

Skillnaden i upplevelse mellan pappersmagasin respektive digitala magasin

Frida Wedin

Luleå tekniska universitet

D- uppsats
Mediedesign

Institutionen för Musik och medier
Avdelningen för Medier och upplevelseproduktion

Abstract

Vi läser idag allt mer tidningar på Internet och det har länge diskuterats om det papperslösa samhället. Många studier har gjorts inom ämnet och inriktar sig på läsbarhet, användbarhet och andra faktorer som spelar in vid läsning både på papper och webb för att försöka utröna om det går att ersättas digitalt. Men ingen studie inriktar sig på att undersöka upplevelsen. Denna undersöknings syfte var att ta reda på om det fanns någon skillnad i upplevelse mellan att läsa ett pappersmagasin respektive ett digitalt och i så fall hur den ter sig. Åtta testpersoner ingick i undersökningen där de fick läsa både ett pappersmagasin samt dess digitala motsvarighet och under tiden förklara sina känslor. Resultatet sammanställdes och analyserades utifrån aspekter som är av vikt vid mätning av en upplevelse. Pappersmagasinet visade sig ha många egenskaper som är svåra för det digitala magasinet att komma åt och som förhöjer upplevelsen av magasinet.

Nyckelord

Digitala magasin, pappersmagasin, upplevelse.

1.0 Inledning	1
1.1 Problembakgrund	1
1.2 Syfte	2
3.0 Definitioner	3
3.1 Pappersmagasin.....	3
3.2 Digitala magasin	3
3.3 Upplevelse.....	3
4.0 Relaterad forskning	5
5.0 Teori	7
6.0 Metod	9
6.1 Design av studie	9
6.2 Urval av studieobjekt	9
6.3 Beskrivning av studieobjekt	9
6.4 Undersökningssituationen	10
7.0 Resultat och analys	12
7.1 Upplevelser.....	12
7.2 Sammanfattningsanalys	15
7.2.1 <i>Känsla</i>	16
7.2.2 <i>Förväntningar</i>	16
7.2.3 <i>Motivation</i>	16
8.0 Diskussion/Slutsats	17
8.1 Fortsatt forskning.....	18
Bilaga 1	i
Bilaga 2	ii

1.0 Inledning

Internet utgör idag en stor del av de flesta människors liv och andelen internetanvändare ökar hela tiden. Året 2008 observerades den högsta regelbundna användningen någonsin.

Internet används för många olika ändamål, och en av de vanligaste sysselsättningarna är att ladda ner och läsa nättidningar eller elektroniska tidskrifter. [www.scb.se]

Att få samma känsla i utformning, estetik och tekniska kvalitet som i ett pappersmagasin går inte i ett magasin på webben. Skillnaden mellan att fysiskt bläddra i ett magasin och att klicka sig fram igenom innehållet är stor. [Jais-Nielsen: 2004] Idag finns dock en utvecklad tjänst på www.zinio.com där det går att ladda ner och få digitala fullversioner av olika svenska och utländska magasin som ser precis likadana ut som pappersutgåvorna. De har också funktionen att det går att bläddra i dem nästan som ett pappersmagasin, sidorna är framtagna för att se ut som papperssidor som bläddras fram. Priset på dessa är också lägre än om de köps i butik men dock finns inte de senaste numren ute utan man får nöja sig med tidigare nummer. I och med detta möjliggörs det för läsarna att istället för att gå ut och handla ett magasin i butik enkelt ladda ner det till datorn, när det är färdigläst tar det heller ingen onödig plats i hemmet. Många kanske också väljer detta ur ett miljöperspektiv då minskningen av pappersförbrukning är ett faktum.

Det har länge diskuterats om det papperslösa samhället där tekniken skulle överta papprets roll helt och hållet. Ännu idag finns dock pappret kvar som en viktig del i samhället och arbetet men E. Andersen menar i sin rapport att nu är det verkligen på väg att bli papperslöst på allvar. De flesta människor läser idag fler ord på skärmen än på papper varje dag och dagstidningar på internet har fler läsare än vad deras pappersutgåvor har. Även många äldre som är vana vid pappret har idag börjat att i allt större utsträckning kommunicera via digital teknik som visar på ett steg mot den alltmer digitala världen. [Andersen: 2008]

1.1 Problembakgrund

Många studier inriktar sig på läsbarhet, användbarhet och andra faktorer som spelar in vid läsning både på papper och webb för att utröna om det går att ersätta digitalt. Men hur är det då med själva upplevelsen av pappret och vidare då magasin? Är det möjligt att ersätta den med digital teknik eller har pappersmagasinet upplevelsebaserade kvaliteter som aldrig den digitala tekniken kan komma åt och ta ifrån det.

Min uppfattning är att mycket kan komma att digitaliseras, men inte magasin. Att kunna se det oftast glossiga omslaget som kanske inger en viss förväntan, att känna sidorna mellan fingrarna, att känna lukten av ny tidning och kunna bläddra precis som man vill tror jag är egenskaper som läsaren vill ha och som förhöjer upplevelsen.

Därför tror jag att min undersökning kommer att visa på att testpersonerna kommer att ha en mer positiv upplevelse då de läser pappersmagasinet än det motsvarande digitala magasinet.

1.2 Syfte

Denna undersökning syftar till att ta reda på hur upplevelsen skiljer sig mellan pappersmagasin och dess blädderbara motsvarighet på webben. Denna undersökning blir en del i frågan om det papperslösa samhället; håller pappret och magasinerna på att dö ut?

3.0 Definitioner

Nedan presenteras undersökningens grundstenar och vad dessa innebär.

3.1 Pappersmagasin

Magasin är en använd benämning på tidskrifter, vanligen illustrerade tidskrifter med ett speciellt, glansigt, papper. Typiskt för magasin är också att de är tjocka och har fler än hundra sidor, de har limbunden rygg och kommer ut månadsvis. Tonvikten på ämnen ligger på mode, hälsa och skönhet, mat, heminredning och personporträtt [Jais-Nielsen: 2004].

Det är svårt att få fram information om hur många tidskrifter som idag finns på marknaden, men enligt Jais-Nielsen så redovisades 3.308 tidskrifter, löpande eller avslutade under åren 2001-2002 i Svensk Periodicaförteckning och förmodligen är det inte färre idag.

3.2 Digitala magasin

Många av magasinerna har idag en egen webbplats med kompletterande innehåll till pappersmagasinet. I pappersmagasinet finns hänvisningar till webben och vice versa. Men oftast är webbsidan utformad som en vanlig webbsida med scrollfunktion. Nu har det dock börjat komma upp fler tjänster där innehållet på webben presenteras precis på likadant sätt som i pappersmagasinet. Man får ladda ner en hel tidning för en summa pengar som du sedan i ett eget fönster kan bläddra i, antingen med musen då man själv greppar tag i sidan med muspekaren och viker över eller med hjälp av knappar eller klick direkt på sidan. Man får med hjälp av ett zoomverktyg zooma in på olika delar för att kunna läsa det som står. Det går också att zooma in extra mycket om det är någon detalj, till exempel en bild, man vill se på nära håll.

3.3 Upplevelse

Upplevelser handlar mycket om att njuta och ha roligt, vilket gör kunden i fråga engagerad, och om att emotionella värden är betydelsefulla vid köp och konsumtion. [Mossberg: L 2003] En upplevelse omfattar också en sorts helhet där en mängd olika faktorer spelar in som till exempel miljön. Så upplevelser med samma design men i olika miljöer kan ofta skilja sig åt. [Obrist, Roto, V-V-M: 2009] Kunden köper varor och tjänster på grund av att de besitter vissa egenskaper, som deras användbara funktion och om varan eller tjänsten är värd sitt pris. [Mossberg: 2003] Att beskriva kännetecknen och funktionell nytta av upplevelser innebär ofta svårigheter. Till exempel är det svårt att värdera en skulptur utifrån funktionell nytta, istället kan det vara relevant att tala om en emotionell nytta, till exempel känslan av glädje, välbehag och spänning. Om en person anser att en upplevelse är positiv beror bland annat på vad hon/han har sett, hört, smakat eller känt. [Mossberg: 2003]

Det finns idag många verktyg för att utföra traditionella användbarhets utvärderingar men att mäta användarens upplevelser skiljer sig kraftigt från användbarhets utvärderingar. Att utvärdera upplevelsen genom att använda stoppur eller att föra loggbok går inte då användarupplevelsen är subjektiv. Man behöver veta vad användaren känner inför systemet som testas. Användarens motivation och förväntningar påverkar upplevelsen mer än i traditionell användbarhet. [Obrist, Roto, V-V-M: 2009]

I en studie från E L-C.Law, V Roto, M Hassenzahl, A P.O.S Vermeeren och J Kort där de vill få fram en allmän definition på en användarupplevelse är de flesta respondenterna överens om att en användarupplevelse är: dynamisk, kontextberoende och subjektiv. Författarna föreslår att beskriva användarupplevelse som något individuellt som uppstår vid interaktion med ett system, produkt, tjänst eller objekt. [Law, Roto, Hassenzahl, Vermeeren, Kort: 2009]

4.0 Relaterad forskning

Nedan presenteras tidigare studier på närliggande områden till det som uppsatsen ämnar undersöka. Det finns mycket forskning som undersöker digitala kontra fysiska ting med olika inriktningar, men ingenting som undersöker hur användare upplever digitala magasin som nu alltmer börjar likna de fysiska pappersmagasinen.

Marshall C C och Bly S har i sin rapport undersökt hur människor läser pappersmagasin jämfört med digitala magasin där de har mindre navigeringsmöjligheter. De observerade bland annat två fenomen som uppstod då deras testpersoner läste pappersmagasinen men som var obefintliga då de läste de digitala magasinerna. Det ena var "lättviktsnavigeringen", som de väljer att kalla det, som innebär omedveten navigering när de läser en särskild artikel, till exempel att de snabbt bläddrar tillbaka en sida för att förstå kontexten. Det andra var den navigering som görs genom att de bläddrar flera sidor i taget. Men de konstaterar också att många gester tycks återkomma vid läsning av de båda magasinerna: läsaren sjunker ihop vid intensiv läsning, vrider sig vid tappat intresse, dricker, kliar sig, justerar materialet som de läser. De slutar rapporten med att konstatera att digital navigering är komplicerat och att närmare studier på navigering är väsentligt för att den digitala läsningen ska kunna fånga papprets fördelar och överskrida dem. [Marshall, Bly: 2005]

K O´Hara och Sellen A har gjort en jämförande studie mellan läsbarhet på datorn och på papper, vilka egenskaper är viktigt att kunna utföra för läsaren för att få ut den bästa förståelsen för texten. De beskriver att många skillnader har att göra med de många möjligheterna som pappret erbjuder. Till exempel så visar deras studier att pappret underlättar för läsaren att skriva kommentarer och markera i texten samtidigt som den läser, studien visar också att pappret är mer snabbnavigerat när man vill bläddra fram och tillbaka mellan olika dokument. Deras slutsats är att datorn erbjuder många bra redskap när det gäller att producera en text men när det kommer till att läsa en text eller läsa en text *för att sedan* skriva så överväger papprets funktioner datorns.

[O´Hara, Sellen: 1997]

A Adler, A Gujar, B L. Harrison, K O´Hara och A Sellen har gjort en studie om hur människor läser i det dagliga arbetslivet. Resultaten från detta leder sen fram till olika faktorer som kan vara värda att tänka på vid framställningen av nya teknologier för läsning digitalt. Resultaten visar att läsning utgör en stor del av alla människors arbetsliv, både i form av "lättläsning" då man endast skummar igenom sidor till mer djupare läsning då man läser för att lära eller för att redigera text. De tar upp flera faktorer som bör övervägas av designern vid framtagning av nya "lästeknologier". Ett exempel är att det bör enkelt gå att markera och skriva text samtidigt som man läser. Ett annat exempel är att de bör ta hänsyn till läsarens behov av att hantera flera dokument på samma gång som kan vara ett problem då det oftast bara finns en display att använda sig av. De konstaterar att det är av

största vikt att undersöka människors läsbeteende i detalj för att kunna utveckla bra produkter för digital läsning. [Adler, Gujar, Harrison, O´Hara, Sellen: 1998]

C C. Marshall och S Bly har gjort en liknande undersökning som den som nyss beskrevs. De har lagt fokus på elektroniska magasin och valt att undersöka hur människor sparar och använder den information som de möter när de läser. De ville förstå tidningsurklippens roll och betydelse och om det är en nödvändig form av interaktion när det gäller elektroniska magasin. Deras resultat visar att så är fallet. Människor sparar urklipp som ett komplement till sitt eget minne, de stimulerar idéer och kan delas med familj och vänner m.m. Den elektroniska urklippsfunktionen bör göra det möjligt för läsaren att klippa ut hela och delar av artiklar utan att störa läsningen för mycket. Därefter ska det också finnas en funktion som gör det möjligt att arkivera och dela urklippen. [Marshall, Bly: 2005]

B N. Schilit, G Golovchinsky, M N. Price har byggt XLibris "aktiv läsningsskärmsmaskin" som är en högupplöst skärm där de försökt fånga papprets huvudegenskaper. Användaren kan ha den i sitt knä med en inscannad bild av en sida och markera på sidan med hjälp av en digital bläckpenna. Användaren kan också sortera och filtrera urklipp från sina anteckningar i en s k Läsaranteckningsbok. De menar också att användarens val mellan papper och digital teknik styrs av vad läsaren har för mål med läsningen. Om läsningen innefattar en romantisk roman på stranden så är egenskaper som lätt och förflyttningsbart viktiga och tveksamt är om digital teknik i detta fall kan bidra med någon fördel. [Schilit, Golovchinsky, Price: 1998]

W. R Koons, A M. O´Dell, N J. Frishberg och M R. Laff har gjort en studie på en översättning av ett pappersmagasin till ett digitalt magasin. Magasinet innehåller artiklar som beskriver Datavetenskap. Studien visade att användarna av magasinet tar med sig scenarion från tidigare erfarenheter av användande av de tre originalmedierna (tryck, tv/video och datorer). Ju närmare gränssnittet är bekanta scenarion ju mer ökar användbarheten av i detta fall det översatta digitala magasinet. [Koons, O´Dell, Frishberg, Laff: 1992]

5.0 Teori

I de tidigare forskningar som behandlar papper kontra digital teknologi som presenterats under rubriken Relaterad forskning kan man se att digitala teknologier kan fånga många av papprets egenskaper och erbjuda en god digital läsning. Men det finns fortfarande många egenskaper som pappret ännu har ensamrätt på och som till synes kan vara svårt att uppnå med digitala medel. Som nämntes tidigare så anser E Andersen att det papperslösa samhället nu är på väg att komma på allvar. Nedan presenteras de främsta användningsområdena för papper idag samt teorier om hur dessa kommer att ersättas digitalt.

- **Papper som informationslagring.** Idag används papper till att förvara information i arkiv, ordning och reda och man kan snabbt hitta det man söker. Men pappersarkiv är dyra att bevara och det är svårt att komma åt på distans. Om tio år tror han att det inte kommer att finnas några ansevärdiga pappersarkiv kvar och människor kommer att kunna få all information digitalt istället.
- **Papper som juridiska dokument.** Vi skriver idag under papperskontrakt, sparar andra lagpapper och använder papperspengar. Detta kommer endast att försvinna gradvis, vi kommer alltid att ha papperspengar men det kommer snarare att vara ett undantag än en regel. Offentliga databaser, reducering av behovet av kontraktsteckning m.m kommer att ersätta papprets roll som juridiskt dokument.
- **Papper till kommunikation.** Papper används till mycket kommunikation idag, men fler och fler får sina nyheter på nätet, kommunicerar med familj och vänner via e-post och msn och hittar nya produkter och tjänster på nätet. Gradvis kommer det man får hem i brevlådan att vara sådant man inte bitt om och oftast heller inte vill ha. Så om tio år menar han att vi knappt kommer att ha någon kommunikation via papper.
- **Papper som skärm.** Innebär att man skriver ut något som man fått elektroniskt men väljer att skriva ut för att det är lättare att läsa på papper. Men även detta tror han kommer att försvinna genom att miljömedvetenheten ökar samt utvecklingen av större dataskärmar. Plattskärmar är idag inte så dyra och man kan utan problem ha flera skärmar på sitt skrivbord. Att informationen alltmer börjar komma i form av videoklipp och hyperlänkar innebär också att man inte har något annat val än att ta del av informationen digitalt.
- **Papper = flyttbart.** Papper är väldigt enkelt att flytta med sig. En bok eller en tidning är lätt att bära, klottra på, läsa på bussen och slänga iväg då man är klar med det. Ett anteckningsblock är enkelt att ha med sig och enkelt att använda. Och även om elektroniska

anteckningsblock idag finns lättillgängligt så används fortfarande pappersblock i störst utsträckning. En stor anledning kan vara att elektroniska block fortfarande är för dyra, ohanterliga och för kort batteritid för att vara praktiska för den stora massan. Men han tror ändå att en ersättning för pappret som flyttbart kommer att komma. Då drivet av mobila kommunikationer med trådlös tillgång och bättre handanpassade teknologier. Tillgången till information och kommunikationsaspekter genom elektroniska anteckningar kommer att överväga flyttbarheten och enkelhetsaspekter enligt honom.

- **Papper som statussymbol.** Papper inger status. Tjocka pärmar på kontoret tyder på hög produktivitet. Mycket böcker i bokhyllan i hemmet tyder på utbildning och expertis. Men detta kommer också att förändras. Människor läser idag pocketböcker och slänger sedan iväg dem. En gång i tiden kunde man köpa ett stort läderinbundet lexikon som en symbol för kunskap, men idag använder inte ens inredningsdesigners böcker utan istället syns smala skärmar från Mac i IKEAS kataloger.

- **Papper som en metafor.** Detta är det största hindret i det papperslösa kontoret. Idag görs det mesta av jobbet elektroniskt men vi skickar fortfarande dokument till varandra, vi har fortfarande ett skrivbord som vårt skrivbord med en papperskorg i hörnet. Dessa metaforer kommer endast att kunna försvinna då vi har gjort oss av med pappret menar han. [Andersen: 2008]

6.0 Metod

Då undersökningen gick ut på att mäta användarnas upplevelser användes tänkähögt-metoden, där det möjliggjordes att få ut användarens känslor och tankar ur huvudet.

6.1 Design av studie.

Åtta personer i åldern 17 till 34 medverkade i undersökningen. Av dessa var tre kvinnor och fem män. För att få en bättre förståelse för användarna och resultatet fick de innan testet fylla i ett förfrågeformulär med frågor om deras erfarenheter av internet och läsvanor när det gäller både pappersmagasin och magasin på webben där man kan bläddra fram sidorna med hjälp av musen.

Varje person testade ett pappersmagasin och ett digitalt magasin. Fyra av personerna fick börja med att testa pappersmagasinet och därefter det digitala. De andra fyra testade det digitala magasinet först och pappersmagasinet därefter för att se om det blev någon märkbar skillnad i effekt. Varje test var satt till att max ta 30 minuter. Under tänkähögt-sessionen ställdes frågor för att hålla igång användaren och få denne att förklara sina upplevelser av de olika magasinerna. På detta gjordes en ljudinspelning med hjälp av mobiltelefon. Efter sessionen gjordes en uppföljningsintervju som både spelades in och skrevs ned på papper där användarna fick svara på frågor om hur och om de själva upplevde skillnader i upplevelse mellan de båda magasinerna.

6.2 Urval av studieobjekt

Tre magasin som både fanns tillgängligt att läsa digitalt samt på papper valdes ut. De digitala magasinerna laddades ner via www.zinio.com men då de har ett begränsat urval av svenska magasin i fullversion var det svårt att få en bra spridning av magasinerna. Tanken med att ha en spridning av magasin var för att användarna skulle kunna få utföra testet med ett magasin som de kände ett intresse inför och att situationen då skulle bli så nära en verklig situation som möjligt. De magasin som slutligen valdes ut var: Café, ELLE och ELLE interiör.

6.3 Beskrivning av studieobjekt

Nedan visas information om magasinens pappersutgåva. Magasinet på webben ser precis likadant ut som pappersversionen och har samma innehåll.

Café – Sveriges största modemagasin för män. Innehåller en blandning av mode, design, teknik, karriär, nöjen, sport m.m som blandas med samhällsreportage, prisbelönt dokumentärjournalistik, fördjupande intervjuer och hisnande äventyr. [www.annons.allersforlag.se] Omslaget är tryckt på ett glossigt papper med hög gramvikt. Limbunden rygg. Sidorna inuti är tryckta på ett lite mattare papper med lägre gramvikt. Sidantalet ligger på runt 190 sidor.

Upplaga: 28 700 ex/nr

Utgåvor/år: 12

Antal läsare: 132 000 läsare/nr

Källa: TS 2008 och Orvesto 2008:3

ELLE – Världens största modemagasin. Innehåller de senaste trenderna gällande mode, skönhet, livsstil och resor. De tar även upp djupare reportage om kulturer och fenomen i tiden. Målgruppen är kvinnor i åldern 20-40 år.(www.sverigestidskrifter.se) Omslaget är tryckt på glossigt papper md hög gramvikt. Limbunden rygg. Sidorna inuti är tryckta på ett lite mattare papper med lägre gramvikt. Sidantalet ligger på runt 269 sidor.

Upplaga: 75 300 ex/nr

Utgåvor/år: 12

Antal läsare: 260 000 läsare/nr

Källa: TS 2008 och Orvesto 2008:3

ELLE Interiör – Är en inredningstidning för svensk publik. Innehåller klassisk stil som blandas med det allra senaste. Även resor, personporträtt, kultur och de senaste detaljerna ingår i magasinets innehåll. Målgruppen är alla som har ett stort intresse för inredning. Omslaget är tryckt på glossigt papper md hög gramvikt. Limbunden rygg. Sidorna inuti är tryckta på ett lite mattare papper med lägre gramvikt. Sidantalet ligger på runt 160 sidor.

Upplaga: 54 400 ex/nr

Utgåvor/år: 10

Antal läsare: 213 000 läsare/nr

Källa: TS 2008 och Orvesto 2008:3

6.4 Undersökningssituationen

Personerna i undersökningen fick utföra testerna i hemmiljö för en så verklig situation som möjligt. De bjöds alla på fika innan undersökningen samtidigt som de fick fylla i förfrågeformuläret som syftade till att ta reda på deras erfarenheter av internet, läsvanor gällande både pappersmagasin samt digitala magasin med funktionen där svoschande sidor kan bläddras fram genom att man drar i dem med hjälp av musen.

Efter detta fick de en snabbgenomgång om hur undersökningen skulle gå till och information om att de skulle spelas in och hur inspelningen skulle användas.

Som nämndes tidigare så fick fyra av personerna börja med att testa pappersmagasinet och de andra fyra fick börja med det digitala.

Vid test av pappersmagasinet fick de sätta sig i en fåtölj och bläddra i det. Innan de började ombads dem att beskriva sina känslor som de upplevde från det att de fick magasinet i handen och under tiden som de bläddrade i det. De ombads också att inte lägga någon vikt vid innehållet utan fokusera på magasinets fysiska form och utförande. Under undersökningens gång ställdes frågor för att hålla igång testpersonens monolog. Frågorna som ställdes rörde deras förväntningar på magasinet, motivationen att fortsätta läsa samt frågor som skulle utveckla deras känslubeskrivningar. Dessa frågor är baserade på den tidigare definitionen av en upplevelse.

När de inte längre hade något att kommentera stängdes inspelningen av och de fick förflytta sig till datorn. Magasinet som de skulle läsa här hade tagits fram innan och låg redo. De fick samma instruktioner som vid pappersmagasinet och i princip samma frågor ställdes. Då båda magasinerna var testade utfördes en uppföljningsintervju där användaren fick svara på frågor om eventuella egna upplevda skillnader i upplevelse mellan de båda magasinerna samt en fråga gällande eventuella störningar under undersökningen. Varje hel session, alltså både pappers- och digitaltestet, tog mellan 10 – 18 minuter. När undersökningen var avslutad förklarades syftet med undersökningen och testpersonerna tackades så mycket för att de ställt upp.

7.0 Resultat och analys

Här presenteras och analyseras resultaten som kommit fram under undersökningen. För att få mer information om testpersonerna se bilaga 1 där formulärfrågornas svar presenteras i tabellform.

Det är viktigt att förstå vad användaren känner inför systemet som testas för att man ska kunna mäta upplevelsen. Det som också påverkar upplevelsen i stor grad är förväntningar och motivation. [Obrist, Roto, V-V-M: 2009] Resultatet presenteras med utgångspunkt i känsla, förväntningar och motivation. I slutet görs en sammanfattande konkretiserad analys med de olika uttryck som kommit fram under undersökningen av respektive magasin.

7.1 Upplevelser

De flesta personerna upplevde det som att de kände sig trygga och positiva av att ha pappersmagasinet i handen. De upplevde det som tryggt på grund av att de vet vad som kommer att hända och hur man gör med papperstidningar samt att det kändes rejält och verklighetstroget då det var ett fysiskt ting som de kunde känna på. När det fick beskriva sina första känslor av det digitala magasinet var de lite mer tveksamma och sa inte så mycket, vissa sa direkt att de inte gillade det här och vissa var lite mer nyfikna och tyckte att det åtminstone till en början var kul att det såg ut som ett riktigt magasin och att sidorna kunde bläddras med hjälp av musen.

Två personer nämnde att de ofta inte ens läser pappersmagasinet utan bara bläddrar i det för att få titta på bilder och bli inspirerade och få uppleva känslan av att bara sitta och bläddra. Detta visar på att det finns ett större värde i ett pappersmagasin än bara faktumet att ta till sig information.

”Det känns jättebra, prasseljudet tilltalar mig och när jag bläddrar så kommer det en puff av doft av papper som jag gillar.”

”När jag har köpt ett magasin så kan jag nästan känna mig lite pirrig och jag vill skynda mig hem och titta i den. Och när jag står där i tidningshyllan och ska välja är det en skön känsla. Hela proceduren att först välja ett magasin i butiken och därefter köpa det och sen få komma hem och läsa det är viktig för mig. Då är det skönt att få komma hem och sätta sig och bläddra med hjälp av händerna, det hör till liksom.”

”Det är skönt att kunna ta på en bild om jag ser kläder eller nåt annat som jag gillar, även om det inte känns nåt så är det mer verkligt då man har det i knäet.”

Navigeringen i båda magasinerna var något som alla hade mycket synpunkter omkring. I huvudsak så uppfattade alla det som något mycket positivt att själva med hjälp av händerna kunna bläddra sig fram genom pappersmagasinet. Då kan de själva bestämma hur de ska bläddra, hur många

sidor som ska bläddras i taget och hur fort det ska gå. Det kom också fram att flera tyckte det var ett spänningsmoment att här vända blad för att man inte visste vad som skulle komma på nästa sida. En person liknande också pappersmagasinet vid en present.

Marshall C. C och Bly S studie visar att människor använder sig ofta av en lättviktsnavigering som innebär att de kan navigera lite hur som helst som de själva vill. Att ha möjligheten att bestämma själv över vad som ska göras och hur det ska göras kan ha en positiv inverkan på känslan i kroppen och därav också påverka upplevelsen.

”Känns bra, nu har jag inget mellanverktyg utan nu känner jag sidorna direkt. Nu bläddrar den precis som jag vill. Tjocka papper är skönt, bra kvalitet, de kommer inte att gå sönder när jag bläddrar.”

Alla påpekade också det positiva med att pappersmagasinet är ett lättillgängligt medium som kan tas med överallt och att det är väldigt anpassningsbart, ett flertal nämnde fördelarna med att ett pappersmagasin kan tas med in på toaletten vilket blir svårare med ett digitalt magasin på en dator. En person tyckte också att halva charmen med ett magasin är just det faktum att det går att ta med överallt. B N. Schilit, G Golovchinsky, M N. Price nämner i sin forskning att målet med läsningen är av största vikt vid valet av medium, vilket visar sig tydligt i här.

”Det är mycket intryck men det funkar ändå för att man till exempel kan vika bort ena halvan av tidningen. Man kan anpassa tidningen till hur jag vill läsa, om jag vill ligga ner så kan jag hålla den i ena handen och vika den eller hålla med båda. Det är lätt att snabbt ta sig mellan sidorna. Om någon ringer kan man bara stoppa ett finger emellan sidorna, eller lägga ifrån mig den. Är det något jag tyckte var intressant så kan jag vika ett hörn för att markera. Hittar jag en schysst bild kan jag riva ur den. Man kan göra väldigt mycket. Det blir på mina villkor, hur jag vill läsa, hur jag vill sitta.”

Navigeringen i det digitala magasinet upplevdes av det flesta som något besvärligt. I början tyckte dock de flesta att det var roligt att magasinet nästan såg ut precis som ett pappersmagasin och att sidorna bläddrades fram på liknande sätt som i pappersversionen. Det fanns flera sätt att navigera sig fram genom magasinet, dels med hjälp av tangentbordets pilar, knappar på skärmen samt funktionen med en hand som tar tag i sidan och vänder blad. Trots att många inte alltid lyckades få över sidan med hjälp av den sistnämnda funktionen så valde det ändå att fortsätta med samma navigering. Antagligen så spelar vanan in här, de väljer det som ligger närmast det de är vana vid. Två personer nämnde att en touchscreen skulle passa bättre för detta ändamål.

”Det här är ju roligt för ögat. Men tekniken är inte riktigt här, touchscreen skulle vara bättre. Men en cool idé.”

”Touchscreen hade varit bättre. Det är mycket enklare att bara bläddra i en tidning”.

Även om de flesta personerna tyckte att det var lite kul att bläddra digitalt så tröttnade de ganska fort och orkade inte bläddra vidare. Motivationen till att fortsätta fanns inte. Några ansåg att sitta rakt upp och ner framför en dator inte är optimalt när tanken är att njuta av ett magasin. Många ansåg också att det tog för lång tid att bläddra och att reklamen här blev mer påtaglig. I pappersmagasinet upplevde de att reklamen var ett positivt inslag då den innehöll fina bilder, men i det digitala blev det inte samma känsla i bilderna och lusten att se dem försvann och då de heller inte kunde komma förbi det så snabbt som de ville så resulterade det i ett irritationsmoment. Endast en person var motiverad att gå vidare och tyckte att detta var ett trevligt sätt att se det på och att det gick snabbt att navigera.

”Att navigera med musen genom att dra i sidorna är kasst. Det är någon IT-Nisse som har hittat på det för att det ska verka verklighetstroget, onödigt. Om jag ska läsa en tidning på webben så vill jag inte ha papper. Då köper jag ju en tidning. Fullkomligt onödigt. Tröttsam och onödig effekt.”

”Det känns bättre om en digital tidning är upplagd så att man scollar rakt ned som på aftenbladet.se”

”Det är bara: klick, titta, klick, titta, klick, titta. Nej det är mycket tråkigare.”

Det sista citatet leder in på en annan aspekt som fick många att uppleva det som omotiverande att fortsätta läsa. Svårigheten att läsa, det fanns en zoomfunktion som var tvungen att användas för att texten ska kunna läsas. I och med inzoomningen så måste man scrolla sig fram till den textbit som ska läsas och detta upplevde många som jobbigt eftersom de ville ha en överblick över sidan samtidigt som de läser. Om det till exempel var hänvisningar till en bild i texten och de snabbt ville kunna se den bilden så gick inte det och de blev frustrerade. Det resulterade i att de satt och klickade och visste egentligen inte vad det tittade på. Forskning visar att det är jobbigare att läsa på skärmen och detta är förmodligen också en bidragande faktor till deras brist på motivation. Men samma person som tyckte att det var ett trevligt sätt att läsa ett magasin på ansåg också att hon läste texten mer noggrant på skärmen än vad hon gjorde i ett pappersmagasin. I pappersutgåvan uppfattade hon det mer som att hon bara satt och bläddrade. Om detta var något som förhöjde hennes upplevelse eller inte kom dock inte fram.

Efter undersökningen ombads testpersonerna att själva berätta om sina upplevda skillnader i upplevelse mellan magasinerna. Här var alla eniga om att pappersmagasinets positiva upplevelse var starkare. Graderingen finns att se i bilaga 2. En person förklarade att det var en stark upplevelse även att läsa det digitala magasinet, men upplevelsen var inte positiv. Det blev istället en uppenbarelse för personen att han har fruktansvärt dåligt tålamod när det gäller webben. Toleransnivån höjdes märkbart då han läste ett pappersmagasin och han påpekade att han direkt efter undersökningens slut skulle köpa ett pappersmagasin.

”Jag hänger mig betydligt mer här när jag har det i knäet, jag ger magasinet mer tid och läser även det som jag inte är så jätteintresserad av. Jag känner mig nog lite duktigare själv också när jag läser böcker och tidningar än när jag läser något på internet.”

”En dator är tråkigt. En tidning är doft, känsla, man kan ta på det, lukta på det, en dator....där är det bara skärmen.”

Personen som tidigare varit mest positiv till det digitala magasinet och tyckte det var ett trevligt sätt att läsa ett magasin på upplever ingen större skillnad i upplevelse dem emellan, men vanan av att läsa ett pappersmagasin väger ändå över lite och får det att graderas snäppet högre på upplevelseskalan.

En person hade starka åsikter om skillnaden i upplevelse och förklarade att han upplevde ren ilska när han läste det digitala och ville slänga iväg det för att det var så oregerligt och icke levande.

”Att ha en tidning på webben är som att försöka uppfinna hjulet på nytt med andra medel. Men hjulet blir åttkantigt och studsar fram. Det funkar men är inte optimalt. En tidning i detta format och material (papper) är optimalt, det perfekta hjulet.”

Någon skillnad i effekt kunde inte urskiljas mellan de personerna som testade det digitala magasinet först respektive de som startade med pappersutgåvan.

7.2 Skillnader i upplevelse

Här presenteras en konkret analys av resultaten för att tydliggöra skillnader i upplevelse mellan de båda magasinerna. Utgångspunkten ligger i de kategorier som visat sig vara väsentliga att ta hänsyn till vid mätning av en upplevelse: känsla vid mötet med systemet, förväntningar samt motivation.

7.2.1 Känsla

De känslouttryck som kom fram från många av testpersonerna under undersökningen av pappersmagasinet var: *glädje, skönt, tryggt, nöjd, motiverad och positiv*. De känslouttryck som kom fram från de flesta under undersökningen av det digitala magasinet var: *irriterad, omotiverad och less*.

Här syns tydligt att känslorna som uppkom vid mötet med pappersmagasinet är av en mer positiv karaktär medan de känslor som uppkom vid mötet med det digitala magasinet istället är mer riktade åt det negativa hållet.

7.2.2 Förväntningar

De förväntningar som kom fram från de flesta under undersökningen av pappersmagasinet var: *spännande, roligt och intressant*. Det digitala magasinet frambringade inte så mycket förväntningar hos majoriteten av testpersonerna. Någon tyckte dock att det kändes roligt och någon hade mycket låga förväntningar på grund av de lågupplösta bilderna på omslaget. I övrigt var det inte mycket åsikter som kom fram här. En bidragande faktor till bristen på förväntan beror antagligen till stor del på att testpersonerna inte tidigare varit i kontakt med denna typ av magasin.

7.2.3 Motivation

Alla personer var mycket angav att de var mycket motiverade att börja bläddra i pappersmagasinet. När de ombads att beskriva sin motivation till att fortsätta bläddra då de kommit en bit in i magasinet så var alla fortfarande mycket positivt inställda och motiverade att fortsätta. Detta trots att vissa inte hade ett studieobjekt som var anpassat efter deras intresse.

Motivationen till att börja bläddra i det digitala magasinet var relativt hög hos de flesta men ganska snart efter att de kommit en liten bit in i magasinet utbyttes motivationen till andra känslor som fick dem att istället bli omotiverade till att fortsätta bläddra.

8.0 Diskussion/Slutsats

Det har varit ett spännande område att undersöka men också väldigt svårt och komplext. Det var en utmaning att få testpersonerna att få fram sina känslor då känslor kanske inte är något som en person reflekterar speciellt mycket över då den läser. Jag tycker ändå att jag kunnat få ut många aspekter som kan kopplas till det komplexa ordet upplevelse och som har visat sig användbara i min undersökning.

Att testpersonerna var relativt unga och hade ganska stor datavana kändes som något viktigt för tolkningen av resultatet. Hade jag haft äldre människor med mindre datavana hade resultatet förmodligen upplevts som ganska självklart och frågan om hur resultatet hade blivit med en yngre testgrupp hade varit ett faktum.

Det jag trodde innan om att känslan av pappret mellan fingrarna, det glossiga omslaget, friheten i navigering samt lukten av papper skulle vara något som läsaren värderade högt visade sig stämma. Det är egenskaper som betyder mycket för läsaren och i sin tur förhöjer upplevelsen. En annan aspekt som visade sig vara en stor förhöjare av upplevelsen är vanan. Människor idag är vana att läsa magasin på papper och det är för dem något bekant. Detta visade sig tydligt då den person som ansåg att magasinerna i princip var likvärdiga tills hon skulle gradera dem på upplevelseskalan. Pappersmagasinet fick då högre värde med motiveringen att det var något som hon var van vid. Många nämnde också att de upplevde en trygghetskänsla när de fick magasinet i sin hand och då var de inte påverkade av det digitala magasinet innan utan började med att testa pappersvarianten. Att förväntningarna visade sig vara mycket högre på pappersmagasinet tror jag också är kopplat till vanan. Testpersonerna föreföll redan ha en positiv bild av magasinet och därav högre förväntningar. Det digitala magasinet var något de inte var vana vid varför kunskapen om detta var lägre och detta kan i sin tur ha bidragit till att skepsisen är högre och förväntningarna lägre. Intressant var att flera uppfattade att vända blad i pappersmagasinet var som ett spänningsmoment, samma sak borde egentligen uppstå vid det digitala men ingen nämnde detta i samband med läsning av det digitala magasinet. Att det är mer funktioner att tänka på och att det var så nytt för personerna tror jag kan vara en bidragande faktor till att spänningen inte blir lika hög.

Om vanan förändras då? Ett förverkligande av E. Andersson teori om att digitala magasin blir mer lättillgängliga och mer användbara skulle möjligen kunna leda till att de barn som växer upp med den nya tekniken vänjer sig vid att läsa digitala magasin istället för magasin i pappersform. Att på kvällen läsa exempelvis en Bamsetidning med digitala hjälpmedel skulle då inte vara mer annorlunda än vad det är att läsa ett pappersmagasin idag. För dem kommer kanske inte känslan av att kunna ta på ett omslag och känna lukten av papper betyda lika mycket som det gör för människor idag. Deras uppfattning om vad som förhöjer en upplevelse skulle bestå av helt andra egenskaper än vad det gör idag. Det finns också fler aspekter som kan tala för ett digitalt magasin

som till exempel att det är miljövänligt och ett billigare alternativ, om man kan tänka sig att läsa något äldre nummer(som det ser ut idag).

Faktum kvarstår dock att det har visat sig vara en viktig del av upplevelsen att enkelt kunna ta pappersmagasinet med sig överallt och handskas med det som man vill. E Andersen menar att tillgången till information och kommunikationsaspekter genom elektroniken kommer att överväga flyttbarheten och enkelhetsaspekter. Dock kvarstår ändå faktumet att möjligheten att slita och slänga med en teknisk pryl utan större biverkningar inte är lika stor som med ett papper. Ett pappersmagasin kan enkelt och billigt införskaffas på nytt till skillnad från en teknisk pryl som alltid kommer att kosta mer och kräva mer vid inköp.

Upplevelsen innebär också, som tidigare nämnts, njutning och att ha kul. Eftersom mycket idag är digitaliserat och det förmodligen kommer att bli ännu mer digitaliserat, så tror jag att människor någon gång kommer att vilja ha en paus ifrån teknologin och få möjligheten att njuta av någonting som inte är presenterat på skärm. Studier visar att det är mer påfrestande att läsa på skärm än på papper vilket inte kan tyckas vara en fördel om avsikten med läsningen är att njuta och ha roligt.

Slutord

Efter min undersökning och resultaten som kommit fram ställer jag mig tveksam till E Andersens teorier *papper=flyttbart* samt *papper som skärm*. Det är mycket känslor inblandade i pappret idag och de är inte så enkla att förändra. OM pappersmagasinet någonsin ersätts av det digitala så tror jag att det krävs en mycket lång process innan vi är där.

8.1 Fortsatt forskning

Det har kommit fram att pappret inger en verklighetskänsla och att bilder inte känns lika levande när de presenteras digitalt som tryckt på papper. Därför skulle det vara intressant att se om upplevelsen skulle kunna förhöjas om man införde bilder i det digitala magasinet som består av videoklipp och rörlig grafik istället som kanske uppfattas som mer levande.

Tack till:

Jag vill tacka alla er som ställt upp i min undersökning, Charlotte Wiberg samt min sambo som fått stå ut med att lyssna på alla mina många tankar och funderingar kring arbetet. Tack!

Källhänvisningar

Internet:

SCB (2008) *Privatpersoners användning av datorer och Internet*.

(http://www.scb.se/Pages/PublishingCalendarViewInfo_____259923.aspx?PublObjId=8415Z)

Allers Förlag (www.allersforlag.se)

Litteratur:

Jais-Nielsen, E. (2004). *Tidskriftsdesign*, Ordfront, Stockholm

Mossberg, L. (2003). *Att skapa upplevelser*, Studentlitteratur, Sverige

Artiklar:

Andersen, E. (2008). *Time to get serious about the paperless office*, ACM Ubiquity, Volume 9, Issue 13

Obrist, M., Roto, V., Väänänen-Vainio-Mattila, K. (2009). *User Experience Evaluation –Do You Know Which Method To Use?*. CHI 2009, april 4 – 9, 2009, Boston MA, USA.

Law, E L-C., Roto, V., Hassenzahl, M., Vermeeren, A P.O.S., Kort, J. (2009). *Understanding, Scoping and Defining User eXperience: A Survey Approach*. CHI 2009, april 4 – 9, 2009, Boston MA, USA.

Marshall, C C., Bly, S. (2005). *Turning the Page on Navigation*. JCDL '05 june 7 – 11, 2005, Denver, Colorado, USA.

Marshall, C C., Bly, S. (2005). *Saving and Using Encountered Information: Implications for Electronic Periodicals*. CHI 2005, april 2 – 7, 2005, Portland, Oregon, USA.

O´Hara, K., Sellen, A. (1997). *A Comparison of Reading paper and On-line Documents*. Rank Xerox Research Centre (Euro PARC).

Adler, A., Gujar, A., Harrison, B L., O´Hara, K., Sellen, A. (1998). *A Diary Study of Work-Related Reading: Design Implications for Digital Reading Devices*. CHI 1998, Los Angeles, CA, USA.

Schilit, B N., Golovchinsky, G., Price, M N. (1998). *Beyond Paper: Supporting Active Reading with Free Form Digital Ink Annotations*. CHI 1998, Los Angeles CA, USA.

Koons, W., R, O' Dell, A M., Frishberg, N J., Laff, M R. (1992). *The Computer Sciences Electronic Magazine: Translating From Paper To Multimedia*. Computer Interactive Media Project. Science Department IBM T. J. Watson Research Center, Hawthorne.

Bilaga 1

Förfrågeformulär

Anv.	Kön	Ålder	Surfar timmar/dag	Typ av dator	Storlek på skärm	Brukar du läsa magasin där du kan bläddra med hjälp av musen?	Om ja, hur ofta?
P1	Man	22	5	PC	21 tum	Nej	
P2	Kvinna	23	3	PC	17 tum	Nej	
P3	Man	34	0	PC	14 tum	Nej	
P4	Man	17	3	PC	7 tum	Nej	
P5	Kvinna	22	5	MAC	17 tum	Nej	
P6	Man	26	5	MAC	15 tum	Nej	
P7	Kvinna	25	4	PC	15 tum	Nej	
P8	Man	27	2	MAC	21 tum	Nej	

Anv.	Hur ofta köper du pappersmagasin
P1	1 ggr / månad
P2	1 ggr / månad
P3	12 ggr / år
P4	2-3 ggr / vecka
P5	5 ggr / år
P6	3 ggr / år
P7	2 ggr / månad
P8	1 ggr / månad

Bilaga 2

Uppföljningsintervju

Anv.	Gradera upplevelsen av pappersmagasinet på en skala mellan 1-5 (1 är svagast)	Gradera upplevelsen av det digitala magasinet på en skala mellan 1-5 (1 är svagast)
P1	4	2
P2	5	2
P3	5	2
P4	4	2
P5	5	2
P6	4	1
P7	4	3
P8	5	1