

Betydelsen av taktilitet för framtidens morgontidning

JOHAN SIGNELL



**KTH Datavetenskap
och kommunikation**

Betydelsen av taktilitet för framtidens morgontidning

J O H A N S I G N E L L

Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng
vid Programmet för medieteknik
Kungliga Tekniska Högskolan år 2011
Handledare på CSC var Christer Lie
Examinator var Daniel Pargman

URL: [www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2011/
signell_johan_K11037.pdf](http://www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2011/signell_johan_K11037.pdf)

Kungliga tekniska högskolan
Skolan för datavetenskap och kommunikation

KTH CSC
100 44 Stockholm

URL: www.kth.se/csc

Sammanfattning

Varför läser vi tidningen? En digital nyhetsplattform erbjuder konsumenten mångt mer än dess fysiska dito. Sökbarhet, möjlighet till vidarelänkning och interaktion är bara några av dess mervärden. Dessutom är det billigare, ofta till och med gratis.

Varför läser vi då tidningen? Kan det vara just känslan av att hålla den i handen som gör att vi fortfarande håller fast vid detta klassiska medium?

För att ta reda på det så har aktörer på produktionskedjan intervjuats och resultaten korsanalyserats. Förlagsbranschens och slutkonsumenternas attityder har analyserats mot bakgrund av den senaste forskningen inom människors läsbeteenden. Två grupper av slutkonsumenter har analyserats, nuvarande och framtida. Detta för att kunna svara på huruvida det eventuella mervärdet av taktilitet är traditionsbundet.

Resultatet av denna kvalitativa studie visar att taktilitet är ett stort mervärde för konsumenten. Samtliga aktörer längs produktionskedjan såg och uppskattade tidningens taktilitet som ett mervärde, dock i mindre utsträckning för de framtida konsumenterna. Detta stödjer frågeställningens hypotes om att mervärdet är traditionsbundet.

Nyckelord:

- Taktilitet
- Morgontidning
- Mervärde
- Dagens Nyheter

Abstract

Why do we read the newspaper? A digital news platform offers a lot more than its physical ditto. The possibilities of hyper linking, indexed searching and user interaction are just a few of its, for the consumer, added values. Besides, it's cheaper, often even for free.

Then why do we still read the newspaper? Could it be just the feeling of holding it in your hand that makes us want to hold on to this classic media?

To find the answer to these questions, the stakeholders of the production chain have been interviewed and the results have been compared to its counter parts. The standpoints and forecasts of the publishing houses and of the end consumers were analyzed given the latest research in human reading behaviour.

The results of this qualitative study show that tactility definitely presents an added value for the end consumer. All of the interviewees along the production chain regarded the feeling of paper in your hand to be the primary reason to continue consuming printed press whilst the second group of interviewees, the possible future subscribers, did not express the same level commitment to the tactility of the newspapers. In other words, the added value of tactility is found to be tradition bound.

Key Words:

- Tactility
- Newspaper
- Added value
- Dagens Nyheter

Innehållsförteckning

1.	<u>Inledning</u>	<u>5</u>
1.1	<i>Allmän och teoretisk bakgrund</i>	<u>5</u>
1.2	<i>Syfte och frågeställning</i>	<u>6</u>
1.3	<i>Avgränsningar</i>	<u>6</u>
2.	<u>Metoder och material</u>	<u>7</u>
2.1	<i>Förlagsintervjuer</i>	<u>7</u>
2.2	<i>Fokusgrupper</i>	<u>7</u>
2.3	<i>Analys</i>	<u>7</u>
2.4	<i>Resultat</i>	<u>7</u>
3.	<u>Diskussion</u>	<u>10</u>
4.	<u>Acknowledgements</u>	<u>12</u>
5.	<u>Referenslista</u>	<u>13</u>

1. Inledning

1.1 Allmän och teoretisk bakgrund

Tidningsbranschens överlevnad har diskuterats flitigt under de senaste åren. Intåget av läsplattor samt mer användarvänliga nyhetsportaler på webben har gett upphov till en helt ny marknad. En marknad där konsumenten sitter på makten i form av valfrihet och valmöjlighet. En marknad där nästan allt finns gratis. En marknad där de tryckta publikationerna startar med idel nackdelar. Förlagen brottas med både högre fasta och högre rörliga kostnader än sina digitala dito. För konsumenten så är fortfarande tröskelkostnaden högre som användare av läsplatta men även denna kostnad kommer med all sannolikhet att sjunka dramatiskt inom överskådlig framtid.

För konsumenten erbjuder dock digitaliseringen av nyhetsflödena större mervärden än bara kostnadsreduktioner. Sökbarhet, utrymmeseffektivisering samt möjligheten till direkt vidarelänkning är alla viktiga mervärden som en medveten konsument under 2000-talet värdesätter.

Under det senaste decenniet så har förlagsbranschen ofta försökt rättfärdiga sin existens genom att hänvisa till konsumenternas läsbeteenden som forskningen har visat skiljer sig markant mellan de tryckta och de digitala medierna. Man har menat på att konsumenten oftast läser kortare texter och uppdateringar på nätet för att få en snabb överblick och på sätt hålla sig ajour med omvärlden medan man gärna läser mer på djupet i de tryckta publikationerna.

Detta har dock ändrats. Den senaste forskningen visar att allteftersom nyhetsportalerna har blivit mer användarvänliga och läsplattorna har blivit allt vanligare i våra hem så har våra läsbeteenden förändrats med dem. Vi läser faktiskt numera båda oftare och längre artiklar på nätet än vad vi gör i våra tryckta publikationer (Quinn och Stark, 2011).

Med stöd av denna bakgrund ser vi att framtiden för den tryckta publikationen inte är helt problemfri. Många av de fördelar man tidigare har haft gentemot de digitala medierna existerar inte längre och det är dags att börja leta efter nya mervärden som kan diversifiera tidningen mot dess digitala dito.

Denna artikel tar avstamp där den tidigare forskningen lämnat vid. Främst baseras bakgrundsinformationerna på:

- *"Viewing and reading behaviour in a virtual environment"* (Nicholas et al. 2008) som har forskat kring olika generationers läsbeteende för längre texter online.
- *"News in Online and Print Newspapers: Differences in Reader Consumption and Recall"* (d'Haenens et al. 2004) som har fokuserat på eventuella skillnader gällande kvalitativt informationsintag mellan digitala och tryckta medier.

- *”Skillnader i upplevelse mellan pappersmagasin respektive digitala magasin”* (Wedin 2009) som behandlar olika fokusgruppers subjektiva yttringar gällande taktilitetskillnader mellan digitala och tryckta format.

1.2 Syfte och frågeställning

Nackdelarna till trots så läser folk fortfarande tidningen. Pappersindustrin blomstrar (Pressmeddelande SCB nr: 2011:63) och Sveriges största dagstidning, Dagens Nyheter, vände under 2010 de röda siffrorna och gick med en vinst på 140 MSK (Resumé 2011-01-20). Även om detta kan härledas till omstruktureringar och nedskärningar (Pihl 2011-04-16) så åtnjuter förlagsbranschen fortfarande en trogen kundkrets. Hur kommer detta sig?

Syftet med denna uppsats är att försöka finna en del av svaret på den frågan genom att göra en analys av attityderna inom produktionskedjan. Mer specifikt har jag undersöka huruvida;

- egenskaperna hos dagstidningar på papper anses som ett starkt nog mervärde av förlagen för att den tryckta publikationen kommer att överleva
- konsumenten upplever egenskaperna hos dagstidningar på papper som ett mervärde stort nog för att fortsätta konsumera tryckta publikationer
- (för diskussion) egenskaperna hos dagstidningar på papper konstateras vara ett mervärde för konsumenten, är då detta traditionsbundet eller kommer det även att gälla för framtida generationer

1.3 Avgränsningar

Ur dessa frågor är målet att försöka svara på frågan huruvida de båda aktörerna längs produktionskedjan, förlagen och slutkonsumenten, drar åt samma håll. Först därefter kan en rimlig slutsats kring betydelsen av taktilitet för morgondagens dagstidning dras. Därav kommer inte annonsörernas roll i produktionskedjan analyseras. För framtida studier, främst behandlandes lönsamhetsprognoser och organisationsmodellering, bör ej annonsörernas roll negligeras.

Endast under hänvisningarna till bakgrunden kommer jag att använda mig av källor som forskat kring läsbeteenden online innan 2004 då den senaste forskningen, i detta avseende från 2004 och framåt, är den som är relevant för att kunna svara på ovan nämnda problem.

Självfallet finns det fler mervärden än bara taktiliteten hos en tryckt publikation. Denna artikel fokuserar sig dock i första hand endast på ovanstående. Notera att för en mer nyanserad framtidsprognos för den tryckta publikationen bör dessa ej negligeras.

Undersökningen avser i första hand den svenska marknaden. Således bör inga paralleller till andra länders marknader dras av läsaren. Värt att notera är även att en

användarupplevelse är dynamisk, kontextberoende och subjektiv (Law et al. 2009). Således bör forskning utföras även i kvantitativ form för att studier av detta slag skall kunna betraktas som statistiskt säkerställda.

2. Metoder och material

Den främsta metoden som används vid detta studium är analys av vad som får ses som subjektiva åsikter från två parter på varsin sida av produktionskedjan. Liknande undersökningar har genomförts med de båda parterna.

2.1 Förlagsintervjuer

Intervjuer har genomförts med Pia Skagermark, utrikeschef på Dagens Nyheter. Att valet föll just på Dagens Nyheter beror främst på dess särställning som Sveriges största dagstidning men även på grund av dess nyutkomna magasin, DN-Världen, då detta i stor utsträckning fokuserar på taktilitet i form av högre papperkvalité. Intervjuerna har genomförts som en kvalitativ undersökning av attityd där fokus har legat på öppna frågor för att inte leda intervjuobjektet mot redan antagna slutsatser. Detta leder till en mer rättvisande bild av intervjuobjektets attityd mot ställda frågor.

2.2 Fokusgrupper

För att ge detta studium en mer realistisk och en mer nyanserad bild av attityderna mot mervärdet av taktilitet så har även fokusgrupper bestående av Dagens Nyheter nuvarande och tänkta framtida prenumeranter hållits. Även här har intervjuobjekten mötts av öppna frågor för att inte leda in dem mot redan antagna slutsatser.

Då intervjuobjektens subjektiva yttringar gällande den taktila skillnaden mellan pappersmagasin respektive digitala magasin redan har genomförts inom tidigare forskning, se (Wedin 2009), så har fokus för dessa intervjuer legat på klargörandet av en eventuell gräns där den tryckta publikationens mervärden anses vara stora nog för fortsatt konsumtion. För vem är mervärdet stort nog för att skapa incitament till att inhandla produkten?

Fokusgrupperna är indelade i grupp P_1 och grupp P_2 , där P_1 är nuvarande prenumeranter av Dagens Nyheter äldre än 22 år och P_2 är, för Dagens Nyheter, framtida möjliga prenumeranter yngre än 22 år. Åldergränserna är baserade på medianåldern för flytt hemifrån i Sverige (SCB, 2006).

2.3 Analys

Slutligen så har dessa understudier korsanalyserats för att finna eventuella skillnader och likheter mellan de båda aktörernas attityder gentemot taktilitetens betydelse för framtidens morgontidning.

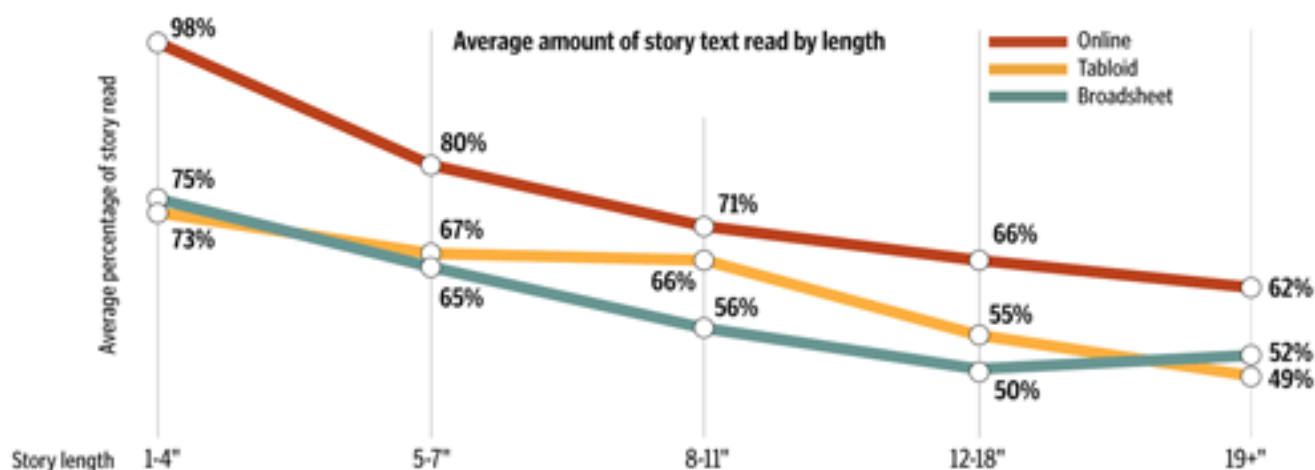
3. Resultat

På frågan gällande huruvida taktilitet anses som ett starkt nog mervärde av förlagen för att den tryckta publikationen kommer att överleva så delades den frågan upp i flera underfrågor.

När Pia Skagermark, Utrikeschef DN, visas den senaste forskningen gällande förändrade läsbeteenden, online och i tryckt format, och bes lämna sina och sitt förhållningssätt på detta så svarar hon följande:

”När läsplattan utvecklas, till exempel så ligger ju DN-världen på Ipad och den lämpar ju sig alldeles utmärkt för detta. Den visar verkligen alla fina bilder och dessutom kan vi visa fler bilder och även filmer. Att läsa en lång text lämpar sig alldeles utmärkt för Ipaden, jag tror att den enda nackdelen med att läsa långa texter på datorn idag är hur man sitter. Ju mer lätthanterliga läsplattorna och datorerna blir, desto längre texter kommer vi att kunna läsa på den, till exempel böcker.”

Detta uttalande ligger helt i linje med den senaste forskningen. I Figur 1, nedan, visas människors läsbeteenden online och i tryckt form (The Poynter Institute, 2011):



Figur 1. Grafen visar hur stor del av en godtycklig nyhetstext som läses avseende längd (i tum) och medium.

Den antagna tesen om att konsumenternas läsbeteenden ej längre skiljer sig åt när det gäller läsning av längre texter mellan digitala och tryckta medier i det avseendet att konsumenten skulle läsa längre texter i tryck form delas med andra ord av Skagermark.

Detta leder till diskussionen om huruvida förlagen anser att taktiliteten hos en tryckt publikation är ett tillräckligt mervärde för att konsumenten skall fortsätta att konsumera de tryckta publikationerna. Om nu tidningarna inte längre kan åtnjuta en större läsvänlighet när det gäller längre texter för användarna så är taktiliteten hos pappret tidningens enda mervärde mot konsumenten som en digital plattform inte kan erbjuda. När Pia Skagermark frågas om DN tror att detta är tillräckligt så svarar hon:

”Jag ser många fördelar med en papperstidning. Jag kan vika ihop den, ta med den på tunnelbanan och så vidare, men jag inser att dessa argument bara blivit tunnare och tunnare ju mer läsplattan utvecklats. Det jag tror på

riktigt lång sikt, säg om tio år, så tror jag att till exempel min son, som är 20 år gammal, inte kommer att läsa tidningen som papperskopior. Jag tror att han kommer att läsa den på en Ipad."

På liknande sätt svarar även fokusgrupperna på frågan huruvida de som konsumenter upplever taktiliteten hos pappret som ett tillräckligt stort mervärde för att även i fortsättningen fortsätta konsumera tryckta publikationer.

Fokusgrupp P₁ börjar med att svara att de absolut ser de många mervärdena med en digital plattform. Man uppskattar sökbarheten, möjligheten till vidarelänkning samt utrymmesbesparingen mest. Även de miljömässiga fördelarna lyfts fram av flera deltagare. Gällande de tryckta publikationerna så är den största anledningen till att de fortfarande nyttjar dessa precis samma anledning som lyfts fram av Frida Wedin (Wedin 2009, 1) när hon frågar sig själv och sina intervjuobjekt om det är möjligt att helt ersätta upplevelsen att läsa en tidning i tryckt form digitalt:

"De flesta personer upplevde det som tryggt och positivt att hålla ett pappersmagasin i handen. De upplevde det som tryggt på grund av att de vet hur man hanterar en papperstidning samt att det kändes rejält och verklighetstroget då det är ett fysiskt ting man kan känna på."
(Wedin 2009, 12)

Eller som en av de tillfrågade sade:

"Det känns jättebra, prasseljudet tilltalar mig och när jag bläddrar så kommer det en doft av papper som jag gillar."
(Wedin 2009, 12)

Med andra ord så upplevs taktilitet även som ett mervärde för konsumenten. I fallet fokusgrupp P₁, ett mervärde stort nog för att fortsätta konsumera.

Fokusgrupp P₂ svarar på liknande sätt. Man ser och uppskattar mervärdena hos den tryckta publikationen, dock i mindre grad än de deltagande i fokusgrupp P₁.

"En söndagsmorgon kan det vara viktigt med en enklare lösning och kunna koppla av från massor av elektronik. Annars kan det vara rätt skönt med digital läsning på tåget o.s.v., då man blir smutsig samt att det tar massor med plats, prasslar och är allmänt osmidigt."

Detta är en viktig skiljepunkt de två fokusgrupperna emellan. Flera deltagande i fokusgrupp P₁ anser förhållandet mellan de olika medierna i en sådan situation vara tvärtom. Den digitala plattformen anses vara en klumpigare av de två och man framhäver den tryckta tidningens smidighet som ett av de största mervärdena. Här finner vi alltså den brytpunkt som eftersöks.

4. Diskussion

Då vi har konstaterat att taktiliteten hos en tryckt publikation skänker ett mervärde till konsumenten, om än i olika hög grad, så kommer vi till den tredje frågan. Är taktilitetens mervärde traditionsbundet eller kommer det även att gälla för framtida generationer?

Skillnaderna mellan fokusgrupp P₁ och fokusgrupp P₂ antyder att så kan vara fallet. Detta stöds även av den senaste forskningen i form av (Andersen, 2008) där han hävdar att när de digitala magasinerna blir mer lättillgängliga och användbara så kan detta leda till att de barn som växer upp med den nya tekniken vänjer sig vid att läsa digitala magasin istället för tryckta magasin. För dessa barn kommer inte det taktila mervärdet hos en tryckt publikation vara lika stort som det är idag. Deras uppfattning av vad som förhöjer en upplevelse skulle bestå av helt andra egenskaper än vad de gör idag

Värt att märka dock är att ingen knivskarp gräns de två fokusgrupperna emellan har påvisats. Båda fokusgrupperna kan se och uppskatta både de digitala respektive de tryckta mediernas mervärden även om attityderna markant skiljer sig åt. Ur detta kan för framtida forskning antagandet att taktiliteten som mervärde är traditionsbundet göras under premissen att en exakt skiljelinje icke krävs.

Vart leder då oss detta? En intressant tanke som luftas under intervjun med Pia Skagermark är risken för ett mer elitistiskt kunskapssamhälle. Då betalmagasinet DN-Världen är ett av de få magasin som fokuserar på taktilitet som mervärde för konsumenten och dessutom har fått väldigt bra respons från läsarna frågas Pia Skagermark om denna attraktion kommer att bestå.

”De här riktigt långa texterna, ca: 20000 - 30000 ord, har vi inte riktigt plats med i den vanliga tidningen, nyhetsklimatet har förändrats. Tidningarna är kortare idag, det var därför vi ville göra det. Ingenting av DN-Världen ligger på nätet, allt är betalt så att det inte ska gå att få den gratis. När man ser hur varmt den har välkomnats så ser man ju att det kanske är ett recept för tidningarnas överlevnad.”

Om nu då taktiliteten som mervärde i dess nuvarande form är traditionsbunden, kommer då magasinet DN-Världen till skillnad från morgontidningen DN ha en framtid för nästa generation? Pia Skagermark svarar:

”Ja, jag tror att den har det i samma kategori som böcker. Den kvalar in i något som ligger framme, den är inte bara en nyhetsprodukt, den är något som är mysig att ha där, lite utav en lyxprodukt. Det kan till och med finnas ett värde i att stryka med handen över en sådan här tidning vilket du inte kan göra på skärmen.”

Om nu detta är det vinnande konceptet för förlagen så är det onekligen värt att i framtida forskning diskutera dess implikationer för samhället. Om den djupare kunskapen som kommer med de längre mer djupgående artiklarna skulle komma att

bli en lyxprodukt så är chansen för en kunskapssegregering inom samhället betydande.

5. Acknowledgements

Ett stort tack riktas till: Handledare Christer Lie, för mycket noggrann och bra hjälp samt uppmuntrande kommentarer, Examinator Daniel Pargman, för att ha tagit sig tid till att dels utvärdera mitt arbete dels ha tagit sig tid till att skriva DM100X-bloggen utan vars hjälp jag inte hade klarat av att hålla mig ajour när jag bott utomlands, Stefan Hrastinski, för hjälp med struktureringen av min vetenskapliga artikel, Pia Skagermark, för en ovärderlig inblick i förlagsbranschen samt ett stort tack till alla som har stått ut med mina frågor. Ett extra stort tack ges även till Emily Leo.

6. Referenser

Andersen, Espen. (2008).

Time to get serious about the paperless office.

ACM Ubiquity, Vol. 9, No. 13. DOI: 10.1145/1366317.1366318

D'Haenens, Leen., Jankowski, Nicholas och Heuvelman, Ard (2004).

News in Online and Print Newspapers: Differences in Reader Consumption and Recall.

New Media & Society, Vol. 6. DOI: 10.1177/1461444804042520

Law, Effie L-C., Roto, Virpi., Hassenzahl, Marc., Vermeeren, Arnold P.O.S och Kort, Joke (2009).

Understanding, Scoping and Defining User Experience: A Survey Approach.

CHI, april 4-9, Boston MA, USA. DOI: 10.1145/1518701.1518813

Nicholas, David., Huntington, Paul., Jamali, Hamid R., Rowlands, Ian., Tenopir, Carol och Dobrolowski, Tom (2008).

Viewing and reading behaviour in a virtual environment.

1 (rev.) uppl. Emerald Group Publishing LTD.

Wedin, Frida (2009).

Skillnaden i upplevelse mellan pappersmagasin och digitala magasin.

Institutionen för Musik och Medier, Luleå tekniska universitet. ISSN: 1402-1552.

ISRN: LTU-DUPP - - 09/095 - - SE

Quinn, Sara och Adam Stark, Peggie. The Poynter Institute. *Project Eyetrack07.*

<http://eyetrack.poynter.org/index.html> (Hämtad 2011-02-03)

Pihl, Thomas (2011). *DN går med vinst efter omstruktureringar.* Journalisten. 16 april.

<http://www.journalisten.se/artikel/23036/dn-gar-med-vinst-efter-omstruktureringar>

(Hämtad 2011-04-16)

Resumé (2011). *DN starkt uppåt.*

<http://www.resume.se/nyheter/2011/01/20/dn-starkt-uppat/> (Hämtad 2011)

Statistiska Centralbyrån (2011). *Investeringsenkäten februari 2011.*

http://www.scb.se/Pages/PressRelease_309709.aspx (Hämtad 2011-04-27).

Statistiska Centralbyrån (2006). *Demografisk analys – Boendeort avgör när man flyttar hemifrån.*

http://www.scb.se/Pages/TableAndChart_180464.aspx (Hämtad 2011-04-27)

