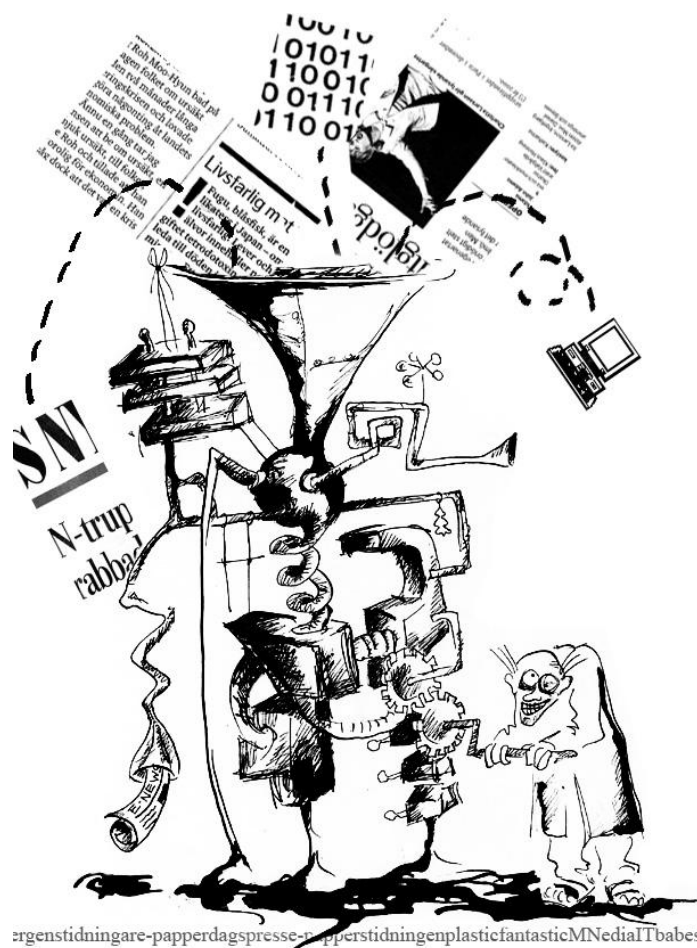


Mediekonvergens – nya digitala artefakter i tidningsvärlden...



Kandidatuppsats, 10p
Slutseminarium: 2004-06-03
Författare: Ina-Maja Bengtsson
Janina Hagström
Jenny Szewczyk
Handledare: Maria Åkesson

Abstrakt

Den digitala teknikens genombrott utgör idag en viktig förutsättning för att vi ska kunna kombinera olika typer av information som tidigare varit avgränsade. Ett resultat av denna mediekonvergens är e-pappret och e-papperstidningen, som inom en snar framtid kommer att finnas ute på marknaden. Begreppet mediekonvergens syftar till de möten som sker då olika medier förenas och bildar nya enheter. Undersökningen som denna uppsats baseras på behandlade e-papperstidningen och de förväntningar, baserat på tidigare erfarenheter, som de tilltänkta användarna har på detta nya medie. Målet var att få fram en bild av de faktorer som har störst betydelse för att tidningsläsarna i framtiden ska välja att läsa sin tidning på e-papper. Insamling av empiri skedde med en webbenkät som lades upp på Hallandspostens webbplats. Sammanställningen av svaren från 337 respondenter visade att de faktorer som har störst betydelse är kontinuerligt uppdaterade nyheter, pålitlig teknik och att e-papperstidningen blir lätt att lära sig använda. Utöver detta har det visat sig att det är av stor betydelse att tidningen även i framtiden förknippas med känslor som avslappning, trygghet och sällskap. Vår studie visar att tidningskänslan inte är så starkt bundet till mediet utan snarare till de situationer och kontexten som tidningen förknippas med.

Förord

Uppsatsen syftar till att ge läsaren en uppfattning om vad framtidens tidningsläsare förväntar sig av ett nytt framtida tidningsmedie. Det finns idag flera företag som arbetar med att ta fram e-papper. Oavsett vilken teknik som kommer användas för e-papperstidningen, tror vi att det här arbetet kan vara till nytta. Vi ser även att tidningspublicisterna kan ha intresse av att ta del av vårt arbete.

Arbetet med den här uppsatsen har varit en lång, och ibland en lätt frustrerande, process. Vi vill därför rikta ett varmt tack till vår handledare Maria Åkesson (*"Where is the beef?!"* J) på Högskolan i Halmstad, då hon med kreativ kritik hjälpt oss på rätt väg. Andra personer från IDE-sektionen på Högskolan i Halmstad som varit behjälpliga i arbetet är Carina Ihlström och Jesper Hakeröd.

Vi vill även tacka våra lätt lidande familjer, både två- och fyrbenta, för att de haft ett stort tålamod och på annat sätt visat oss stöd under uppsatsprocessen.

Till sist vill vi tacka Hallandsposten för att de ställde upp med utrymme för enkäten, på sin webbplats, samt alla respondenter som tagit sig tid att medverka i undersökningen.

Halmstad, juni 2004

Ina-Maja Bengtsson

Janina Hagström

Jenny Szewczyk

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	1
1.1 BAKGRUND	1
1.2 PROBLEM OCH SYFTE	2
1.2.1 <i>Problemavgränsningar</i>	3
1.3 CENTRALA BEGREPP	3
2. TEORETISK REFERENSRAM	4
2.1 MEDIEKONVERGENS	4
2.2 TIDNINGSMEDIET	5
2.2.1 <i>Papperstidningen</i>	5
2.2.2 <i>Nättidningen</i>	5
2.3 DIFFUSION AV NYA INNOVATIONER	7
2.3.1 <i>Kategorisering av potentiella användare</i>	7
2.4 DIFFUSIONS TEORIN - INNOVATIONSATTRIBUT	8
2.5 ANVÄNDBARHET	10
2.6 ANVÄNDAREN	11
2.7 KONVERGENS, DIFFUSION OCH ANVÄNDBARHET	11
2.7.1 <i>Beröringspunkter teorierna emellan</i>	12
3. METOD	14
3.1 KVANTITATIVA OCH KVALITATIVA METODER	14
3.2 ENKÄTEN	14
3.2.1 <i>Enkätkonstruktion</i>	15
3.3 LITTERATURSTUDIE	16
3.4 ANALYSMETOD	17
3.4.1 <i>Frekvenstabeller, korstabulering och korrelationstest</i>	18
3.5 ETISKA PRINCIPER	18
3.6 URVALSDISKUSSION	18
3.7 BORTFALL	19
3.8 VALIDITET OCH RELIABILITET	19
3.9 ALTERNATIV METOD	21
4. RESULTAT	23
4.1 RESULTAT REDOVISNING	23
4.2 RESPONDENTERNA	23
4.3 PAPPERSTIDNINGEN	24
4.4 NÄTTIDNINGEN	26
4.4.1 <i>Tidningskänsla</i>	28
4.4.2 <i>Nättidningen – ett andrahandsval?</i>	28
4.5 <i>E- papperstidningen</i>	29
5. ANALYS OCH DISKUSSION	33
5.1 RESPONDENTERNA	33
5.1.1 <i>Early adopters</i>	33
5.2 PAPPERSTIDNINGEN	34
5.3 NÄTTIDNINGEN	35
5.3.1 <i>Tidningskänsla</i>	35
5.4 AVGÖRANDE FAKTORER	35
5.4.1 <i>Lärbarhet</i>	36
5.4.2 <i>Pålitlig teknik</i>	36
5.4.3 <i>Uppdatering</i>	36
5.4.4 <i>Miljöfrågan</i>	37
5.4.5 <i>Mervärde</i>	37

5.5 PUSH- ELLER PULLORIENTERAT.....	38
5.6 PAPPERS-, NÄT- OCH E-PAPPERSTIDNING	39
6. SLUTDISKUSSION	40
6.1 FORTSATT FORSKNING	43
REFERENSLISTA.....	2

FIGURFÖRTECKNING

FIGUR 1: ROGERS, NIELSEN OCH LÖWGRENS BEGREPP	12
FIGUR 2: STAPELDIAGRAM : FÖRDELNING - KÖN OCH ÅLDER	23
FIGUR 3: CIRKELDIAGRAM : UTBILDNING.....	24
FIGUR 4: STAPELDIAGRAM : PAPPERSTIDNINGENS STYRKOR	24
FIGUR 5: STAPELDIAGRAM : FÖRHÅLLNING TILL PAPPERSKÄNSLA	25
FIGUR 6: STAPELDIAGRAM : NÄTTIDNINGENS STYRKOR	27
FIGUR 7: FREKVENSTABELL : TIDNINGSKÄNSLA HOS NÄTTIDNINGEN.....	28
FIGUR 8: STAPELDIAGRAM : TIDSRYMD FÖR E-PAPPERSLÄSNING	29
FIGUR 9: STAPELDIAGRAM : FAKTORER RÖRANDE INSTÄLLNING TILL E-PAPPERSTIDNINGEN.....	30
FIGUR 10: STAPELDIAGRAM : MILJÖPÅVERKAN	31
FIGUR 11: STAPELDIAGRAM : FÖRDELNING - KÖN OCH MILJÖPÅVERKAN.....	31
FIGUR 12: STAPELDIAGRAM : PREFERENS ANGÅENDE E-PAPPERSTIDNINGENS UTSEENDE	32

BILAGOR

BILAGA 1 ENKÄT

BILAGA 2 FREKVENSTABELLER

- 2.1 BAKGRUNDSVARIABLER
- 2.2 PAPPERSTIDNINGEN
- 2.3 NÄTTIDNINGEN
- 2.4 TIDNINGSKÄNSLA
- 2.5 E-PAPPERSTIDNINGEN

BILAGA 3 KORRELATIONSTEST OCH CHI² TEST

BILAGA 4 RESULTAT ÖPPNA SVAR FRÅGA 9-10, 14, 16-18

- 4.1 FRÅGA 9
- 4.2 FRÅGA 10
- 4.3 FRÅGA 14
- 4.4 FRÅGA 16
- 4.5 FRÅGA 17
- 4.6 FRÅGA 18

1. Inledning

I den här delen ger vi en introduktion till ämnet i stort, problembakgrund samt de problemformuleringar som ligger till grund för arbetet och dess syfte. Även avgränsningar för problemställningen och centrala begrepp för arbetet förklaras.

1.1 Bakgrund

Tänk dig följande scenario: När du till morgonkaffet ska läsa tidningen slår du inte upp en papperstidning, utan det är ett tunt plastark. På detta ark laddar du varje morgon hem din tidning. Som inbiten HBK:are har du möjlighet att se ett videoklipp på det avgörande målet från matchen kvällen innan mellan AIK och HBK. Du irriterar dig på att journalisten tycks ha tagit AIK:s parti och skickar ett ilsket meddelande till tidningens insändarsida via din mobiltelefon. Nej, det är inte science fiction, utan något som inom tjugo år kan bli verklighet.

Den digitala tekniken har inneburit en stor förändring för kommunikationsvillkoren (Gulliksson, 1998). Kommunikation av information är beroende inte bara av mediet, utan även av upplevelsen och den kontext som användare och artefakten befinner sig i. Med den digitala teknikens intåg pågår en integrering av tidigare åtskilda kommunikationsformer – en mediekonvergens. Papperstidningens framtid har ifrågasatts av nya tekniker ett flertal gånger under de senaste decennierna. Radion, televisionen och Internet är exempel på relativt nya artefakter som har utmanat papperstidningens ställning som den främsta nyhetskällan i vårt samhälle (Falkheimer, 2001).

Det som avgör om nya artefakter får fotfäste på marknaden är hur väl de passar in i vår livsstil, samt tidigare erfarenheter och förväntningar (Fidler, 1997). Vi tenderar också att inledningsvis möta dem med en viss skepsis, och det är inte helt ovanligt att det uppstår vad som kallas ”moralpanik” i samhället. TV skulle förvandla tittarna till idioter, datorn och datorspel sågs, och ses fortfarande till viss del, som en grogrund för potentiella våldsmän. Etablerade medier ses däremot med blidare ögon. Radio och tidningar är numera djupt kulturellt rotade och har sedan länge befast sin position som pålitliga och tillgängliga för alla i samhället. Detta pekar på att vi behöver tid för att ta till oss nya artefakter. Det kan ta cirka tjugo till trettio år innan en ny teknik eller idé fullt ut har blivit accepterad av samhället (Saffo, 1993; Saffo refererad av Fidler, 1997).

Idag är det elektroniska bildskärmar och papper som är de två dominerande informationsbärarna. Vi erbjuds en mängd olika elektroniska sätt att ta del av information och kommunicera på, som handdatorer, mobiltelefoner och E-böcker. De syftar till att skapa gynnsammare förutsättningar för tillgänglighet av information i mobila förhållanden. På lång sikt är visionen att de digitala artefakterna ska ersätta pappersbaserade dito, som till exempel tidningar, genom en konvergens av de båda (Toofani, 2003). Ett relativt nytt koncept som väntar i kulisserna är det elektroniska pappret (e-papper), en tunn böjlig plast/pappersfilm som kan ändra innehåll via elektroniska spänningar. E-papperstidningen är redan under utveckling och inom de

närmsta 20 åren kan den vara en realitet att räkna med. Det innebär att vi kommer kunna ladda ner vår dagstidning till e-pappret, istället för att få en papperstidning hem i brevlådan.

Mediekonvergensen mellan nya digitala medier och den traditionella papperstidningen innebär stora möjligheter och samtidigt en stor utmaning. Flera faktorer har avgörande betydelse för en ny innovations genomslagskraft och spridning. En teori kring detta benämns diffusionsteorin, den syftar till att ge förståelse för spridningsförloppet så att detta kan påskyndas (Rogers, 1986; 2003). En av de avgörande utmaningar som e-pappret går till mötes är att utifrån ”användbarhetsaspekten” skapa en artefakt som tilltalar och accepteras av den tilltänkta användaren. Användbarhet kan beskrivas som en designaspekt som innebär att hänsyn tas till artefaktens funktionalitet i en viss situation. Samtidigt behandlas användarens helhetsintryck av artefakten, vilket kan röra sig om mer subjektiva faktorer (Bevan, 2001). Att skapa en artefakt med dålig användbarhet kan resultera i stora förluster, både i tid, pengar och hälsa (Ottersten & Berndtsson, 2002). Med detta som bakgrund har vi utifrån ett mediekonvergens perspektiv satt e-pappersinnovationen i relation till både diffusionsteori och användbarhet.

E-pappret/e-papperstidningen är under utveckling, och befinner sig fortfarande i en visionsfas. Vid utformning av en ny artefakt är det visionen som utgör grunden för de designval som görs. Visionen finns med under hela processen och utgör basen för de val som anses mest betydelsefulla att analysera i situationen (Löwgren och Stolterman, 1998). Vi har utgått ifrån användarens förväntningar och menar att dessa är viktiga att ta hänsyn till i alla delar av designprocessen. Eftersom e-papperstidningen fortfarande befinner sig i visionsfasen är vår förhoppning att detta arbete kommer att kunna påverka den fortsatta utvecklingen av e-papperstidningen. Genom att inte bara ta hänsyn till de tekniska aspekterna utan även fokusera på den tilltänkta användarens förväntningar ser vi en större möjlighet för acceptans av det nya mediet.

1.2 Problem och syfte

Nya former av kommunikation har sällan blivit accepterade utan att det funnits länkar till tidigare eller existerande former (Fidler, 1997). De två existerande tidningsmedierna är nät- och papperstidningen. De olika medieformerna har sina respektive styrkor och svagheter. För att skapa ett nytt framgångsrikt tidningsmedie, som många hoppas på att e-pappret kommer att bli, ligger en av de stora utmaningarna i att länka till och kombinera existerande tidningsmediers styrkor. Ett sätt att möta denna utmaning är att identifiera användarens/läsarens uppfattning om tidningsmediernas styrkor och baserat på dessa formulera riktlinjer för utformning av en e-papperstidning. Problemformuleringen lyder:

- Vilka förväntningar har den tilltänkta användaren på e-papperstidningen och hur kan de utnyttjas vid design och acceptansskapande?

Vårt syfte är att identifiera och klarlägga användarens subjektiva förväntningar på e-papperstidningen, baserat på tidigare erfarenheter av existerande tidningsmedier. Vi gör detta utifrån ett mediekonvergensperspektiv. Genom att sätta idén om e-papperstidningen

i relation till både diffusionsteorin och användbarhet, vill vi bidra till en ökad förståelse för de mönster som kan vara allmängiltiga för den framtida tidningsläsaren. Intentionen är att komma fram till rekommendationer/riktlinjer för de främsta faktorer som bör tas hänsyn till vid utformandet av e-papperstidningen. Uppsatsen är en del av en förstudie inom forskningsprojektet DigiNews på Högskolan i Halmstad. Detta projekt syftar till att sprida dagstidningar elektroniskt.

1.2.1 Problemavgränsningar

För att begränsa omfånget på vår studie har vi valt att inte ställa frågor om de upplevda svagheterna med pappers- respektive nättidningen. Vi har alltså valt att avgränsa oss till att enbart studera de upplevda styrkorna. Vi kommer heller inte beröra frågor och problem som rör priset på e-papperstidningen.

1.3 Centrala begrepp

Löwgren och Stolterman (1998) förklarar begreppet **artefakt** som något människan skapat. Begreppet kan vara både fysiska ting men det kan också avse något mer abstrakt. Författarna begränsar IT-artefakter till artefakter som innehåller informationsteknik, vilka fungerar i samverkan med människor samt i sociala sammanhang (Löwgren & Stolterman, 1998).

Då vi använder oss av begreppet tidning syftar vi till **dagspress**. Mediebarometerns definition av dagspress som vi utgått ifrån är; Dagspress innefattar morgon- och kvällstidningar. Med morgontidning avses alla morgonutgivna tidningar som utkommer (Mediebarometern, 2002).

2. Teoretisk referensram

I detta avsnitt redogör vi för den teori som utgör grund för dels vår undersökning och analysen av denna, dels den diskussion vi för som avslutning. Vi kommer att ta upp ämnen som mediekonvergens, diffusionsteori och användbarhet.

2.1 Mediekonvergens

De senaste tio åren har stora förändringar skett på den svenska mediemarknaden och det finns inget som tyder på att denna utveckling kommer att avta. En av de förändringar som påverkat medierna och deras innehåll är den pågående mediekonvergens. Konvergens är ett komplext fenomen och kan beskrivas på flera olika sätt beroende på vilket perspektiv som intas (Alström, Enlund, Hedman & Hvitfelt, 2001). En vanlig missuppfattning är att konvergens innebär en sammansmältning. Begreppet används ofta som en synonym till konvergens men innebörden är inte den samma. Sammansmältning innebär att en ny enhet bildas då två eller flera enheter förenas. Konvergensbegreppet syftar snarare på ett möte eller en förening. Resultatet blir en omformning av de konvergerande enheterna liksom skapandet av en ny enhet. En annan vanlig missuppfattning är att det är ett nytt fenomen. Den konvergens som samhället genomgår idag är i större skala än tidigare, men den har alltid funnits (Fidler, 1997).

Konvergensfenomenet är alltså komplext men utvecklingen av de tekniska förutsättningarna utgör dock en gemensam utgångspunkt. Den digitala teknikens genombrott har inneburit att alla informationstyper, ljud, text eller bild, kan förmedlas på ett och samma sätt (Alström et al., 2001). Detta utgör den viktigaste förutsättningen för att vi idag ska kunna förmedla och kombinera olika typer av information som tidigare varit avgränsade för en viss typ av tjänster (SOU 1999:55). Det tydligaste exemplet på detta är Internet där text bild, ljud och rörlig bild har konvergerat till ett nytt medium. Idag kan vilken digital kanal som helst förmedla alla informationstyper, de är inte längre knutna till en speciell tjänst eller informationstyp. De tekniska hindren är undanröjda men det krävs fortfarande att vi frigör oss från invanda tankemodeller för att vi skall kunna utnyttja det framtiden erbjuder oss (Alström et al., 2001).

Hvitfelt (2002) skriver i antologin ”På väg mot medievärlden 2020 – journalistik, teknik, marknad” att den tekniska utvecklingen i princip är gränslös och att ”Valfriheten i morgondagens medier kommer att bli nästan total.” (Hvitfelt, 2002, s. 31) Han beskriver visionen om en framtida liten sladdlös apparat som kan användas som TV, telefon, dator, kamera och radio. Den kommer troligen även vara försedd med en hopfällbar bildskärm. Apparaten ska kunna göra allt som datorer idag kan göra och mer där till. Hvitfelt (2002) ger här en bild av att den konvergerande tekniken i framtiden skulle samlas i en ”superapparat”. Samtidigt skriver han att den här utvecklingen inte är speciellt trolig. Istället tror han mer på att vi i framtiden kommer ha tillgång till ett antal specialapparater som är avsedda för olika ändamål. En del kommer troligen vara avsedda för en mer aktiv inblandning av användaren medan andra kommer ha en mer passiv funktion (Hvitfelt, 2002).

2.2 Tidningsmediet

De tekniska förutsättningarna för tidningsmediet har genomgått stora förändringar sedan Gutenberg började trycka böcker på 1400-talet. De första tidningarna började tryckas på 1600-talet i Sverige och mycket har hänt i samhället sedan dess. Trots detta har tidningsmediet i mångt och mycket bevarat sin ursprungliga form. Tidningen är djupt kulturellt rotad och människor finner en trygghet i att bläddra och läsa tidningar (Alström et al., 2001). Den har länge haft en stark ställning i samhället som en av våra främsta informationsbärare (Becker, Bjurström, Fornäs & Ganetz, 2002).

Information kan delas upp i *push-* eller *pullorienterad* information. *Push-information* är information som erbjuds oss utan vi egentligen frågat efter den. *Pull-information* kräver däremot ett mer aktivt val, en uttryckt önskan att få ta del av en viss information. Papperstidningen är traditionellt sett i stor utsträckning *pushorienterad*. Nätversionerna (av tidningen) präglas däremot av *pullorienterad* information, då användaren aktivt måste söka efter den information han/hon vill ha (Sabelström, 1999).

2.2.1 Papperstidningen

Egenskaper som är kännetecknande för papperstidningen är texten och bilden. Den förknippas också med en tydlig tidsbundenhet då nya nummer kommer regelbundet samt att det är en färskvara som oftast bara läses en gång (Becker et al., 2002). Det finns enligt Fidler (1997) olika domäner av kommunikation för identifikation av olika typer av media. Papperstidningen tillhör *dokumentdomänen*, vilken utmärks av egenskaper som mobilitet, enkelhet, pålitlighet och bekvämlighet. Knappast någon annan form av kommunikation har samma förmåga att på ett så pålitligt sätt bevara, duplicera och transportera information som dokument. En nackdel är dock den tid det tar att producera och distribuera dessa dokument, som till exempel tidningar (Fidler, 1997).

Med den digitala teknikens utveckling kommer det bli av ännu större vikt att papperstidningen erbjuder läsaren ”mervärde”. Exempelvis medlemskap som erbjuder olika fördelar i form av erbjudanden. Allt för att knyta läsaren närmare tidningen (Hedman, 2002). Distributions- och papperskostnaden samt den negativa inverkan på miljön är faktorer som har betydelse för att vi istället ska välja att läsa tidningen i digital form. Om det digitala alternativet blir billigare och dessutom erbjuder ett mervärde både för läsarna och annonsörerna kommer papperstidningen så småningom tyna bort (Alström et al., 2001).

2.2.2 Nättidningen

Spridningen av Internet på 90-talet kom att både ses som ett hot och en möjlighet för de flesta tidningarna i Sverige. Många utgivare hängde snabbt på den nya trenden och lade upp mycket av sitt innehåll även på Internet. Men många höll sig också avvaktade. Främsta anledningen till detta var att nätpubliceringen inte innebar några självklara intäktsmöjligheter. Här låg, och ligger fortfarande, det största hotet; att intäkterna från prenumeranterna och annonsörer minskar eller rentav uteblir (Hedman, 2002). Trots detta finns de flesta svenska tidningsföretag idag representerade Internet.

Enligt Falkheimer (2001) är den främsta anledningen till detta att de vill positionera sig på den nya arenan inför framtidens tidningsläsande. Ett annat skäl till att dagspressen satsar på Internet är att de vill bredda läskretsen och nå ut till ungdomarna. Det är framförallt inom den här gruppen som tidningsläsandet minskar. Eftersom de i större utsträckning än andra ålderskategorier surfar har tidningarna sett en möjlighet att nå ut till dem via Internet (Hedman, 2000).

Den främsta skillnaden mellan pappers- och nättidningen är att papperstidningen består av fysiskt material; papper och trycksvärta. Nättidningen består däremot av material som saknar egenskaper, ettor och nollor. Den materialiseras först i mötet mellan människa och maskin. För att orientera sig igenom informationen används skärmrullning och mus. Färger och storlek begränsas av dataskärmens kapacitet. Den traditionellt linjära texten har brutits upp och ersatts av hypertexter och länkar. Användaren erbjuds via länkarna att ta del ett oändligt antal sidor med en oändlig mängd information (Sjöberg, 2002). Den nya tekniken har inneburit en stor förändring för kommunikationsvillkoren. Tidningen som traditionellt endast inneburit envägskommunikation kan med den nya tekniken även erbjuda tvåvägskommunikation, vilket är grundförutsättningen för interaktivitet (Gulliksson, 1998).

2.2.3 E-papperstidningen

Hittills har det förefallit som om de tryckta medierna stått utanför trenden mot mediekonvergens. Men det digitala pappret (e-pappret) är under utveckling och kan komma att bli bärare av framtidens tidningar, tidskrifter och böcker. Det digitala pappret kommer inte bara att kunna användas för att visa text och bild utan även exempelvis webbsidor och kanske till och med TV (Alström et al., 2001). Med e-papperstidningen kommer tidningsmediet ännu en gång genomgå en stor förändring. Den kommer innebära att en ny dimension ges åt förmedlandet av text och bild (Toofani, 2003).

Det som är den gemensamma nämnaren för e-pappret är de tänkta användningssätten och området som det är tänkt att appliceras på (Toofani, 2003). De tekniska lösningarna liknar förvisso varandra men det finns inga gemensamma definitioner. Det elektroniska pappret/tidningen skulle med lätthet kunna erbjuda fördjupad information kontinuerligt, samt en personifiering av innehållet. Toofani (2003) spekulerar i om det skulle vara möjligt att genom radiovågor framkalla upplevelser av ljud, lukt och smak. Detta skulle visserligen kunna visualisera händelser på ett helt nytt sätt, men författaren frågar sig om vi verkligen skulle vilja få den här upplevelsen i alla situationer (Toofani, 2003).

Tekniken skulle kunna användas i alla de situationer där displayer används för kommunikation. En av de främsta fördelarna med e-pappret i förhållande till existerande displayer är en betydligt bättre läsbarhet då den har samma egenskaper som pappret. Ytterligare en fördel är dess mångsidighet, då bläcket kan tryckas på så många olika ytor. Eftersom bilden/texten kan visas även när strömmen är avslagen innebär det även en lägre energikonsumtion [1; 2].

Det finns ett par olika tekniker för framställandet av e-papper. En variant är ett samarbete mellan E Ink och Philips Research. E Ink har tagit fram ett bläck som innehåller ett stort antal mikrokapslar. Dessa kapslar innehåller vita positivt laddade och svarta negativt laddade partiklar i ett bindemedel. När elektronisk spänning påförs rör sig partiklarna i kapseln till eller ifrån den sidan av skärmen som är vänd mot läsaren. Bläcket kan med sedvanligt screentryck tryckas på de flesta ytor, inte bara plast utan även glas eller papper (Crawford, 2000; Toofani, 2003; [1; 2]). En annan teknik som utvecklats av Gyricon Media Inc. från Xerox, påminner om en tunn LCD (Liquid Crystal Display) skärm. Mellan två ytterst tunna plastark finns ett stort antal kulor, till hälften vita, till hälften svarta. Kulorna roterar fritt i en olja och när elektrisk spänning tillförs plastarket så ändrar kulorna läge och visar en av färgerna. På så sätt kan en text eller bild visas (Toofani, 2003; Crawford, 2000).

Tanken med e-papperstidningen är att den ska präglas av samma mobilitet och lätthet att förmedla information som den traditionella papperstidningen. E-papperstidningen kan innebära en betydlig minskning av dagens pappersförbrukning och negativ miljöpåverkan vid distribution. Däremot vet vi inte hur den efter förbrukning kommer kunna återvinnas, och vilken effekt det kommer ha på miljön (Toofani, 2003). E-papperstidningens fysiska format kommer att bli mindre än dagens dagstidningar. Ett mindre format kommer påverka användarens upplevelse. Detta gör det viktigt att ta hänsyn till användarnas förväntningar samt i möjligaste mån minska skillnaden mellan den traditionella papperstidningen och den elektroniska (ITEA 03015 DIGINEWS).

2.3 Diffusion av nya innovationer

Förändringstakten när det gäller acceptans av nya innovationer är inte så snabb som vi ofta uppfattar den. Det tar cirka en generation, 20 till 30 år, innan en ny teknik till fullo har accepterats av samhället. Att vi får känslan av att det går snabbt beror på att flera tekniker kommer fram samtidigt (Saffo, 1993; Saffo refererad av Fidler, 1997). Medie- och innovationsforskaren Everett M. Rogers (2003), har arbetat fram teorier som syftar till att påskynda spridningen, det vill säga diffusionen, av nya innovationer. Författaren beskriver diffusion som en typ av kommunikation vilken förmedlar vad vi uppfattar som nya idéer. Diffusion består enligt Rogers (2003) av fyra huvudelement; *innovationen* som förmedlas via *kommunikationskanaler* över en viss *tid* i ett *socialt system* (Rogers, 2003).

2.3.1 Kategorisering av potentiella användare

Kommunikationskanalen massmedier är effektiv när det gäller att sprida information om nya idéer. Men de interpersonella kanalerna är bättre på att forma och förändra människors inställning till och acceptering av en ny idé. Individerna vänder sig inte till experten för att utvärdera en innovation. Utan det är genom subjektiva uppfattningar, förmedlade via närstående personer vilka redan har accepterat den nya innovationen, som detta sker. Dessa personer, så kallade *early adopters*, kan ses som opinionsledare, vilka är viktiga för att influera andra i samhället att acceptera innovationen (Rogers, 1986). *Early adopters* tillhör inte en speciell åldersgrupp, men de har högre utbildning än efterföljarna. Enligt Rogers (2003) har de också en hög social förmåga. De är mer positivt inställda till förändringar och har större kunskap om nya innovationer, mycket på grund av att de aktivt söker information. Deras teknikintresse är även större än hos efterföljarna. En *early*

adopter tar bort osäkerheten kring en ny idé genom att ta den till sig. Sedan tar han/hon ställning till om det är en bra innovation eller inte och informerar omgivningen om sin uppfattning (Rogers, 2003).

Early adopters är bara en av fem kategorier som Rogers (2003) delar in de potentiella användarna i. Kategoriseringen baserar han på hur lång tid olika grupper i samhället tar på sig att acceptera en ny idé. Han föreslår en standardmetod för kategorisering av *adopters*. Det förslag som författaren exemplifierar med är en indelning av fem idealtyper:

Innovatörer (*innovators*): De som först är villiga att pröva nya idéer. Intresset för nya idéer är närmast en drivkraft i deras liv och de har ett kosmopolitiskt synsätt som präglar deras sociala kontakter.

Tidiga accepterare (*early adopters*): De här personerna är mer lokalt integrerade i det sociala systemet, än innovatörerna. Den här kategorin är den som har störst betydelse för spridningen av det nya, i samhället. De kan ses som opinionsbildare.

Tidig majoritet (*early majority*): Den "tidiga majoriteten" tar till sig det nya precis innan den stora massan och utgör därför en viktig länk i diffusionsprocessen.

Sen majoritet (*late majority*): De tar till sig den nya idén något senare än den stora massan. De är skeptiska och accepterar det nya först när de flesta andra i systemet har gjort så.

Senkomlingar (*laggards*): Den sista gruppen i ett socialt system som tar till en ny innovation. De har ett begränsat socialt nätverk och grundar sina beslut utifrån vad som länge varit accepterat.

2.4 Diffusions teorin - innovationsattribut

Diffusionsteorin behandlar den process som gör att nya idéer och tekniker accepteras av samhället. Det är de fem olika attribut en innovation besitter, som enligt Rogers (2003) avgör med vilken takt den accepteras. Följande attribut är alltså avgörande för den diffusion, spridning som sker av innovationen:

Mervärdet (*relative advantage*): Det mervärde som en ny innovation uppfattas ha i förhållande till existerande och liknande idéer. Detta mervärde handlar ofta om ekonomiska och/eller sociala fördelar. Vilken typ av innovation det handlar om avgör vilket mervärde som är viktigt för adoptionsprocessen.

- Kompatibilitet (*compatibility*): Hur kompatibel användaren uppfattar att den nya innovationen är i förhållande till existerande värderingar, erfarenheter och behov. En idé med hög kompatibilitet är mer självklar för de tänkta användarna då den passar bra in i dennes levnadsmönster.
- Komplexitet (*complexity*): Hur lätt användaren uppfattar att det är att lära sig använda den nya innovationen. Exempelvis kan kunskap i hanterandet av redan existerande artefakter underlätta hanterandet av den nya.
- Testning (*trialability*): Nya idéer där det finns ett utrymme för att experimentera och testa, accepteras generellt sett snabbare. För att ta till sig en ny innovation är det viktigt att få möjligheten att testa den på sitt eget sätt för att förstå hur den fungerar.
- Observation (*observability*): Ju fler som ses använda innovationen, och tycks dra fördelar av den, desto större chans är det att man själv ändrar uppfattning och tar den till sig. *Early adopters* spelar en stor roll i att synliggöra artefakten och påverka diffusionen i samhället.

Ett annat attribut som Fidler (1997) tar upp och sätter i relation till Rogers (1986) fem attribut, är *familiarity* (kännedom, förtrogenhet). Detta attribut ser Fidler (1997) som lika viktigt som de ovan nämnda attributen. Författaren menar att nya former av kommunikation sällan har blivit accepterade utan att det funnits länkar till tidigare eller existerande former av kommunikation. Han tar upp tryckpressen som exempel. Den kan idag tyckas ha varit en revolutionerande innovation, vilket den också var på många sätt. Men lång tid efter dess introduktion reproducerades den traditionella utformningen av dokument skrivna för hand. Utvecklingen till den så kallade moderna boken och tidskriften har varit en gradvis process, inte förrän i slutet av 1800-talet genomgick tidningsformatet en större förändring. Fidler (1997) menar att vi kan urskilja samma mönster i moderna former av kommunikation. Nya typer av kommunikation har ur tidigare former utvecklats till en egen distinkt form.

Om ett nytt digitalt medie ska kunna konkurrera med den traditionella papperstidningen hävdar Fidler (1997) att läsbarheten och enkelheten i användandet måste vara lika hög som för papperstidningen. Trots den stora möjligheten till oändlig information som digitala medier har, så är författaren övertygad om att det människor i allmänhet föredrar är hanterbara mängder information med tydlig början och slut. Fidler (1997) skriver också att undersökningar har visat att människor i allmänhet vill att de digitala alternativen ska vara enklare, mindre tidskrävande och lika billiga som pappersbaserad dito. Liksom Rogers (1986; 2003) belyser han vikten av att det nya mediet erbjuder användaren mervärdesfunktioner, som i fallet med e-papperstidningar skulle kunna innebära interaktivitet, hypertext och ljud/videoklipp (Fidler, 1997).

Det är viktigt att beakta hur användaren uppfattar innovationen, i detta fall e-papperstidningen, och hur de faktiskt kommer att använda den. Den image som utvecklarna uppfattar att artefakten har stämmer inte alltid överens med hur användarna ser på dess image. Att blanda egenskaper från olika mediadomäner skapar ofta förvirring kring det nya mediets natur. Därför är vikten av *familiarity* enligt Fidler (1997) betydande. Fidler (1997) menar också att det viktiga när det kommer till framtidens tidningar inte är hur de publiceras, utan deras förmåga att fortsätta förmedla information på ett tillfredställande sätt. Det inte är tekniken som styr nya former av media utan innehållet och dess användbarhet som är det viktigast för läsaren/användaren, inte informationstekniken i sig (Fidler, 1997).

2.5 Användbarhet

Människa-Dator-Interaktion (MDI; på engelska: Human-Computer-Interaction, HCI) är en term som sedan mitten av 80-talet har används för att beskriva alla aspekter som är relaterade till interaktionen mellan människa och dator (Preece, 1993). Begreppet medger att fokus är bredare än att enbart behandla design av gränssnitt. Alla de faktorer som påverkar interaktionen mellan användare och ett datasystem bör tas hänsyn till. Målet med MDI-forskning är att utveckla och förbättra datasystem så att de på ett bättre sätt möter upp användarens krav. Användbarhet är ett nyckelord inom MDI och avser att belysa vikten av att skapa system som är lätta att lära och använda. Enligt Preece (1993) utgör de fyra hörnstenarna; *säkert, effektivt, ändamålsenligt* och *behagligt* tillsammans grunden för användbarhet.

Användbarhet beskrivs också som en kvalitetsegenskap hos interaktiva system. Det är inte en inneboende egenskap i artefakten utan snarare en egenskap som uppstår då artefakten/systemet används. Därför är artefakten även beroende av det sammanhang där den brukas (Ottersten & Berndtsson, 2002). Användbarhet kan även beskrivas som en faktor som är avgörande för i vilken utsträckning ett system eller en produkt kan brukas av specificerade användare i en särskild kontext. ISO standarden ISO/IEC FDIS 9126-1, tillstår att användbarhet har två betydelser. Dels handlar det om systemets designaspekter, som till exempel funktionalitet i en viss situation. Dels rör det aspekter som behandlar användarens mer subjektiva helhetsintryck av artefakten (Bevan, 2001).

Det finns följaktligen ett flertal nyanser inbegripna i uttrycket användbarhet. Löwgren (1993) skriver att många gånger mäts inte användbarheten förrän systemet är färdigutvecklat och implementerat. Detta anses av författaren som en svaghet. För att få in användbarhetsaspekten tidigare i utvecklingen av nya system har han tagit fram REAL – approachen, vilken består av de fyra kategorierna; *relevans, effektivitet, attityd och lärbarhet*.

- Relevans (*relevance*) – rör hur väl ett system svarar till användarnas behov.
- Effektivitet (*efficiency*) – förklarar hur effektivt användarna kan nyttja systemet för att utföra sina arbetsuppgifter
- Attityd (*attitude*) – detta är användarnas känslomässiga inställning till systemet.
- Lärbarhet (*learnability*) – rör hur lätt systemet är att lära sig och till vilken grad användarna kommer ihåg de färdigheter som krävs.

(Löwgren, 1993)

Nielsens (1993) definition av användbarhet är hur effektivt användaren utnyttjar ett system och dess funktioner. Med andra ord, hur väl användarna kan utnyttja systemets funktionalitet. Den övergripande standarden i ett system beror inte bara på användbarhet utan det är flera faktorer som tillsammans skapar ett högkvalitativt system. För att ett system ska vara användbart måste det enligt Nielsen (1993) innefatta fem faktorer som påminner om Löwgrens (1993) kategorier. De fem faktorerna är:

- Felfrekvens (*errors*) – systemet ska vara så fritt från fel som möjligt, om fel uppstår ska de inte innebära katastrof.
- Effektivitet (*efficiency*) – användarna ska effektivt kunna använda sig av systemet.
- Belåtenhet (*satisfaction*) – användarens subjektiva upplevelse av systemet ska vara positiv och systemet ska vara behagligt att använda.
- Lärbarhet (*learnability*) – systemet ska vara lätt att lära sig så användarna snabbt kan börja bruka det.
- Kom-ihåg-barhet (*memorability*) - lätt att komma ihåg, även efter en längre period då systemet inte använts.

(Nielsen, 1993)

2.6 Användaren

Vi skiljer oss åt både fysiskt, kunskapsmässigt, psykiskt, och sociokulturellt från varandra vilket påverkar vårt sätt att använda oss av de datasystem som omger oss. För att designa användbara system behövs kunskap om de ovan nämnda faktorerna samt att inse att användarna inte är en homogen grupp (Preece, 1993). Bødker och Strandgaard Pedersen (1991) skriver om vikten av att se till användarens kultur vid design av ett nytt system, att fokusera kring användarens värderingar och övertygelser.

Det krävs därför ett samarbete mellan användaren, som måste vara aktiv, och systemutvecklaren för att designa ett väl fungerande system. Användarens syn på teknologin som utvecklas, kan skilja sig mycket från systemutvecklarens syn (Bannon, 1991). En annan viktig del av utvecklingsarbetet är att genomföra en analys av den kontext som systemet kommer att användas i (Wynn, 1991).

2.7 Konvergens, diffusion och användbarhet

Diffusionsteorin beskriver de fem olika attribut en innovation besitter, som enligt Rogers (2003) är avgörande för hur fort en innovation sprids och accepteras. Löwgrens (1993) och Nielsens (1993) användbarhetsteorier beskriver faktorer som är avgörande för hur väl ett interaktivt system kan utnyttjas. Detta är enligt författarna väsentligt för hur användaren tar emot och accepterar en ny artefakt. Intresseväckande likheter finns mellan de olika forskarnas teorier vilket gör det spännande att sätta deras teorier i relation till varandra. Forskarna har sina rötter inom de olika disciplinerna kommunikation (Rogers, 1986; 2003) och informatik (Nielsen, 1993; Löwgren, 1993). E-papperstidningen innebär en konvergens, ett möte och/eller en förening, mellan flera olika områden. Kommunikationsmedium och ny digital teknik är två av dem. Det är anledningen till att både diffusionsteorin och användbarhetsbegrepp inkluderats i nedanstående sammanställning för att påvisa skillnader och likheter.

2.7.1 Beröringspunkter teorierna emellan

<u>Diffusion</u>	<u>Användbarhet</u>	
Rogers (2003)	Nielsen (1993)	Löwgren (1993)
Kompatibilitet	Belåtenhet	Attityd
Mervärde	Effektivitet	Effektivitet
Komplexitet	Lärbarhet	Lärbarhet
	Kom-ihågbarhet	
Testning	Felfrekvens	Relevans
Observation		

Figur 1 Rogers, Nielsen och Löwgrens begrepp.

Attityd och belåtenhet behandlar användarnas känslomässiga inställning till systemet och kan sättas i relation till det kompatibilitetsattribut Rogers (2003) beskriver. En idé med hög kompatibilitet är mer självklar för de tänkta användarna då den passar bra in i dennes levnadsmönster – värderingar, erfarenheter och behov. Ett något större fokus läggs på själva användandet av systemet i Nielsen och Löwgrens begrepp. Men det gemensamma för alla tre begreppen är att den subjektiva upplevelsen vid användning av artefakten/systemet ska vara tillfredsställande.

Effektivitet förklarar hur effektivt användarna kan nyttja systemet för att utföra sina arbetsuppgifter. Rogers (2003) attribut, mervärde, syftar på de fördelar en ny innovation uppfattas ha i förhållande till existerande och liknande idéer. Ökad effektivitet skulle kunna vara en av de här fördelarna. Rogers (2003) menar att det främst rör sig om ett socialt eller ekonomiskt mervärde, men att det även kan innebära andra fördelar.

Nielsens (1993) och Löwgrens (1993) lärbarhet samt Rogers (2003) komplexitet rör hur lätt användaren kan lära sig att använda det nya systemet/innovationen. Kunskap i hanterandet av redan existerande artefakter kan underlätta hanterandet av de nya enligt Rogers (2003). Här finns det även kopplingar till det Nielsen (1993) kallar kom-ihågbarhet. Ett system ska vara lätt att använda, även efter en längre tids uppehåll, och det borde rimligtvis underlättas av att systemet liknar redan existerande.

Nielsens (1993) felfrekvens och Löwgrens (1993) relevans divergerar en aning i hur de beskrivs men syftar till samma sak – att systemet ska svara till användarnas behov med ett så litet antal fel som möjligt. När Rogers (2003) tar upp testning menar författaren att det måste finnas utrymme för att experimentera och testa utan att fel uppstår. Den här typen av innovationer accepteras generellt snabbare (Rogers, 2003).

Attributet observation kan inte kopplas till Löwgren (1993) och Nielsen (1993). Däremot kan det som Fidler (1997) kallar *familiarity* sättas i relation till begreppen kompatibilitet, belåtenhet och attityd. Han menar att en vidareutveckling av de artefakter som redan finns är nödvändig för att vi ska acceptera det nya. Fidler (1997) talar om länkar till existerande medier.

3. Metod

I detta avsnitt tar vi upp och beskriver de metoder vi har använt oss av vid insamlandet av information. Enkätkonstruktionen och enkätfrågor förklaras och motiveras. Vi diskuterar våra metodval och redogör för de etiska principer vi arbetat efter.

3.1 Kvantitativa och kvalitativa metoder

Den kvantitativa ansatsen har sitt ursprung i den naturvetenskapliga traditionen. Naturvetenskapens logik och tillvägagångssätt utgör därmed också grunden för den här ansatsen (Backman, 2000). Den kännetecknas av metoder som leder till numeriska observationer, så som mätningar, matematisk kvantifiering samt statistik (Backman, 2000). De resultat som utvinns ur den kvantitativa forskningen används gärna för att generalisera. Slutsatser dras då så att resultatet även kan gälla andra situationer och andra personer än de som studerats (Bryman, 1997). Med den kvalitativa forskningsansatsen ges en djupare insikt i hur människan, användaren, tolkar och formar sin omgivande verklighet. Det är alltså inte frågan om objektivet mätande av en företeelse eller verklighet. Intresset riktas istället mot den subjektiva upplevelsen av hur människor lever, tänker, känner och handlar. Den kvalitativa forskningsansatsen karakteriseras av att den betonar skeende och förlopp snarare än produkter och resultat som den kvantitativa ansatsen gör (Backman, 2000).

Vi använde oss av en kombination av de två undersökningsstrategierna kvantitativ och kvalitativ metod vid datainsamling och analys. Vi gavs därmed möjlighet att ställa resultaten bredvid varandra. Det kan bidra med förståelse av olika aspekter hos den företeelse som studerats (Bryman, 1997). Inledningsvis antog vi i huvudsak en kvantitativ ansats då vi sammanställde och strukturerade upp vårt insamlade material. Resultatet presenteras i form av frekvenstabeller, stapeldiagram och cirkeldiagram. Avsikten med den kvantitativa analysen var att ge en övergripande och sammanfattande bild av det insamlade materialet. Därefter gjordes en kvalitativ tolkning för att få en djupare förståelse för användarnas subjektiva upplevelser. Vi har i huvudsak utgått från den här undersökningsstrategin vilket innebär att vi sökt mönster, regelbundenheter och identifierat olikheter och likheter hos de tilltänkta användarna. Detta eftersom vårt syfte var att urskilja mönster som kan vara allmängiltigt för de subjektiva förväntningar läsaren har på ett nytt medie som e-papperstidningen. Utgångspunkten för vår kvalitativa ansats beskrivs utförligare under avsnittet *3.4 Analysmetod*.

3.2 Enkäten

Ett enkätformulär kan ses som ett mätinstrument som kan användas för att mäta människors beteende, åsikter och känslor (Trost, 2001). Den lämpar sig bra vid insamling av massdata, det vill säga information från en stor grupp (Befring, 1994). Fördelar med webbenkät är att svaren kommer i regel snabbt tillbaka och kostnaden blir lägre än för postenkäter. Datan kan enkelt överföras till en databas vilket förkortar tiden som krävs för analys, och fel i enkäten kan relativt enkelt åtgärdas. Problemet kan vara att få ett slumpmässigt urval (Preece, Rogers & Sharp, 2002). Vi tar upp detta mer ingående i

samband med urvalsdiskussionen. Enkäten i undersökningen (bilaga 1) lades upp på Hallandspostens hemsida. Ett popup-fönster visades första gången besökaren gick in på sidan. Besökaren tillfrågades om denne var intresserad av att delta i en studie, som innebar en möjlighet att vara med och påverka framtidens tidningsmedie. En länk med texten *enkät* tog besökaren vidare till formuläret som visades i samma popup-fönster. Valde besökaren att inte delta i undersökningen, stängde denna ner fönstret som därefter inte visades igen. (Detta innebar också att respondenterna inte kunde svara flera gånger, åtminstone inte från samma dator.) Svaren fördes in och lagrades i en databas. Därefter bearbetades de och sammanställdes till ett analyserbart material i statistikprogrammet SPSS 11.0.

3.2.1 Enkätkonstruktion

Enkätfrågorna behandlade vilka styrkor läsarna upplever att nät- respektive papperstidningen har. Den avslutades med frågor kring vilka styrkor respondenterna anser vara speciellt viktiga att ta med sig vid utformningen av e-papperstidningen. Enkäten bestod av kvalitativa frågor eftersom syftet var att undersöka och klarlägga användarens subjektiva upplevelse. Vi valde att formulera vad Trost (2001) benämner som attityd- eller åsiktsfrågor. Respondenten ombeds då ta ställning till i vilken grad han eller hon instämmer i ett antal påståenden. För att få en uppfattning om attityder till ett ämne kan det krävas ett flertal starka påståenden kring samma fråga (Svensson, 1987). Därför har vi valt att upprepa samma svarsalternativ på ett flertal ställen i enkäten.

Vi använde oss av en standardiserad och strukturerad enkät. Standardiserade intervjuformer innebär att samma frågor ställs i samma ordning till varje respondent. Det används ofta då man vill kunna jämföra och generalisera. En strukturerad enkät innebär att respondenten endast har fasta svarsalternativ att välja mellan, vilket innebär att svarsutrymmet blir relativt litet (Patel & Davidsson, 1994). Vi valde därför att kontinuerligt ge respondenten möjlighet att komma med egna förslag för att komplettera de erbjudna alternativen.

Sakfrågor (1-8)

Det är viktigt att inleda enkäten med neutrala frågor (Patel & Davidsson, 1994). Vi inledde därför med frågor rörande bakgrundsvariablerna. Med sakfrågorna tog vi reda på hur det faktiskt förhöll sig och inte hur den som svarade ansåg det vara. Det gav oss möjlighet att sätta faktorerna som kön, ålder, sysselsättning och grad av nät- respektive papperstidnings- läsande i relation till resultatet av attityd- och åsiktsfrågorna.

Attityd- och åsiktsfrågor (9-10)

Med fråga nio och tio ville vi få fram styrkorna med respektive medie. Vid utformningen av påståendesatserna hade vi främst Rogers (1986; 2003) fem attribut i åtanke. Vi ville med fråga nio och tio få fram vilka av de här attributen som har störst betydelse för användaren. Därför använde vi oss av Likert-skalor som innebär att respondenten får ett antal påståenden som de skall instämma med eller ta avstånd ifrån (Svenning, 1996). Centraltendensen innebär att respondenter undviker ändpunkterna och drar sig in i mitten (Patel & Davidsson, 1994). För att undvika detta valde vi att ta bort mittalternativet och

endast använda oss av en fyrgradig skala. På så vis tvingade vi respondenten att ta ställning.

Nät- och papperstidning (11-14)

I frågorna elva till fjorton ställde vi nättidningen mot papperstidningen. Respondenten fick nu jämföra de två medieformerna vad gäller "tidningskänsla" (frågorna 11 till 13). Då vi studerade olika tidningars webbplatser drog vi slutsatsen att många utgivare strävar efter igenkänning av papperstidningen layout i nätversionerna. Således gjorde vi det antagandet att publicisterna är ute efter att skapa en tidningskänsla vi känner igen. Vi ställde fråga elva för att ta reda på om respondenterna anser att de lyckats med detta. Med fråga tolv och tretton ville vi få fram om respondenterna anser att nättidningen förmedlar en unik "tidningskänsla" som skiljer sig från andra webbsidor och vilka faktorer som i så fall är avgörande. Här gavs respondenten möjlighet att även komma med egna förslag. Tanken var att vi skulle kunna utnyttja de faktorer som respondenterna uppfattar skapar en tidningskänsla i nättidningen och applicera dessa på e-pappersversionen. Vi frågade även om en igenkännande tidningskänsla har någon betydelse i nätversionen. Vår tanke var att om resultatet skulle bli nekande här (och om resultatet på fråga arton i huvudsak blev *den skall vara något helt nytt*), var vi tvungna att med försiktighet dra slutsatser om hur vi kan ta hänsyn till ovanstående faktorer vid utformning av e-papperstidningen. Med fråga tretton förväntade vi oss få en bild av vilka faktorer som är avgörande då respondenterna endast ser nätversionen som ett komplement till papperstidningen. Visionen är ett e-papperstidningen ska ersätta papperstidningen helt. Därför är det viktigt att den inte enbart blir ett komplement och då ansåg vi att nytta kunde dras av svaret på den här frågan.

E-papperstidningen (15-17)

Med fråga femton ville vi ta reda på respondenternas intresse för och inom vilken tidsrymd de kan tänka sig att läsa e-papperstidningen. Med fråga sexton till sjutton ställde vi den nya tekniken, e-papper, i relation till de tidigare medieformerna. Eftersom uppsatsen behandlar mediekonvergens ansåg vi det viktigt att undersöka vilka styrkor/fördelar med nät- respektive papperstidningen som är viktiga att ta med sig vid utformningen av e-papperstidningen. Respondenten gavs även möjlighet att komma med egna förslag.

Attityd- och åsiktsfrågor (18-19)

Fråga arton har vi utformat på samma sätt som nio och tio med påståendesatser och fyrgradig Likert-skala. Vid utformningen av påståendesatserna har vi även här haft Rogers (1986; 2003) fem punkter i åtanke. Vi förväntade oss att genom de olika påståendesatserna få en bild av den tilltänkta användarens främsta krav på e-papperstidningens utformning/funktioner. Den avslutande frågan (fråga 19) är en sammanfattande fråga som på ett övergripande sätt var tänkt att ge oss en bild av respondenternas inställning till utformningen av de nya mediet.

3.3 Litteraturstudie

Genom litteraturstudier har vi kunnat tillgodogöra oss teorier och forskning som berör de områden vi valt att studera. Litteraturen har använts som teoretisk referensram och komplement till primära källor. Vi har främst utgått från facklitteratur,

forskningsrapporter, vetenskapliga artiklar men även tidningsartiklar som berört ämnet. Litteraturen kommer från Halmstads stadsbibliotek, Högskolebiblioteket i Varberg och Halmstad. Det är Högskolebiblioteket i Halmstads urval av databaser, LIBRIS, HULDA, IEEE, Science Direct, vi använt då vi sökt efter vetenskapliga artiklar. Utöver dessa databaser sökte vi även artiklar på ACM. Artikelsökning gjordes också via Internet. Sökorden vi använt oss av är; *användargränssnitt, media, konvergens, design, användbarhet, MDI, universell användbarhet* och *interaktion*. Sökning gjordes även på den engelska motsvarigheten av orden.

3.4 Analysmetod

Att analysera innebär att strukturera inkommen data. Därefter värderas den och sätts i förhållande till problem och teori i ett större sammanhang. Denna aktivitet är i viss mån subjektiv och "[...] en fråga om personlig stil och personlig kreativitet." (Repstad, 1988, s. 63) Repstad (1988) betonar att i analysen inom kvalitativ forskning, gäller det att se helheten och inte isolerade variabler. Samtidigt menar författaren, är det svårt att undvika kategorisering av data. Hur denna uppdelning och klassificering ska genomföras finns det dock inga allmängiltiga regler för. Författaren menar att det räcker om uppdelningen sker med utgångspunkt i problemet. Vi valde att utgå från ett *teorinära förhållningssätt* i analysen. Detta är ett tillvägagångssätt som innebär att man utifrån en eller flera teorier eller begrepp ställer upp vissa teman som ska belysas (Widerberg, 2002).

Eftersom vårt syfte var att identifiera och klarlägga användarens subjektiva förväntningar på e-papperstidningen, baserat på tidigare erfarenheter av existerande tidningsformer delades enkäten upp i tre teman; frågor rörande papperstidning, nättidning och e-papperstidning. Inledningsvis hade vi även ett avsnitt som behandlade respondentens demografiska tillhörighet. Då vi utformat enkätfrågorna och sedan analyserat och tolkat inkommande data har vi främst utgått från Rogers (1986) diffusions teori. Han menar att varje ny idé eller teknik besitter ett antal olika attribut; *mervärdet, kompatibilitet, komplexitet, testning* och *observation*. Vi har tagit oss vissa friheter då Rogers (1986; 2003) teori främst behandlar vilka faktorer som är viktiga för att en ny artefakt eller idé ska få spridning. Enligt Widerberg (2002) skall forskaren heller inte vara är låst vid teoretiska begrepp utan kan vara öppen för andra tolkningar för att kunna se något nytt och utmana teorin (Widerberg, 2002). Eftersom enkätundersökningen även behandlar redan accepterade artefakter (papperstidningen och nättidningen), genomsyras de redan av de här fem attributen. Vi ansåg trots detta att Rogers (2003) teorier var passande eftersom vi ville få fram en tydligare bild av hur användaren uppfattar att attributen förhåller sig till mediet. Dessutom ville vi undersöka vilka av dessa attribut som har störst betydelse för användaren. Vi har även teoretiskt förankrat vår analys och tolkning i Löwgrens (1993) användbarhetsteori som utgår från begreppen; *relevans, effektivitet, attityd* och *lärlbarhet* samt Nielsens (1993) teorier inom samma område. Således analyserar vi i huvudsak empirin utifrån Rogers (1986; 2003) diffusionsteori som satts i relation till Löwgrens (1993) och Nielsens (1993) användbarhetsteori.

Analysarbetet består också i att kritiskt granska det egna insamlade materialet. Har frågorna till respondenterna varit ledande? Är svaren spontana? Talar respondenterna sanning, eller är det risk för överdrivna och förvrängda svar (Repstad, 1988). Då nya tek-

niker, idéer skall introduceras bör en viss försiktighet visas gentemot marknadsundersökningar. Detta eftersom människor egentligen endast svarar vad de *tror* de vill ha.”[...] in the 'real' world people do not always want what they say they want, or do what they say they will do.” (Fidler, 1997, s. 143) Att missförstå de resultat som framkommer i undersökningar är därför lätt.

3.4.1 Frekvenstabeller, korstabulering och korrelationstest

Vi har valt att bland annat presentera resultatet i form av frekvenstabeller, stapeldiagram och cirkeldiagram. Syftet med den här typen av tabeller och diagram är att ange och skapa en bild av antalet undersökningsenheter för varje variabelvärde. Hur många respondenter som exempelvis svarat ja (variabelvärde 1) och hur många som svarat nej (variabelvärde 2). De olika kategorierna kan sedan jämföras med varandra. Korstabulering används för att se samband mellan två variabler. Skillnaden mellan frekvenstabeller och korstabeller är att frekvenstabellen endast innehåller en variabel medan korstabellen kombinerar dem. Sambandet mellan två variabler kan då studeras för att se hur en variabel varierar med hänsyn tagen till värdet på två eller flera andra variabler. I vår undersökning sattes exempelvis bakgrundsvariabeln *kön* i relation till miljöinverkans betydelse för att respondenten skall välja att läsa tidningen på e-papper.

När det är svårt att avgöra om det föreligger ett samband kan sambandsmått användas som hjälpmedel för att utesluta slumpens inverkan. Det finns flera olika typer av sambandsmått, det vi har använt oss av är Chi-två test som bygger på skillnaden mellan observerad och förväntad data. Chi-två testet visar endast att det förekommer ett beroendeförhållande mellan olika variabler, och visar alltså inte på hur starkt sambandet är. För att ta reda på styrkan i sambandet mellan två eller flera variabler används korrelationstest (Aronsson, 1999). Spearman Rho är det rangkorrelationstest som vi har använt oss av.

3.5 Etiska principer

Studien följer de humanistiska- och samhällsvetenskapliga huvudprinciperna som vetenskapsrådet [3] ställt upp. De innebär att personer som studerats blivit informerade om den aktuella forskningsuppgiftens syfte. I popup-fönstret informerades personen om MediaIT-projektet och tillfrågades om han/hon var intresserad av att medverka. Därefter valde personen att antingen avböja genom att stänga ner fönstret eller via länken *enkät* ta sig vidare till formuläret. Det gavs även möjlighet att kontakta projektansvarig angående frågor om studien. Alla personuppgifter har förvarats på ett sådant sätt att obehöriga inte kan ta del av dem. Uppgifterna som är insamlade kommer endast användas för forskningsändamål.

3.6 Urvalsdiskussion

Då vi publicerade enkäten på Hallandspostens nättidning blev möjligheten att styra vårt urval ur vissa hänseenden mer begränsat. Vi kunde i mindre utsträckning än i traditionellt utförda studier se till att få en jämn fördelning vad gäller exempelvis kön och ålder. Vi ser dock inte vårt urval som slumpmässigt eftersom vi valde att placera vår enkät på en specifik webbplats där besökarna tillhör den målgrupp vi ville studera. Aktuella forskningsresultat visar att i en jämförelse med traditionella urval kan ett webburval vara lika representativt. Dock bör man ha i åtanke att detta beror på urvalsstrategin (Buchanan

& Smith, 1999). Vi gjorde ett strategiskt ställningstagande då vi valde webbenkät. Med tanke på e-papperstidningens framtida användare ansåg vi att den här strategin skulle ge oss ett mer representativt urval för e-papperstidningens initiala målgrupp. Detta eftersom denna grupp redan är bekant med dagens existerande form av digitala tidningar. Vi utgick ifrån att de flesta någon gång kommit i kontakt med papperstidningen. Därför ansåg vi oss kunna ställa frågor som rörde båda medieformerna.

Då vi i huvudsak använde oss av en kvalitativ ansats var det viktigt för oss att välja rätt informanter, snarare än att få ett så representativt populationsurval som möjligt. Ny forskning visar också att problemen med webburval har minskat med den ökade Internetanvändningen (Manfreda, Batagelj & Vehovar, 2002). Internetpopulationens heterogenitet ökar och den består inte längre enbart av unga män med en socialekonomisk och utbildningsnivå över medel. Den är i många avseenden mer heterogen än ett traditionellt urval till exempel i fråga om kön, språk, kultur och utbildning (Buchanan & Smith, 1999).

3.7 Bortfall

En nackdel med webbenkäter är problemet med bortfallet. Forskaren har ingen kontroll över vilka och hur många som inte svarar, eller avbryter innan alla frågor besvarats (Manfreda, Batagelj & Vehovar, 2002). Vi anser dock att webbenkätens fördelar, ifråga om urval och att den gav oss möjlighet till en hög svarsfrekvens, i viss mån väger upp dess nackdelar.

Fråga femton planerade vi att använda som en bortfallsfråga. Alternativet *aldrig* gavs på frågan inom vilken tidsrymd respondenten kan tänka sig att läsa sin tidning på e-papper. De respondenter som angett detta svarsalternativ hade vi tänkt skulle falla under bortfallskategorin. Vi valde till slut att inte ta bort dem eftersom vi vill undersöka om det fanns samband eller mönster mellan de som inte kan tänka sig läsa tidningen på e-papper och svaren på övriga frågor.

3.8 Validitet och reliabilitet

Inre validitet handlar om den koppling som finns mellan uppsatsens teori och empiri. Den inre validiteten avgörs av till vem frågorna ställs, att rätt mätinstrument används och att en fråga täcks in tillräckligt. Den yttre validiteten handlar om helheten och möjligheten till generalisering (Svenning, 1996). Vi använde oss av en kombination av de två undersökningsstrategierna kvantitativ och kvalitativ metod. Validitet är ett begrepp som främst används inom kvantitativ metod. För kvalitativ forskning används istället begreppet rimlighet. Det handlar om att påvisa vilken rimlighetsgrad som informationen och tolkningarna besitter. Om resultaten även kan appliceras på andra situationer ses rimligheten som hög (Patel & Tebelius, 1987).

Enkätfrågor som har formulerats fel påverkar alltså validiteten negativt, då missförstånd är omöjliga att reda ut i efterhand. Risken är då att studien inte mäter det den är avsedd att mäta. Även rimligheten påverkas av en felformulerad enkätfråga. Vi har därför valt att upprepa samma svarsalternativ i flera av enkätfrågorna, på så vis fick vi trots allt möjlighet att kontrollera och jämföra svar. Vi minimerade på detta sätt eventuella

missförstånd. För att undvika kommunikationsproblem av det här slaget är det viktigt att ta hänsyn till respondenternas egna tolkningar (Repstad, 1988). Genom de öppna enkätfrågorna gavs därför respondenten möjlighet att mer fritt reflektera och ge uttryck för subjektiva tolkningar. Då vi sammanställde resultat av enkäten fick vi vid ett flertal tillfällen bekräftat att just upprepningen av svarsalternativ samt de öppna enkätfrågorna gav en bättre förståelse för respondenternas åsikter och ställningstagande.

Vi har valt att använda oss av en fyrgradig Likert-skala för undersökning av attityder. Problemet med den här typen av skalor är att de mäter "[...] människors värderingar med forskarens värderingar som måttstock." (Svenning, 1996, s. 138) Dessutom kan argumenterande svar inte ges, respondenten måste ta ställning genom att instämma eller ta avstånd. Svenning (1996) menar dock att om resultaten tolkas förståndigt och de sätts in i större sammanhang, så ger dessa undersökningar en bra bild av de som studerats. Genom att relatera till sina egna erfarenheter och jämföra alternativa tolkningar, växla mellan mikro- och makroperspektiv och använda sig av tidigare kunskap uppnås en högre grad av rimlighet (Patel & Tebelius, 1987). I analysen har vi eftersträvat detta förhållningssätt. De öppna frågorna blev även i detta hänseende ett sätt att minimera risken för missförstånd.

En annan faktor som kan påverka validiteten negativt är att frågeformuläret blir för omfattande. Det kan leda till att respondenten tappar intresset och istället svarar på måfå (Trost, 2001). Det ställs därför höga krav på utformningen av enkäten, och för att inte riskera att tråka ut respondenten har vi försökt variera den med olika typer av frågekonstruktioner. Vi är medvetna om att vår undersökning blev relativt omfattande. Vi ansåg detta vara nödvändigt för att få ut det kvalitativa analysmaterial vi behövde, och kunna dra rimliga slutsatser kring mönster hos de framtida läsarna av e-papperstidningen. Enkäten består endast av en sida, där frågorna scrollas fram efterhand. Det går snabbare för respondenten att besvara och skapar mindre förvirring om var i enkäten den svarande befinner sig (Manfreda, Batagelj & Vehovar, 2002). För att öka validiteten konstruerades enkäten så att den endast visade sig vid första tillfället som Hallandspostens webbplats besöktes, oavsett om besökaren valde att medverka eller inte. Det gjorde det omöjligt för en och samma besökare att svara flera gånger från samma dator. En negativ konsekvens var att besökare som inte hade tid, men kunde tänka sig att fylla i enkäten vid ett senare tillfälle, inte gavs möjlighet till detta.

Då vi i vår undersökning har valt att fokusera på de olika mediernas styrkor, de positiva sidorna, har vi inte konstruerat enkäten helt i enlighet med Patel och Davidson (1994) och Befrings (1994) riktlinjer. De menar att hälften av påståendena ska vara positiva och hälften negativa för att "[...] neutralisera effekten av vissa irrelevanta, stereotypa reaktionstendenser hos informanterna." (Befring, 1994, s. 79) För att undvika dessa tendenser försökte vi utforma en varierad enkät, som växlade mellan attityd- och åsiktsfrågor, öppna frågor och enkla ja- och nej-frågor.

Reliabilitet handlar om att resultaten ska vara tillförlitliga. Om en undersökning upprepas vid ett senare tillfälle (och inget förändrats i urvalsgruppen) skall samma resultat kunna uppnås (Svenning, 1996). Det vi presenterar som vårt kvalitativa resultat är svårt att

komma fram till igen, eftersom det inneburit en tolkning och inte enbart redovisning av hårda data. Därför är det då svårt att tala om reliabilitet. Patel och Tebelius (1987) tar upp begreppet trovärdighet som innebär att forskaren ska kunna visa vilket teoretiskt perspektiv som intagits. Det ger dem som tar del av studien möjlighet att själva kunna avgöra hur de vill förhålla sig till tolkningarna (Patel & Tebelius, 1987). Vi har valt att även använda oss av begreppet reliabilitet då vi inte enbart utgår från en kvalitativ ansats. Vi anser att de faktorer som tas upp rörande reliabilitet även påverkar trovärdigheten. Många faktorer kan påverka reliabiliteten; urvals-, tolknings- och standardiseringsproblem för att nämna några (Svenning, 1996). Webbenkäten innebar en sämre kontroll överlag, exempelvis vad gäller sanningshalten i svaren då en respondent hypotetiskt sett kan svara flera gånger.

Med klara begrepp i undersökningen och flera indikatorer för mätning kan reliabiliteten enkelt ökas (Svenning, 1996). Därför har vi i möjligaste mån försökt eftersträva ett enkelt och lättbegripligt språk i enkäten. När det är fråga om den här typen av mätinstrument är det viktigt att se till att respondenterna uppfattar enkäten på rätt sätt. Instruktioner och uppställning av frågorna är mycket viktig, så att inget går att missuppfatta. Genom att prova enkäten på utomstående personer, innan den skickas ut, ökas reliabiliteten (Patel & Davidson, 1994). För att förhindra missförstånd testades därför enkäten på en presumtiv målgrupp innan den publicerades på webben. I detta fall bestod urvalet av medstudenter och personer i vår närmsta omgivning.

3.9 Alternativ metod

Ett förslag på alternativ metod hade kunnat vara att använda sig av en traditionell postenkät istället för webbenkät. Detta uteslöts då en postenkät skulle varit mer tidskrävande och sannolikt inte gett en lika hög svarsfrekvens inom den utsatta tiden. Webbenkäten som placerades på Hallandsposten webbplats blev ett bra instrument för att fånga upp den målgrupp vi ville nå. En annan möjlighet hade varit att använda sig av en fokusgrupp, eventuellt i form av en future workshop. Idén med en fokusgrupp är att den skall spegla en viss målgrupp och den kultur som artefakten är tänkt att användas i (Ottersten & Berndtsson, 2002). Eftersom användarens värderingar, preferenser och attityder studeras skulle denna metoden vara ett alternativ som passar in på vårt syfte; ”att identifiera och klarlägga användarens subjektiva förväntningar”. Den främsta anledningen till att vi inte valde den här metoden är att vi ville få ett större underlag för vår studie, vilket vi hoppades skulle ge ett mer generaliserbart och allmängiltigt material. Däremot ser vi som en möjlighet att vid fortsatt forskning inom området använda sig av fokusgrupp och future workshop. Respondenterna kan då även ges möjlighet att interagera med fysiska objekt och forskaren ges möjlighet att komma åt den information som är svår att uttrycka i ord (Ottersten & Berndtsson, 2002).

3.10 Metodkritik

Vi har valt att samla in vårt primära empiriska material med en webbenkät. Hade intervju eller fokusgrupp istället använts hade dialogen mellan respondenten och oss gjort att missförstånd kunnat redas ut. Patel och Davidsson (1994) belyser problemet med enkätundersökningar som gör att forskaren först i efterhand kan se om frågor hoppats över eller missförstått. Eftersom vi använt enkät är det först då den är besvarad och

resultatet har analyserats som vi har kunnat få en bild av hur respondenterna har uppfattat frågorna. Av svaret på de öppna frågorna om e-papperstidningen har vi fått uppfattningen att det kan vara svårt för respondenterna att tänka sig in i en situation med ett medie som är tänkt att ersätta papperstidningen. En av respondenterna skriver följande:

• , ”*Jag vill inte sitta med en mini-PC och läsa Hallandsposten vid frukostbordet [...]*”

(bilaga 4.4)

En annan respondent skriver att han/hon inte vill sitta framför en dator. Detta tyder på att de inte riktigt har förstått det nya konceptet, vilket kan bero på att vi har varit oklara i vår beskrivning. Enkäten var också relativt omfattande vilket kan ha medfört att de svarande inte orkat läsa igenom den förklarande texten.

I efterhand upptäckte vi även att påståendesatsen *Hur många i min omgivning som jag ser använda e-pappret* (fråga 18) var felformulerad. Det borde formulerats enligt följande; *Att jag ser många i min omgivning som använder e-pappret*. Påståendesatsen kan annars tolkas både som att det påverkar respondenten att det är många eller få i omgivningen som ses använda e-papperstidningen.

4. Resultat

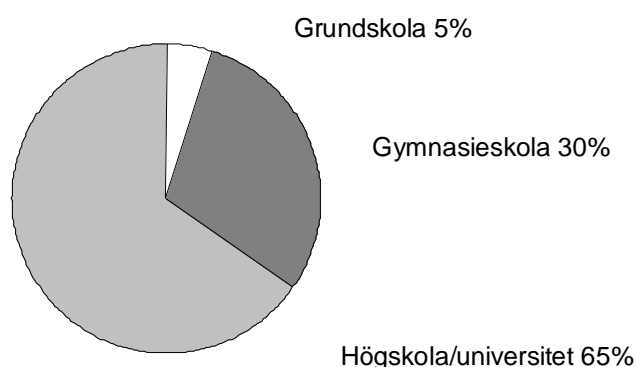
I detta avsnitt redogörs för de resultat vi fått fram av enkäten som var upplagd på Hallandspostens webbplats, från den 22:e till den 28:e april -2004.

4.1 Resultatredovisning

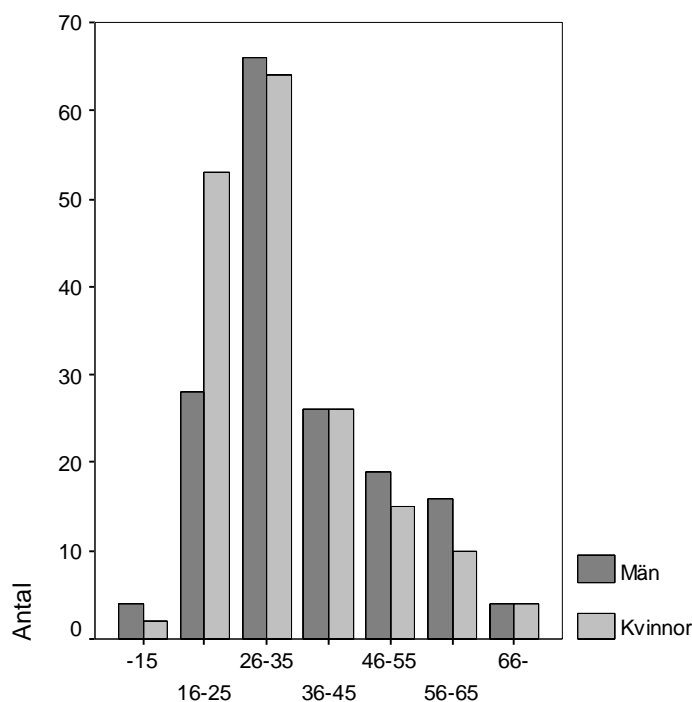
För att redovisa en sammanfattande bild av vårt insamlade material har vi valt att använda oss av frekvenstabeller, stapeldiagram och cirkeldiagram. Med hjälp av korrelationstest har vi även sökt samband mellan olika variabler. Vi har valt att främst presentera det som vi funnit särskilt intressant för vårt arbete. I de fall vi anger resultatet uttryckt i procent har decimalerna i procentsatserna avrundats. För att se resultatet i sin helhet samt de exakta siffrorna hänvisar vi till bilaga två till fyra. Citaten från de öppna frågorna har endast redigerats i fråga om stavning (bilaga 4.1 - 4.6). Sammanställningen av resultatet har gjorts i statistikprogrammet SPSS 11.0.

4.2 Respondenterna

Könsfördelningen var jämn, av de 337 respondenterna var 52% kvinnor och 48% män. Flertalet av respondenterna tillhör den yngre generationen. Den största delen placerade sig i ålderskategorin 26-35 år, därefter kommer åldersgruppen 16-25 år. Tillsammans utgör de ca 64 % av den totala mängden respondenter. De flesta är bosatta i Halmstad, men ungefär en tredjedel bor i andra delar av Sverige och 9% i övriga världen. En bra bit över hälften läser nättidningen minst en gång per dag och lite mindre än hälften läser papperstidningen minst en gång per dag. Vi har av resultatet kunnat utläsa en viss skillnad i läsvanor för respektive medie. 41% läser nättidningen flera gånger per dag, medan endast 19% läser papperstidningen mer än en gång per dag (bilaga 2.1). Figur två visar på respondenternas utbildningsnivå. Övervägande del av de svarande är högskoleutbildade. Som figur tre (s. 24) visar är fördelningen mellan kön och ålder relativt jämn. I ålderskategorin 16 – 25 år finns dock en stark överrepresentation av kvinnor.



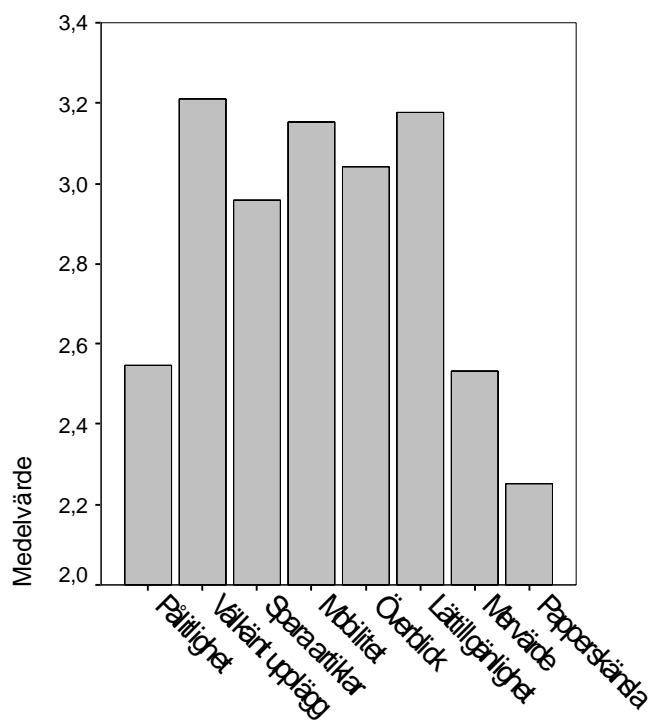
Figur 2 Högsta avslutade/pågående utbildning



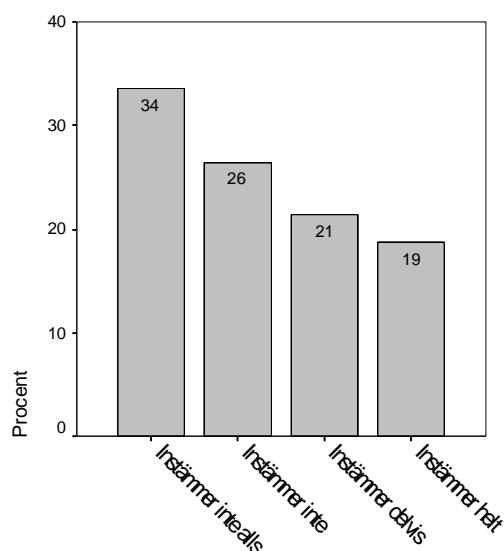
Figur 3 Fördelning - kön och ålder

4.3 Papperstidningen

Med fråga nio tillfrågades respondenten i vilken grad denne instämde i ett antal påståenden om papperstidningen. En fyrgradig Likert-skala användes. Figur fyra visar resultatet i ett stapeldiagram, beräknat utifrån ett medelvärde. Papperstidningens välkända upplägg, att den är lätt att ta med sig och dess lättillgänglighet är de faktorer som identifierats som de främsta styrkorna.



Figur 4 Papperstidningens främsta styrkor



Figur 5 Respondenternas förhållning till papperskänslan

Överlag är det en ganska jämn fördelning över hur respondenterna förhållit sig till påståendesatserna. Ett resultat avviker dock relativt markant. Det är att papperskänslan, prassel, lukt av trycksvärta inte sågs som en betydande styrka. 34% instämde inte alls i påståendet och endast 19% instämde helt (figur 5). (Det nämns till och med i den öppna frågan som behandlar nättidningar att en fördel är att den just inte prasslar.) Vid en jämförelse med resultatet på fråga tio visar det sig att papperstidningen heller inte uppfattas som mer pålitlig än nättidningen. En av respondenterna skriver:

- *"För mig påverkas inte känslan av pålitlighet om det är en papperstidning eller nättidning. Jag anser att man alltid ska förhålla sig kritiskt till innehållet."*
(bilaga 4.1)

Även om vi inte bett respondenterna jämföra med nättidningen så faller sig det naturligt för många av dem. Av de öppna svaren kan vi utläsa att något som upplevs som positivt med papperstidningen är att informationen är pushorienterad, både vad gäller artiklar och annonser.

- ÷ *"Man kan 'få syn på' artiklar, annonser och dylikt som man inte "planerat" att läsa. Något kan fånga ens intresse utan att man aktivt måste klicka sig fram."*
(bilaga 4.1)
- F *"Jag vill kunna bläddra och därigenom hitta artiklar jag inte skulle läsa annars."*
(bilaga 4.6)

De två artefakterna upplevs vid jämförelse som kompatibla på olika sätt. Den här respondenten beskriver det så här:

- *”När man som jag inte har bredband hemma så är papperstidningen att föredra i hemmet. På jobbet har jag bredband då är nättidningen bra eftersom jag kan hoppa mellan olika nättidningar och kolla, jämföra och på så sätt få en snabb överblick av världsläget. T ex så har de lokala tidningarna inte hunnit med att få med en nyhet från utlandet som de större rikstäckande tidningarna har med så vet jag att nyheten är begränsad i nyhetsvärde eller väldigt färsk. Min optimala situation skulle vara att ha en tjock helgtidning med ”allt” lördag och söndag/helg- och semesterdagar samt nättidningar på veckodagar.”*

(bilaga 4.1)

Av den öppna frågan fick vi även fram att tidningen för många är förknippad med avslappning, trygghet och sällskap. Så här skriver några av respondenterna:

- B *”Den går bra att ha som sällskap vid alla måltider, i sängen, i solstolen, på stranden, i bilen et cetera.”*
- “ *”Vanans makt är stor. När man som pensionär har gott om tid på förmiddagen är det trevligt med en papperstidning.”*
- å *”Jag tycker om känslan att ordna med frukosten och medan kaffet blir klart gå ut till brevlådan och hämta tidningen, blir liksom en ritual på morgonen, det gillar jag.”*
- d *”Kan gå iväg och gömma mig på ’privata’ ställen med tidning och fördriva tiden med.”*

(bilaga 4.1)

Utöver de ovan nämnda styrkorna har tidningen enligt respondenterna färdig använd funktioner som att tända den öppna spisen med, suga fukt ur gymnastikskor och bra att använda då fönstren ska putsas. Något de upplever som negativt är däremot att högarna med tidningar som ska till pappersåtervinningen ständigt växer.

4.4 Nättidningen

Den främsta styrkan med nättidningen som identifierades med fråga tio är att den är geografiskt obunden (figur 6). 83% instämmer helt i detta påståendet (bilaga 2.3). I den öppna frågan skriver en av respondenterna att eftersom han/hon inte längre bor i Halmstad blir nättidningen ett sätt att hålla sig ajour med det som händer hemma. En av de som bor utomlands skriver att han/hon använder den svenska nättidningen för att få ta del av den svenska nyhetsvinklingen och på så vis kunna bilda sig en egen uppfattning om internationella problem. Det är flera av respondenterna som är av samma åsikt, en av dem skriver:

- å *”[...] jag kan jämföra med flera nättidningar och på så sätt skapa en hyfsat objektiv nyhetsbild.”*

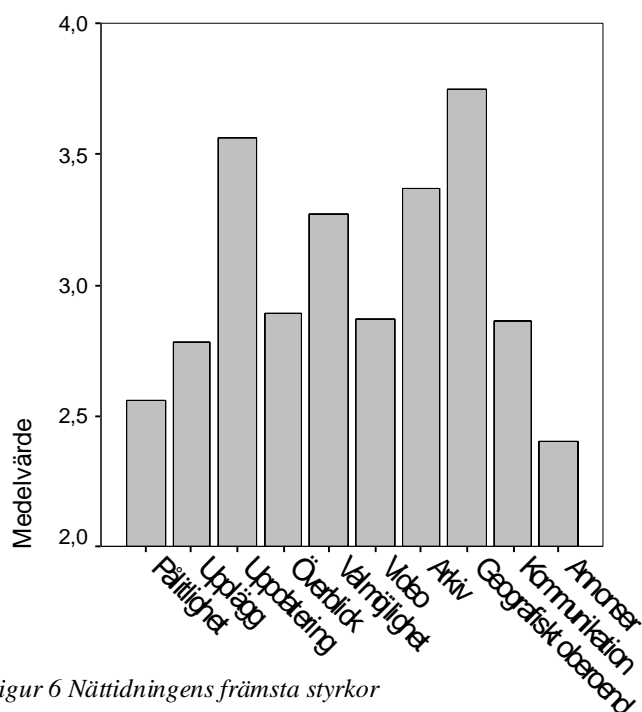
(bilaga 4.2)

Att kunna skifta mellan de olika tidningarna och jämföra nyheter upplevs alltså som en betydande styrka. Detta var något som vi inte haft med bland de angivna alternativen, utan som kom fram i den öppna frågan. Att nättidningen erbjuder kontinuerligt uppdaterade nyheter visade sig också vara en betydande styrka. En respondent skriver:

- , ”Nyheter är lite av färskvara, därför är nättidningens starka sida att kunna tillhandahålla löpande nyheter, till exempel timme för timme...”

(bilaga 4.2)

Det tycks som att många idag ser nättidningen som ett miljövänligt alternativ. Flera av svaren i den öppna frågan tar upp just miljöaspekten. Ett par av respondenterna tar även upp fördelen med att slippa högarna av tidningar till pappersåtervinningen.



Figur 6 Nättidningens främsta styrkor

Vi har valt att inte behandla vad användarna upplever som svagheter med pappers- eller nättidningen. I de enkätens öppna frågor har respondenterna själva gett uttryck för en del nackdelar de uppfattar med framförallt nättidningen. Några anser att läsbarheten är sämre i nättidningen och en del irriterar sig på pop-up fönstren.

- P ”Fruktansvärt irriterande med popup reklam, som till exempel aftonbladet, kommer upp en ny så fort du byter artikel.”

(bilaga 4.2)

- ~ ”Man blir trött i huvudet av att läsa på Internet, med pappersvarianten kan man luta sig tillbaka i soffan.”

- x ”Jag har lättare att koncentrera mig när jag läser en papperstidning.”

(bilaga 4.1)

4.4.1 Tidningskänsla

70% av respondenterna upplever inte att nättidningen förmedlar en speciell "tidningskänsla" som känns igen från pappersupplagan. Däremot anser ungefär hälften att nättidningarna förmedlar en unik "tidningskänsla" vid en jämförelse med andra webbsidor. På frågan om vad i utformningen av nättidningen som skapar "tidningskänsla" angavs layout och rubrikerna i de flesta fallen. På frågan om nättidningskänslans betydelse är det en något högre andel som svarat att den är viktig.

	Procent	Antal
Ja	30%	101
Nej	70%	236
Totalt	100%	337

Figur 7 Fördelnings frekvens –tidningskänslan hos nättidningen

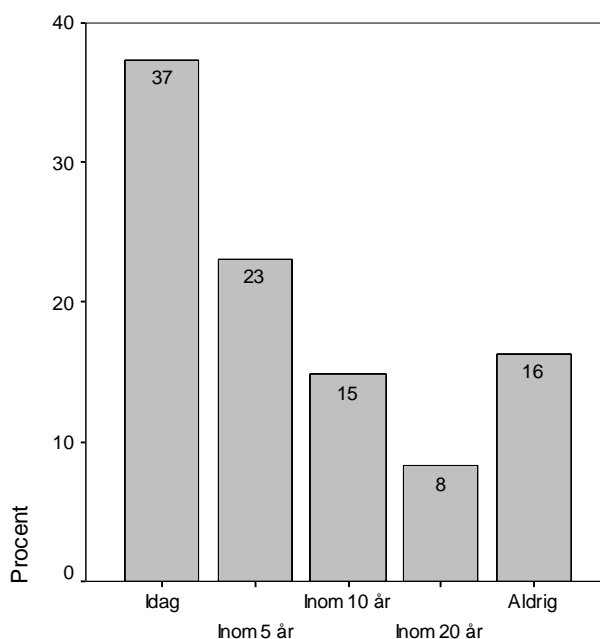
4.4.2 Nättidningen – ett andrahandsval?

Fördelningen mellan de som svarat *ja* alternativt *nej* på frågan om de såg nättidningen som ett andrahandsval till papperstidningen var mycket jämn. 49% av respondenter svarade *ja* och 51% svarade *nej*. Att artiklarna inte upplevs som lika omfattande ser hälften av respondenterna som en av de främsta anledningarna till att nättidningen ses som ett andrahandsval. Hälften har också angett skälet att den inte är mobil och att papperstidningen är djupt rotad i vår kultur (bilaga 2.4).

4.5 E- papperstidningen

37% kan tänka sig att läsa sin tidning på e-papper idag och 23% kan tänka sig att göra det inom 5 år. Det innebär att 60% kan tänka sig att läsa e-papperstidningen inom en relativt snar framtid. Endast 16% har svarat att de aldrig kan tänka sig att läsa tidningen på e-papper.

På frågan om de främsta styrkorna som läsarna ansåg var viktiga att ta med sig från papperstidningen till e-papperstidningen svarade en övervägande del dess välkända upplägg. En majoritet (82%) ansåg inte att papperskänslan var en viktig faktor att ta med sig vid utformningen av framtidens digitala tidning. På samma fråga rörande nättidningen fick vi svaren att de främsta fördelarna var; att kontinuerligt få ta del av uppdaterade nyheter samt att kunna ta del av arkiverade artiklar (bilaga 2.5).



Figur 8 Tidsrymd för när respondenterna kan tänka sig att läsa tidningen på e-papper

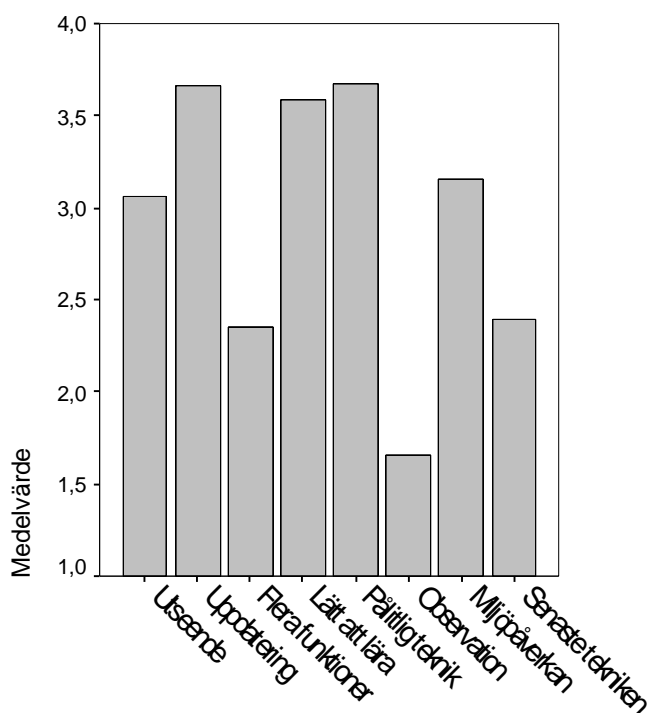
Fråga arton bekräftar till stor del de ovan beskrivna resultaten. De styrkor som respondenterna anser borde tas med vid utformningen av e-papperstidningen är delvis samma faktorer som spelar roll för att de ska välja att läsa tidningen på e-papper. De faktorer som spelar störst roll är att de får kontinuerligt uppdaterade nyheter, att de känner att de kan lita på tekniken och att den är lätt att lära sig använda. Respondenterna upplever det inte som lika viktigt att den har flera funktioner som chatt, rörlig bild och interaktivitet. I de öppna frågorna som behandlar e-papperstidningen framkom bland annat ett önskemål om att e- papperstidningen blir tidningsoberoende men också att pappret ska kunna användas för andra ändamål:

- – "[...] jag vill kunna läsa HP, GP, DN, SVD i samma e-papper - kanske även böcker....",

(bilaga 4.6)

- ô "Fördjupningsmöjligheter till exempel så skulle det i prenumerationen till e-pappret ingå att få läsa en egen vald bok en gång i månaden som man tankar hem genom e-pappret."

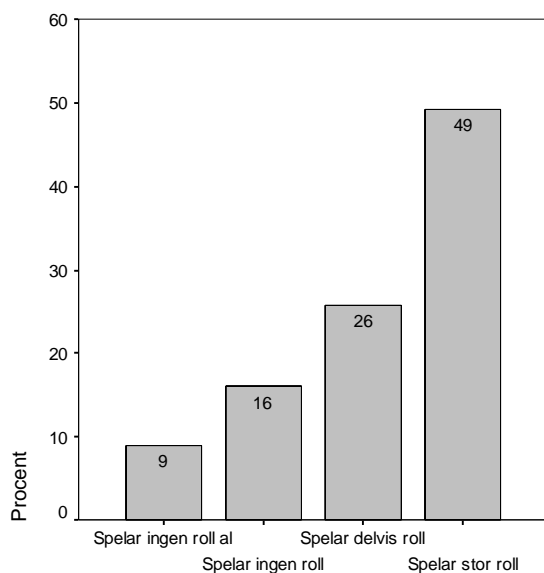
(bilaga 4.5)



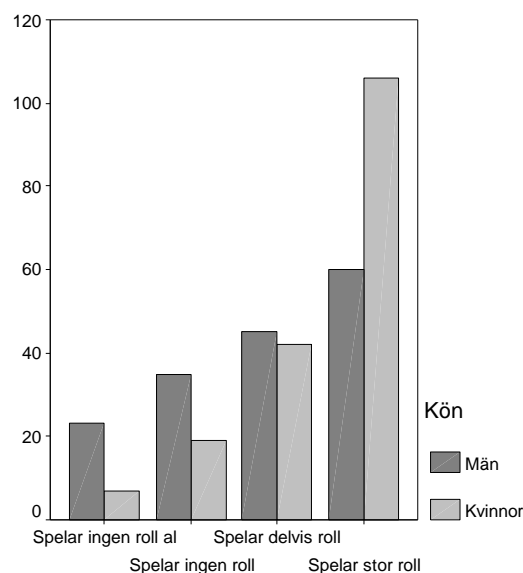
Figur 9 Medelvärdet för faktorer som påverkar inställningen till e-papperstidningen

De framgår också av den öppna frågan att kostnaden är något som flera anser har avgörande betydelse. Priset är naturligtvis en viktig aspekt, men inget som vi valt att ta större hänsyn till i detta arbete. Vi vill ändå nämna att många skriver att priset inte får överstiga vad det idag kostar att prenumerera. En av respondenterna skriver att kostnaden måste var så låg så att flera e-papperstidningar kan ingå i ett hushåll. Idag är det möjligt att läsa varsin tidningsdel, den här behållningen med papperstidningen vill respondenten inte skall försvinna.

Många anser att miljöinverkan är en avgörande faktor för att de skall välja att läsa sin tidning på e-papper. Vi har funnit ett signifikant samband till kön här. Det visade sig att det var främst kvinnor som ansåg att miljöfrågan var ett starkt skäl att läsa tidningen på e-papper. Av korrelationstestet (bilaga 3.2) går det att utläsa att ca 64% som svarat att miljöinverkan spelar stor roll är kvinnor och 77% av de som svarat att miljöinverkan inte spelar någon roll är män.



Figur 10 Diagrammet visar hur stor roll en positiv inverkan på miljön spelar



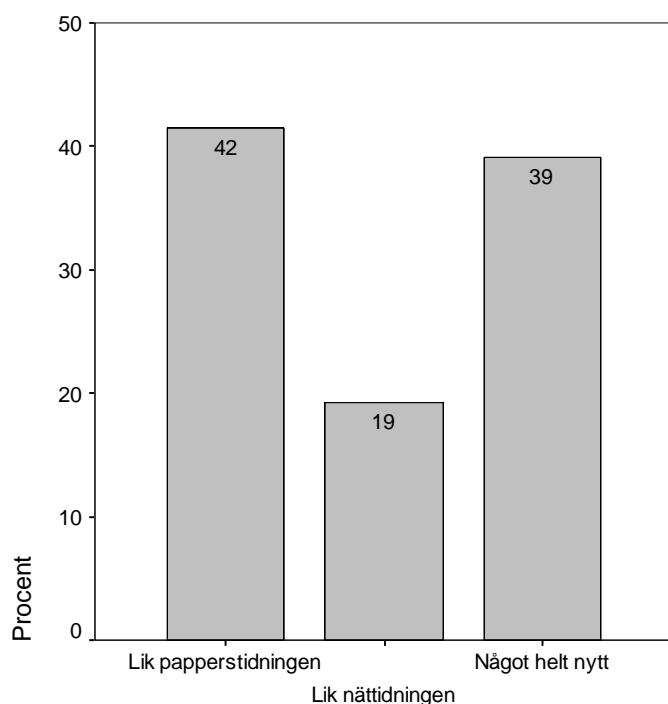
Figur 11 Fördelning - kön och miljöpåverkan

De öppna frågorna visade generellt sett på ett stort engagemang för miljön. Det visade sig också att det fanns andra aspekter på miljöfrågan än de som handlar om inverkan på naturen. Så här skriver en av respondenterna:

- i "Det finns en viktig miljöaspekt med elektronisk tidning jämfört med papperstidningen. Men det är inte att färre träd behöver fällas i skogen. Utan det främsta miljövinsten är att lastbilstransporterna minskar. Den absolut största miljöboven i det nutida samhället är lastbilstrafiken, inte bara genom den direkta påverkan miljöpåverkan som den utgör utan också genom de otaliga trafikolyckor som är en följd av den tunga trafiken. Därför är en ökad digitalisering, även av nyhetsmedier, som ersättning för alltför billiga fysiska transporter en av de viktigaste framtidsfrågorna för mig. Om argumentationen för den elektroniska tidningen byggs kring dessa tankar så är jag beredd att gå över till att använda den i stället för dagens papperstidningar redan imorgon."

(bilaga 4.6)

Den avslutande frågan gav inte en entydig bild av hur användarna ser på den framtida e-papperstidningens utformning när det gäller utseendet. Respondenterna delas här i huvudsak upp i två grupper; de som vill att e-papperstidningen skall likna den traditionella papperstidningen och de som vill att e-papperstidningen skall bli något helt nytt. Respondenterna är dock relativt överens om att den inte ska likna nättidningen.



Figur12 Diagrammet visar fördelningen på frågan om e-papperstidningen utseende

Vi vill även nämna att det finns en viss teknikskepticism i uttryckt i de öppna frågorna. Någon jämför med boo.com, ett av de första e-klädeshandelsföretagen, och skriver att det misstaget inte får återupprepas. En annan skriver så här:

- ò "Teknik är inget självändamål i sig. Förbättrar den så visst, men är inte förbättringen påtaglig med uppdateringar så kan man lika gärna behålla papperstidningarna..."

(bilaga 4.6)

5. Analys och diskussion

Nedan analyseras och tolkas resultatet som presenterats i föregående avsnitt. Vi diskuterar och gör kopplingar till den teori som ligger till grund för vår undersökning.

5.1 Respondenterna

Nästan två tredjedelar av de som deltagit i undersökningen kan tänka sig att läsa e-papperstidningen idag eller inom fem år. Det här i kombination med den nyfikenhet som uttryckts i de öppna frågorna ser vi som ett av de viktigaste resultaten av hela studien. Det visar både på en öppenhet och ett stort intresse för e-papperstidningen. Nästa steg handlar om att utforma en artefakt som bland annat motsvarar användarnas förväntningar, så att de tar den nya innovationen till sig.

Respondentgruppen är påfallande ung, ca 64% är under 36 år. En trolig förklaring kan vara att den yngre generationen använder sig av Internet i större utsträckning än andra ålderskategorier. Nättidningarna riktar sig också i hög grad till ungdomar eftersom de blivit ett sätt för publicisterna att bredda läskretsen och nå ut till dem (Hedman, 2000). En annan bidragande faktor kan vara att en enkät som behandlar framtidens tidning och ny teknik är av större intresse för den här målgruppen. Något vi reflekterat över är att en klar majoritet av respondenterna i åldern 16-25 år är kvinnor. Vår erfarenhet är att det finns ett stort intresse för ny teknik hos just den här målgruppen. Mobiltillverkarna har exempelvis på senare tid börjat intressera sig mer för denna målgrupp. Då vi satt bakgrundsvariablerna i relation till övriga enkätfrågor har vi inte funnit de antal signifikanta samband som vi förväntat. Vi drar därför slutsatsen att för det urval vi baserat vår studie på har varken kön, ålder, utbildning, arbetssituation eller hur ofta nät-respektive papperstidningen läses någon större betydelse. Dagstidningen är idag inte ett medie som är anpassat till ovanstående faktorer, den ser likadan ut för alla. Vi vill därför påstå att det finns en tendens som tyder på att utveckla inte bör ta större hänsyn till de ovan nämnda faktorerna då e-papperstidningen utformas.

5.1.1 Early adopters

Då vi analyserat och tolkat resultatet har vi kommit fram till att respondentgruppen ur vissa hänseenden har drag som kan kopplas till Rogers (2003) kategori *early adopters*. Som vi tagit upp i teoriavsnittet är en av de utmärkande egenskaperna hos *early adopters* att de aktivt söker information och därför ofta har större kunskap om nya innovationer. Resultatet på fråga arton visade att för ungefär hälften av respondenterna spelar det viss eller stor roll att de får ta del av den senaste tekniken. Vi menar att alla som besökt Hallandspostens webbplats och beslutat sig för att svara på enkäten har gjort ett aktivt val. Uppfattningen vi fått av svaren på de öppna frågorna är att detta aktiva val har grundat sig både i nyfikenhet och en vilja att ta del av information kring en ny innovation. Som vi tidigare nämnt finns det bland respondenterna en mycket positiv attityd till en ny innovation som e-papperstidningen. Enligt Rogers (2003) har *early adopters* också högre utbildning än efterföljarna. Även detta stämmer överens med att majoriteten (65%) av de svarande är högutbildade. Det är med bakgrund av de ovan nämnda faktorerna som vi

menar att respondentgruppen har drag som påminner om *early adopters*. Vi har funnit ett signifikant samband mellan graden av teknikintresse och i vilken grad respondenterna vill kunna ta del av funktioner som chatt, rörlig bild och interaktivitet (bilaga 3.1). Svaren på fråga arton visade att respondenterna i allmänhet inte upplever som viktigt att e-papperstidningen har dessa funktioner. Det har dock visat sig att desto större teknikintresse den svarande har, i desto högre grad vill denne kunna ta del av den här typen av funktioner. De som i fråga arton markerat ett tydligt teknikintresse kan sägas ha en ännu starkare koppling till de som Rogers (2003) benämner som *early adopters*. Vi vill därför påstå att e-papperstidningen eventuellt bör utformas med de här extrafunktionerna/ mervärdesfunktionerna trots att majoriteten av respondenterna inte ser detta som speciellt viktigt. Det kan innebära att spridningen av innovationen sker snabbare. Eftersom *early adopters* enligt Rogers (2003) är viktiga för att influera andra i samhället då de synliggör ny innovationer (observation), menar vi att de som utvecklar e-pappret i ingångsskedet bör ta mer hänsyn till deras önskemål.

5.2 Papperstidningen

De främsta styrkorna med papperstidningen som framgår av resultatet är dess *välkända upplägg, att den är lätt att ta med sig* och *dess lättillgänglighet*. Det är tydligt att många av de fördelar som respondenterna upplever med papperstidningen kan knytas till vad Rogers (2003) beskriver som kompatibilitet. Papperstidningen har hög kompatibilitet eftersom den på så många sätt upplevs som självklar för respondenterna, och den passar bra in i deras levnadsmönster. Resultaten på den öppna frågan rörande papperstidningen tyder på att tidningen för många är förknippad med avslappning, trygghet och sällskap. Tidningen ingår som en naturlig del av respondenternas vardag. Det stora mervärdet, med papperstidningen tycks vara just de situationer och känslor som den är förknippad med. Det som beskrivs av respondenterna kan också härledas till de egenskaper som enligt Fidler (1997) associeras med papperstidningen. Han tar bland annat upp att den förknippas med en tydlig tidsbundenhet, mobilitet, enkelhet, pålitlighet och bekvämlighet. Fråga nio, som rör papperstidningens styrkor, är den öppna fråga som vi fått mest gensvar på. Det kan ses som ett tecken på att relationen till papperstidningen är något som berör och engagerar människor.

Ett överraskande resultat är att papperskänslan inte har den betydelse som vi förväntade oss. Vi hade först en tanke om att det är svårt för respondenten att se pappret i sig som en styrka med papperstidningen, eftersom det är så självklart. Men vi avfärdade vår teori om detta, eftersom resultatet vi fick på fråga sexton bekräftade de föregående resultatet (bilaga 2.2 samt 2.5). Vår slutsats är således att respondenterna inte anser att papperskänslan är viktig att ta hänsyn till vid utformning av e-papperstidningen av annat än praktiska skäl (med tanke på läsbarhetsaspekten).

Papperstidningen uppfattas inte som mer pålitlig än nättidningen. Det här var ett resultat som förvånade oss. Utifrån de öppna svaren har vi istället fått fram en bild av tidningsläsaren som inte vill ha *en* tidning som är pålitlig och som de litar helt och fullt på. Istället vill de effektivt kunna skifta mellan olika tidningar för att skapa sig en mer mångfacetterad nyhetsbild. Det förefaller som att det är Internet och nättidningarna som

öppnat för det här sättet att konsumera (nyhets)information. Det uttrycks även som en tydligt formulerad önskan att den här möjligheten skall finnas hos e-papperstidningen.

5.3 Nättidningen

I fråga tio instämmer 83% helt i att en styrka med nättidningen är att den är geografiskt obunden. Svaren på frågan om var respondenten är bosatt visar också att många av respondenterna inte bor i Halmstad. Föga överraskande ses möjligheten till snabb uppdatering som en stor styrka hos nättidningen. Vi ser det som en självklarhet att ta med de här två styrkorna vid utformning av e-papperstidningen. Andra fördelar med nättidningen som ofta nämns i de öppna svaren är priset, att den är gratis. I en jämförelse med de resultat vi fick på fråga nio om papperstidningen blev skillnaderna i procentsatserna tydligare än i fråga tio (nättidningens styrkor). Vi fick därför fram en klarare bild av vilka styrkor som upplevs speciellt viktiga vad gäller nättidningen. En anledning till detta kan vara att papperstidningen är så självklar. Nättidningen däremot jämförs automatiskt med papperstidningen och därför är det lättare att uttrycka specifika fördelar.

5.3.1 Tidningskänsla

Om intentionen från tidningspublicisternas sida varit att förmedla en tidningskänsla som känns igen från pappersupplagan, visar vårt resultat på att de inte har lyckats med detta. Betydelsen av tidningskänslan på webben verkar dock inte vara av så stor betydelse för läsarna. Nättidningen ersätter inte papperstidningen, och behöver kanske därför inte förmedla denna känslan. E-papperstidningen däremot skall ersätta den vilket innebär en annan situation. Vi vill inte påstå att tidningspublicisterna misslyckats med ”tidningskänslan” på nätet, eftersom den uppenbarligen inte har så stor betydelse. Vi tror dock att de skulle vinna på att göra en grundligare undersökning kring vad tidningsläsarna egentligen vill ha. Det som enligt vår studie förmedlar tidningskänsla på webben är layouten och rubrikerna. Detta är något som skulle kunna utnyttjas även för att skapa den här känslan hos e-papperstidningen. Utifrån resultatet på de öppna frågorna kan slutsatsen dras att tidningskänslan mer är förknippad med situationer då tidningen läses än själva mediet. Det skulle kunna tolkas som positivt för e-papperstidnings framtid eftersom denna ersättande artefakt kommer skilja sig markant från den befintliga.

5.4 Avgörande faktorer

Syftet med fråga arton var att identifiera de främsta kraven användarna har på e-papperstidningen, och i vilken grad olika faktorer spelar in för acceptansen av denna nya artefakt. Som vi redovisat i förgående avsnitt bekräftade resultatet på denna fråga till stor del de tidigare svaren. De faktorer som spelar störst roll är; att de får kontinuerligt uppdaterade nyheter, att de känner att de kan lita på tekniken och att e-papperstidningen är lätt att lära sig använda. Inte långt efter kom miljöpåverkan. Respondenterna upplever det däremot inte som speciellt viktigt att e-papperstidningen erbjuder flera funktioner som chatt, rörlig bild och interaktivitet. De ger själva förslag på andra mervärden som de gärna ser att e-papperstidningen erbjuder.

5.4.1 Lärbarhet

Det är viktigt att e-papperstidningen är lätt att hantera och lära sig använda. Nielsens (1993) och Löwgrens (1993) begrepp lärbarhet samt Rogers (2003) komplexitet rör hur lätt användaren lär sig att använda det nya systemet/innovationen. Lärbarheten är således en viktig aspekt både sett ur diffusions- och användbarhetsteorin. Uppenbarligen är det något som de tilltänkta användarna även själva ser som en avgörande faktor. Enligt 93% av respondenterna spelar lärbarheten/komplexiteten delvis eller stor roll. Den främsta styrkan som identifierats med papperstidningen är dess välkända upplägg. Enligt Rogers (2003) kan kunskap i hanterandet av redan existerande artefakter underlätta hanterandet av den nya. En möjlighet skulle därför kunna vara att använda sig av papperstidningens välkända upplägg då e-papperstidningen utformas. Det skulle även kunna öka det som Nielsen (1993) benämner som kom-ihågbarhet. Det är enligt Nielsen (1993) viktigt att systemet är lätt att använda, även efter en längre tids uppehåll. Det borde rimligtvis underlättas av att systemet liknar den redan existerande papperstidningen.

5.4.2 Pålitlig teknik

Då användarnas syn på tekniken kan skilja sig från systemutvecklarnas bör hänsyn tas till deras åsikter och önskemål (Bannon, 1991). Resultatet visar att pålitlig teknik är en mycket betydelsefull faktor för respondenterna. Då diffusionsteorin sätts i relation till användbarhetsteorin kan pålitlig teknik sägas ha två innebörder. Tidningen ska utan problem levereras till läsarens e-pappersterminal. Detta kan kopplas till de begrepp som Nielsen (1993) och Löwgren (1993) kallar felfrekvens respektive relevans. Användaren ska uppnå ett visst mål med så lite problem som möjligt. Tilltro till tekniken kan även tolkas som att användarna ska kunna nyttja innovationen utan att vara rädd för att den går sönder. Rogers (2003) begrepp testning har den här innebörden. Möjligheten till testning av en ny innovation leder till en snabbare acceptans (Rogers, 2003). Att ge användarna utrymme att testa och att tidningen laddas ner utan problem är således ytterligare faktorer för utvecklarna att ta extra stor hänsyn till.

5.4.3 Uppdatering

Frekvent uppdatering är något som respondenterna ser som mycket viktigt för att de ska välja att läsa sin tidning på e-papper. Då respondenterna jämför nät- och papperstidningen upplevs uppdateringen som ett mervärde med nättidningen. Som vi presenterat i resultatet ser läsvanorna olika ut vad gäller nät- och papperstidningen. Papperstidningen läses ofta bara en gång om dagen medan nättidningen läses flera gånger om dagen. En trolig förklaring är att nättidningen kontinuerligt uppdateras och att den erbjuder ”snabbare” nyheter. Som vi uppfattar det läses papperstidningen istället mer noggrant en gång per dag. Vi ser frekvent uppdatering som en självklar funktion eftersom den generellt är starkt förknippad med den digitala tekniken. Utvecklarna har redan en tanke om att den här funktionen ska finnas med. Toofani (2003) skriver att det elektroniska pappret/tidningen med lätthet kommer kunna erbjuda aktuell nischad information i realtid. Det som utvecklarna bör ha i åtanke är att uppdateringen förmodligen innebär att läsvanorna för tidningsmediet kommer att förändras. Kanske att konsekvenserna av denna förändring bör studeras närmare.

5.4.4 Miljöfrågan

Den negativa inverkan på miljön är en av de faktorer som Alström et al. (2001) anser kommer ha betydelse för att vi istället ska välja att läsa tidningen i digitalform. Vi förutsätter att detta är ett argument som kommer användas av tillverkarna för att lansera e-papperstidningen vilket även framgår av Toofanis (2003) rapport. Författaren menar dock att miljöeffekterna efter förbrukning fortfarande är oklara. Det som heller inte framgår är hur miljövänligt själva framställningen av materialet till e-pappret kommer att vara. Detta är något som både vi och ett flertal av respondenterna frågar sig. Det är en viktig fråga då 77% av de som svarat på enkäten anser att miljöinverkan spelar delvis- eller stor roll för att de skall välja att läsa sin tidning på e-papper.

Något som vi till en början ansåg borde tas hänsyn till när det gällde den här enkätfrågan är att det handlar om ett moralisk ställningstagande. Kanske att den i viss mån snarare ger en bild av hur respondenten vill vara. Som Fidler (1997) skriver är svaret från respondenterna endast vad de *tror* de vill ha eller tycker om en viss sak. Vad de sen verkligen står i frågan får vi inte reda på förrän de står inför faktumet. Men respondenternas sätt att motivera sitt ställningstagande i miljöfrågan (i de öppna frågorna) fick oss att ändra uppfattning. Vid ett flertal tillfällen kommer miljöfrågan upp, för att så som vi tolkar det, respondenterna tydligt ville framföra sin åsikt. Flera tog bland annat upp miljön som en av de starka fördelarna med nättidningen. Detta vittnar om ett större engagemang än vi först trodde. Som vi visar på i resultatavsnittet skriver en av respondenterna att han/hon är beredd att gå över till e-papperstidningen idag om argumenten för e-papperstidningen baseras på en bättre miljö för oss människor. Inte bara av den anledning att naturen skonar utan även att det skulle medföra en säkrare trafikmiljö.

För att lyckas med visionen att få den digitala e-papperstidningen att ersätta pappersbaserade dito måste den enligt Rogers (2003) diffusionsteori besitta en tillfredställande grad av kompatibilitet. Det innebär att den bör stämma bra överens med läsarens/användarens värderingar, erfarenheter och behov. Attityd och belåtenhet som rör användarnas känslomässiga inställning till systemet har en liknande innebörd och är enligt Nielsen (1993) och Löwgren (1993) avgörande för att ett system skall accepteras. Alla tre begreppen syftar till att användarens subjektiva upplevelse av systemet ska innebära en känsla av tillfredställelse. Detta är också något som Bødker och Strandgaard Pedersen (1991) poängterar. De menar att det är viktigt att se till användarens kultur vid design av ett nytt system, att fokusera kring användarens värderingar och övertygelser. Därför menar vi att utvecklarna bör se till att framtagningen och destruktionen av e-pappret blir miljövänlig. Då kan de även med styrka i sitt påstående kunna använda miljöfrågan i sin marknadsföring och lansering av e-papperstidningen.

5.4.5 Mervärde

Alström et al. (2001) är övertygade om att när det digitala alternativet blir billigare och dessutom erbjuder ett mervärde både för läsarna och annonsörerna kommer papperstidningen så småningom att försvinna. Hedman (2002) skriver att med den digitala teknikens utveckling kommer det bli av ännu större vikt att papperstidningen erbjuder läsaren mervärde. Då Rogers (2003) talar om mervärde syftar han främst till

ekonomisk- och socialvinning. Priset är naturligtvis en viktig aspekt, men inget som vi valt att ta större hänsyn till i detta arbete. Men som vi nämnt i resultatet är den allmänna åsikten att priset är av stor betydelse. Det är uppenbart att tidningsläsarna idag inte är beredda att betala mer för e-papperstidningen, än vad de betalar för en prenumeration. Eventuellt om priset sätts i relation till ett erbjudet mervärde, att den tilltänkta användaren är beredda att betala mer. Liksom Rogers (1986; 2003) belyser Fidler (1997) vikten av att det nya mediet erbjuder användaren mervärdesfunktioner när det gäller den digitala tidningen föreslår författaren funktioner som interaktivitet, hypertext och ljud/videoklipp. Av vår studie framkom det att respondenterna inte är speciellt intresserade av den här typen av mervärden. Istället ser de viktigare mervärden i att e-papperstidningen blir tidningsoberoende och kan användas för att läsa böcker. Vi ser inte att detta tekniskt sett skulle innebära problem och därför ingen ökad kostnad vid framställning. Att erbjuda de här mervärdena är istället något som kan utnyttjas av tidningsutgivarna för att så som Hedman (2002) beskriver det knyta läsarna till sig.

5.5 Push- eller pullorienterat

Papperstidningen är traditionellt sett i stor utsträckning *pushorienterad*. Nätversionerna präglas däremot av *pullorienterad* information, då användaren aktivt måste söka efter den information han/hon vill ha (Sabelström, 1999). De innebär också möjlighet att ta del en oändlig mängd information. Fidler (1997) hävdar att människor i allmänhet föredrar hanterbara mängder information med tydlig början och slut, vilket papperstidningen kännetecknas av. Som vi uppfattar det menar han att tidningsläsaren får en känsla av kontroll då han/hon tagit del av denna avgränsade mängd information. Vi tycker oss istället kunna se en tendens till att människor inte vill ha en pålitlig och tydligt avgränsad informationskälla. Istället får de en känsla av kontroll då de på ett effektivt sätt, med hjälp av den digitala tekniken, kan skifta mellan olika tidningar för att skapa sig en mer nyanserad nyhetsbild. Vi har fått uppfattningen att känslan av kontroll över mediet kan vara viktigare. Som resultatet visade är pålitlig teknik en avgörande faktor.

Hvitfelt (2002) skriver att den mest troliga utvecklingen är att vi i framtiden får tillgång till ett antal specialapparater som är avsedda för olika ändamål. En del kommer troligen vara avsedda för en mer aktiv inblandning av användaren medan andra kommer ha en mer passiv funktion. Vid utformningen av e-papperstidningen anser vi att mediets sätt att förmedla information måste klargöras. Fördelar och nackdelar med *push-* och *pullorienterad* information måste vägas mot varandra. *Pullorienterad* information innebär att vi i större utsträckning bara får den informationen vi vill ha. Att läsa papperstidningen kan resultera i att vi ”råkar” ta del av information vi inte aktivt sökt upp, det kan resultera i att vi ser någonting ur ett nytt perspektiv. Därför kan den också sägas vidga våra perspektiv. Av vår studie framgår det att människor uppfattar detta som något mycket positivt. Vi anser därför att detta är något som bör tas hänsyn till vid utformningen av e-pappret.

5.6 Pappers-, nät- och e-papperstidning

Papperstidningen och nättidningen tycks ha intagit olika positioner och tillfredställer olika typer av behov hos oss. De två artefakterna förhåller sig på olika sätt till de begrepp som Rogers (2003), Nielsen (1993) och Löwgren (1993) bygger sina teorier på. Som en av respondenterna beskriver används papperstidningen främst i hemmet, medan bredbandsuppkopplingen på arbetsplatsen gör nättidningen till ett mer naturligt val där.

De tekniska hindren är undanröjda men det krävs fortfarande att vi frigör oss från invanda tankemodeller för att vi skall kunna utnyttja det framtiden erbjuder oss (Alström et al., 2001). Vi är övertygade om att de här tankemodellerna främst är förknippade med ett socialt och kulturellt mönster. Som Wynn (1991) skriver tror vi därför det är viktigt att genomföra en analys av den kontext där systemet ska användas. Det handlar varken om e-papperstidningens funktion eller dess utseende och ligger därför på många sätt bortom utvecklarnas kontroll. För att denna nya tidningsartefakt ska accepteras av framtidens tidningsläsare krävs det att den anpassas till människors levnadsmönster. Om detta sker tror vi att den på samma sätt, som papperstidningen idag, blir en naturlig del av människors sociala och kulturella värld.

Om e-papperstidningen inte skall bli en liten sladdlös superapparat, som kan användas till allt så som Hvitfelt (2002) beskriver, är det viktigt för utvecklarna att de är på det klara med vilken funktion den skall fylla i människors vardag. Det kanske även behövs en definition av vilken position e-papperstidning skall ha i förhållande till nättidningen? Enligt Falkheimer (2001) är den främsta anledningen till att tidningarna idag satsar på att även publicera på nätet att de vill positionera sig på den nya arenan inför framtidens tidningsläsande. Oavsett om vi i framtiden kommer använda oss av nättidningen eller ej är den en existerande tidningsform som vi anser att utvecklarna måste ta hänsyn till.

Resultatet på den avslutande enkätfrågan visar att många vill att e-papperstidningen skall vara lik papperstidningen och samtidigt bli något helt nytt. Tidningsmediet har sedan den började tryckas på 1600-talet i mångt och mycket bevarat sin ursprungliga form. Behovet av Fidlers (1997) attribut *familiarity* kan vara en av anledningarna till detta. Vi ställer oss frågande till hur mycket behovet av *familiarity* som i så fall är förknippat till själva utformningen av artefakten. Becker et al. (2002) skriver att tidningen förknippas med en tydlig tidsbundenhet då nya nummer kommer regelbundet. Detta kanske egentligen innebär en större trygghet än om utseendet och formen förknippas med tidigare existerande former. Tidningen förknippas med känslor som avslappning, trygghet och sällskap. Av vår studie har det framkommit att det främst är den kontext och de situationer tidningen förknippas med som skapar dessa.

6. Slutdiskussion

E-papperstidningen innebär en konvergens mellan den traditionellt tryckta papperstidningen och den digitala tekniken. Som vi tidigare tagit upp betyder konvergens något mer än en sammansmältning av två olika enheter. Konvergensen utgörs av ett *möte*, och som vi tolkar det finns det således även en social och kulturell dimension att ta hänsyn till. Det är med bakgrund av detta som vi sökt mönster hos den tilltänkta användaren av e-papperstidningen. I början av detta arbete ställde vi oss frågan:

Vilka förväntningar har den tilltänkta användaren på e-papperstidningen och hur kan de utnyttjas vid design och acceptansskapande?

E-papperstidningen befinner sig fortfarande i det som Löwgren och Stolterman (1998) definierar som en visionsfas. Den gradvisa och komplexa processen som leder fram till dess egna distinkta form har alltså precis inletts. Det är visionen som utgör grunden för de designval som görs vid utformningen av artefakten. Visionen finns med under hela processen och utgör basen för de val som anses mest betydelsefulla att analysera i situationen (Löwgren och Stolterman, 1998). Rogers (2003) diffusionsterorin behandlar de attribut som är avgörande för hur fort en innovation sprids och accepteras. Nielsen (1993) och Löwgrens (1993) användbarhetsteorier tar upp faktorer som är väsentliga för hur användaren tar emot och accepterar en ny artefakt. De är med bakgrund av de här teorierna som vi nu formulerar rekommendationer/riktlinjer. Vår förhoppning är att arbetet kommer att kunna påverka den fortsatta utvecklingen av e-papperstidningen.

Vi har funnit olika mönster gällande den tilltänkta användarens förväntningar på framtidens e-papperstidning. Förväntningarna grundar sig i subjektiva upplevelser som främst baseras på erfarenheter av existerande tidningsmedier och digital teknik i allmänhet. De mönster som vi diskuterat i analysen menar vi kan vara allmängiltiga för den framtida tidningsläsaren. Därför kan de också fungera som riktlinjer för faktorer som bör tas hänsyn till vid utformandet av e-papperstidningen. Vi sammanfattar nedan våra slutsatser i tio punkter.

- *Kön, ålder, utbildning et cetera.* Hänsyn till dessa variabler tycks ej behövas tas i någon större utsträckning vid utformningen av e-papperstidningen. Dagstidningen är heller inte idag ett medie som är anpassat till ovanstående faktorer. Vi rekommenderar därför en neutralisering av designval som grundar sig i skillnader mellan kön, ålder och så vidare.
- *Tidningskänsla.* Det som förknippas med tidningskänsla är inte främst papper, prassel och lukt av trycksvärta, utan det tycks snarare vara faktorer som tydlig tidsbundenhet och de situationerna som tidningen används i. Utvecklaren behöver alltså inte ha som mål att skapa ett material som påminner om pappret för att skapa en tidningskänsla. Anledningen till att respondenterna vill ha ett pappersliknande material är i stor utsträckning av praktiska skäl. Det är den goda

läsbarheten som uppfattas som de viktiga med pappret. De respondenter som anser att det finns en förmedlad tidningskänsla i nätversionerna menar att det främst är layouten och rubrikerna som skapar denna. Detta kan eventuellt utnyttjas för att även skapa den här känslan hos e-papperstidningen.

- *Mervärdesfaktorer.* De faktorer som spelar störst roll för att den tilltänkta användaren ska välja att läsa sin tidning på e-papper är: att de får kontinuerligt uppdaterade nyheter, att de känner att de kan lita på tekniken och att e-papperstidningen är lätt att lära sig använda. Funktioner som chatt, rörlig bild och interaktivitet spelar mindre roll. Eventuellt bör artefakten utformas med de här extrafunktionerna/mervärdesfunktionerna trots att majoriteten av respondenterna inte ser detta som speciellt viktigt. Detta på grund av att vi funnit ett signifikant samband mellan intresse för ny teknik och en önskan att ta del av de här funktionerna. Att ta med funktionerna kan innebära att spridningen av innovationen sker snabbare.
- *Lärbarhet.* Hur lätt det är att lära sig hantera e-papperstidningen är en faktor som de tilltänkta användarna ser som en av de mest avgörande. Den främsta styrkan som identifierats med papperstidningen är dess välkända upplägg. Kunskap av att hantera existerande artefakter kan underlätta hanterandet av den nya. Vi ser därför en möjlighet i att använda sig av papperstidningens upplägg då e-papperstidningen utformas.
- *Pålitlig teknik.* Respondenterna menar att det är av avgörande betydelse att de kan förlita sig på att tekniken fungerar. Det innebär dels att tidningen utan problem levereras till e-pappersterminalen men också att användarna ska kunna nyttja innovationen utan att vara rädd för att den går sönder. Möjligheten till testning av en ny innovation leder också till en snabbare acceptans. Därför är detta ytterligare en viktig aspekt att ta hänsyn till.
- *Frekvent uppdatering samt geografisk obundenhet.* Dessa funktioner är något som starkt förknippas med den digitala tekniken och något som identifierats av respondenterna som två av de viktigaste faktorerna. Utvecklarna har redan en tanke om att de här funktionerna ska finnas med. Det här resultatet ser vi som ett bekräftande från de tilltänkta användarnas sida. Det som utvecklarna bör ha i åtanke är att uppdateringen förmodligen innebär att läsvanorna för tidningsmediet kommer att förändras. Konsekvenserna av denna förändring bör eventuellt studeras närmare.
- *Kompatibilitet.* Resultatet från studien har visat att miljöaspekten har avgörande betydelse för valet att läsa tidningen på e-papper. För att nå ut till framtidens tidningsläsare måste den nya innovationen besitta en tillfredställande grad av attributen; kompatibilitet, attityd och belåtenhet. Alla tre begreppen syftar till att användarens subjektiva upplevelse av systemet ska innebära en känsla av tillfredställelse. Framställningen och destruktionen av e-pappret är därför något som utvecklarna bör lägga stor vikt vid. Då kan de även med styrka i sitt

påstående kunna använda miljöfrågan i sin marknadsföring och lansering av e-papperstidningen.

- *Priset.* Detta är något som har stor betydelse för respondenterna, men inget som vi valt att lägga större vikt vid i detta arbete. Det har framgått att kostnaden för e-papperstidningen helst inte ska överstiga vad det idag kostar med en prenumeration. Vår studie visar att de tilltänkta användarna inte är intresserade av extrafunktioner som chatt, rörlig bild och interaktivitet. Det kan därför vara en fara om utvecklarna förutsätter att de kommer att vara beredda på att betala mer för att få just de här funktionerna. De mervärden som respondenterna själv tar upp och gärna ser att e-papperstidningen erbjuder dem är att den blir tidningsoberoende och kan användas för att även läsa böcker. Tekniskt sett ser vi inte att detta skulle innebära en merkostnad för framställningen av artefakten. Vi anser att den här typen av mervärdeserbjudanden med fördel kan utnyttjas av tidningsutgivarna för att knyta läsarna till sig.
- *Objektiv nyhetsbild och kontroll.* Att ha kontroll över mediet upplevs som viktigare än att ha kontroll över en tydligt avgränsad informationsmängd. Istället för att förlita sig på en avgränsad informationskälla, som den tryckta papperstidningen är, tycks den tilltänkta användaren på ett enkelt sätt vilja kunna ta del av olika nyhetsvinklingar. Då kan de skapa sig en mer mångfacetterad och objektiv nyhetsbild. Därför är det av avgörande betydelse att e-papperstidningen utformas så att läsaren på ett effektivt sätt kan växla mellan olika tidningar.
- *Push eller pull.* Människor uppfattar papperstidningens pushartade karaktär som något mycket positivt. Att läsa papperstidningen kan resultera i att vi "råkar" ta del av information vi inte aktivt sökt upp, det kan i sin tur resultera i att vi ser saker och ting ur ett nytt perspektiv. Detta är något respondenterna ser som värdefullt och därför är det något som vi anser bör tas hänsyn till vid utformningen av e-papperstidningen.

Då tekniken för e-papperstidningen redan finns är den största utmaningen vi nu går till mötes att frigör oss från sociala och kulturella tankemodeller. Detta är något som ligger bortom utvecklarnas kontroll. Vårt resultatet pekar på att många vill att e-papperstidningen skall vara lik papperstidningen och samtidigt bli något helt nytt. Med kopplingar till existerande medier samt en definition av vilken relation e-papperstidningen ska ha till dessa blir förutsättningen för acceptans större. Situationen då den tryckta papperstidningen används förknippas med viktiga känslor som trygghet, sällskap och avslappning. Vår studie visar att det snarare är situationen och kontexten som tidningen associeras med som överför tidningskänslan på mediet, inte tvärtom. Om utvecklarna hittar ett sätt att utnyttja detta tror vi att förutsättningarna förbättras ytterligare för en e-papperstidning som accepteras av framtidens tidningsläsare.

6.1 Fortsatt forskning

Förslag till fortsatt forskning är en mer djupgående undersökning som studerar de tilltänkta användarnas interagerande med e-papperstidningen. Med fördel tror vi att fokusgrupp och future workshop kan användas. Respondenterna kan då även ges möjlighet att interagera med fysiska objekt och forskaren får möjlighet att komma åt den information som är svår att uttrycka i ord. Detta i kombination med en analys av den kontext artefakten ska användas i tror vi skulle bidra till en djupare förståelse för den sociala och kulturella dimension som mediekonvergensens *möte* innebär.

Referenslista

Litteratur och artiklar

Alström, B., Enlund, N., Hedman, L. & Hvitfelt, H. (2001). *En föränderlig medievärld – teknik, ekonomi och journalistik*. Teldokrapport 141.

Aronsson, Å. (1999). *SPSS. En introduktion till basmodulen*. Lund: Studentlitteratur.

Backman, J. (2000). *Rapporter och uppsatser*. Lund: Studentlitteratur.

Bannon, L. J. (1991). From Human Factors to Human Actors: The Role of Psychology and Human-Computer Interaction Studies in System Design. I Greenbaum, J. & Kyng, M. (Red.) *Design at work: Cooperative design of computer systems*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers.

Becker, K., Bjurström, E., Fornäs, J. & Ganetz, H. (2002). *Medier och människor i konsumtionsrummet*. Falun: ScandBook AB.

Befring, E. (1994). *Forskningsmetodik och statistik*. Lund: Studentlitteratur.

Bevan, N. (2001). International standards for HCI and usability. *International Journal Human-Computer Studies*, 55, 533 - 552.

Bryman, A. (1997). *Kvantitet och kvalitet i samhällsvetenskaplig forskning*. Lund: Studentlitteratur.

Buchanan, T. & Smith, J. L. (1999). Using the Internet for psychological research: Personality testing on the World Wide Web. *British Journal of Psychology*, 90, 125-144. Great Britain.

Bødker, K. & Strandgaard Pedersen, J. (1991). Workplace Cultures: Looking at Artifacts, Symbols and Practices. I Greenbaum, J. & Kyng, M. (Red.) *Design at work: Cooperative design of computer systems*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers.

Crawford, G. P. (2000). A bright new page in portable displays. *IEEE Spectrum*, oktober 2000, 40 - 46.

Falkheimer, J. (2001). *Medier och kommunikation – en introduktion*. Lund: Studentlitteratur.

Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.

Gulliksson, M. (1998). *Elektroniska källor i dagspress journalistik –Tekniktillgång, teknikanvändning och attityder vid tre redaktioner 1993 och 1996 (Rapport 1998:5)*. Umeå: Umeå universitet

- Hedman, L. (2002). Nätnyheter med gamla och nya aktörer. I Hvitfelt, H. & Nygren, G. (Red.) *På väg mot medievärlden 2020; Journalistik, teknik, markand.* Lund: Studentlitteratur.
- Hvitfelt, H. (2002). En ny medievärld. I Hvitfelt, H. & Nygren, G. (Red.) *På väg mot medievärlden 2020; Journalistik, teknik, markand.* Lund: Studentlitteratur
- Löwgren, J. (1993). *Human- computer interaction: What every system developer should know.* Lund: Studentlitteratur.
- Löwgren, J. & Stolterman, E. (1998). *Design av informationsteknik – materialet utan egenskaper.* Lund: Studentlitteratur.
- Manfreda, K. L., Batagelj, Z. & Vehovar, V. (2002). Design of Web Survey Questionnaires: Three Basic Experiments. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 7, 3.
- Nielsen, J. (1993) *Usability engineering.* Boston: Academic Press
- Ottersten, I. & Berndtsson, J. (2002). *Användbarhet i praktiken. Praktiska handgrepp, grundbegrepp och tankemodeller.* Lund: Studentlitteratur.
- Patel, R. & Davidson, B. (1994). *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning.* Lund: Studentlitteratur.
- Patel, R. & Tebelius, U. (1987). *Grundbok i forskningsmetodik. Kvalitativt och kvantitativt (Teori, forskning, praktik).* Lund: Studentlitteratur.
- Preece, J., Rogers, Y. & Sharp, H. (2002). *Interaction design. Beyond Human-computer interaction.* New York: Wiley.
- Repstad, P. (1988). *Närhet och distans. Kvalitativa metoder i samhällsvetenskap.* Lund: Studentlitteratur.
- Rogers, E. M. (1986). *Communication Technology: The New Media in Society.* New York: Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations.* Femte utgåvan. New York: Free Press.
- Sabelström, K. (1999). *Information Types and Content Migration in Multichannel Newspaper Publishing.* Stockholm: Kungliga tekniska högskolan, avdelningen för medieteknik och grafisk produktion. Högskoletryckeriet, KTH, Stockholm.
- Saffo, P. (1993). The Electronic Pinata. I *1993 Ten-Year Forecast.* Institute for the Future. Artikeln tillgänglig som [www dokument] på URL <http://www.saffo.org/electronicpiniata.html>. 2004-02-26.

Sjöberg, U. (2002). Nya medier - och de gamla: konvergens. I Dahlgen, P. (Red.) *Internet, medier och kommunikation*. Lund: Studentlitteratur

SOU 1999:55 (1999) *Konvergens och förändring – Samordning av lagstiftningen för medie- och telesektorerna*. Betänkande från Konvergensutredningen.

Svenning, C. (1996). *Metodboken*. Lorentz Förlag.

Svensson, E. (1987). *Vetenskaplig metodik*. Stockholm: Bokförlaget Natur och Kultur.

Toofani, M. (2003). Elektroniskt papper: Flexible displays - cast off rigid constraints. Stockholm: TidningsUtgivarna och framkom.

Trost, J. (2001). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.

Widerberg, K. (2002). *Kvalitativ forskning i praktiken*. Lund: Studentlitteratur.

Wynn, E. (1991). Taking Practice Seriously. I Greenbaum, J. & Kyng, M. (Red.) *Design at work: Cooperative design of computer systems*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers.

Övriga referenser

ITEA 03015 DIGINEWS project: Projektbeskrivning.

Mediebarometer 2001. (2002). Göteborg universitet. Nr. 1: Nordicom-Sverige.

Internet (ändra ordningen)

[1] E-Ink URL http://www.eink.com/pdf/eink_key_benefits_02.pdf. 2004-01-28.
http://www.eink.com/pdf/Philips_%20EInk_Ptr_May_03.pdf. 2004-01-28.

[2] Philips URL <http://www.philips.com/InformationCenter/Global/FNewPressRelease.asp?lArticleId=3038&lNodeId=13>. 2004-01-28.

[3] Vetenskapsrådet. URL <http://www.nfr.se>. 2004-02-15.

Bilaga 1

Enkät

Vi är studenter från Högskolan i Halmstad som genomför en läsarundersökning i samarbete med Hallandsposten. Vi är intresserade att ta del av vad du upplever som styrkorna med pappers- respektive nättidningen. Vi är även intresserade att ta del av hur du ser på ett nytt tidningsmedie för framtiden; e-pappers tidningen.

1. Kön:
 Man
 Kvinna

2. Ålder:
 - 15
 16- 25
 26- 35
 36- 45
 46- 55
 56- 65
 66 -

3. Bosatt i:
 Halmstad, Laholm, Hylte
 Sverige
 Övriga världen

4. Vilken är din högsta avslutade/pågående utbildning?
 Grundskola
 Gymnasieskola
 Högskola/Universitet

5. Hur ser din nuvarande arbetssituation ut?
 Heltid
 Deltid
 Arbetslös
 Pensionär
 Studerande
 Sjukskriven
 Övrigt

6. Prenumererar du eller ditt hushåll på Hallandsposten?
 Ja
 Nej

7. Jag läser nättidningar:

- Mer än 1 gång/dag
- 1 gång/dag
- Flera gånger/vecka
- Någon gång/vecka
- Mer sällan

8. Jag läser papperstidningar:

- Mer än 1 gång/dag
- 1 gång/dag
- Flera gånger/vecka
- Någon gång/vecka
- Mer sällan

Papperstidningen

9. I vilken grad instämmer du i följande påståenden?

Jag anser att en styrka med den tryckta papperstidningen är att:

...innehållet är pålitligt	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...den har ett välkänt upplägg vilket gör det lätt att hitta	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...artiklar kan klippas ut och sparas	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...den är mobil/lätt ta med sig	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...den erbjuder en bra överblick	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...den är lättillgänglig/ den är lätt att få tag i	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...den färdigläst erbjuder funktioner som flugsmällare, omslagspapper osv.	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...papperskänslan, prassel, lukt av trycksvärta	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>

Andra fördelar:

.....

.....

Nättidningen

10. I vilken grad instämmer du i följande påståenden?

Jag anser att en styrka med nättidningen är att:

...innehållet är pålitligt	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...det är ett välkänt upplägg vilket gör det lätt att hitta	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...den erbjuder kontinuerligt uppdaterade nyheter	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...den erbjuder en bra överblick	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...den erbjuder många valmöjligheter (tex. sökfunktionen, ämnessortering)	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...den erbjuder rörlig bild/video och ljud	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...möjligheten att ta del av arkiverade artiklar	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...den är oberoende av geografiskt avstånd	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...den erbjuder möjlighet att enkelt kommunicera tex. med andra läsare/journalisten	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>
...det är bra att kunna ta del av annonserna ifrån tidningar.	<i>Instämmer inte alls</i>	1	2	3	4	<i>Instämmer helt</i>

Andra fördelar:

.....

.....

11. Upplever du att nättidningen förmedlar en speciell ”tidningskänsla” som känns igen från pappersupplagan?

- Ja
 Nej

12. Förmedlar nättidningen en unik ”tidningskänsla” tillskillnad från andra webbsidor?

- Ja
 Nej

Om Ja:

Vad är det i utformningen/utseendet som förmedlar den här ”tidningskänslan”?

- Navigeringen
 Annonserna
 Startsidans utformning/layout
 Rubrikerna
 Annat
-

13. Anser du att det är viktigt att nättidningen förmedlar en ”tidningskänsla”?

- Ja
 Nej

14. Ser du att nättidningen som ett andrahandsval till papperstidningen?

- Ja
 Nej

Om Ja:

Varför ser du den som ett andrahandsval?

- Den är inte mobil/lätthanterlig
 Det är ansträngande att läsa på skärmen
 Informationen/artiklarna är inte lika omfattande
 Jag upplever den inte som seriös
 Det är svårt att ersätta papperstidningen då den är djupt rotad i vår kultur
 Annat
-

E-pappers tidningen

Teknikutvecklingen har nu kommit så långt att vi i framtiden kan få ett helt nytt sätt att läsa tidningen. Tänk dig följande scenario 20 år fram i tiden: När du till morgonkaffet ska läsa tidningen slår du inte upp en papperstidning, utan det är ett tunt plast/pappersark. På detta ark laddar du varje morgon hem din tidning. Tekniken kallas idag e-papper. E-pappret är inte en ny slags skärm eller mini PC, och kräver ingen extra utrustning. Tekniken påminner mer om vanligt papper, vilket kommer att innebära betydligt högre läsbarhet än läsning på skärm. Tekniken erbjuder samtidigt nya möjligheter som rörlig bild, löpande uppdatering av nyheter och sökfunktion.

15. Inom vilken tidsrymd kan du tänka dig att läsa din tidning på e-papper?

Idag Inom 5 år Inom 10år Inom 20 år Aldrig

16. Vilka är fördelarna med den *tryckta tidningen* som du anser borde tas med vid utformningen av e-pappers tidningen (markera 3 alternativ)?

- Innehållet är pålitligt
- Det är ett välkänt upplägg vilket gör det lätt att hitta
- Artiklar kan sparas
- Den erbjuder en bra överblick
- Den är lättillgänglig
- Den är mobil/lätt att ta med sig
- Färdigläst erbjuder den andra funktioner
- Papperskänslan

Har du fler förslag, utöver de tre alternativen ovan?

.....

17. Vilka är fördelarna med *nättidningen* som du anser är viktiga att ta med sig vid utformningen av e-papperstidningen (markera 3 alternativ)?

- Möjligheten till kontinuerligt uppdaterade nyheter
- Att den erbjuder en bra överblick
- Att den erbjuder många valmöjligheter (tex. sökfunktionen, ämnessortering)
- Möjlighet att ta del av rörlig bild, video och ljud
- Möjligheten att kunna ta del av arkiverade artiklar
- Att den erbjuder möjlighet att enkelt kommunicera tex. med andra läsare/journalisten

Har du fler förslag, utöver de tre alternativen ovan?

.....

18. Hur stor roll spelar följande egenskaper/faktorer för att du ska välja att läsa din tidning på e-papper?

Utseendet på e-pappret och dess innehåll *Spelar ingen roll alls* 1 2 3 4 *Spelar stor roll*

Att nyheterna kontinuerligt uppdateras *Spelar ingen roll alls* 1 2 3 4 *Spelar stor roll*

Att jag erbjuds fler funktioner som chatt, rörlig bild, interaktivitet o.s.v. *Spelar ingen roll alls* 1 2 3 4 *Spelar stor roll*

Att den är lätt att hantera /lära sig använda *Spelar ingen roll alls* 1 2 3 4 *Spelar stor roll*

Att jag kan förlita mig på att tekniken alltid fungerar *Spelar ingen roll alls* 1 2 3 4 *Spelar stor roll*

Hur många i min omgivning som jag ser använda e-pappret *Spelar ingen roll alls* 1 2 3 4 *Spelar stor roll*

Positiv inverkan på miljön (t.ex. mindre skog som avverkas) *Spelar ingen roll alls* 1 2 3 4 *Spelar stor roll*

Det är viktigt för mig att ta del av den senaste tekniken *Spelar ingen roll alls* 1 2 3 4 *Spelar stor roll*

Lätt att hitta det man Söker/vill läsa *Spelar ingen roll alls* 1 2 3 4 *Spelar stor roll*

Andra faktorer som har betydelse för dig:

.....
.....

19. Vad anser du är viktigast när det gäller utseendet på en e-papperstidning (ett alternativ)?

- Den ska vara lik en papperstidning
- Den ska vara lik en nättidning
- Den ska vara något helt nytt

Bilaga 2

Frekvenstabeller

2.1 Bakgrundsvariabler

Fråga 1

Kön

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MAN	163	48,4	48,4
	KVINNA	174	51,6	100,0
	Total	337	100,0	

Fråga 2

Ålder

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-15	6	1,8	1,8
	16-25	81	24,0	25,8
	26-35	130	38,6	64,4
	36-45	52	15,4	79,8
	46-55	34	10,1	89,9
	56-65	26	7,7	97,6
	66-	8	2,4	100,0
	Total	337	100,0	

Fråga 3

Bosatt

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	HALMSTAD	202	59,9	59,9
	SVERIGE	106	31,5	91,4
	ÖVRIGA VÄRLDEN	29	8,6	100,0
	Total	337	100,0	

Fråga 4

Utbildning

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	GRUNDSKOLA	16	4,7	4,7
	GYMNASIESKOLA	101	30,0	34,7
	HÖGSKOLA/UNIVERSITET	220	65,3	100,0
	Total	337	100,0	

Fråga 5

Arbetsituation

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	HELTID	168	49,9	49,9	49,9
	DELTID	33	9,8	9,8	59,6
	ARBETSLÖS	12	3,6	3,6	63,2
	PENSIONÄR	9	2,7	2,7	65,9
	STUDERANDE	94	27,9	27,9	93,8
	SJUKSKRIVEN	8	2,4	2,4	96,1
	ÖVRIGT	13	3,9	3,9	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 6

Prenumeration

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JA	87	25,8	25,8	25,8
	NEJ	250	74,2	74,2	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 7

Läsa nättidn.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MER ÄN 1 G/DAG	138	40,9	40,9	40,9
	1 G/DAG	75	22,3	22,3	63,2
	FLERA GGR/VECKA	70	20,8	20,8	84,0
	NÅGON G /VECKA	32	9,5	9,5	93,5
	MER SÄLLAN	22	6,5	6,5	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 8

Läsa paperstidn.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	MER ÄN 1 G/DAG	65	19,3	19,3	19,3
	1 G/DAG	91	27,0	27,0	46,3
	FLERA GGR/VECKA	55	16,3	16,3	62,6
	NÅGON G /VECKA	81	24,0	24,0	86,6
	MER SÄLLAN	45	13,4	13,4	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

2.2 Papperstidningen

Fråga 9

Pålitlighet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	49	14,5	14,5	14,5
	INSTÄMMER INTE	92	27,3	27,3	41,8
	INSTÄMMER DELVIS	158	46,9	46,9	88,7
	INSTÄMMER HELT	38	11,3	11,3	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Välkänt upplägg

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	15	4,5	4,5	4,5
	INSTÄMMER INTE	39	11,6	11,6	16,0
	INSTÄMMER DELVIS	143	42,4	42,4	58,5
	INSTÄMMER HELT	140	41,5	41,5	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Spara artiklar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	51	15,1	15,1	15,1
	INSTÄMMER INTE	59	17,5	17,5	32,6
	INSTÄMMER DELVIS	79	23,4	23,4	56,1
	INSTÄMMER HELT	148	43,9	43,9	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Mobilitet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	23	6,8	6,8	6,8
	INSTÄMMER INTE	57	16,9	16,9	23,7
	INSTÄMMER DELVIS	102	30,3	30,3	54,0
	INSTÄMMER HELT	155	46,0	46,0	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Överblick

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	15	4,5	4,5	4,5
	INSTÄMMER INTE	65	19,3	19,3	23,7
	INSTÄMMER DELVIS	148	43,9	43,9	67,7
	INSTÄMMER HELT	109	32,3	32,3	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Lättillgänglighet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	19	5,6	5,6	5,6
	INSTÄMMER INTE	43	12,8	12,8	18,4
	INSTÄMMER DELVIS	134	39,8	39,8	58,2
	INSTÄMMER HELT	141	41,8	41,8	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 9 forts.

Papperskänsla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	113	33,5	33,5	33,5
	INSTÄMMER INTE	89	26,4	26,4	59,9
	INSTÄMMER DELVIS	72	21,4	21,4	81,3
	INSTÄMMER HELT	63	18,7	18,7	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

2.3 Nättidningen

Fråga 10

Pålitlighet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	40	11,9	11,9	11,9
	INSTÄMMER INTE	109	32,3	32,3	44,2
	INSTÄMMER DELVIS	148	43,9	43,9	88,1
	INSTÄMMER HELT	40	11,9	11,9	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Upplägg

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	27	8,0	8,0	8,0
	INSTÄMMER INTE	95	28,2	28,2	36,2
	INSTÄMMER DELVIS	140	41,5	41,5	77,7
	INSTÄMMER HELT	75	22,3	22,3	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Uppdatering

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	7	2,1	2,1	2,1
	INSTÄMMER INTE	13	3,9	3,9	5,9
	INSTÄMMER DELVIS	100	29,7	29,7	35,6
	INSTÄMMER HELT	217	64,4	64,4	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Överblick

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	20	5,9	5,9	5,9
	INSTÄMMER INTE	87	25,8	25,8	31,8
	INSTÄMMER DELVIS	139	41,2	41,2	73,0
	INSTÄMMER HELT	91	27,0	27,0	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 10 forts.

Valmöjlighet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	8	2,4	2,4	2,4
	INSTÄMMER INTE	50	14,8	14,8	17,2
	INSTÄMMER DELVIS	121	35,9	35,9	53,1
	INSTÄMMER HELT	158	46,9	46,9	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Video

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	29	8,6	8,6	8,6
	INSTÄMMER INTE	91	27,0	27,0	35,6
	INSTÄMMER DELVIS	112	33,2	33,2	68,8
	INSTÄMMER HELT	105	31,2	31,2	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Arkiv

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	8	2,4	2,4	2,4
	INSTÄMMER INTE	40	11,9	11,9	14,2
	INSTÄMMER DELVIS	110	32,6	32,6	46,9
	INSTÄMMER HELT	179	53,1	53,1	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Geografiskt oberoende

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	9	2,7	2,7	2,7
	INSTÄMMER INTE	10	3,0	3,0	5,6
	INSTÄMMER DELVIS	39	11,6	11,6	17,2
	INSTÄMMER HELT	279	82,8	82,8	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Kommunikation

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	25	7,4	7,4	7,4
	INSTÄMMER INTE	94	27,9	27,9	35,3
	INSTÄMMER DELVIS	120	35,6	35,6	70,9
	INSTÄMMER HELT	98	29,1	29,1	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Annonser

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	INSTÄMMER INTE ALLS	79	23,4	23,4	23,4
	INSTÄMMER INTE	104	30,9	30,9	54,3
	INSTÄMMER DELVIS	94	27,9	27,9	82,2
	INSTÄMMER HELT	60	17,8	17,8	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

2.4 Tidningskänsla

Fråga 11

Tidn. känsla-papper

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JA	101	30,0	30,0	30,0
	NEJ	236	70,0	70,0	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 12

Tidn. Känsla-webb

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JA	165	49,0	49,0	49,0
	NEJ	172	51,0	51,0	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Navigering

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	299	88,7	88,7	88,7
	JA	38	11,3	11,3	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Annonser

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	314	93,2	93,2	93,2
	JA	23	6,8	6,8	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Layout

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	185	54,9	54,9	54,9
	JA	152	45,1	45,1	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Rubrikerna

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	218	64,7	64,7	64,7
	JA	119	35,3	35,3	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Annat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	316	93,8	93,8	93,8
	JA	21	6,2	6,2	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 13

Tidn. känsla-betydelse

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JA	186	55,2	55,2	55,2
	NEJ	151	44,8	44,8	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 14

Nättidn. -andrahandsval

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	JA	166	49,3	49,3	49,3
	NEJ	171	50,7	50,7	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Ej mobil

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	260	77,2	77,2	77,2
	JA	77	22,8	22,8	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Läsbarhet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	265	78,6	78,6	78,6
	JA	72	21,4	21,4	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Mindre information

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	256	76,0	76,0	76,0
	JA	81	24,0	24,0	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Ej seriös

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	327	97,0	97,0	97,0
	JA	10	3,0	3,0	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Kulturellt rotad

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	261	77,4	77,4	77,4
	JA	76	22,6	22,6	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Annat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	315	93,5	93,5	93,5
	JA	22	6,5	6,5	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

2.5 E-papperstidningen

Fråga 15

När läsa e-papperstidn.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IDAG	126	37,4	37,4	37,4
	INOM 5 ÅR	78	23,1	23,1	60,5
	INOM 10 ÅR	50	14,8	14,8	75,4
	INOM 20 ÅR	28	8,3	8,3	83,7
	ALDRIG	55	16,3	16,3	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 16

Pålitlighet

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	233	69,1	69,1	69,1
	JA	104	30,9	30,9	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Välkänt upplägg

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	133	39,5	39,5	39,5
	JA	204	60,5	60,5	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Artiklar kan sparas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	184	54,6	54,6	54,6
	JA	153	45,4	45,4	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Bra överblick

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	195	57,9	57,9	57,9
	JA	142	42,1	42,1	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Lättillgänglig

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	178	52,8	52,8	52,8
	JA	159	47,2	47,2	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Den är mobil

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	162	48,1	48,1	48,1
	JA	175	51,9	51,9	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Merfunktionerna

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	297	88,1	88,1	88,1
	JA	40	11,9	11,9	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Papperskänslan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	268	79,5	79,5	79,5
	JA	69	20,5	20,5	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 17

Uppdatering

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	25	7,4	7,4	7,4
	JA	312	92,6	92,6	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Bra överblick

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	227	67,4	67,4	67,4
	JA	110	32,6	32,6	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Valmöjligheterna

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	140	41,5	41,5	41,5
	JA	197	58,5	58,5	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Bild, video, ljud

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	191	56,7	56,7	56,7
	JA	146	43,3	43,3	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Arkiverade artiklar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	120	35,6	35,6	35,6
	JA	217	64,4	64,4	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Enkel kommunikation

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	NEJ	274	81,3	81,3	81,3
	JA	63	18,7	18,7	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 18

Utseende

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SPELAR INGEN ROLL ALLS	31	9,2	9,2	9,2
	SPELAR INGEN ROLL	54	16,0	16,0	25,2
	SPELAR DELVIS ROLL	115	34,1	34,1	59,3
	SPELAR STOR ROLL	137	40,7	40,7	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Uppdatering

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SPELAR INGEN ROLL ALLS	6	1,8	1,8	1,8
	SPELAR INGEN ROLL	15	4,5	4,5	6,2
	SPELAR DELVIS ROLL	67	19,9	19,9	26,1
	SPELAR STOR ROLL	249	73,9	73,9	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Flera funktioner

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SPELAR INGEN ROLL ALLS	81	24,0	24,0	24,0
	SPELAR INGEN ROLL	110	32,6	32,6	56,7
	SPELAR DELVIS ROLL	94	27,9	27,9	84,6
	SPELAR STOR ROLL	52	15,4	15,4	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Lätthanterlig

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SPELAR INGEN ROLL ALLS	8	2,4	2,4	2,4
	SPELAR INGEN ROLL	16	4,7	4,7	7,1
	SPELAR DELVIS ROLL	83	24,6	24,6	31,8
	SPELAR STOR ROLL	230	68,2	68,2	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Pålitlig teknik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SPELAR INGEN ROLL ALLS	5	1,5	1,5	1,5
	SPELAR INGEN ROLL	10	3,0	3,0	4,5
	SPELAR DELVIS ROLL	76	22,6	22,6	27,0
	SPELAR STOR ROLL	246	73,0	73,0	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 18 forts.

Observation

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SPELAR INGEN ROLL ALLS	182	54,0	54,0	54,0
	SPELAR INGEN ROLL	104	30,9	30,9	84,9
	SPELAR DELVIS ROLL	35	10,4	10,4	95,3
	SPELAR STOR ROLL	16	4,7	4,7	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Miljöpåverkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SPELAR INGEN ROLL ALLS	30	8,9	8,9	8,9
	SPELAR INGEN ROLL	54	16,0	16,0	24,9
	SPELAR DELVIS ROLL	87	25,8	25,8	50,7
	SPELAR STOR ROLL	166	49,3	49,3	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Senaste tekniken

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SPELAR INGEN ROLL ALLS	80	23,7	23,7	23,7
	SPELAR INGEN ROLL	95	28,2	28,2	51,9
	SPELAR DELVIS ROLL	112	33,2	33,2	85,2
	SPELAR STOR ROLL	50	14,8	14,8	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Lätt att hitta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SPELAR INGEN ROLL ALLS	7	2,1	2,1	2,1
	SPELAR INGEN ROLL	15	4,5	4,5	6,5
	SPELAR DELVIS ROLL	94	27,9	27,9	34,4
	SPELAR STOR ROLL	221	65,6	65,6	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Fråga 19

Papptidn.-nättidn.-nytidn.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LIK PAPPERSTIDNING	140	41,5	41,5	41,5
	LIK NÄTTIDNINGEN	65	19,3	19,3	60,8
	NÅGOT HELT NYTT	132	39,2	39,2	100,0
	Total	337	100,0	100,0	

Korrelationstest och chi2- test

3.1 Samband senaste tekniken och flera funktioner

Senaste tekniken * Flera funktioner Crosstabulation

			Flera funktioner				Total
			SPELAR INGEN ROLL ALLS	SPELAR INGEN ROLL	SPELAR DELVIS ROLL	SPELAR STOR ROLL	
Senaste tekniken	SPELAR INGEN ROLL ALLS	Count	29	27	15	9	80
		% within Senaste tekniken	36,3%	33,8%	18,8%	11,3%	100,0%
		% within Flera funktioner	35,8%	24,5%	16,0%	17,3%	23,7%
	SPELAR INGEN ROLL	Count	30	32	23	10	95
		% within Senaste tekniken	31,6%	33,7%	24,2%	10,5%	100,0%
		% within Flera funktioner	37,0%	29,1%	24,5%	19,2%	28,2%
	SPELAR DELVIS ROLL	Count	14	36	43	19	112
		% within Senaste tekniken	12,5%	32,1%	38,4%	17,0%	100,0%
		% within Flera funktioner	17,3%	32,7%	45,7%	36,5%	33,2%
	SPELAR STOR ROLL	Count	8	15	13	14	50
		% within Senaste tekniken	16,0%	30,0%	26,0%	28,0%	100,0%
		% within Flera funktioner	9,9%	13,6%	13,8%	26,9%	14,8%
Total	Count	81	110	94	52	337	
	% within Senaste tekniken	24,0%	32,6%	27,9%	15,4%	100,0%	
	% within Flera funktioner	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	29,963 ^a	9	,000
Likelihood Ratio	29,741	9	,000
Linear-by-Linear Association	19,949	1	,000
N of Valid Cases	337		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,72.

Correlations

		Flera funktioner	Senaste tekniken
Flera funktioner	Pearson Correlation	1	,244**
	Sig. (2-tailed)	.	,000
	N	337	337
Senaste tekniken	Pearson Correlation	,244**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	.
	N	337	337

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3.2 Samband kön och miljöpåverkan

Kön * Miljöpåverkan Crosstabulation

			Miljöpåverkan				Total
			SPELAR INGEN ROLL ALLS	SPELAR INGEN ROLL	SPELAR DELVIS ROLL	SPELAR STOR ROLL	
Kön	MAN	Count	23	35	45	60	163
		% within Kön	14,1%	21,5%	27,6%	36,8%	100,0%
		% within Miljöpåverkan	76,7%	64,8%	51,7%	36,1%	48,4%
	KVINNA	Count	7	19	42	106	174
		% within Kön	4,0%	10,9%	24,1%	60,9%	100,0%
		% within Miljöpåverkan	23,3%	35,2%	48,3%	63,9%	51,6%
Total	Count	30	54	87	166	337	
	% within Kön	8,9%	16,0%	25,8%	49,3%	100,0%	
	% within Miljöpåverkan	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	25,793 ^a	3	,000
Likelihood Ratio	26,465	3	,000
Linear-by-Linear Association	25,615	1	,000
N of Valid Cases	337		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,51.

Correlations

		Kön	Miljöpåverkan
Kön	Pearson Correlation	1	,276**
	Sig. (2-tailed)	.	,000
	N	337	337
Miljöpåverkan	Pearson Correlation	,276**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	.
	N	337	337

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Resultat öppna svar

4.1 Resultat enkätfråga nio

(..andra fördelar med papperstidningen)

Det känns ju bättre med bilder och sådant i en riktig papperstidning. Oftast på nättidningar är bilderna smått komprimerade! En stor fördel för de riktiga papperstidningarna!

Man kan även använda den till att starta en brasal :) En stor skillnad mellan tryckt och elektronisk tidning måste väl vara att man inte kan göra antecningar, markera tex tv utbudet eller lösa korsordet i söndagsbilagorna.

Kan grävas ner och bromsarograset innan den blir jord.

Bra som just morgontidning, det är en oändlig skillnad att inta sin frukost på tex. en solig balkong eller i ett trevligt kök med tidningen på bordet mot att sitta och koncentrera sig på att inte skaka ut för mycket kaffe över tangenterna i datorrummet...

Man vill ju alltid läsa tidningen på morronen medan man äter frukost och det skulle ju liksom vara lite bökgigare om alla skulle ha en datorskärm framför sej på bordet istället för varsin del av tidningen. Sen så står det ju mycket mer i papperstidningen än i nätversionen...

man kan läsa i lugn och ro, var man vill

Toalett papper

man kan läsa den i sängen, på toa, i soffan etc

att den kommer vid morgonfikafikat!!

Om man är vanemänniska vill man ha den på frukostbordet till kaffet!

För mig påverkas inte känslan av pålitlighet om det är en papperstidning eller nättidning. Jag anser att man alltid ska förhålla sig kritisk till innehållet.

Du kan lätt sitta utomhus och läsa...

Finns kvar en längre tid

Artiklarna är språkligt sett mer genomarbetade än vad nättidningens artiklar oftast är. Med mer tid till förfogande så blir det också fler ögon som hinner läsa artikeln innan den går i tryck, den blir bättre korrekturläst. Det gör att innehållet och språket blir bättre.

Kan ligga på stranden eller i soffan och läsa. Slipper musarm.

Inga kommentarer

Lätt att ha på frukostbordet

Kan gå iväg och gömma mig på "privata" ställen med tidning och fördriva tiden med.

Stora textmassor och kompletterande bilder/grafik är oftast lättare att ta del av i papperstidningen. Den

grafiska presentationen är ofta bättre i papperstidningen. Annonser är mindre dominerande/mindre störande i papperstidningen än i nät-tidningarna. När min tidning är levererad behövs ingen teknik för att ta del av den - nät-tidningen är beroende av min dator, nätet och web-servern.

Avslappnande att lägga sig i soffan och läsa tidningen.

Om man inte har tillgång till internet, är tidningen ett utmärkt alternativ. På morgonen, speciellt på sommaren kan man sitta ute och läsa tidningen och dricka sitt kaffe eller the. Jag startar inte dagen med att starta datorn, utan gör det senare, framåt kvällen.

vad vackra dom är

Samhällsinformation och viss reklam saknas i webbtidningen

Finns kvar längre än nättidningen, lite mer "socialt" att läsa, inte stationär som nättidningen

Perfekt att använda en kulen november att tända den öppna spisen med.

bla

Den går bra att ha som sällskap vid alla måltider, i sängen, i soltolen, på stranden, i bilen etc.

Man kan se annonser som köpmännen sätter in, tex rea eller speciella erbjudanden, vilket man helt saknar i nättidningen.

Fler bilder som är lättare att titta på. Fåren känsla av att det står utförligare artiklar

Det kan vara väldigt avslappnande att läsa tidningen, speciellt efter att man har kommit hem efter hårt arbetande eller studerande.

Jag tycker om känslan att ordna med frukosten och medan kaffet blir klart gå ut till brevlådan och hämta tidningen, blir liksom en ritual på morgonen, det gillar jag.

Vanans makt är stor. När man som pensionär har gott om tid på f.m. är det trevligt med en papperstidning.

Annonser lätta att itta

Tvätta fönster, ta med i badet och på dass...

Man kan sitta på dem utomhus vid smutsigt underlag, och ge dem vidare, eller "glämma dem" i en buss eller nåt. Man sätter dem framför ansiktet när man inte vill se och prata med nån. Väskutfyllnad är de också bra till. Und so weiter.

Man kan inte ta datorn med sig till sängen på morgonen som man gör med tidningen. Det går ej att ersättas.

bra att tända brasan med
Allt är med - t ex bilder på nyfödda, grattisbilder mm,
som jag saknar i nätupplagan. Trevligt att kunna läsa
vid frukostbordet eller i sängen - går inte med
nätupplagan.

Jag kopplar av med att läsa en papperstidning. på nätet
läser jag bara det "viktigaste"

Brinner bra när man skall tända i pannan. Hemsidor är
lite svåra att få fyr på, de innehåller ju s.k. brandväggar
:-)

Man blir trött i huvudet av att läsa på internet, med
pappersvarianten kan man luta sig tillbaka i soffan.

Morgontidning till dörren.

Roligt utseende, brinner bra,

suger ur fukten ur gymnastikskor bra.

En papperstidning handlar mycket om känsla.. Läser
ofta nyheter på nätet men skulle inte vilja vara utan
stunden med en "riktig tidning" och en kopp kaffe.

Jag har lättare att koncentrera mig när jag läser en
papperstidning.

Mer avkopplande läsning än att sitta framför datorn och
läsa.

Bra att suga upp fukten ur skorna med

Det är lättare att få en överblick över innehållet
(skumläsa) och man kan bläddra fram och tillbaka
mellan sidorna på ett enklare sätt.

Man kan "få syn på" artiklar, annonser och dylikt som
man inte "planerat" att läsa. Något kan fånga ens
intresse utan att man aktivt måste klicka sig fram.

Slipper sitta just framför datorn...

Superbra att vakna till på morgonen, behövs för att
vakna upp, dock efter en lååång dusch.På morgonen är
det för tidigt för att gå in på nätet.

När man som jag inte har bredband hemma så är
papperstidningen att föredra i hemmet. På jobbet har
jag bredband då är nättidningen bra eftersom jag kan
hoppa mellan olika nättidningar och kolla, jämföra och
på så sätt få en snabb överblick av världsläget. T ex så
har de lokala tidningarna inte hunnit med att få med en
nyhet från utlandet som de större rikstäckande
tidningarna har med så vet jag att nyheten är
begränsad i nyhetsvärde eller väldigt färsk. Min
optimala situation skulle vara att ha en tjock helgtidning
med "allt" lördag och söndag/helg- och semesterdagar
samt nättidningar på veckodagar.

Bra att ha när man skall elda brasa, tapetsera, byta jord
i krukväxter.

Man kan läsa på dass!

annonserna om lokala evenemang, information som lätt
letas fram igen Det känns ju bättre med bilder och
sådant i en riktig papperstidning. Oftast på nättidningar
är bilderna smått komprimerade! En stor fördel för de
riktiga papperstidningarna!

4.2 Resultat enkätfråga tio (..andra fördelar med nättidningen)

Att den är gratis att läsa och att man slipper göra sig av med alla gamla tidningar som samlas på hög.

Erbjuder en möjlighet att delta i sådana här enkätundersökningar, där jag som exjobbade student känner ett ansvar att hjälpa till.

Inget papper som måste slägas, mer miljövänligt

Om man inte bor i Halmstad längre så kan man med hjälp av nättidningen ta del vad som händer där hemma ändå!

En stor fördel för oss som inte bor i Sverige, och naturligtvis att ha tillgång till utländska tidningar. Med sådan information är det enklare att bilda sig en egen uppfattning om internationella problem.

Neheter är lite av färskvara, därför är nättidningens starka sida att kunna tillhandahålla löpande nyheter, tex timme för timme...

Fruktansvärt irriterande med popup reklam, som tex aftonbladet, kommer upp en ny så fort du byter artikel...

billigare och miljövänligare

Jag slipper kilovis med papper att släpa till pappersinsamlingen varje vecka. Nät-tidningen är tillgänglig när jag vill - jag slipper känna mig stressad av en oläst tidning.

vad vackra dom är

Uppdateringen i vissa tidningar (ej Hallandsposten), få reda på vad som händer på olika orter,

Man kan läsa alla tidningar även de man inte prenumererar på.

om man bor på annan ort och har barn eller annan närstående boende borta är det bra att vara uppdaterad på händelserna på den orten.

Finns i min mobil använder 3G bla

bla

De kostar ingenting. Hallandsposten som papperstidning är av väldigt dålig kvalitet och därför dyr att prenumerera. Men jag läser nättidningen för att få inblick i vad som händer i Halmstad, och det är gratis.

Ett bra komplement till papperstidning

Uppdaterad information.

Sparar miljön. Man kan få tips från andra genom länkar...

De prasslar inte. Man klickar ner dem med -, när man inte vill att andra skall se vad man läser. Man tar utskrift på dem, bra !!

Det är ett bra komplement till vanlig tidning. Men papperstidning är skönare att läsa. Framförallt så slipper man sitta framför datorn vilket man gör tillräckligt ändå.

gratis!!!

Billigt!!!

Inte en enda.

Går att hacka, man slipper bläddra

fungerar mindre bra som flugsmälla och omslagspapper

Den tar ingen plats, förutom datorn och man slipper högar till pappersåtervinningen.

Nackdel: Att en del tidningar nu förbehåller vissa delar endast för prenumeranter, men det är väl en utopi att ALLT ska vara gratis...?

Som jag tidigare skrev, jag kan jämföra med flera nättidningar och på så sätt skapa en hyfsat objektiv nyhetsbild.

På nätet har jag tillgång till många tidningar.

gratis

4.3 Resultat enkätfråga fjorton (..varför ses nättidningen som andra hands val)

Skulle föredra papperstidningen till frukost istället för nättidningen på jobbet, kostnaden avgör!

Bor utomlands

Papperstidningen har ofta mera lokalt och insändarsidor som inte finns på nättidningen. Hade det varit med samt en enklara bläddringsfunktion en fram och tillbaks till rubrikerna. I papperstidningen kan det lika gärna var en bild eller ett ord i uderrubriken som gör att du läser annat än man tänkt. Därför upplevs det som att man läser mer i papperstidningen och bara kollar nyheterna och lite skvaller i nättidningen. Har läst nättidningar sen -96 och skulle klara mig utan papperstidningen. För mycket pop-up fält på nättidningarna.

Det är ju inte alltid man har en dator tillgänglig.

Att äta frukost eller ligga i sängen och läsa tidningen är betydligt lättare med pappersformatet. Vid brott i datorkommunikationen så kommer man inte åt nättidningen. Nackdel med nättidning om inte bredband finns i hemmet.

Frukost med juice, kaffe, macka och tidning! Det går inte att ersätta med webben.

Skulle vilja se bilderna också, på familjesidan, inte bara texten.

Svårt att ha skärmen vid frukostbordet

Jag läser inte nätupplagan om jag redan läst pappersvarianten - på nätet är tidningen inte lika uttömmande. Men om jag inte har tillgång till pappersupplagan är nätupplagan ett bra alternativ, i relation till ingen tidning.

Det är inte lika lätt att läsa vid frukostbordet :)

Svår att ha i sängen eller på toa.

Nättidningar kan vara förstahandsval,

Tidningen finns inte i min bostadsort

Kostnaden

Hollandspostens nätvariant är väldigt begränsad om man jämför med papperstidningen samma dag.

Har ej någon portabel-dator utrustad med trådlöst bredband

alla har inte tillgång till datorer

Det går knappast att ersätta tidningen till frukosten med e-tidningen. Usch!

Inte lika omfattande samt uppdateras inte alltid förrän senare på dan.

Läser den som ett komplement, jag bor i Australien och läser Australisa tidningar för Australiska nyheter. Vill fortfarande veta lite vad som händer hemma.

ehhhh... vettere... vet inte

Har idag mer eller mindre ersatt kvällstidningarna med nätvarianterna, morgontidningen skulle jag däremot inte vilja vara utan i pappersformat så de är en del av min morgonritual!

Jag ser den som ett komplement, och i vissa fall ett förstahandsval. Ex. vis Expressen och Aftonbladet, som jag aldrig skulle läsa om jag var tvungen att betala för dem.

För dyrt att prenumerera

Sitter framför en dataskärm större delen av dagen, bra med lite omväxling. Dock bra med nätbilaga när man ska läsa t ex Aftonbladet, en artikel.

Födda och döda

4.4 Resultat enkätfråga sexton

(..fördelar med den tryckta tidningen, som bör tas med till e-papperstidningen)

Bläddringskänslan

Jag vill inte sitta med en minipc o läsa Hallandsposten vid frukostbordet. Man kan ju vara flera som vill läsa. Ska var o en ha en mini pc?? Jag tror inte det fungerar helt. Men internet är absolut ett komplement till andra tidningar jag inte prenumererar på.

Jag vill bläddra med händerna, inte med mus!

det ska inte ha nån betydelse om man spiller kaffet på den :)

Korrekturläsningen i nättidningarna måste höjas till, eller kanske till och med överstiga, papperstidningarnas nivå. I dag är det alldeles för många stavfel och slarvfel i nättidningarnas artiklar vilket gör dem tråkiga att läsa och sänker deras trovärdighet. Jag tycker att det är mycket viktigt att språket i en tidning välavvägt. Stilistiken är tyvärr allt för ofta en försummad aspekt i journalistiken, trots att den är mycket viktig för helhetsintrycket. En god språkkänsla borde prioriteras högre! Exempelvis ser man oftare sårskrivningar och andra förhatliga anglicismer i nättidningar. (Och över huvud taget på nätet. Ett par exempel som finns i den här enkäten: "e-pappers tidningen", skulle varit e-papperstidningen eller den elektroniska tidningen och "mini PC", vilket ju naturligtvis borde varit mini-PC eller handdator.) Det måste anställas reportrar och redigerare som har en god språkbehandling. Det borde vara en lika viktig förmåga som att kunna publicera artiklar snabbt.

hade inte hört talas om etidning - vilken grej!

Jag vill kunna bläddra och ligga i soffan/sitta vid köksbordet och läsa den. Inte sitta framför en dator. Det gör man redan så mycket.

Som prenumerant hålls man med ett flöde av information från en källa

Det finns inte lika mycket som i tryckt tidning. Ex. platsannonser och andra annonser.

Att man kan läsa annonser, se familjesidorna i bilder, läsa om olika lokala arrangemang osv

den innebär ett faktiskt, konstant tillstånd till skillnad från digitala media.

Ja, det vore Bra med en storbild på hus, som det fanns förr i Halmstad, där vem som helst kunde läsa Hallandsposten. På Klammaerdammsgatan förr menar jag. Gratis Hallandspost för alla . Prata med de gamle som sett det.

Bättre överblick v b annonser. Enklare att skumläsa.

I t ex en lokal tidning får man information om lokala evenemang, annonser och reklam som är trevlig att läsa växelvis med nyheterna. På internet blir man bara irriterad om det poppar upp reklamfönster. Jag läser gärna papperstidning för att få reda på erbjudanden och reor i affärer, vilket jag missar då jag läser nättidningen.

Känslan av att sitta vid bordet med kaffekoppen och läsa på morgonen...Får inte plats med koppen vid datorn, inte samma känsla..

Om tjugo år kommer alla ha flexibla dator/TV skärmar i köket, där de kan göra så mycket mer än att bara läsa tidning. En extra elektronisk skärm i form av en e-tidning blir i så fall överflödig.

Att den är miljövänlig. Snygg layoutmässigt - jag skall ju möta den på morgonen, ev. t o m ha en trevlig mysig "vakna-upp-till-doft", t ex nygräddat bröd....

ingen elektromagnetisk strålning lokala annonser

4.5 Resultat enkätfråga sjutton

(..fördelar med nättidningen, som bör tas med till e-papperstidningen)

Att den, likt nättidningen, ska vara ett billigt alternativ. Fördelare med nättidningen är också att man kan surfa in och läsa nyheter när man tex jobbar. Kräver e-papperstidningen att man förutom datorn ska ha en extra pryl så tror jag inte folk kommer införskaffa en - isåfall måste den innehålla mer funktioner än bara till att läsa tidningen med...tex ersätta datorn så man kan surfa runt, boka biljetter, maila o.dyl. Det bästa är om den på något sätt integrerar med tex mobiltelefonen eller handdatorn. Jag tror folk vill ha "allt i ett". Sen är ju frågan om vad grundpriset är för att införskaffa den, hur den är tekniskt utformad (hur lång uppladdningstid osv.)...

Utlandsboende

Snabbheten när jag hoppar från en del till en annan, får inte var "trögt"

Att den inte kostar något

Den bör vara möjlig att koppla till en dator, för att tanka över sparade artiklar etc.

Gratis

Snabbare få reda på vad som hänt.Om tidn. kommer m. posten 2 dag. senare.

varför läste ni det vid tre alternativ?

Tips som var man hittar fördjupning,

Lätt att läsa hembygdens tidning! Samt jag kryssade i två alternativ avsiktligt eftersom jag inte håller med om de andra tillräckligt mycket.

Realtidsuppdateringar av nyheter. Kunna klicka på annonser osv. Få pappret fungera som en browser.

Snabb information

Slippa hantera återvinning av tidningar.

För mig som bor utomlands är nättidningen min enda chans att kunna läsa nyheter hemifrån

Fördjupningsmöjligheter t ex så skulle det i prenumerationen till e-pappret ingå att få läsa en egenvald bok en gång i månaden som man tankar hem gm e-pappret. Ev. skulle hela e-pappret ha talarfunktion - jag tänker här på synskadade samt att den äldre generationen blir fler. Vi kommer inom en framtid ha många pensionerade 40-talister som kanske har dålig syn och behöver taltidning. Lika bra att bygga in den funktionen i e-pappret direkt.

4.6 Resultat enkätfråga arton

(..faktorer som spelar roll för acceptans av e-papperstidningen)

Teknik är inget självändamål i sig. Förbättrar den så visst, men är inte förbättringen påtaglig med uppdateringar så kan man lika gärna behålla papperstidningarna. Att spara artiklar är nödvändigt för den intresserade av många skäl ex. läraren som vill ha material i skolan o.s.v..

Vad den kostar spelar stor roll. Om den är billigare än pappersupplagan tex. Nättidningen idag är ju gratis vilket är den allra största fördelen - plus att man kan läsa tidningsrubrikerna tex mellan att läsa två mail...dvs. integrera olika funktioner i ett medium.

Lätt att ta med och läsa överallt, på bussen och när jag tar ett längre skumbad.

Att det inte blir för dyrt med e-pappers tining. Det mest framträdande med ny teknik i dagens samhälle är, enligt mig, att tjänsten som i stort sett är den samma som under föregående teknik blir något dyrare.

Priset

Att det inte finns annonser

Det finns en viktig miljöaspekt med elektronisk tidning jämfört med papperstidningen. Men det är inte att färre träd behöver fällas i skogen. Utan det främsta miljövinsten är att lastbilstransporterna minskar. Den absolut största miljöboven i det nutida samhället är lastbilstrafiken, inte bara genom den direkta påverkan miljöpåverkan som den utgör utan också genom de otaliga trafikolyckor som är en följd av den tunga trafiken. Därför är en ökad digitalisering, även av nyhetsmedier, som ersättning för alltför billiga fysiska transporter en av de viktigaste framtidsfrågorna för mig. Om argumentationen för den elektroniska tidningen byggs kring dessa tankar så är jag beredd att gå över till att använda den i stället för dagens papperstidningar redan imorgon.

Jag anser att en e-tidning bara är ytterligare en onödig pryl som kommer att bli liggande, jämför med t.ex. den elektriska juicepressen eller en speciell äggkokare. Bättre att dela upp nättidningen i två delar, en förkortad del som det är idag, och en i fullformat med betaltjänst. Datorernas egna utveckling kommer med all säkerhet att ersätta en speciell e-tidning som bara kan användas till att läsa tidningen på...

Större utbud av tidningar. Enklare distribution av mindre tidningar = billigare och lättillgängligare för mig.

Att det är en pryl som är tidnings-oeroende - jag vill kunna läsa HP, GP, DN, SVD i samma e-papper - kanske även böcker..... Att den har ett pris som gör det möjligt att ha fler än en i hushållet (idag kan vi ju läsa varsin tidningsdel samtidigt).

Kostnaden

Utbudet, pris, läsbarhet (kontrast, typsnitt...)

Att allt som finns i tidningen även finns på e-papper.

Att den inte ska för höga kostnader, utan mer som priset ligger nu för en prenumeration.

Tystnaden vid dataläsning är mycket viktig för mig. Är ibland superstressad. Anonymiteten är viktig, ingen har ju med att göra vad man vill läsa.

Jag vill kunna bläddra och därigenom hitta artiklar jag inte skulle läsa annars.

Ett hanterbart format. A3-A4

Priset

Priset får inte bli mer än med vanlig papperstidning

Storleken.... Den ska inte täcka hela köksbordet eller vilket bord man nu läser den vid.

Vill kunna sitta i sängen och läsa tidningen.

Priset

Tillgången utomlands

Den skall vara effektiv på en vansinnigt massa områden innan jag som kund skall tycka att det är lönt att ta del av ett e-papper. Får absolut inte bli som de första e-handelsklädesföretagen a la BoCom eller vad de nu hette. Så kul är det inte med ny teknik.

Hur destruerar man en e-papperstidning. Miljöavfall?

kostnaden

Positiv inverkan på miljön (t.ex. mindre skog som avverkas)Men vad skulle e-tidningen tillverkas av?!