

W jaki sposób ludzie czytają gazety?

Wprowadzenie

Wciąż pozostaje żywy postulat ustalenia audytorium poszczególnych części gazety, nie zaś całego pisma traktowanego łącznie. W przypadku gazet codziennych jest to postulat szczególnie głośno powtarzany, jako że gazeta jest silnie zróżnicowana i jasnym jest, że poszczególne jej sekcje adresowane są do innych odbiorców. W przypadku podejmowania tego tematu na pierwszy plan wybija się perspektywa reklamodawcy oraz wydawcy gazety jako oferenta przestrzeni reklamowej. Powszechne są dyskusje na temat zasadności AIR jako waluty przy ustalaniu cenników reklamowych.

Błyskotliwie zilustrowali to w swoim referacie na 10 Sympozjum w Wenecji Ton Jansen i Vincent van den Berg na przykładzie pary, która za 350€ zarezerwowała bilety na koncert w pierwszym rzędzie filharmonii. Okazało się tymczasem, że dostępne są jedynie miejsca w dalszych rzędach i to za tę samą cenę! Melomani byli zawiedzeni! Czy słusznie? Zależy to od parametrów akustycznych sali koncertowej – jeśli 29 rząd zapewnia te same doznania przy słuchaniu muzyki co 1, nie ma w zasadzie żadnego problemu. Podobnie byłoby z ceną za reklamę w gazecie wyszacowaną na podstawie AIR, gdyby było wiadomo, że umieszczenie tej reklamy w pierwszej bądź trzeciej sekcji zagwarantuje za każdym razem dotarcie do tej samej grupy czytelników.

Sposób czytania wydania gazety stał się przedmiotem zainteresowania rodzimych wydawców dzienników, przy czym warto podkreślić, że inicjatywa przeprowadzenia stosownych badań wypłynęła nie ze strony reklamodawców (co ma miejsce najczęściej) tylko wydawców. Przyświecał im zarazem cel poznawczy jak i komercyjny. Pierwszy z nich to oczywiście wiedza przydatna redakcji do tworzenia zawartości gazety tak, ażeby była ona jak najatrakcyjniejsza dla czytelników. Cel komercyjny to kontakty z reklamodawcami oraz nadzieja na modernizację cenników.

Dla zrealizowania tych celów przeprowadziliśmy w ostatnim roku badania page traffic poświęcone kilku dziennikom:

Metodologia

Warto zaznaczyć, że omawiane badania nie były pierwszymi studiami tego rodzaju, jakie prowadziliśmy. Wcześniej nasze doświadczenia koncentrowały się na badaniu suplementów do dzienników oraz na pomiarze zainteresowania sekcjami tematycznymi – wyodrębniliśmy ponad 30 tematów i poddaliśmy je systematycznemu pomiarowi w ramach badania PBC. Wciąż jednak brakowało informacji na temat przepływów audytorium pomiędzy kolejnymi stronami i rubrykami gazety. Wykonywaliśmy również typowe badania page traffic, w których przedmiotem zainteresowania były tygodniki lub miesięczniki. Wprowadzenie metodologii CAPI oraz zapewnienie e-mailowej łączności z ankieterami stworzyły możliwość codziennego aktualizowania kwestionariusza – warunek konieczny przy pomiarze page traffic dla dzienników.

Omawiane badania zostały zrealizowane w drugim kwartale 2003 roku z wykorzystaniem CAPI oraz oryginalnych egzemplarzy badanych gazet z dnia poprzedzającego wywiad. Takie podejście posiada zaletę w postaci możliwości oceny czytelnictwa każdej strony gazety oraz kontrolowania nawet złożonych filtrów i reguł przejść dzięki wykorzystaniu komputera. Prowadzenie pomiaru następnego dnia po ukazaniu się badanego wydania gazety minimalizuje efekt zapominania.

Badanie było prowadzone przez cały tydzień, w każdym dniu badania realizowano tę samą liczbę wywiadów, tak więc uprawnione są porównania wyników dla wydań z kolejnych dni tygodnia. Próba do badania liczyła kilkaset osób i odzwierciedlała strukturę czytelników ze względu na wiek i płeć.

Zastosowaliśmy hierarchiczną skalę do pomiaru czytelnictwa stron gazet

- W ogóle nie przeczytane
- Tylko przejrzone
- Przejrzone i przynajmniej częściowo przeczytane
- Przeczytane w całości lub prawie w całości

W przypadku kilkustronicowych sekcji wynik dla całej sekcji był uśredniany na podstawie wchodzących w jej skład stron. Operacja ta była wykonywana na poziomie konkretnego wydania gazety (z danego dnia i z danego regionu) gdyż wydania różnią się między sobą umiejscowieniem sekcji i liczbą składających się na nie stron. Przykładowo: sekcja Wiadomości w poniedziałek może składać się ze stron 2 – 7, zaś we wtorek 2 – 9.

Zakres analizowania wyników

Wyniki przeprowadzonych badań zostały przeanalizowane na dwóch podstawowych wymiarach:

- Przepływ audytorium w ramach kolejnych stron gazety
- Przepływ audytorium w ramach kolejnych sekcji gazety

Wskaźniki, którymi posługiwaliśmy się przy analizach to zauważalność – czyli odsetek osób, które przynajmniej przejrzały jakkolwiek materiał na stronie oraz dokładność lektury – średnia wartość z czterostopniowej skali.

Pierwsza płaszczyzna analiz weryfikuje hipotezę o stopniowym spadku zainteresowania dziennikiem – od znacznego zainteresowania w pierwszej jego części do coraz mniejszego w ostatnich. Druga zaś pozwala na odtworzenie struktury zainteresowania treścią gazety – jej sekcjami tematycznymi. Warto podkreślić, że umiejscowienie danej sekcji w ramach gazety nie jest stałe – niekiedy dana sekcja może znajdować się – w zależności od dnia tygodnia - kilka stron bliżej lub dalej.

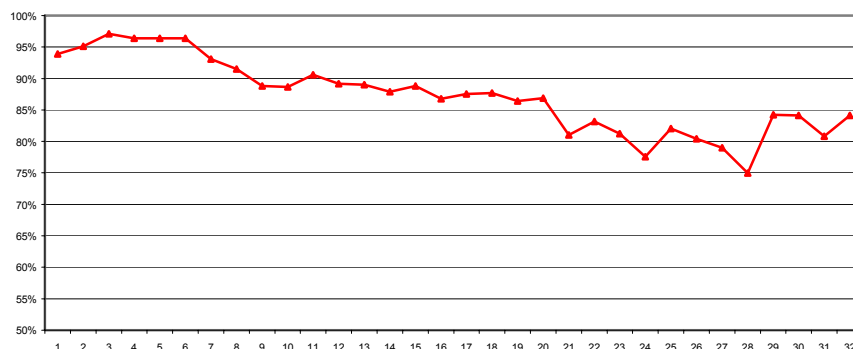
Powyższe analizy były prowadzone zarówno w skali całej próby jak i w wyodrębnionych grupach celowych.

Czytelnictwo kolejnych stron

Zauważalność

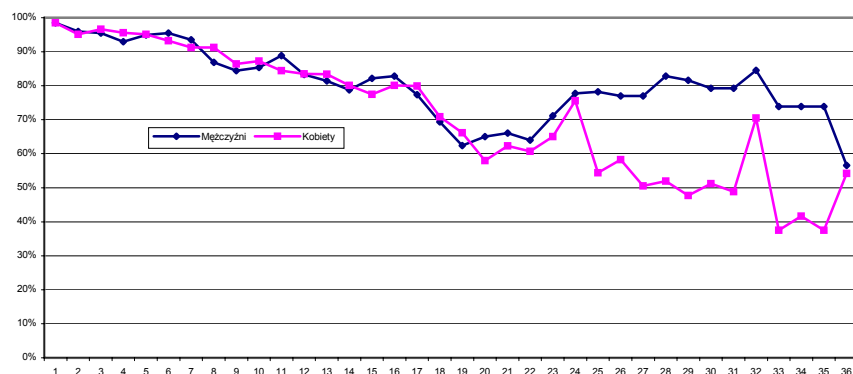
Analizując czytelność kolejnych stron gazet mogliśmy zweryfikować – potwierdzoną w większości innych badań – hipotezę, o spadku wskaźników zauważalności. Poniższe wykresy ukazują zauważalność kolejnych stron.

Wykres 1.



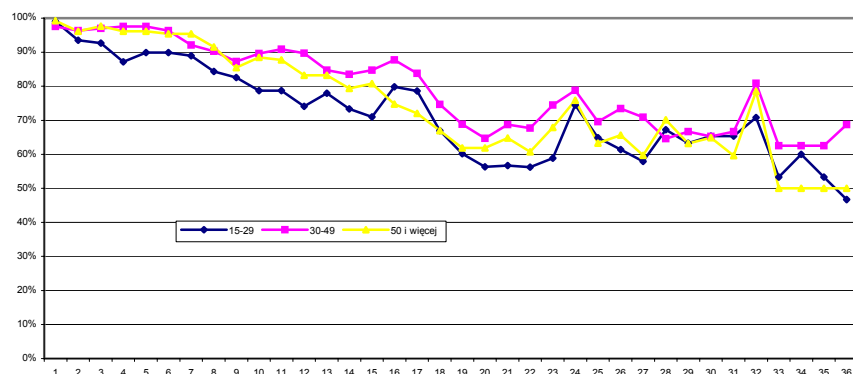
Warto przeanalizować, czy ten generalny trend jest zróżnicowany w podstawowych grupach demograficznych. Dlatego też kolejne wykresy prezentują, zauważalność poszczególnych stron wśród kobiet i mężczyzn oraz starszych i młodszych czytelników.

Wykres 2



Patrząc na powyższy wykres można by uznać, że za spadek zauważalności odpowiedzialne są głównie czytelniczki. W przypadku mężczyzn następuje efekt odbudowywania czytelnictwa w ostatniej tercji gazety.

Wykres 3

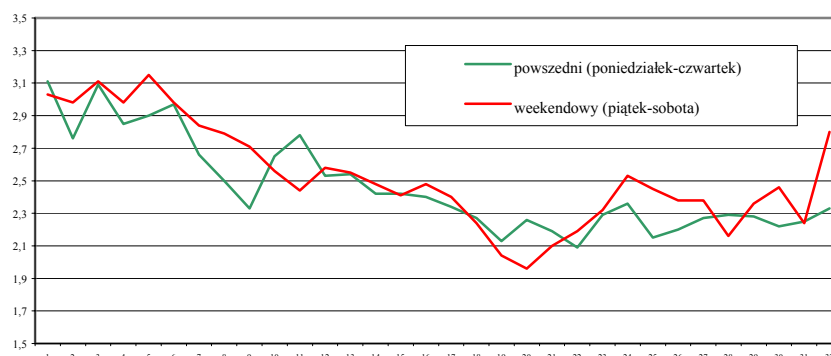


Natomiast niemal nie widać różnic pomiędzy starszymi i młodszymi czytelnikami, co wskazuje, że obserwowany profil czytelnictwa niej jest „zwyczajem wyuczonym” przez lata kontaktu z prasą, a raczej tendencją „naturalną” ludziom niezależnie od wieku.

Dokładność

Obok podstawowego wskaźnika zauważalności, dysponujemy również informacjami o dokładności przeczytania kolejnych stron, które przedstawione są na poniższych wykresach. Pierwszy z nich zawiera rozróżnienie na wydania z dnia powszedniego (od poniedziałku do czwartku) oraz wydania weekendowe. Nie obserwujemy tu jednak istotnych różnic.

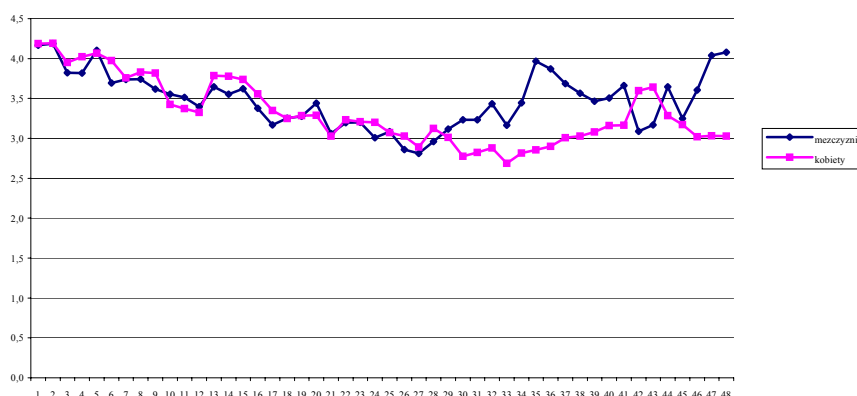
Wykres 4



W przypadku dokładności czytania, mamy do czynienia z nieco innym efektem niż przy zauważalności. Po pierwsze – spadek nie jest gwałtowny, a po drugie na ostatnich stronach gazety obserwujemy stopniowe odbudowywanie wielkości wskaźnika. Oznacza to, że co prawda czytających dalsze strony w gazecie jest mniej niż czytelników pierwszych stron, jednak poświęcają oni czytaniu przez siebie materiałowi niewiele mniej uwagi niż na początku. A zatem obserwujemy odpływ czytelników ale nie spadek jakości lektury.

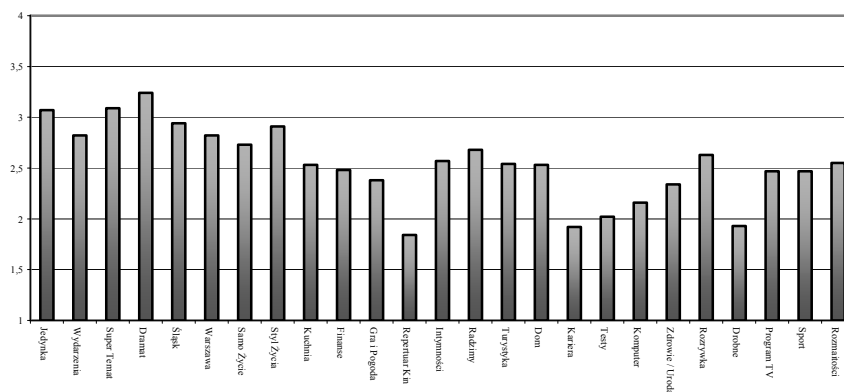
Poniższe wykresy prezentują dokładność czytania kolejnych stron w podstawowych grupach demograficznych.

Wykres 5



Końcowa część gazety jest nie tylko częściej zauważana (co widać było na jednym z poprzednich wykresów) ale również dokładniej czytana przez mężczyzn – ma to zapewne swoje źródło w zamieszczanych tam rubrykach sportowych, motoryzacyjnych i ogłoszeniowych. Niektóre strony w trzeciej tercji gazety spotkały się z równym zainteresowaniem mężczyzn - czytelników jak te z początku dziennika.

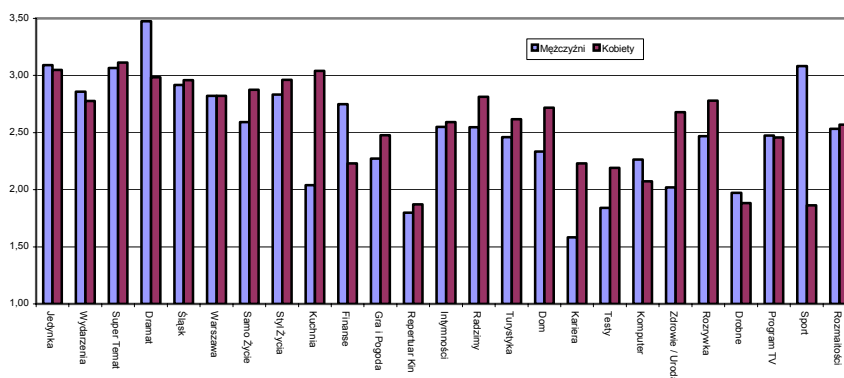
Wykres 8



Widać, że niektóre sekcje spotykają się z mało dokładną lekturą: dotyczy to np. rubryki z ogłoszeniami drobnymi, tym niemniej nie możemy mówić o jednostajnym spadku dokładności czytania tych rubryk, które umiejscowione są w dalszej części gazety.

Z mniejszym zainteresowaniem, wyrażającym się średnią ok. 2,5 punktu, czytane są rubryki tematyczne, poświęcone jednemu, wybranemu zagadnieniu – czyli takie, jak „Kuchnia”, „Finanse”, „Turystyka”, „Dom” oraz „Sport”. Są one bowiem kierowane do osób o konkretnych zainteresowaniach. Dlatego też, intuicyjnie rzecz biorąc, czytelnictwo sekcji – bardziej niż kolejnych stron gazety – powinno wykazywać różnice w grupach celowych. Ilustruje to poniższy wykres.

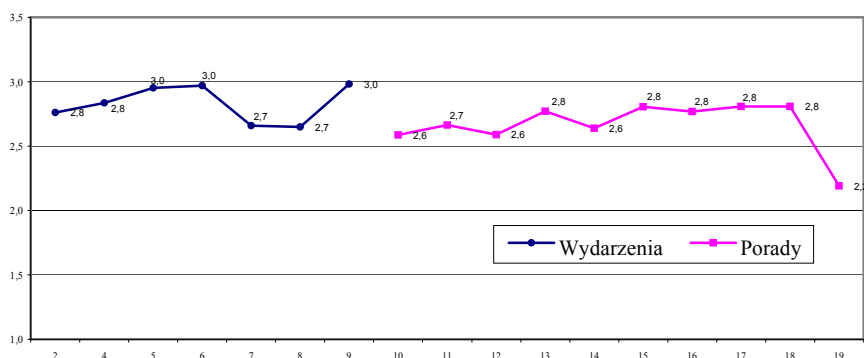
Wykres 9



Zgodnie z intuicją kobiety dokładniej czytają rubryki kulinarne, poradnicze, o zdrowiu i urodzie, mężczyzn zaś częściej interesuje sport czy finanse. Choć umiejscowienie rubryk tematycznych w gazecie nie jest stałe, zawsze znajdują się one po podstawowych sekcjach, takich jak wiadomości czy temat dnia. Większość rubryk tematycznych ma kobiece audytorium – jedynie trzy są zdecydowanie częściej czytane przez mężczyzn. Powinno to prowadzić do wniosku, że część gazety zawierająca rubryki tematyczne powinna spotykać się z większym zainteresowaniem czytelniczek. Tymczasem – co było ilustrowane na wcześniejszych wykresach – obserwujemy zjawisko przeciwne. Świadczyć to może o „kobiecy” sposobie czytania gazety objawiającym się stopniowym znużeniem dalszymi stronami, nawet jeśli zawierają interesujące materiały. Mężczyźni wydają się być bardziej wytrwałymi czytelnikami a ich wytrwałość jest nagradzana znajdującą się zazwyczaj na końcu gazety rubryką sport.

Jak już było wspomniane rubryki składają się częstokroć z kilku stron – warto zaobserwować jak kształtuje się czytelnictwo stron w obrębie danej sekcji.

Wykres 10



Analiza materiału zamieszczonego w ramach jednej, wielostronicowej rubryki, pokazuje, iż jest on czytany w sposób jednorodny, tzn. artykuły zamieszczone na pierwszych, środkowych oraz końcowych stronach danej rubryki czytane są z podobną uwagą. Jest to rezultat odmienny od uzyskiwanego przez badaczy w innych krajach, którzy dowodzą, że dalsze strony w obrębie sekcji czytane są z mniejszą uwagą niż pierwsze. Przyczyna może leżeć w tym, iż rubryki wyodrębnione w naszym badaniu – mimo, że kilkustronicowe, nie zawierały jednak wyraźnie zaakcentowanej pierwszej strony (z logo sekcji), mogącej stanowić jej „okładkę”. Przez to nie zachodziło zjawisko spadku zainteresowania właściwe gazecie jako całości. Może to oznaczać, że wyraźne wydzielenie części w gazecie sprzyja zwiększeniu czytelnictwa pierwszych stron takiej sekcji, ale odbija się niekorzystnie na dalszych stronach. Sekcje, które nie posiadają wyraźnej identyfikacji są czytane w całości na podobnym poziomie (zapewne jednak niższym niż pierwsze strony sekcji wydzielonych).

Podsumowanie

Przeprowadzone badanie miało na celu zweryfikowanie hipotez stawianych w innych tego typu studiach i ocenienie na ile obserwowane zjawiska są uniwersalne - czy tendencje w czytelnictwie dają się tłumaczyć podstawowymi cechami demograficznymi badanych.

Potwierdza się hipoteza o spadku czytelnictwa dalszych stron gazety mierzonego wskaźnikiem zauważalności. Jednak biorąc pod uwagę nie kolejne strony, ale sekcje gazety, efekt „odpływu czytelników” zaznacza się znacznie słabiej. Również słabo widoczny jest spadek dokładności lektury: zarówno w skali sekcji jak i poszczególnych stron. Omawiane zjawiska są istotnie silniej generowane przez kobiety (zarówno jeśli chodzi o zauważalność jak i o dokładność lektury) zaś pozostają bez związku z wiekiem.