

# Dagspresskollegiet

Göteborgs universitet  
Institutionen för journalistik och masskommunikation

PM nr. 76

Vad är prisvärt?  
En jämförelse mellan allt från  
pappersmedier till  
balettföreställningar

Ingela Wadbring  
2009

## Vad är prisvärt och för vem?

Att unga människor inte är lika intresserade som vare sig äldre eller forna dagars unga att prenumerera på en morgontidning vet vi. Intresset att prenumerera på en morgontidning är inte enbart ett åldersfenomen, utan lika mycket ett generationsfenomen. Vare sig unga eller äldre är heller intresserade av att betala för nyheter på nätet.

Unga av idag har vant sig vid att saker och ting – till exempel nyheter – är gratis och därmed inte någonting man behöver betala för. Börjar en digital nyhetsleverantör ta betalt står dig tusen åter. Nyheter på papper går också att få gratis, åtminstone i storstäderna och även på många mindre orter.

Det ointresse att betala för nyheter som i allt högre grad kan ses gör att frågan om nyheter värde – i papperstidningar eller digitalt – blir intressant: anses tidningar vara prisvärda? Eller inte? Den frågan står i fokus i detta PM.

## Tryckta medier är ganska prisvärda!

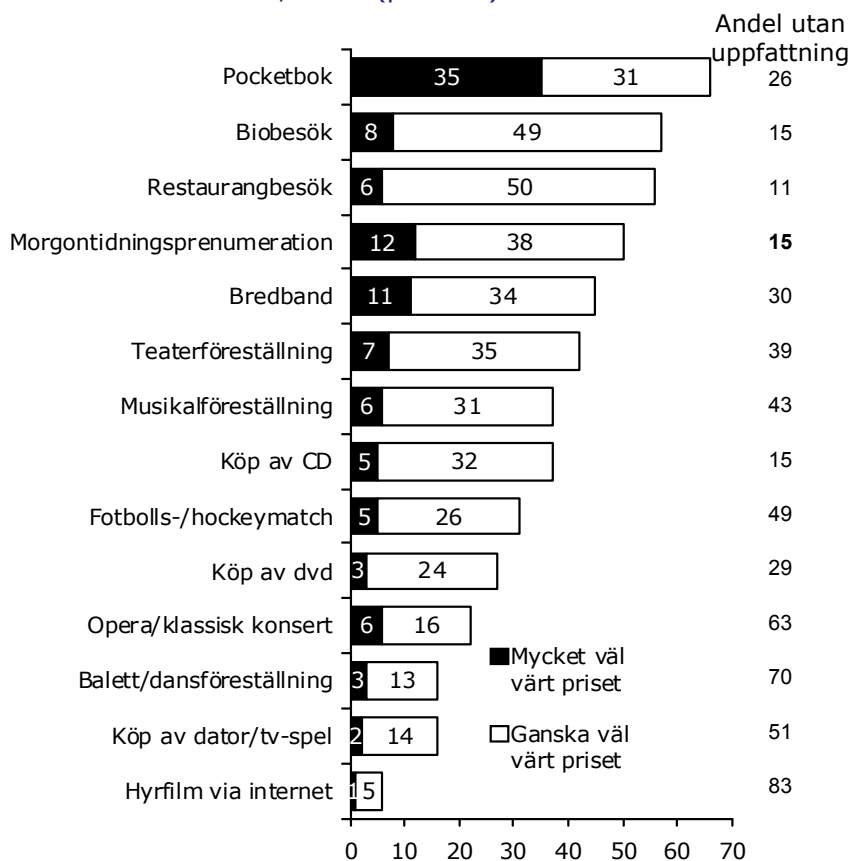
I SOM-undersökningen 2007 ställdes ett antal frågor där människor fick bedöma hur prisvärda ett antal olika produkter och företeelser var. Det är onekligen en blandning av äpplen och morötter, men kan ändå ge en fingervisning av hur väldigt olika saker bedömts. Allra först presenteras en redovisning av hur bedömningen ser ut bland befolkningen i helhet, dvs. oavsett om man tar del av det som bedöms eller inte. Genom en sådan analys får man kunskap om de olika produkternas/företeelsernas ställning i samhället, snarare än om användarnas bedömning.

Sett till befolkningen som helhet, är det pocketboken som står högst i kurs (figur 1). Det är ungefär en tredjedel av befolkningen som tycker att den är mycket prisvärd, och en lika stor andel som tycker att den är ganska prisvärd. Det finns inget av de andra uppräknade sakerna eller företeelserna som kommer i närheten av en så positiv bedömning, sett till att instämna **helt** i frågan.

Om man däremot lägger samman de båda värdena "mycket prisvärd" och "ganska prisvärd", så finns det flera produkter och företeelser som kommer i närheten av pocketboken; däribland såväl morgontidningsprenumerering som bredband.

Det som kommer ganska långt ner på listan är sådant som människor dels inte kommer i kontakt med särskilt ofta, dels sådant som många människor aldrig kommer i kontakt med och som de därför har svårt att bedöma. Exempel är opera- och balettföreställningar, hyrfilm via internet samt köp av dator- och tv-spel.

Figur 1 Andel av befolkningen som tycker att respektive företeelse är värdefull i relation till vad den kostar, 2007 (procent)



Källa: Riks-SOM-undersökningen 2007

Kommentar 1: Frågan som ställts är formulerad enligt följande: "Hur värderar du i allmänhet följande i förhållande till vad det kostar?" Svartalternativen för varje enskild fråga var "mycket värt priset", "ganska värt priset", "inte speciellt värt priset", "inte alls värt priset" samt "ingen uppfattning".

Kommentar 2: Frågan är finansierad av Filminstitutet och Svensk Scenkonst. Det finns tre rapporter för den som vill läsa vidare om frågan: Rudolf Antoni (2008) *Scenkonstens publik 1989-2007*, Marina Ghersetti (2008) *Svenska biovanor 1988-2007* samt Åsa Nilsson (2008) *Kulturvanor och livsstil i Sverige 1987-2007*. Samtliga kan laddas ned från [www.som.gu.se](http://www.som.gu.se).

Något som skiljer sig mycket åt mellan de olika produkterna/företeelserna är hur stor andel av befolkningen som inte har någon uppfattning och därför inte kan göra en bedömning. Det som allra flest tycker är svårt är att bedöma är hyrfilm via internet (83%), balett/dansföreställning (70%) och opera/klassisk konsert (63%).

Produkter och företeelser som nästan alla har en uppfattning om, är restaurangbesök, CD-skivor, morgontidningsprenumerationer och biobesök, dvs. sådant som nästan alla kommer i kontakt med. Då är det också lättare att ha en uppfattning i frågan. Samtidigt kommer man i kontakt med dessa saker och företeelser på väldigt olika sätt. Närmare 70 procent av hushållen har en tidningsprenumeration och kommer således regel-

Vad är prisvärt?  
En jämförelse mellan allt från pappersmedier till balettföreställningar

bundet i kontakt med en morgontidning, medan bara dryga fem procent av befolkningen går på bio en genomsnittlig vecka.

## De som har och de som inte har

Det som, i det här sammanhanget, är mest intressant att gå vidare med, är bredband och tidningsprenumerationer. Det är de två företeelser som möjligen skulle kunna konkurrera med varandra om människors resurser i form av såväl pengar som tid. Genom bredband kan man få tillgång till nyheter, och därmed skulle det vara enklare att välja bort en tidningsprenumeration om man har en bra nätuppkoppling än om man inte har det. Tabell 1 visar hur synen på morgontidning respektive internet via bredband i hemmet ser ut bland dem som har respektive inte har tillgång till det.

Mönstret är likt vartannat för de båda studerade företeelserna vad gäller skillnaden mellan de som har respektive de som inte har; de som har tillgång till prenumeration respektive bredband tycker också att det är mycket mer prisvärt än de som inte har tillgång. Mönstret gäller med ett undantag: de som inte har bredband i sitt hushåll, kan heller inte bedöma om det är prisvärt eller inte. De har ingen uppfattning.

Tabell 1 Bedömning av hur prisvärd en morgontidningsprenumeration respektive bredband är, bland dem som har respektive inte har tillgång, 2007 (procent)

|                                 | Morgontidningsprenumeration |          | Bredband |          |
|---------------------------------|-----------------------------|----------|----------|----------|
|                                 | Har                         | Har inte | Har      | Har inte |
| Mycket väl värd pengarna        | 17                          | 2        | 16       | 2        |
| Ganska väl värd pengarna        | 49                          | 14       | 46       | 6        |
| Inte särskilt väl värd pengarna | 22                          | 25       | 22       | 10       |
| Inte alls värd pengarna         | 6                           | 26       | 6        | 7        |
| Ingen uppfattning               | 6                           | 34       | 11       | 75       |
| Summa procent                   | 100                         | 101      | 101      | 100      |
| Antal svarande                  | 1179                        | 489      | 1186     | 421      |

Källa: Riks-SOM-undersökningen 2007.

Kommentar: Skillnaden i antal svaranden för tidningsprenumeranter respektive de som har bredband beror på att många svarat att de inte vet om de har bredband, och de är exkluderade ur analysen.

Mest spännande ur ett tidningsperspektiv är de 22 procent av tidningsprenumeranterna som har en tidning, men bedömer att den inte är värd priset. Vad är det för några? En genomgång av ett antal bakgrundsfaktorer visar att det finns en enda tydlig skillnad: utbildningsnivå. Bland dem som har en prenumeration men inte bedömer att den är värd pengarna finns en betydligt högre andel lågutbildade än bland dem som bedömer

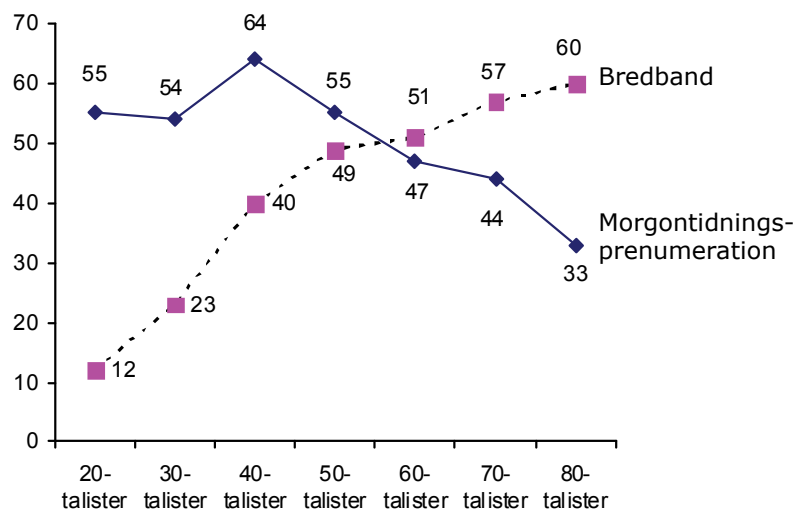
att den är värd pengarna. Men det finns inga könsskillnader, inga åldersskillnader och man läser dessutom tidningar i ungefär samma utsträckning, på såväl papper som nät, vare sig man bedömer tidningen vara prisvärd på papper eller inte.

Ytterligare jämförelser som är av intresse att göra, är att se hur väl prenumerationspriset och bredbandpriset står sig bland olika åldersgrupper. Man kan misstänka att det finns en viss skillnad i inställning bland äldre och yngre ifråga om det – som i sin tur i viss utsträckning beror på tillgång.

## Unga föredrar bredband framför tidning

I figur 2 finns en redovisning av hur bedömningen av morgontidningsprenumeration respektive bredband ser ut i olika generationer. De unga har vuxit upp med bredband, medan äldre fått tillgång till det i vuxen ålder. Både yngre och äldre generationer har vuxit upp med en tidningsprenumeration, men tidningen har generellt spelat en större roll för äldre generationer än för yngre, eftersom mängden medier och kanaler först de senaste decennierna blivit så många fler. Då blir varje enskilt medium generellt mindre viktigt.

Figur 2 Andel som instämmer i att en morgontidningsprenumeration respektive bredband är mycket eller ganska väl värd priset i olika generationer, 2007 (procent)



Källa: Riks-SOM-undersökningen 2007.

Kommentar: 20-talisterna är födda mellan 1922 och 1929; de som är födda före 1922 ingår inte i undersökningen.

Vad är prisvärt?  
En jämförelse mellan allt från pappersmedier till balettföreställningar

Skillnaden i bedömning är entydig; äldre tycker i större utsträckning än yngre att en prenumeration på en morgontidning är prisvärd, och precis tvärtom ser det ut ifråga om bredband. Gränsen går vid 60-talisterna, de som idag är mellan 40 och 50 år.

## Framtida konsekvenser?

80-talisterna utgör idag ungefär 12 procent av befolkningen, vilket är en lika stor andel som 40-talisterna. 80-talisterna är mellan 19 och 28 år vid tidpunkten för undersökningen, och 40-talisterna är mellan 59 och 68 år. Om 20 år är 80-talisterna medelålders och 10-talisterna är de nya unga, vars vanor och ovanor äldre kommer att oroa sig för. Det är onekligen så att de unga kommer att ta över så småningom, och med det deras värderingar om vad som är viktigt och inte. Det kommer att spela roll för många branscher.

Samtidigt är det inte två riktigt jämförbara saker som jämförts här. Ett bredband innebär att man får in hela världen i sitt hem. Bredband och internet är snarast en teknik och en plattform för alla andra medier och dessutom bärare av så mycket annat än traditionella medier. Världen kommer förvisso in i ens hem också med tidningen, men inte på samma sätt. Att bredband är mer självklart för de unga generationerna är därför inte särskilt konstigt. Det är något som man svårligen kan tänka sig att vara utan; lika lite som dagens medelålders vill vara utan tv.

Frågan är hur de unga kommer att bete sig när de blir äldre, och om deras värderingar i någon mån kommer att förändras. Om det kan man bara spekulera. Alltfler kommer att få tillgång till bredband – i princip alla som vill kan få det redan idag – och har man tillgång till det, så värderar man det högt. Det kommer säkert inte att förändras. Fast det kanske inte alltid kommer att heta just bredband...

Tidningen på papper är däremot troligen inte livsnödvändig. Dess innehåll finns på nätet, det finns nyheter i andra medier att ta del av, det finns gratis nyheter på papper. För många kommer det att räcka – men rimligen inte för alla. Den tredjedel av 80-talisterna som tycker att en morgontidningsprenumeration faktiskt är värd priset ska inte glömmas bort. Det är förstas möjligt att de ändrar sig när de blir äldre – men det är också möjligt att deras kompisar som idag inte värderar tidningen så högt också ändrar sig. Och å tredje sidan, så är det väl väldigt troligt att tidningen ändrar sig och anpassar sig till nya förhållanden?

## Om SOM-undersökningen

De data som ligger till grund för analysen är hämtade från den nationella SOM-undersökningen som sedan 1986 genomförs varje år av SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Dataunderlaget samlas in genom en postenkät som skickas till ett slumpmässigt urval av befolkningen mellan 15 och 85 år. Svarsfrekvensen 2007 var 63 procent. Mer information om SOM-institutet och den nationella SOM-undersökningen finns på [www.som.gu.se](http://www.som.gu.se). Fler studier från Dagspresskollegiet som baseras på data från SOM-institutet finns på [www.dagspresskollegiet.jmg.gu.se](http://www.dagspresskollegiet.jmg.gu.se).