt att bekräfta då det är en objektiv bedömning deltagarna gjort om sig själva. Då syftet med vår fråga var relativt tydligt kunde de vinkla sina svar så de framstod som bättre om de inte blir övertalade då det kan framstå som något negativt. Dock överensstämde vårt resultat med

Boustedt och Larssons. En skillnad mellan våra studier är dock att enligt Boustedt och Larsson var deras deltagares största orsak till binge-watching att ha något att somna till, något som vi inte fick fram under vår studie [7]. I vårt resultat fanns bara en person som valde att kolla på natten innan man somnade. Vår största orsak var dels att titta när man äter mat eller när man ska fördriva tid, något som inte deras studie fick fram.

Den majoritet som erkände att de brukar påverkas av den automatiska uppspelningsfunktionen sa att den var praktisk men samtidigt förödande då den tid man ägnade åt att fundera om man skulle titta ett avsnitt till tog upp de 15 sekunder det tog innan nästa avsnitt började. Det visar att den mängd tid som tjänsterna valt att ha som nedräkning troligen är noga utvald. Hade nedräkningen varit längre hade tittarna till större del valt att avbryta tittandet för att man då har tid att bestämma sig. Samtidigt, hade tiden varit kortare skulle nog känslan av långfilm uppstått och kanske därmed också haft ett tapp i antal binge-watchare.

I Viaplay kan man pausa denna nedräkning. När vi frågade de som använder Viaplay om de brukar göra detta fick vi svaret att de inte ens visste att man kunde det. Ingen av våra deltagare visste att Viaplay byggt sin nedräkningsfunktion på det sättet. Den funktionen borde teoretiskt avskräcka från binge-watching men eftersom ingen av våra studiedeltagare visste om att den funktionen fanns så hade den ingen påverkan i jämförelse med Netflix. Hos Netflix kan man inte avbryta nedräkningen på samma sätt då denna nedräkning fortsätter även om man pausat programmet. Eftersom det inte var någon av Viaplay-användarna som visste om att man kunde pausa nedräkningen på Viaplay kan vi inte dra några slutsatser kring hurvida denna funktion påverkade till binge-watching hos Viaplay.

5.6 Metodkritik

Genom att intervjua 17 personer kunde vi få bra och intressant respons på våra frågor. En brist var att fem deltagare glömde sina intervjutider eller var bortresta. På grund av deadline var vi tvungna att ta dessa intervjuer skriftligt via mail. Detta kan ha gett ett annorlunda resultat än de semistrukturerade intervjuerna vi höll. Även om vi skickade mejl med påminnelse missade många också information om intervjuplatsen vilket ledde till förseningar.

När det gäller loggboken så lyckades vi mycket bra med den tack vare ständiga mejlpåminnelser till deltagarna. Men utformningen av loggen skulle kunnat vara bättre. Några har missuppfattat frågan "Hur många avsnitt såg du på rad? (Utan paus)" vilket kan ha påverkat vår data. Vid urvalet av deltagarna ställde vi frågan "Har du Netflix och använder den ofta?" och motsvarande fråga för Viaplay. Några av deltagarna tolkade in en annan betydelse än vi i ordet "ofta". Ordet kunde uppfattas på olika sätt beroende på perspektiv och därför fick vi med personer i studien som kollade på VoD-tjänster mellan 3 och 20 timmar per vecka. Meningen med denna fråga var att ha större variation av personer som redan binge-watchar för att kunna få bättre svar på vår frågeställning. Detta ledde till skeva resultat.

En annan sak vi upplever som en felkälla med loggboken var att den vecka som loggen pågick var någon deltagare sjuk och andra

var utomlands. De hade därför inte en normal vecka att fylla i då den var påverkad av annat. Därför borde loggen ha kunnat pågå under en längre tid.

Nu i efterhand var kanske inte studenter det bästa valet av målgrupp. Vi kunde inte riktigt hitta kraftigt binge-watchande då de studenter som deltog i vår studie inte hade tiden att lägga på mer serietittande. De prioriterade oftast studierna och därigenom minskar tiden de skulle kunnat kolla på serier. Därför är det svårt att säga om studenter verkligen binge-watchar. Den deltagaren som var sjuk under veckan loggen genomfördes hade mer tid att lägga på serier och som man kan se i Figur 4 tittade deltagaren på många fler avsnitt än resten av deltagarna då hon upplevde att tiden fanns för detta.

Vår undersökning kan endast visa vad vi har kommit fram till baserat på vår urvalsgrupp. Skulle vi haft ett bredare spann av ålder och intresse samt fler deltagare så skulle vi kunna dra med generella slutsatser. Det finns också flera aspekter som vi inte tog upp i vår studie men som kunnat påverka resultatet. Att genomföra en så stor undersökning som vi egentligen hade velat skulle dock ha legat långt utöver den omfattningen av denna studie. Vårt arbete gav bra och användbara resultat tack vare de kvalitativa och kvantitativa metoder vi använde. De kan användas i en framtida undersökning om tv-tittande för att nå en tv publik som binge-watchar.

5.6.1 Framtida forskning

Vi tog i vår studie inte hänsyn till hur ljudet påverkas när den automatiska uppspelningsfunktionen är igång. Att ljudet på en serie fortsätter spela eller ändrar volym är något som vi upplever kan påverka vad man som användare gör. Fortsätter man titta eller avbryter man? Detta är något som hade varit intressant att titta vidare på.

Den psykologiska effekten av maratontittande, eller binge-watching, är också det något att fördjupa sig i. Stresspåverkan eller hur man mår psykiskt efter ett pass med serietittande är av intresse för alla då den psykiska hälsan är allt viktigare att bibehålla i dagens informationssamhälle. Man skulle också kunna studera längden på tiden i uppspelningsfunktionen - om den har ändrats över tiden, på vilket sätt och om den har alltid funnits där. På grund av brist på information kunde vi inte ta upp den aspekten.

För att hitta mer tendenser till binge-watching behöver man titta på en annan och större målgrupp än studenter som vi nämnde tidigare i 5.6 *Metodkritik*. Personer i medelåldern och uppåt har oftast mer tid än studenter att lägga på tv-tittande då de när de slutat har fritid på ett annat sätt än studenter och borde därför passa bättre in i en sådan studie. Dock kan vår studie vara delvis representativ även i detta perspektiv för att kunna jämföra om det finns en skillnad i beteende mellan studenter och de som jobbar eller är beteendemönstret ungefär detsamma?

6. SLUTSATS

I den här uppsatsen har vi fokuserat på hur medieteknikstudenter på KTH tittar på VoD tjänster - exemplifierat med Netflix och

Viaplay. Utifrån de kvalitativa och kvantitativa data vi fick kan vi dra slutsatser att det finns flera faktorer som uppmuntrar tittare till binge-watching, som är ett begrepp som är svårt att definiera med en definition. Beroende på vilken definition vi avser att fokusera på så har vi hittat olika starka tendenser till binge-watching.

En av de starkaste faktorerna var den automatiska uppspelningsfunktionen där bara 5 deltagare sa sig kunna motstå att fortsätta titta på grund av den. Resten kände sig övertalade av funktionen vilket ledde till att de valde att kolla på fler avsnitt än de planerat. Den största tekniska skillnaden mellan Netflix och Viaplay när det gäller uppspelningsfunktionen är att det finns en möjlighet att pausa nedräkningen hos Viaplay medan Netflix tjänst inte gör det möjligt och bara fortsätter nedräkningen. Detta har dock inte påverkat deltagarna eftersom de som använde Viaplay inte ens visste att det var möjligt.

Nästa faktor som var lika viktigt för deltagarna är miljön de sitter i och den enhet de använder. Av alla tillfällen som deltagarna tittade på VoD-tjänst skedde 56 % framför TV:n. Detta visar att de flesta föredrar att titta på serier på en stor skärm och i en bekväm miljö. Utifrån våra deltagares intervjuer fick vi bekräftat att miljö och enhet spelar stor roll.

En till faktor vi undersökte var kategorier hos båda tjänsterna. Enligt våra hypoteser trodde vi att kategorin "Eftersom du tittade på.." skulle påverka Netflix-deltagarna men bara 4 av dem tyckte att det fanns bra matchning utifrån deras tidigare serieval. Viaplay däremot har ingen liknande kategori. De 3 personer som bara använde Viaplay hade tre helt skilda tillvägagångssätt för att hitta nya serier att titta på och därför kan vi inte dra några slutsatser kring hur Viaplay-användare upplever kategorier.

De flesta användare höll med om att rekommendationer från bekanta betyder mer än Netflix egna förslag. Anledningen till detta kan vara behovet att komma ikapp med bekantas tittarvanor. Undersökningen visade också att många deltagare använde VoD-tjänsterna för att fördriva tiden eller för underhållningens skull. Vi observerade också mönster när det gäller att titta en gång till på en serie. De flesta deltagare hade sina favoritserier som de tittar på medan de gör något annat (multitaskar).

De slutsatser vi har dragit kan inte fullt ut appliceras på hela befolkningen på grund av den begränsade mängd deltagare och det smala spannet av åldrar hos deltagarna.

7. REFERENCES

- [1] Nilsson, S. (2017). Netflix är kungen av film i Sverige – växer så det knakar. [online] IDG.se. Hämtad från: <http://www.idg.se/2.1085/1.607636/netflix-ar-kungen-av-film-i-sverige--vaxer-sa-det-knakar> 2017-04-21
- [2] Netflix Media Center. (2017). About Netflix. [online] Hämtad från: <https://media.netflix.com/en/about-netflix> 2017-03-04
- [3] Sv.wikipedia.org. (2017). Viaplay. [online] Hämtad från: <https://sv.wikipedia.org/wiki/Viaplay> 2017-03-04
- [4] Viaplay.se. (2017). Viaplay - Streama TV, Serier, Film och

Sport online. [online] Hämtad från: <https://viaplay.se/press> 2017-03-04

- [5] Matthew Pittman and Kim Sheehan. 2015. Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. first monday 20, 10. [online] Hämtad från: <http://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/6138/4999> 2017-04-15
- [6] Cassandra Winland. 2015. An Exploration of Binge-Watching and Its Effects on College Academics. Florida State University. [online] Hämtad från <https://static1.squarespace.com/static/54c08e42e4b0f1b78348c9ce/t/5527e9a3e4b0c120ebdc7650/1428679075633/Winland+-+Final+Paper.pdf> 2017-04-15
- [7] Jeanette Boustedt and Felicia Larsson. 2015. Netflix ur ett användarperspektiv : Netflix from a user perspective. Kandidatuppsats Södertörn Högskola. [online] Hämtad från <http://www.diva-portal.se/smash/get/diva2:931541/FULLTEXT01.pdf> 2017-03-20
- [8] Pamela Davidsson and Olle Findahl. 2016. Svenskarna och internet. [online] Hämtad från https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2016.pdf 2017-03-20
- [9] Sidneyeve Matrix. 2014. The Netflix Effect: Teens , Binge Watching , and On- Demand Digital Media Trends. January 2014. [online] Hämtad från <https://doi.org/10.1353/jeu.2014.0002> 2017-03-04
- [10] Lundahl, U. & Skärvad, P. (1982). *Utredningsmetodik för samhällsvetare och ekonomer*. Lund: Bok.
- [11] Donna Hoffman and Thopas P. Novak. 1996. Marketing in hypermedia computer-mediated environments: Conceptual foundations. [online] Hämtad från <http://dx.doi.org/10.1086/208906> 2017-04-30
- [12] Mareike Jenner. 2016. Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching. New media & society. [online] Hämtad från: https://www.researchgate.net/publication/274056599_Is_this_TVIV_On_Netflix_TVIII_and_binge-watching 2017-06-07
- [13] Raymond Williams, 1974. *Television Technology and cultural form*, London: Fontana. [online] Hämtad från: http://classes.dma.ucla.edu/Winter13/8/Williams_Televison_Flow.pdf 2017-06-07
- [14] Netflix Media Center. (2013) *Netflix Declares Binge Watching is the New Normal*. [online] Hämtad från: <https://media.netflix.com/en/press-releases/netflix-declares-binge-watching-is-the-new-normal-migration-1> 2017-06-07
- [15] Elizabeth Cohen. What's behind TV bingeing's bad rap?

(2017) [online] Hämtad från:
<https://theconversation.com/whats-behind-tv-bingeings-bad-rap-74399> 2017-06-07

<http://www.cinemablend.com/television/Unsurprising-Netflix-Survey-IndicatesPeople-Like-Binge-Watch-TV-61045.html> 2017-06-08

[16] Cambridge Dictionary (2017) [online] Hämtad från:
<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/binge>
2017-06-08

[18] Debra Ramsay. 2013. Confessions of a binge watcher by Debra Ramsay. [online] Hämtad från:
<http://cstonline.net/confessions-of-a-binge-watcher-by-debra-ramsay/> 2017-06-11

[17] West, K., 2014. Unsurprising: Netflix Survey Indicates People Like To Binge-Watch TV. Portland: Cinema Blend LLC. Hämtad från:

