

Mit den Augen der Leser: Wie Zeitungen gelesen werden

Empirische Befunde zur Leser-Blatt-Interaktion

Prof. Dr. Hans-Jürgen Bucher
Medienwissenschaft
Universität Trier

Nonlineare Wissensvermittlung



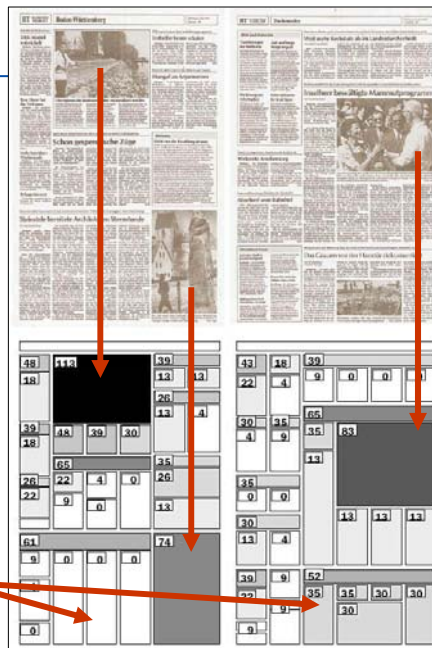
Linear



Non-Linear

Blickaufzeichnung als Quotenmessung (Norbert Küpper)

- Gegenstand das Badische Tageblatt
- Erste Blickaufzeichnungsstudie: 1989
- Befunde:
 - Einstiegspunkte,
 - Lesequoten,
 - Aufmerksamkeitsverteilung Text-Bild und Kurztext-Langtext



Mit den Augen der Leser: Wie Zeitungen gelesen werden

Bucher@uni-trier.de

3

„Eyes-on-the-News“ Poynter-Studie

Studie mit 4 us-amerikanischen Tageszeitungen, 90 Probanden

Befunde:

- Einstiegspunkte sind die größten Fotos
- Doppelseiten werden als Einheit wahrgenommen
- Fotos steuern die Rezeptionsabfolge der Doppelseite
- Farbe erzeugt mehr Aufmerksamkeit als Schwarz/Weiß
- Überschriften sind das zweite Elemente in der Rezeptionssequenz

The movement is a sort of quick trajectory that depends on the positioning and strength of visual elements.

1

If you looked here first, then moved to the large #2 on the left-hand page, your behavior followed that of the majority of readers in the study. The most common eye movement across two facing pages is from right to left. Color and size are the dominant factors affecting this movement.

One dominant image
A dominant image in color on a right hand page is a strong contender for the reader's initial attention, especially if the dominant photo on the left hand page is in black and white. If both are in color (bottom), size and content come into play, along with position.

Two dominant images
In this example the two color photos compete almost equally for attention.

Prototype A, Pages 2 & 3

Prototype B, Pages 2 & 3

Prototype A, Pages 12 & 13

Mit den Augen der Leser: Wie Zeitungen gelesen werden

Bucher@uni-trier.de

4

Befunde

- Texte und nicht Fotos sind die Einstiegs-
punkte
- Auch lange Texte
werden online gelesen
(wenn sie interessant
sind)
- Der Seiteneinstieg
beginnt links oben
- Was unter dem
Bildschirmkante liegt
wird kaum wahr-
genommen



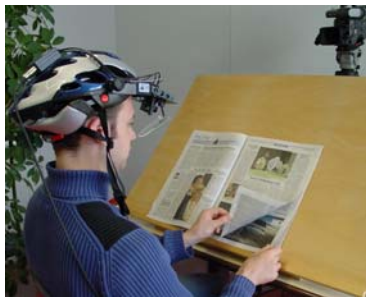
Untersuchungs-Design

- Blickaufzeichnungsstudie
- Lautes Denken
- Interviews
- Fragebogen
- Strukturelle Inhaltsanalyse

**Mehr-
Methoden-
Ansatz**

Daten zur Studien

- Testpersonen: 42 (Abonnenten / Nicht-Abonnenten)
- Modul 1: Rezeption der ganzen Zeitungsausgabe (n = 17)
- Module 2: Rezeption einzelner Zeitungsseiten (n = 25)
- Zeit: September 2006 bis Mai 2007



Technische Verfahren der Blickaufzeichnung:

- Helmkamera für Printmedien und mobile Dienste
- Remote-Verfahren für Bildschirmmedien

Mit den Augen der Leser: Wie Zeitungen gelesen werden

Bucher@uni-trier.de

7

Blickaufzeichnung: Indikatoren für die Zeitungslektüre

- **Wie lange wird etwas fixiert? (Fixationsdauer)
Grad des Interesses und der Aufmerksamkeit.**
- **Was wird überflogen (gescannt), was gelesen?
Qualität der Rezeption (Einlassungstiefe).**
- **In welcher Abfolge werden die Elemente wahrgenommen?
Rezeptionssequen (Lesepfade und Scann-Pfade)**
- **Was wird rezipiert bzw. Ignoriert?:
Nachrichten- und Themenselektion**

Mit den Augen der Leser: Wie Zeitungen gelesen werden

Bucher@uni-trier.de

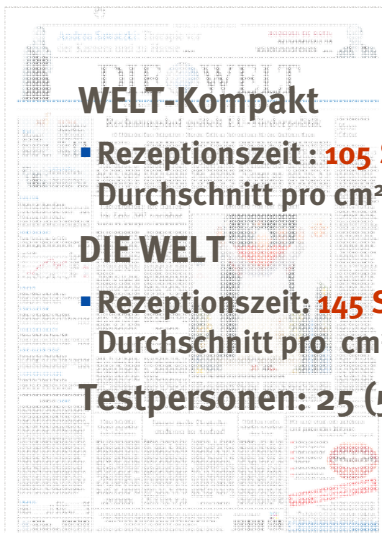
8

Broadsheet versus Tabloid



DIE WELT und
WELT kompakt
vom selben Tag:
16-09.2006
(Testversion)

Broadsheet versus Tabloid



DIE WELT und
WELT kompakt
vom selben Tag:
16-09.2006
(Testversion)

WELT-Kompakt

- Rezeptionszeit: **105 Sek.**
- Durchschnitt pro cm²: **0,093 Sek.**

DIE WELT

- Rezeptionszeit: **145 Sek.**
- Durchschnitt pro cm²: **0,063 Sek.**

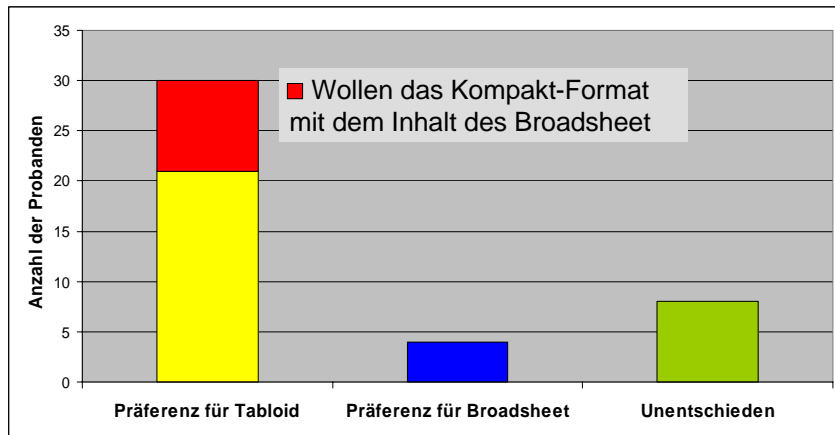
Testpersonen: 25 (5 Abonnenten der WELT)

„Ich bin vollkommen entsetzt über die neue Frankfurter Rundschau [...] Jetzt kann ich mir statt der FR auch den 'Stern' kaufen [...] Wenn Sie sich als aktuelle Tageszeitung verabschieden, werde ich mich - mit großem Bedauern - von Ihnen verabschieden müssen.“

(Leserkommentar im frblog.de)

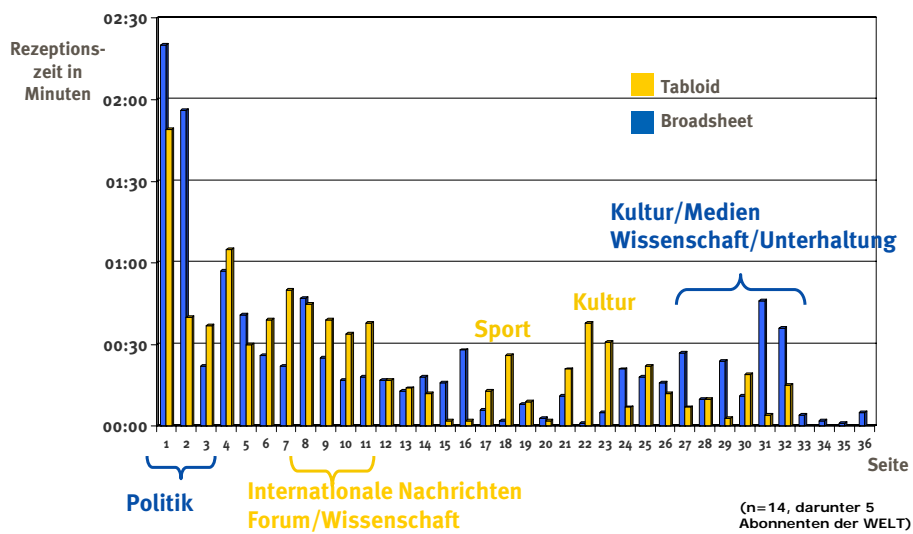
1. Wie beurteilen Leser das Broadsheetformat der *Welt* und das Kompaktformat der *Welt kompakt*?
2. Wie unterscheidet sich die Lektüre von **Zeitungsausgaben** mit verschiedenen Formaten?
3. Wie unterscheidet sich die Erschließung und Nutzung von **Zeitungsseiten** in den beiden unterschiedlichen Formaten?
4. Lassen sich formatspezifische **Lektüretypen** und **Nutzungsmuster** unterscheiden?
5. Welche **Konsequenzen** hat das Zeitungsformat für die journalistischen Handlungsmöglichkeiten?
6. Welche Bedeutung haben Zeitungsformate für die **künftige Entwicklung** der Tageszeitung?

Format-Präferenzen



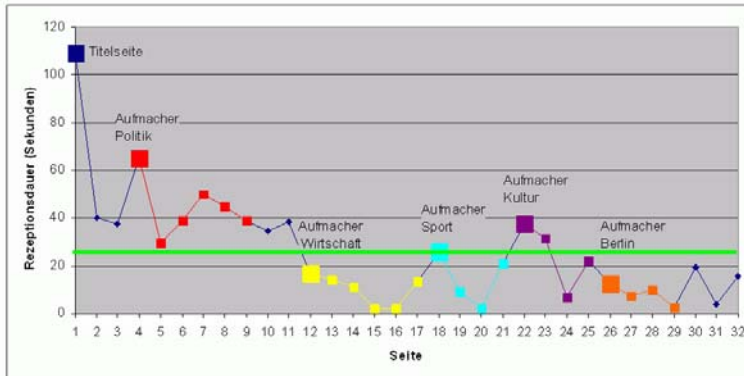
n = 42

Wie die Zeitungsausgabe gelesen wird: Rezeptionszeit pro Seite



(n=14, darunter 5 Abonnenten der WELT)

Wie die Zeitungsausgabe gelesen wird



Die Ressort-Aufmacherseiten der Kompakt-Ausgabe fungieren als „Destination Pages“ und strukturieren die Zeitung

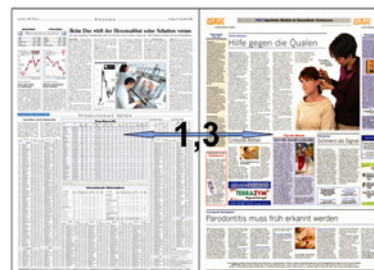
Einzel- oder Doppelseiten?



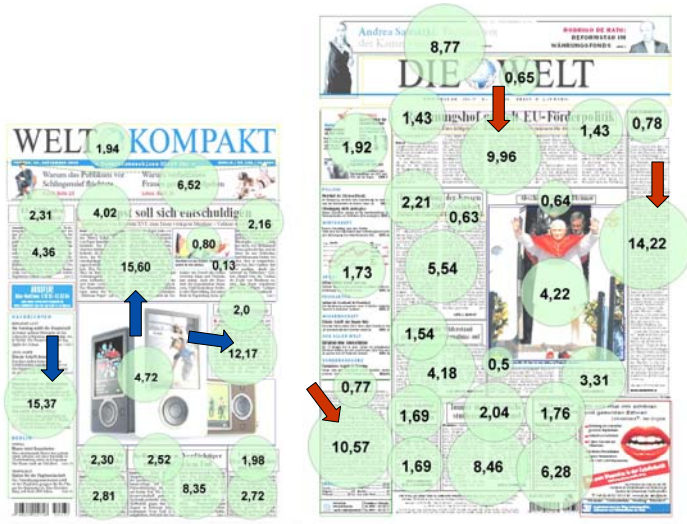
WELT KOMPAKT



WELT



Verteilung der Aufmerksamkeit



- Kurze Aufmerksamkeit für Abbildungen
- Hohe Aufmerksamkeit für den Aufmachertext
- Hohe Aufmerksamkeit für kurze Beiträge
- Hohe Aufmerksamkeit für die Promos
- Geringe Aufmerksamkeit für Meldungsübersicht (WELT)

Verteilung der Aufmerksamkeit (Prozentanteil der Nutzungsdauer)



| | DIE WELT | WELT KOMPAKT |
|-----------|----------|--------------|
| Text | 71,6 % | 47,8 % |
| Anzeigen | 03,0 % | 05,5 % |
| Fotos | 03,8 % | 08,3 % |
| Graphiken | 00,9 % | 03,1 % |
| Headlines | 14,6 % | 20,7 % |
| Kopf | 00,9 % | 03,9 % |

- Nutzungszeit Broadsheet: 86 sec.
- Nutzungszeit Tabloid: 57 sec.
- N = 24 (5 Abonnenten der DIE WELT)

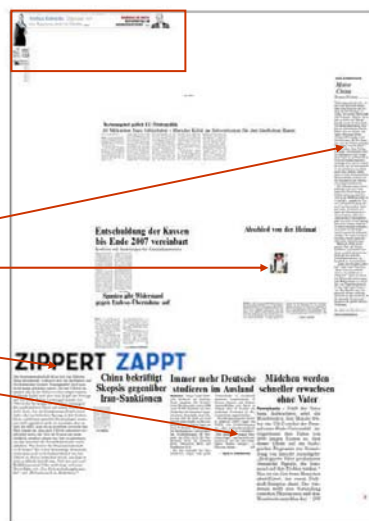
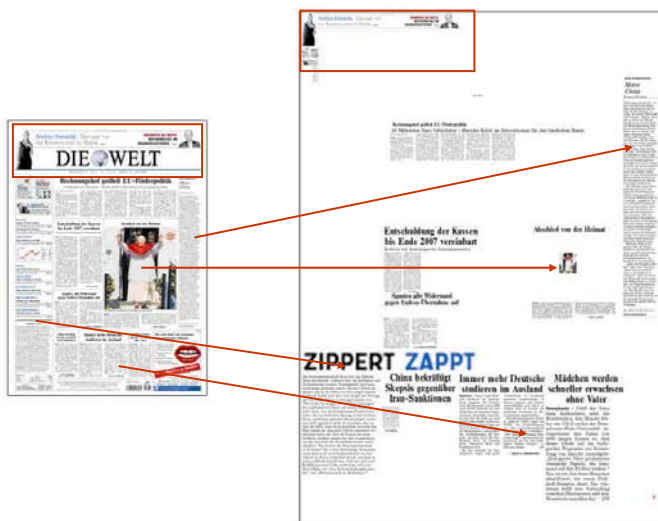
Der Grad der Aufmerksamkeit



Wie die Titelseite gestaltet ist – und wie sie gelesen wird.
Maßeinheit ist der Anteil an Aufmerksamkeit

Attraktivität der kurzen Texte

Verteilung der Aufmerksamkeit

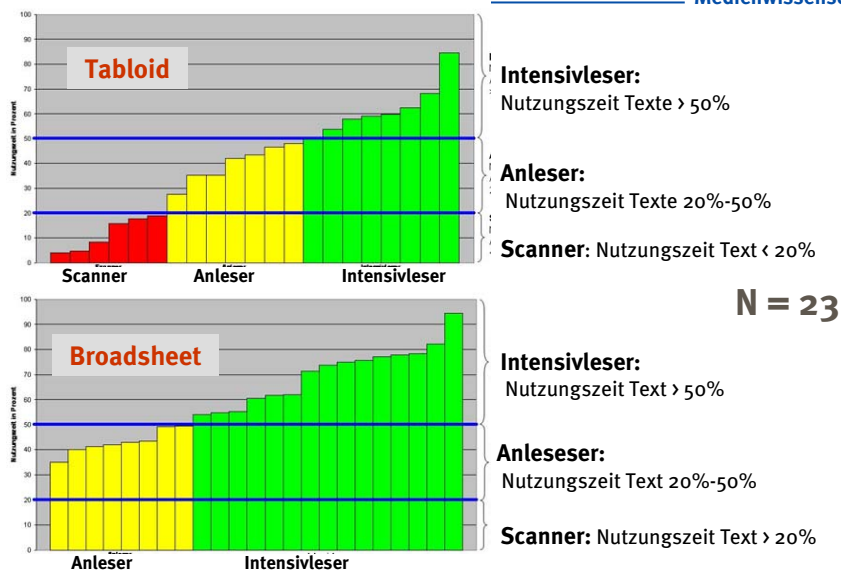


- Hohe Aufmerksamkeit für Überschriften
- Hohe Aufmerksamkeit für kurze Beiträge
- Geringere Aufmerksamkeit für längere Beiträge
- Geringere Aufmerksamkeit für die Promos in der linken Spalte

Lesertypen

| Textorientierter Durchleser: | Visuell orientierter Scanner: |
|------------------------------|----------------------------------|
| Lange Betrachtungszeit für: | Lange Betrachtungszeit für: |
| Textelemente Artikeltexte | Fotos Infografiken |
| | Promoboxen Überschriften |
| | Inhaltsübersichten Bildzeilen |
| | Seitenkopf Anzeigen |

Lesertypen: Titelseite



Lesen und Überfliegen



- Kompakt-Version: Anteil der Leszeit: **68%**, und der Scann-Zeit **32%**
- Broadsheet: Anteil der Leszeit **81%** und der Scann-Zeit **19%**

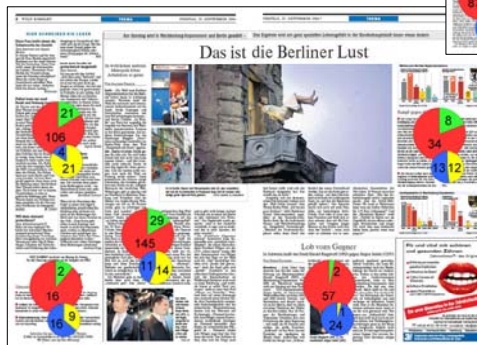
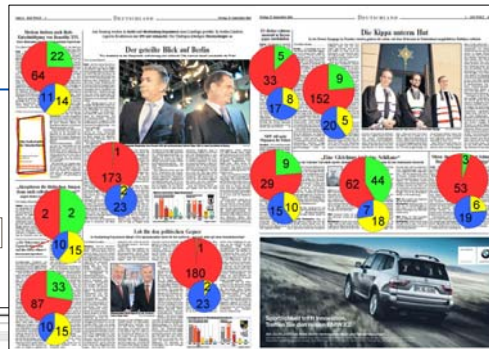
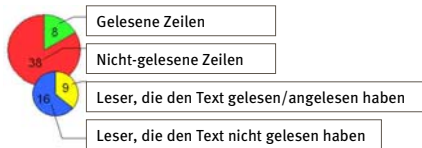
N = 24

Mit den Augen der Leser: Wie Zeitungen gelesen werden

Bucher@uni-trier.de

23

Lesen und Ignorieren



- Kompakt-Version: Anteil der Leszeit: **77%**, und der Scann-Zeit **23%**
- Broadsheet: Anteil der Leszeit **75%** und der Scann-Zeit **25%**

Mit den Augen der Leser: Wie Zeitungen gelesen werden

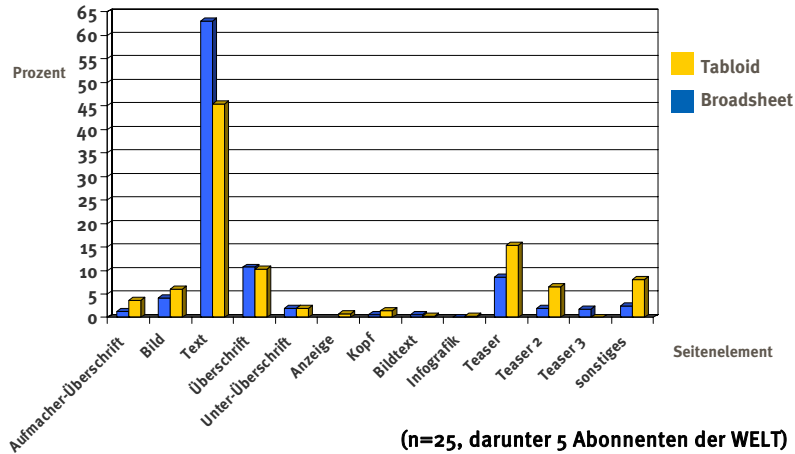
Bucher@uni-trier.de

24

Broadsheet und Tabloid:

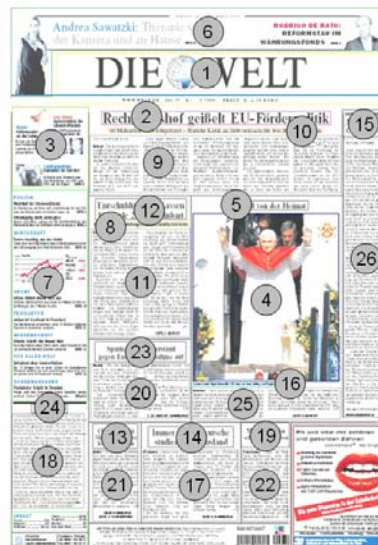
Verweildauer auf Elementen der Titelseite

Verweildauer in Prozent



Wie Titelseiten gelesen werden

Rangfolge der Wahrnehmung einzelner Elemente auf der Titelseite der Welt kompakt und der Welt:
Statistische Wahrscheinlichkeit



Text-Bild-Rezeption in verschiedenen medialen Umgebungen



Zeitung



Online-Zeitung



E-Paper

Mit den Augen der Leser: Wie Zeitungen gelesen werden

Bucher@uni-trier.de

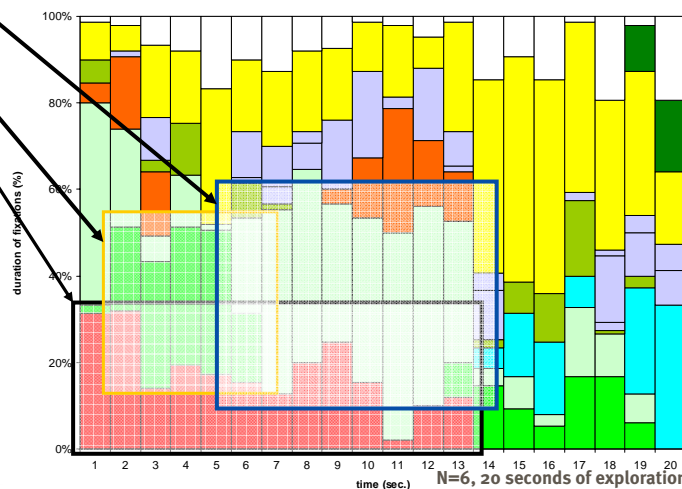
29

Exploration der Titelseite



Print

- column
- text 4
- text 3
- text 2
- text 1
- text & photo
- advertisement
- leadtext
- leadfoto
- leadheadline
- header



Mit den Augen der Leser: Wie Zeitungen gelesen werden

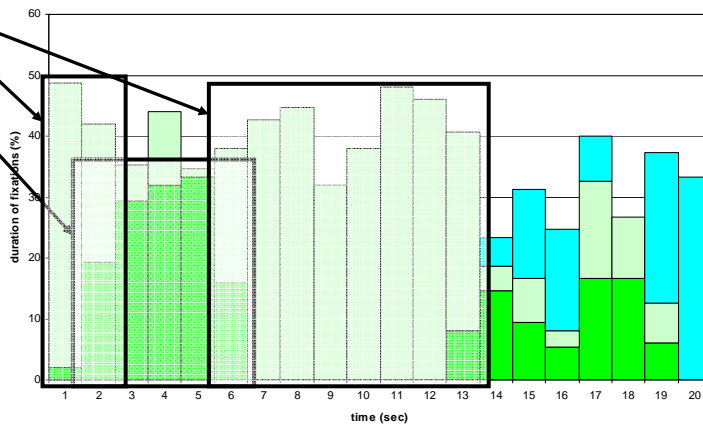
Bucher@uni-trier.de

30

Wahrnehmung Text-Bild



Print



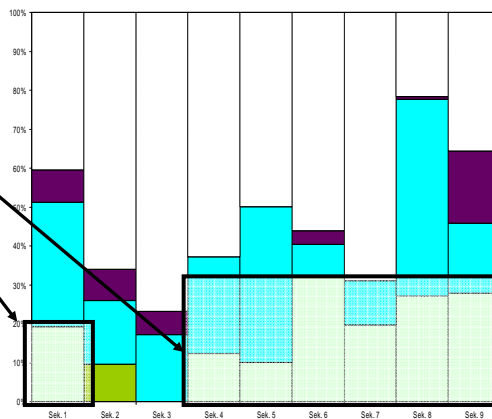
- leadtext
- leadfoto
- leadheadline

N=6, 20 seconds of exploration

Wahrnehmung Text-Bild



Online



- leadlinks
- leadtext
- leadfoto
- leadheadline

N=5, 9 seconds of exploration

Was wir über das Zeitungslernen wissen Universität Trier Medienwissenschaft

1. Höchste Relevanz der Titelseiten
2. Zeitungslernen ist Problemlösen
3. Verstehen heißt eine Struktur erkennen
4. Aufmachung (form of news) dient als Strukturierungssystem
5. Zwei Muster der Zeitungsnutzung: Intensivleser und Scanner
6. Orientierungselemente dienen als bevorzugte Selektionskriterien
7. Abbildungen werden früh aber kurz rezipiert
8. Zeitungsformat ist eine Frage der Usability
9. Zeitungslernen ist Interaktion zwischen Informationsangebot, Informationsform und Leser

Was wir über das Zeitungslernen wissen Universität Trier Medienwissenschaft

- Titelseiten werden ausführlicher genutzt als andere Seiten, dienen der Orientierung und der Imagebildung (Branding)
- Verstehen heißt eine Struktur erkennen: Zeitungslerner suchen nach Strukturen auf der Makro-, der Meso- und der Mikroebene (in der Ausgabe, der Seite, im Cluster)
- Zeitungslernen ist Problemlösen: das Unterscheiden von Interessantem und Uninteressantem, die Kalkulation von Zeitaufwand und Lektüre-Ertrag. Das Design spielt bei der Lösung dieser Aufgaben eine wesentlichere Rolle als die Platzierung.
- Man kann deutlich zwei Muster der Zeitungsnutzung unterscheiden: den Intensivleser und den Scanner
- Je selektiver die Zeitung genutzt wird, desto intensiver werden die Orientierungselemente (Teaser, Überschriften, Promos) genutzt.
- Abbildungen werden relativ früh, aber auch sehr kurz rezipiert
- Das Zeitungsformat ist für Leser eine Frage der Usability, für die Redaktion eine journalistische Herausforderung.
- Theoretisch zeigen die Befunde, dass Zeitungslernen ein interaktiver Prozess zwischen dem Informationsangebot, der Form der Information und den Leser darstellt