

Författare: Ola Lauritzson
ISBN-10: 9789187957253
Språk: Svenska
Filstorlek: 3068 KB

BESKRIVNING

NORDICOM vid Göteborgs universitet genomför varje år en studie av svenskarnas medieanvändning: Mediebarometern. Nu presenteras 2015 års undersökning och ett av huvudresultaten är en allt större andel av tittande på rörlig bild ligger utanför tv-tablå. Webben som plattform blir allt viktigare för tv-tittande. Medierna är en integrerad del av våra liv, och användningen av dem upptar en stor del av vår vakna tid. En allt större andel av vår mediekonsumtion sker online, inte på mediernas traditionella plattformar. Nio av tio svenskar har tillgång till någon slags dator, och tre fjärdedelar av befolkningen har nu tillgång till smarta telefoner, vilket innebär att man bokstavligen har internet i fickan. Tablå-tv tappar i betydelse. Ett av de viktigaste resultaten i årets Mediebarometer är att en allt större del av tv-tittande sker utanför tablålagd tv. Allt fler väljer alltså själva den tidpunkt de vill ta del av olika tv-program. Såväl traditionella aktörer (som exempelvis SVT) som nyare aktörer på marknaden (som Netflix och HBO) erbjuder strömmande sändningar som gör att tittarna själva kan välja när de vill ta del av utbudet. Det finns emellertid vissa av de traditionella plattformarna som behåller ställningen. Ett sådant exempel är text-tv som en femtedel av befolkningen tittar på varje dag. Antalet minuter som tittarna ägnar text-tv ökar dessutom över tid. På internet är det en betydligt större andel av befolkningen som tar del av sociala medier än traditionella medier. Det finns dock genomgående stora skillnaderna mellan unga och äldre, och det gäller samtliga medieformer. Morgontidningarna, som inte minst ekonomiskt haft det svårt på marknaden under senare år, tappar också ytterligare publik, även om alla plattformar räknas in. Kvällstidningarna däremot uppvisar en stabil nivå av läsning, och den digitala läsningen dominerar stort. Generellt visar årets undersökning att det är de digitala plattformarna som vinner mark på bekostnad av de traditionella plattformarna, och särskilt bland de unga.

VAD SÄGER GOOGLE OM DEN HÄR BOKEN?

PDF Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2017 - iis.se

Kartonnage, 2015. Den här utgåvan av Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2014 är slutsåld. Kom in och se andra utgåvor eller andra böcker av samma författare.

Karin Hellingwerf-Björkqvist - Göteborgs universitet

Referenslitteratur (till kartläggningsuppgiften): Carlsson, Ulla (red.) (2018) Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2017, Göteborgs universitet: ... (2015) 'Where the ...

Medietrender i Norden (2014)1 - Nordicom

De första resultaten från Nordicom-Sveriges Mediebarometer 2015 April 2016 Medieanvändning en vanlig dag 81 % använder internet 80 % tittar på tv på någon ...

LÄS MER