

CZĘŚĆ 2. PERSPEKTYWY DLA PRASY

5. PRASA DZIŚ I JUTRO

W gronie odbiorców treści prasowych, prasa codzienna czytana jest przez 48% osób. Za odsetek ten, w dominującym stopniu, odpowiadają oczywiście czytelnicy wydań drukowanych, wydanie cyfrowe osiągają jedynie 1,5% wskazań. Warto przy tym zauważyć 1% odsetek współużywających obydwie formy prasy (czyli 67% czytelników wersji cyfrowej), co pokazuje, że przejście na elektroniczną formę prasy nie ma charakteru radykalnego zerwania z wersjami drukowanymi. Wynik ten znajduje częściowe potwierdzenie w badaniach realizowanych na innych rynkach. We Francji, przykładowo, liczba współczytających prasę codzienną w wersji cyfrowej i tradycyjnej to 53% z grona czytelników wersji cyfrowej⁵.

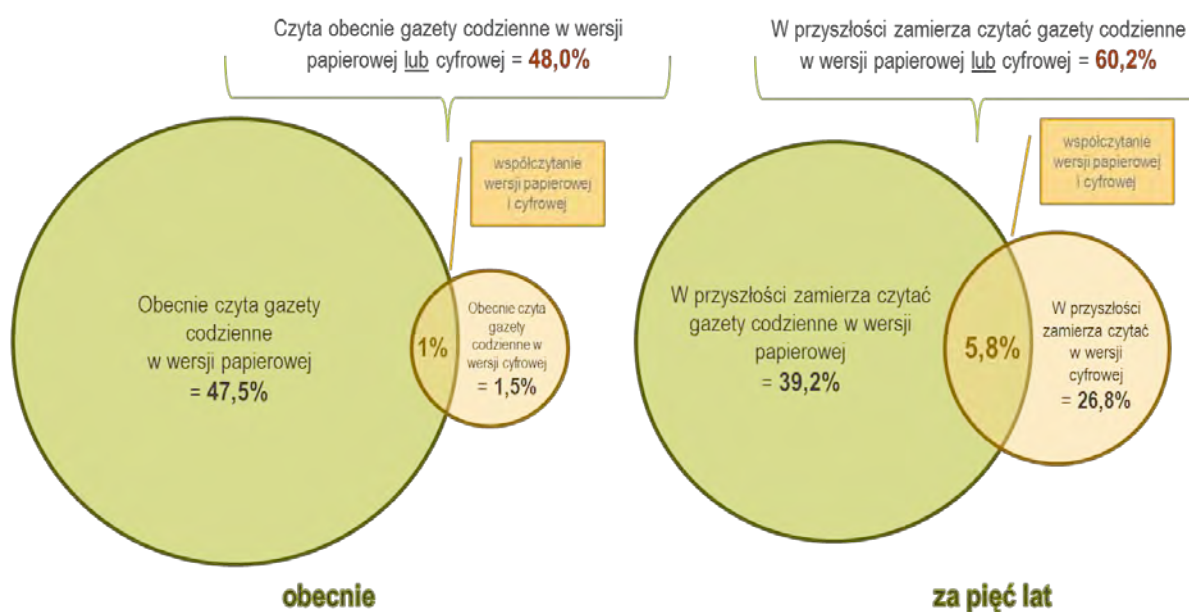
Wynika to oczywiście z ograniczonej dostępności tytułów w wersji cyfrowej i zapewne, wraz z upowszechnianiem się wersji dostępnych na urządzenia mobilne, współczytelnictwo będzie malało. Za wnioskiem tym przemawiają prognozy czytelników, którzy spodziewają się znacznego wzrostu czytelnictwa wersji cyfrowych i zmniejszenia się współczytelnictwa (do ok. 22% z grona czytelników wersji elektronicznych). Wydaje się jednak, że wciąż pozostanie grono czytelników wersji elektronicznych, którzy będą sięgali jednocześnie po wersje drukowane prasy codziennej. W ich przypadku będzie to zapewne wynikiem świadomego wyboru, nie zaś kwestii związanych z dostępnością danego tytułu.

Z prognoz czytelników wynika dość optymistyczny obraz czytelnictwa prasy codziennej. Jej łączny zasięg ma się zwiększać skutkiem rosnącej popularności wydań cyfrowych, co ma nie tylko zrównoważyć spadki czytelnictwa prasy papierowej, ale doprowadzić do zwiększenia łącznego zasięgu dzienników aż do 60%. Prognoz tych nie można oczywiście traktować dosłownie i trzeba pamiętać, że przewidywany wzrost czytelnictwa wydań cyfrowych jest uwarunkowany dostępnością i ceną niezbędnych urządzeń elektronicznych oraz samych wydań gazet.

Jednocześnie dane koncernów produkujących sprzęt mobilny wskazują na rosnącą lawinowo sprzedaż tabletów czy smartfonów. Co prawda w skali populacji wciąż urządzenia te są w posiadaniu ok. 25% osób (z dominującą przewagą smartfonów), ale odsetek użytkowników zwiększa się systematycznie.

⁵ Na podstawie referatu pt. „Is a Multimodal Print & Digital NRS Relevant?” G. S. Joannis, N. Cour, F Dupont, konferencja Print&Digital Research Forum, Nicea 2013

Rysunek 2. Czytanie gazet codziennych obecnie i w przyszłości



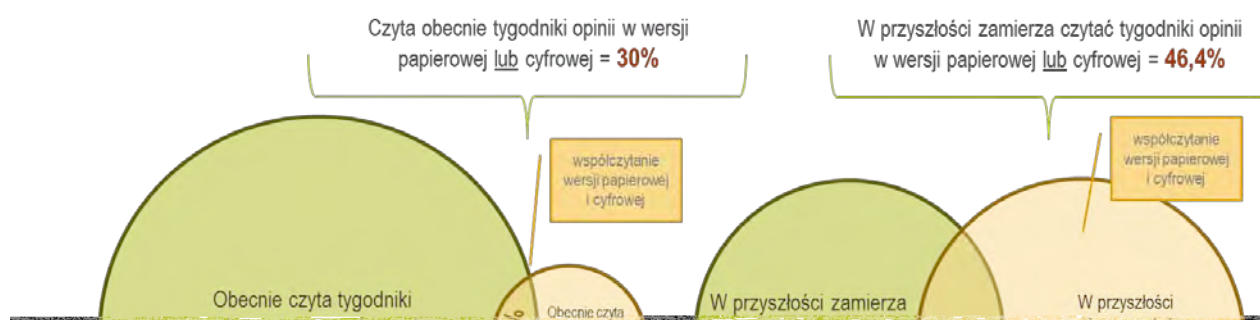
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006



Rynek tygodników opinii ma – wedle prognoz czytelników – rozwijać się intensywnie w ciągu najbliższych 5 lat za sprawą wydań cyfrowych. W ich przypadku wydania elektroniczne będą odpowiadały za większą część ogólnego zasięgu, który urośnie do 46,4%. Wciąż jednak około 20% czytelników wydań cyfrowych będzie czytać jednocześnie tradycyjne wydania tygodników opinii. Wynik ten można wytłumaczyć jedynie intencjonalnym wyborem, należy się bowiem spodziewać, że wszystkie tygodniki opinii będą dostępne w wersji cyfrowej.

Znaczący - i większy w porównaniu z pozostałymi typami prasy - odsetek deklaracji dotyczących gotowości czytania wydań cyfrowych w przyszłości sugeruje, iż w przypadku tygodników opinii forma cyfrowa, przede wszystkim ze względu na takie cechy, jak interaktywność, oferowanie większego zakresu treści (archiwum) oraz niższą cenę, wydaje się być celnie trafiająca w oczekiwania i potrzeby czytelników.

Rysunek 3. Czytanie tygodników opinii obecnie i w przyszłości



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006



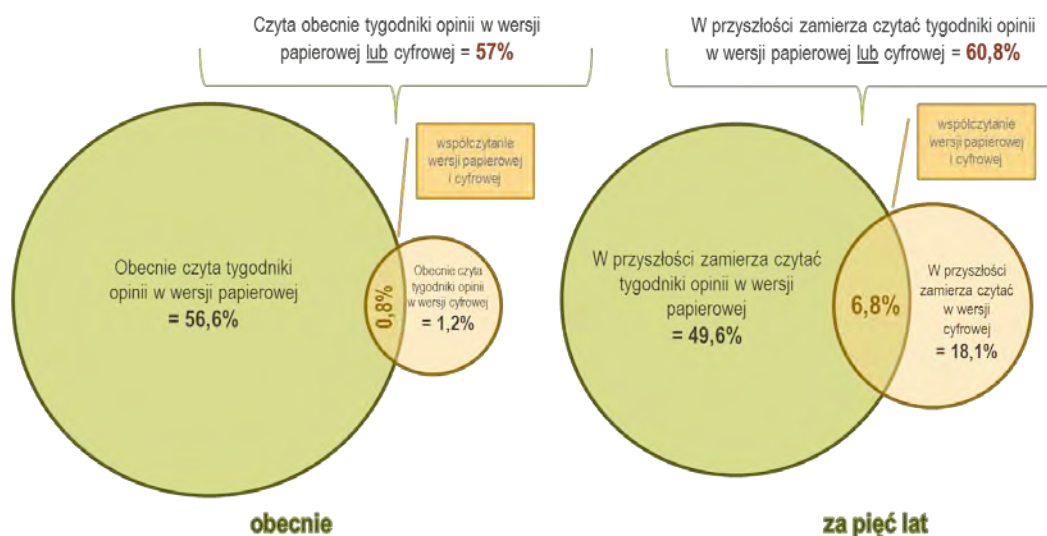
Jeśli chodzi o segment czasopism kobiecych, to w ich przypadku wzrost ogólnego zasięgu wydaje się stosunkowo najmniejszy (z 57% do 61%) w porównaniu z dziennikami czy tygodnikami opinii. Oznacza to, że niewielu nowych czytelników rozważa sięgnięcie po czasopiśmie kobiece. Prasa kobieca to typ prasy, który ma dobrze określony profil i niemal wszyscy zainteresowani lekturą tego rodzaju treści już obecnie sięgają po te czasopiisma.

Dosyć wysoki prognozowany poziom współczytelnictwa wydań elektronicznych i drukowanych wynikać może z cech prasy kobiecej, w przypadku której fizyczny kontakt z wydaniem jest ważnym elementem doświadczenia czytelniczego. Ponad 30% czytelników wydania elektronicznego planuje nie rezygnować z tego doświadczenia. Nie można wykluczyć również, jako powodu spodziewanego współczytelnictwa, tego, że czytelnicy są przekonani, iż nie wszystkie tytuły prasy kobiecej będą dostępne w wersji cyfrowej.

Udział wersji cyfrowej w zasięgu czytelnictwa czasopism kobiecych będzie w przyszłości najmniejszy na tle innych segmentów prasowych. Łączny zasięg będzie więc w większości budowany w oparciu o wydania papierowe. Wydają się stać za tym różnorokie przyczyny, takie, jak np. profil odbiorców tego rodzaju prasy, którzy, jak pokazuje badanie, są mniej zaznajomieni i otwarci na nowe technologie, ale również kwestie związane z potrzebami, jakie zaspokajają tego typu periodyki – rozrywki, relaksu, które to potrzeby szybko i wygodnie

można realizować przeglądając papierowe pisma kobiece w domu, poczekalni czy środkach komunikacji miejskiej.

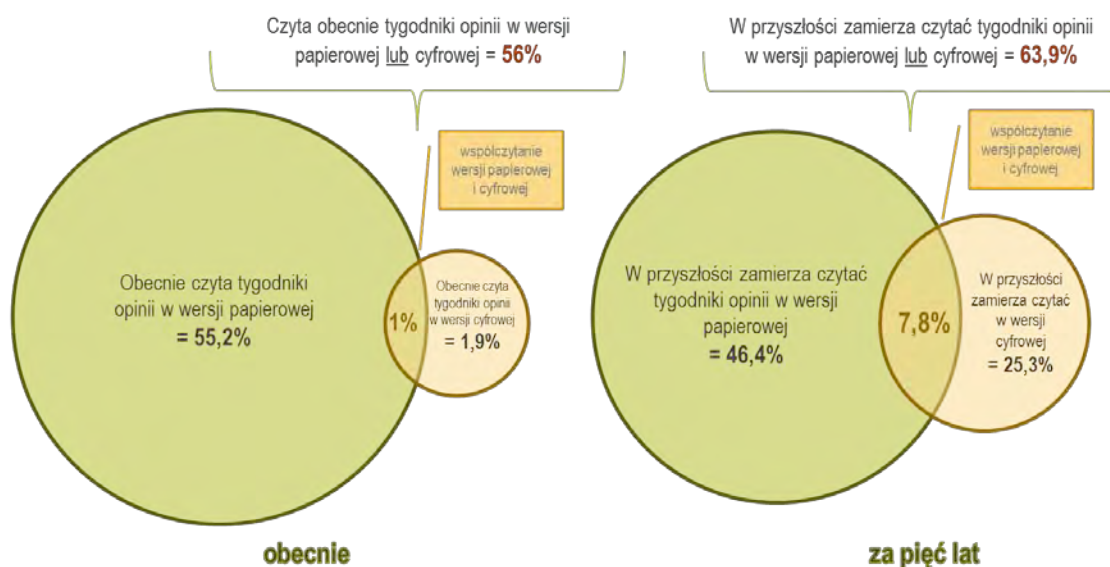
Rysunek 4. Czytanie czasopism kobiecych obecnie i w przyszłości



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006

Czasopisma tematyczne to grupa, której czytelnicy prognozują łączny wzrost zasięgu z 56% do 64%. Trzeba pamiętać, że jest to silnie niejednorodny segment prasy i mieszczą się w nim tytuły o bardzo zróżnicowanej tematyce. Prognozę wzrostu należałoby zatem interpretować jako przekonanie czytelników, że w przyszłości sięgną po tytuły z nowej grupy tematycznej lub że będą czytali więcej pism z tego obszaru, którym interesują się obecnie. Pojawienie się wersji cyfrowych ma – zdaniem czytelników – sprzyjać takim strategiom czytelniczym.

Rysunek 5. Czytanie czasopism tematycznych obecnie i w przyszłości



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006

Wiek respondentów silnie różnicuje ich prognozy odnośnie czytelnictwa wydań papierowych i elektronicznych poszczególnych segmentów prasy. Zróżnicowanie to jest zgodne z intuicją i oznacza wyraźnie szybsze tempo spadków czytelnictwa wydań papierowych wśród młodszych czytelników. Zgodnie z wcześniejszymi obserwacjami, zjawisko dotyczy w największym stopniu dzienników, które w perspektywie 5 lat mają być czytane jedynie przez 24% osób w wieku do 34 lat, co stanowi spadek o 12,5 punkta procentowego. Równie silny – w punktach procentowych – przewidywany jest spadek czytelnictwa drukowanych wydań czasopism tematycznych wśród młodych czytelników.

Omawiana tendencja jest znacząca, charakteryzuje bowiem nie tylko aktualne zwyczaje czytelnicze, ale może być przesłanką do budowania prognoz. Należy bowiem spodziewać się, że kolejne roczniki czytelników będą reprezentowały zwyczaje aktualnie analizowanej grupy „młodych”, ci ostatni zaś nie będą z biegiem czasu zmieniali swoich przyzwyczajzeń na te właściwe obecnym „starszym”. W efekcie więc ogólny obraz czytelnictwa będzie za kilka lat przypominał ten, który dzisiaj obserwujemy w gronie młodszych czytelników.

Tabela 16 Czytanie prasy papierowej obecnie i w przyszłości

	N=	Prasa papierowa obecnie	Prasa papierowa za pięć lat	O ile punktów procentowych spadnie czytelnictwo?
Gazety codzienne				
Ogółem	1006	47,5%	39,2%	-8,3
15-34 lata	372	36,3%	23,8%	-12,5
35-54 lata	342	48,6%	40,8%	-7,8
55 lat+	292	60,4%	57,0%	-3,4
Tygodniki opinii				
Ogółem	1006	29,4%	24,6%	-4,8
15-34 lata	372	28,6%	22,1%	-6,5
35-54 lata	342	28,1%	22,0%	-6,1
55 lat+	292	32,0%	30,9%	-1,1
Czasopisma kobiece				
Ogółem	1006	56,6%	49,6%	-7,0
15-34 lata	372	51,4%	41,2%	-10,2
35-54 lata	342	59,8%	51,6%	-8,2
55 lat+	292	59,6%	58,0%	-1,6
Czasopisma tematyczne				
Ogółem	1006	55,2%	46,4%	-8,8
15-34 lata	372	58,1%	44,3%	-13,8
35-54 lata	342	53,3%	44,3%	-9,0
55 lat+	292	53,6%	51,7%	-1,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006

Patrząc na deklaracje przyszłych zwyczajów czytania wersji cyfrowych poszczególnych segmentów prasowych przez pryzmat wieku respondentów, dostrzega się efekty przeciwne do obserwowanych dla wydań drukowanych, a mianowicie przewidywane silne wzrosty czytelnictwa. Co nie dziwi, im młodszy czytelnicy tym częściej mówią o planach czytania cyfrowych wydań tytułów prasowych w przyszłości. Dotyczy to wszystkich wyróżnionych segmentów prasowych, a w największym stopniu tygodników opinii, gdzie różnica pomiędzy aktualnym poziomem czytelnictwa a tym deklarowanym w perspektywie pięcioletniej wynosi aż 43 punkty procentowe.

Tabela 17 Czytanie prasy cyfrowej obecnie i w przyszłości

	N=	Prasa cyfrowa obecnie	Prasa cyfrowa za pięć lat	O ile punktów procentowych wzrośnie czytelnictwo?
Gazety codzienne				
Ogółem	1006	1,5%	26,8%	25,3
15-34 lata	372	2,3%	43,8%	41,5
35-54 lata	342	1,4%	20,4%	19,0
55 lat+	292	0,5%	12,7%	12,2
Tygodniki opinii				
Ogółem	1006	1,2%	27,7%	26,6
15-34 lata	372	1,9%	44,8%	43,0
35-54 lata	342	1,0%	22,6%	21,6
55 lat+	292	0,4%	11,7%	11,3
Czasopisma kobiece				
Ogółem	1006	1,2%	18,1%	16,9
15-34 lata	372	2,1%	27,6%	25,5
35-54 lata	342	0,9%	16,7%	15,8
55 lat+	292	0,5%	7,4%	6,9
Czasopisma tematyczne				
Ogółem	1006	1,9%	25,3%	23,4
15-34 lata	372	3,4%	39,1%	35,7
35-54 lata	342	1,3%	23,4%	22,1
55 lat+	292	0,6%	9,8%	9,2

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006

Omówione wyniki prowadzą do wniosku, że niezależnie od segmentu prasy, we wszystkich przypadkach czytelnicy prognozują łączny wzrost zasięgu czytelnictwa. Uprawnione jest stwierdzenie, że nie przewiduje się zmniejszenia popytu na treści prasowe. Szczególnie wyraźnie widoczne jest to w przypadku prasy informacyjnej, która zarazem będzie coraz silniej stawała się przedmiotem transformacji na nośniki cyfrowe, zwłaszcza w młodszych grupach czytelników. Trzeba jednak odnotować, że prasa w wersji drukowanej wciąż, w większości

przypadków, (z wyjątkiem tygodników opinii) ma być odpowiedzialna za ponad połowę łącznego zasięgu.

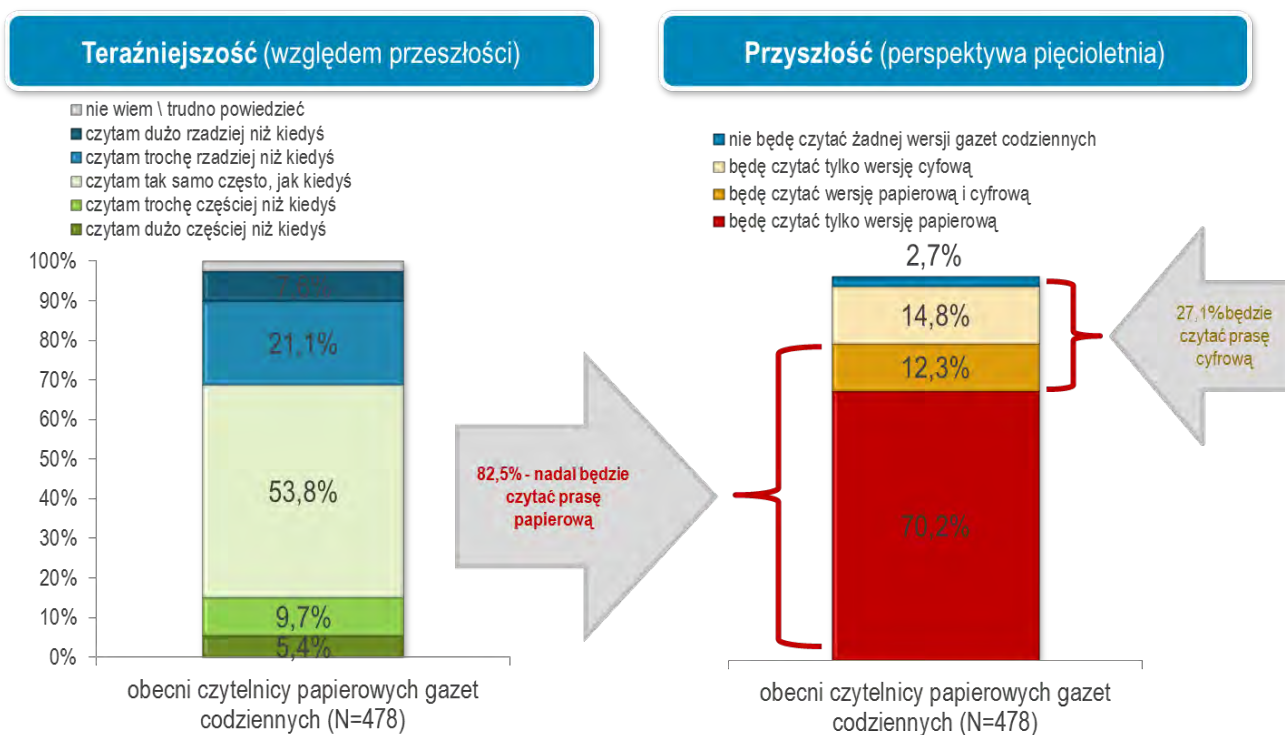
Magazyny (tj. prasa kobieca i tematyczna) będą doświadczały transformacji, której elementem jest utrzymywanie się na względnie wysokim poziomie współczynnictwa wersji elektronicznej i papierowej.

-
- **Czytelnicy zamierzają rzadziej czytać papierowe wydania gazet codziennych, ale częściej niż obecnie ich cyfrowe wersje, przez co – na poziomie deklaracji - przewiduje się wzrost łącznego zasięgu gazet codziennych z 48% do 60,2%.**
 - **Znaczny wzrost zasięgu ma stać się udziałem tygodników opinii, których papierowe wersje stracą część czytelników, ale cyfrowe wydania planuje czytać aż 27,7% respondentów.**
 - **Dla czasopism kobiecych kanał cyfrowej sprzedaży nie stanowi tak istotnej szansy; ich łączny zasięg rozszerzy się tylko nieznacznie.**
 - **Co czwarty z badanych planuje czytać cyfrową wersję czasopism tematycznych w przyszłości, co – pomimo spadku popularności ich papierowych wersji – ma zwiększyć ich łączny zasięg.**
-

6. PRASA W WERSJI PAPIEROWEJ – PERSPEKTYWY NA PRZYSZŁOŚĆ

Choć większość aktualnych czytelników gazet w wersji papierowej czyta je z podobną częstotliwością jak kiedyś, to trzeba odnotować przewagę tych, którzy czytają dzienniki rzadziej nad tymi, którzy mówią, że obecnie sięgają po nie częściej. Niewątpliwie więc mamy do czynienia z ogólnym spadkiem intensywności lektury dzienników. Efekt ten będzie się pogłębiał i w ciągu najbliższych 5 lat 82,5% czytelników będzie nadal czytywać prasę papierową. Nie oznacza to – przynajmniej na poziomie deklaracji - odstąpienia od czytelnictwa prasy codziennej ze strony wszystkich pozostałych osób – ponad 27% planuje czytelnictwo w wersji cyfrowej, z czego duża część (ok. 45%) zakłada współczytanie wersji papierowych. Jest to potwierdzenie wcześniejszej obserwacji o tym, że skala współczynnictwa jest, z jednej strony, tłumaczona dostępnością tytułów w wersji cyfrowej, z drugiej jednak osobistą preferencją części czytelników. I choć większość nowo napływających czytelników planuje czytać jedynie wersje cyfrowe, to aktualni czytelnicy nie mają zamiaru zerwać z drukowanymi wersjami gazet.

Rysunek 6. Zwyczaje czytania gazet codziennych w wersji papierowej

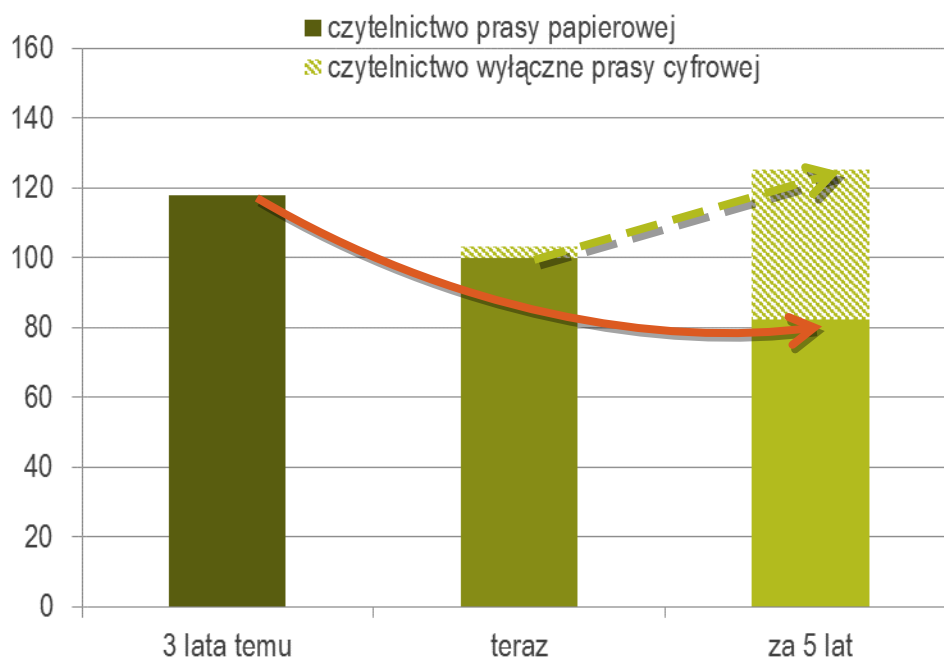


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego



Na podstawie deklaracji aktualnych czytelników dzienników odnośnie ich przyszłych zachowań oraz na podstawie informacji o poziomie czytelnictwa na przestrzeni ostatnich lat raportowanych w ramach badania PBC, dokonano modelowania dynamiki czytelnictwa gazet codziennych w wersji papierowej.

Wykres 10. Modelowanie dynamiki czytelnictwa gazet codziennych w wersji papierowej



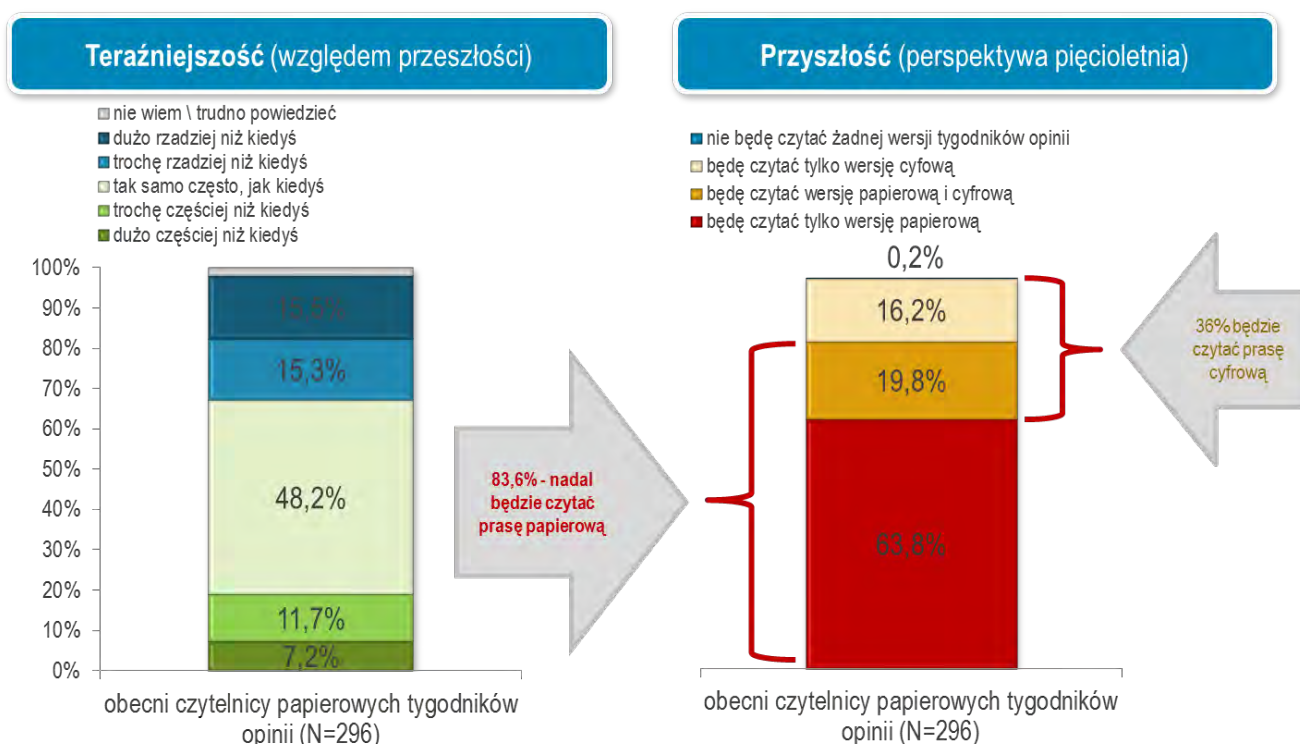
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego danych z badania PBC

Wyniki dość jednoznacznie pokazują wyraźny spadek czytelnictwa. Wydaje się, że jego tempo będzie nadal duże. A zatem, choć ogólny zasięg prasy codziennej ma się zwiększać, to jednak nie należy się spodziewać, że wersje drukowane zdołają, w perspektywie najbliższych 5 lat, zahamować intensywne spadki czytelnictwa (i być może jeszcze znaczniejsze spadki sprzedaży). Trzeba jednak zaznaczyć, że – choć odnotowujące spadki czytelnictwa – gazety drukowane pozostaną istotnym elementem budującym łączny zasięg swojego segmentu prasowego. Można zaryzykować stwierdzenie, że intensywniejszy od „naturalnego” spadek czytelnictwa wersji drukowanych dzienników mógłby pociągnąć za sobą niekorzystne konsekwencje w postaci spadku łącznego zasięgu dzienników, któremu na tę chwilę prognozowany jest wzrost.



W przypadku tygodników opinii poniżej połowy aktualnych czytelników twierdzi, że czyta je z niezmienną częstotliwością i – podobnie jak w przypadku dzienników – zaznacza się przewaga liczebna tych, którzy czytają je obecnie rzadziej nad tymi, którzy sięgają po tygodniki częściej.

Rysunek 7. Zwyczaje czytania tygodników opinii w wersji papierowej



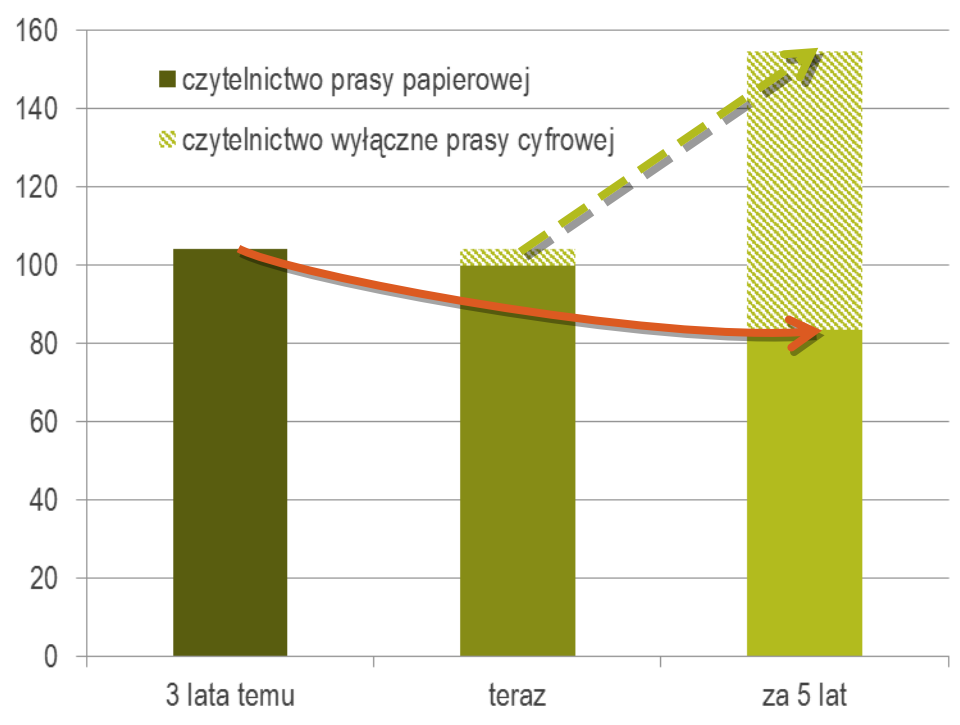
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego

Aż 36% aktualnych czytelników tygodników opinii planuje w przyszłości czytać je w wersji cyfrowej i nieomal nikt nie zadeklarował, że w przyszłości zrezygnuje w ogóle z lektury. Ponad połowa przyszłych czytelników wersji elektronicznych tygodników opinii będzie je również czytała w wersji papierowej.

W wyniku przeprowadzonego modelowania dynamiki czytelnictwa tygodników opinii w wersji papierowej, należy przypuszczać, że w ciągu najbliższych 5 lat zaznaczy się wyraźniejszy spadek ich czytelnictwa niż ma to miejsce obecnie⁶. Należy to złożyć na rzecz wersji elektronicznych, które staną się jedynym źródłem informacji z tygodników dla części osób aktualnie czytających wersje papierowe. Można w tym miejscu przypomnieć, że tygodniki opinii będą jedynym segmentem prasy, w przypadku którego w perspektywie pięcioletniej ma się zaznaczyć przewaga wersji cyfrowych nad tradycyjnymi.

⁶ Trzeba jednak odnotować, że zmniejszyła się intensywność lektury tygodników opinii, niektórzy czytelnicy czytający do tej pory 2 tygodniki zdecydowali się na czytanie tylko jednego.

Wykres 11. Modelowanie dynamiki czytelnictwa tygodników opinii w wersji papierowej

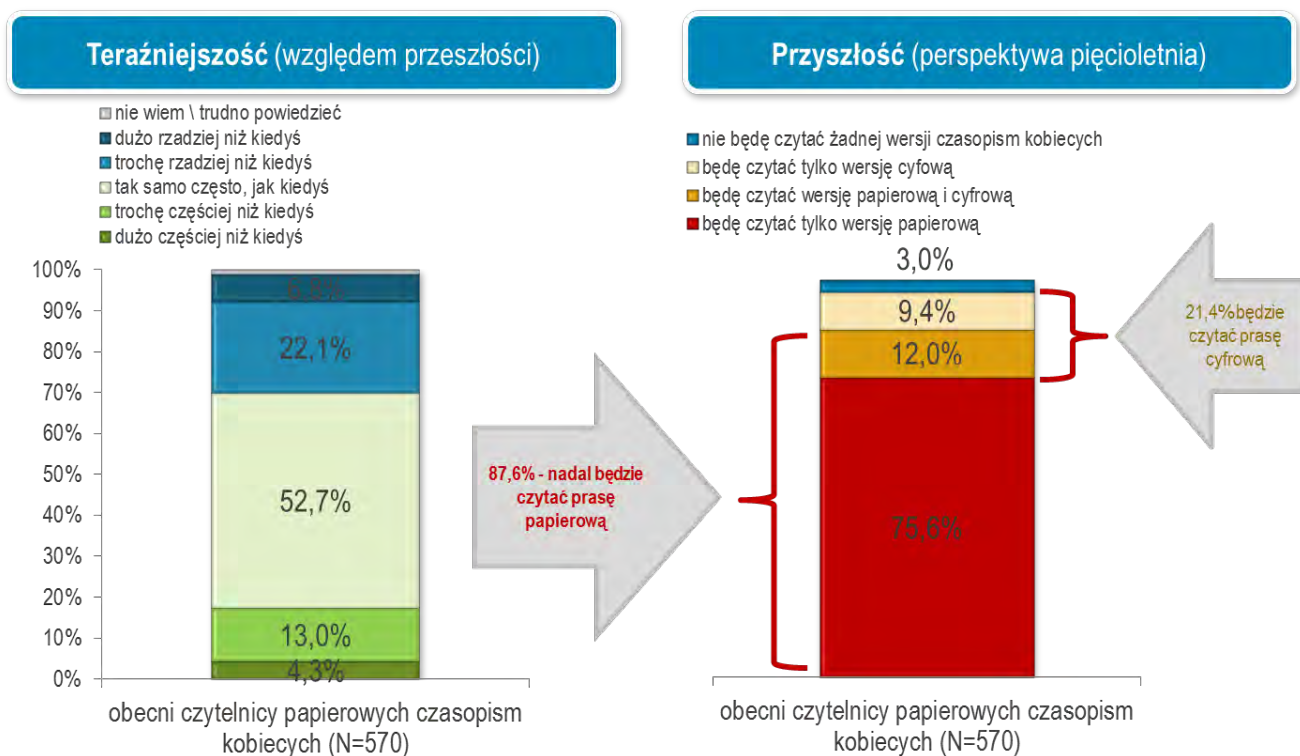


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego danych z badania PBC



Prasa kobieca to kategoria tytułów, w przypadku których blisko 88% czytelników tradycyjnych wersji deklaruje, że nadal będzie je czytać w wersji papierowej. Podobnie jak w przypadku innych pism, więcej z grona aktualnych czytelników przyznaje, że zmniejszyło częstotliwość sięgania po te pisma niż przeciwnie – że zwiększyło. Stosunkowo największy odsetek czytelników, w porównaniu z innymi segmentami prasy, dopuszcza, że w ogóle zrezygnuje z czytelnictwa tych pism – 3%. Zarazem relatywnie najmniejszy odsetek czytelników wersji papierowej zakłada, że w przyszłości zadowolili się czytaniem wyłącznie wersji elektronicznej prasy kobiecej. Potwierdza to inne obserwacje z niniejszego opracowania, że w przypadku prasy kobiecej wersje cyfrowe tytułów stanowią w mniejszym stopniu substytut wersji papierowej niż ma to miejsce w przypadku innych kategorii prasy.

Rysunek 8. Zwyczaje czytania czasopism kobiecych w wersji papierowej



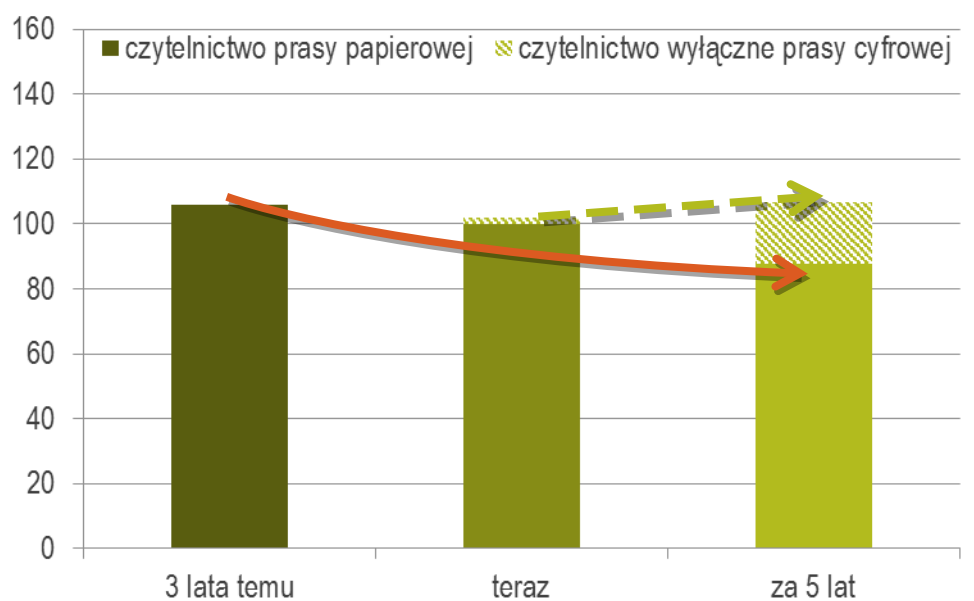
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego

Na podstawie analizy danych historycznych o czytelnictwie prasy kobiecej w zestawieniu z prognozami aktualnych czytelników, można przypuszczać, że papierowe wersje tego typu czasopism będą dotknięte spadkiem czytelnictwa, aczkolwiek relatywnie łagodniejszym niż w przypadku tygodników opinii i – w szczególności – dzienników.

Czasopisma kobiece na przestrzeni ostatnich lat cieszyły się względnie stabilnym poziomem czytelnictwa. Oczywiście mowa jest tutaj o całej kategorii czasopism. Mając na uwadze spadki sprzedaży poszczególnych tytułów, należy uznać – podobnie jak w przypadku tygodników opinii - że czytelnicy czytający do tej pory 2 lub 3 czasopisma decydują się obecnie na wybór jednego magazynu.

Choć zebrane dane nie pozwalają stwierdzić tego z całą pewnością, to jednak należy brać pod uwagę scenariusz, że w przypadku prasy kobiecej spadek czytelnictwa wersji papierowej wynikać będzie w większym stopniu z rezygnacji z czytelnictwa tej kategorii tytułów w ogóle niż z rezygnacji z wersji drukowanej na rzecz wydań elektronicznych.

Wykres 12. Modelowanie dynamiki czytelnictwa czasopism kobiecych w wersji papierowej



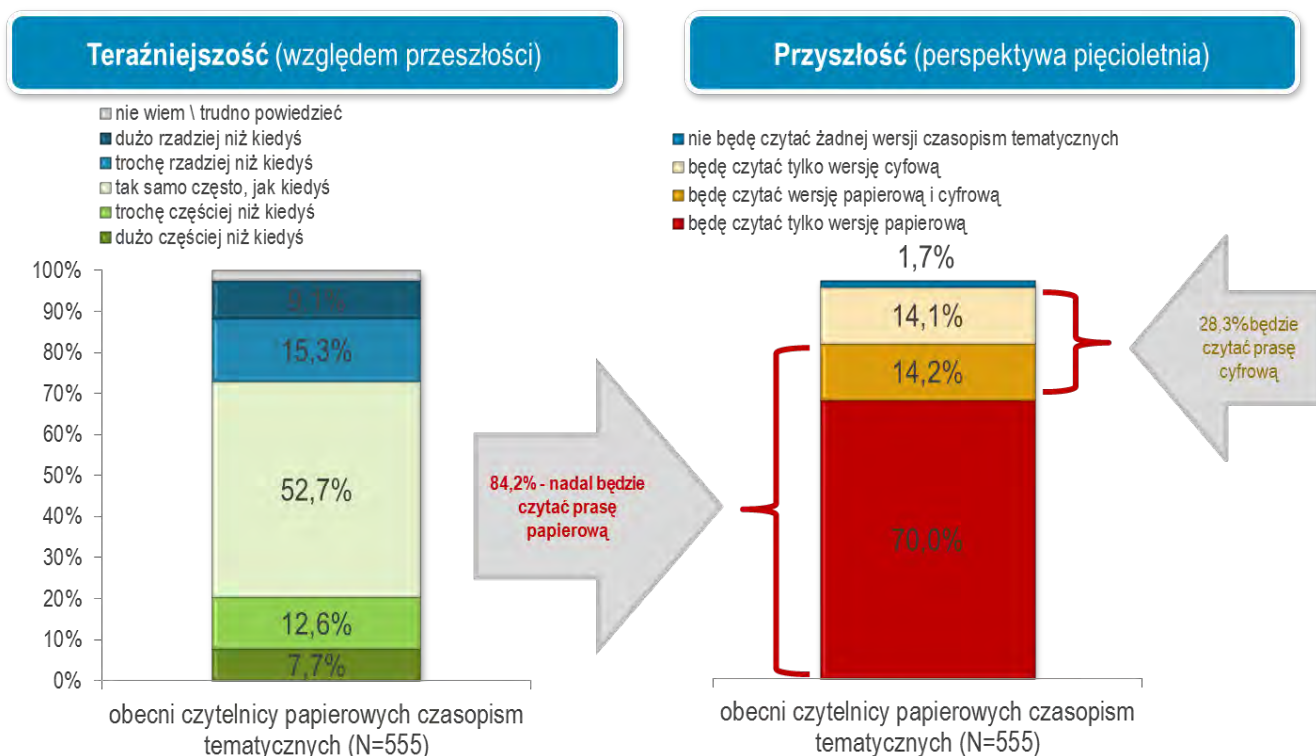
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego



Czasopisma tematyczne w wielu miejscach powielają trend zaobserwowany w przypadku innych segmentów prasy. Choć audytorium każdego z typów prasy jest inne, to jednak ogólny wzorzec aktualnej konsumpcji oraz transformacji na wydania cyfrowe pozostaje podobny. Jak w przypadku wszystkich innych segmentów prasy rysuje się tendencja do obecnie rzadszego sięgania po pisma tematyczne.

Z grona 28% aktualnych czytelników wersji drukowanych prasy tematycznej, którzy planują czytelnictwo w wersji cyfrowej, połowa zakłada współczytelnictwo z wersjami papierowymi. Może to wynikać z preferencji, podobnie jak w przypadku prasy kobiecej, ale również z faktu, że wiele czasopism tematycznych nie ma w tej chwili swojej wersji elektronicznej i być może czytelnicy przypuszczają, że taka wersja nie pojawi się również w najbliższej przyszłości.

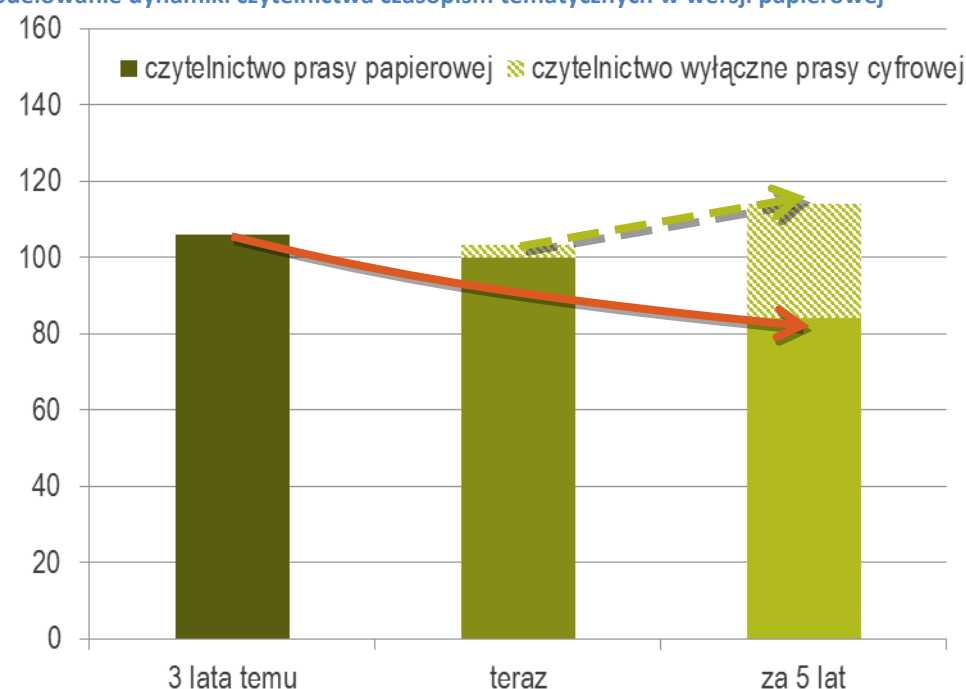
Rysunek 9. Zwyczaje czytania czasopism tematycznych w wersji papierowej



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego

Czasopisma tematyczne wykazywały do tej pory podobny, lekko spadkowy trend w czytelnictwie, jak magazyny kobiece i czytelnicy stoją na stanowisku, że w perspektywie najbliższych 5 lat analogia będzie się utrzymywała.

Wykres 13. Modelowanie dynamiki czytelnictwa czasopism tematycznych w wersji papierowej



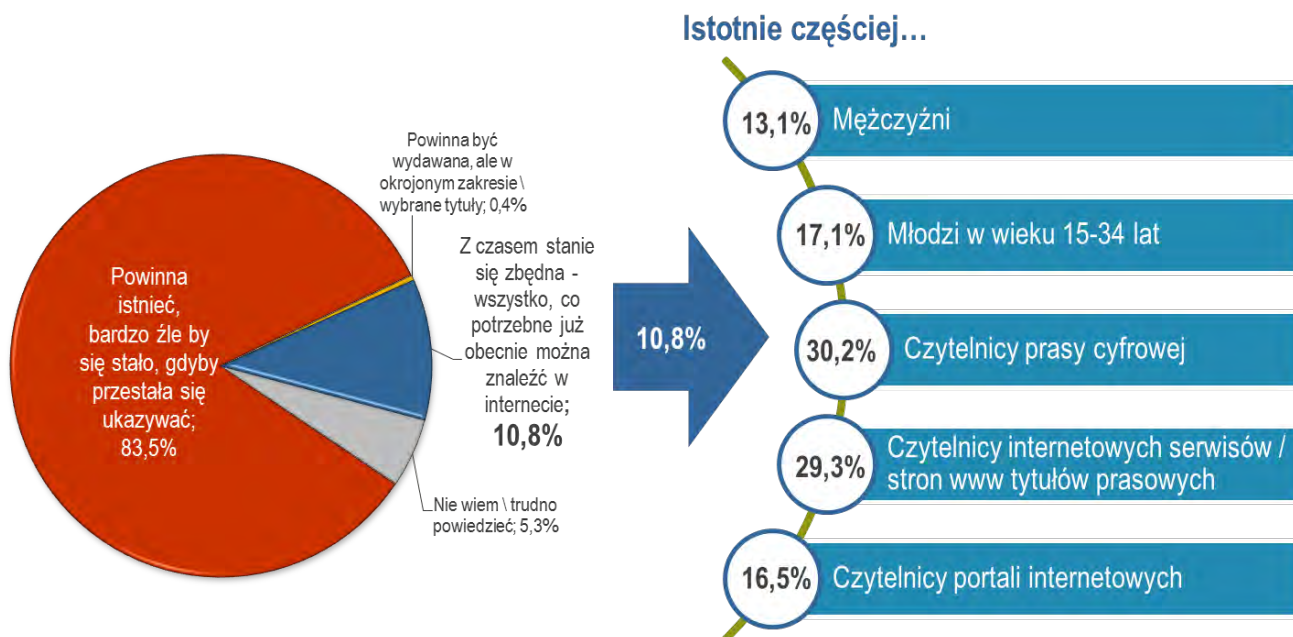
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego danych z badania PBC

Uczestnicy badania, wywodzący się z reprezentatywnej grupy czytelników treści prasowych w różnych wersjach (prasa drukowana, prasa cyfrowa oraz internetowe serwisy tytułów prasowych) zapytani wprost o to, jakie mają oczekiwania odnośnie przyszłości prasy drukowanej, w zdecydowanej większości stwierdzili, że prasa taka powinna istnieć i że bardzo źle by się stało, gdyby przestała się ukazywać.

W świetle dotychczasowych obserwacji trzeba pamiętać, że choć prasie drukowanej pisane są dalsze spadki czytelnictwa, to nawet w perspektywie najbliższych 5 lat będzie ona miała dominujący wkład w łączny zasięg zarówno dzienników, jak i prasy kobiecej oraz czasopism tematycznych. Jedynie w przypadku tygodników opinii można przypuszczać, że rola wydań cyfrowych będzie porównywalna do prasy drukowanej. Trzeba tutaj nadmienić, że z logistycznego punktu widzenia, dzienniki są krytycznym segmentem prasowym dla utrzymania ciągłości sieci dystrybucji prasy. To ich cykl wydawniczy gwarantuje utrzymanie określonego reżimu czasowego i w konsekwencji pozwala na systematyczne udostępnianie prasy w punktach sprzedaży. Tak więc losy papierowych wydań gazet codziennych są szczególnie istotne dla działania całościowego systemu wydawniczego i w sytuacji zaistnienia istotnych zmian w zakresie wydawania dzienników w tradycyjnej wersji, model funkcjonowania czytelnictwa zupełnie uległby zmianie w kierunku nieprzewidywalnym obecnie dla czytelników.

Jeśli przyjąć możliwy scenariusz, iż deklaracje respondentów odnośnie przyszłej lektury wydań w formie cyfrowej są przeszacowane, oznaczać to będzie tym większe znaczenie prasy drukowanej i tym większe ryzyko pozbawienia społeczeństwa dostępu do informacji, w przypadku zaprzestania wydawania prasy w jej tradycyjnej formie.

Rysunek 10. Przyszłość prasy papierowej – oczekiwania czytelników

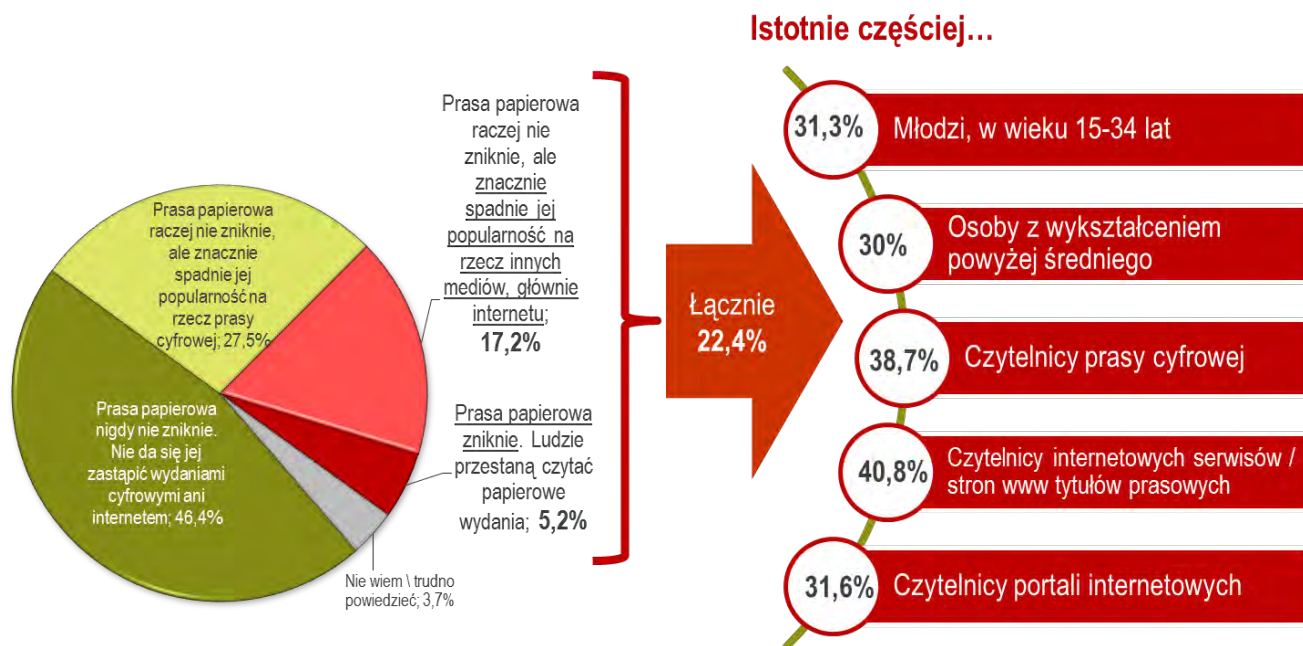


Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006



Trzeba odnotować, że jednoznacznie korzystna prognoza dla prasy drukowanej (że nigdy nie zniknie i że nie da się jej zastąpić wydaniem cyfrowym) jest podzielana przez mniej niż połowę badanych (46,4%). Jest to jednak wysoka wartość w obliczu częstokroć powtarzanych opinii wieszczących prasie szybki koniec i wobec twardych danych wskazujących na intensywne spadki sprzedaży.

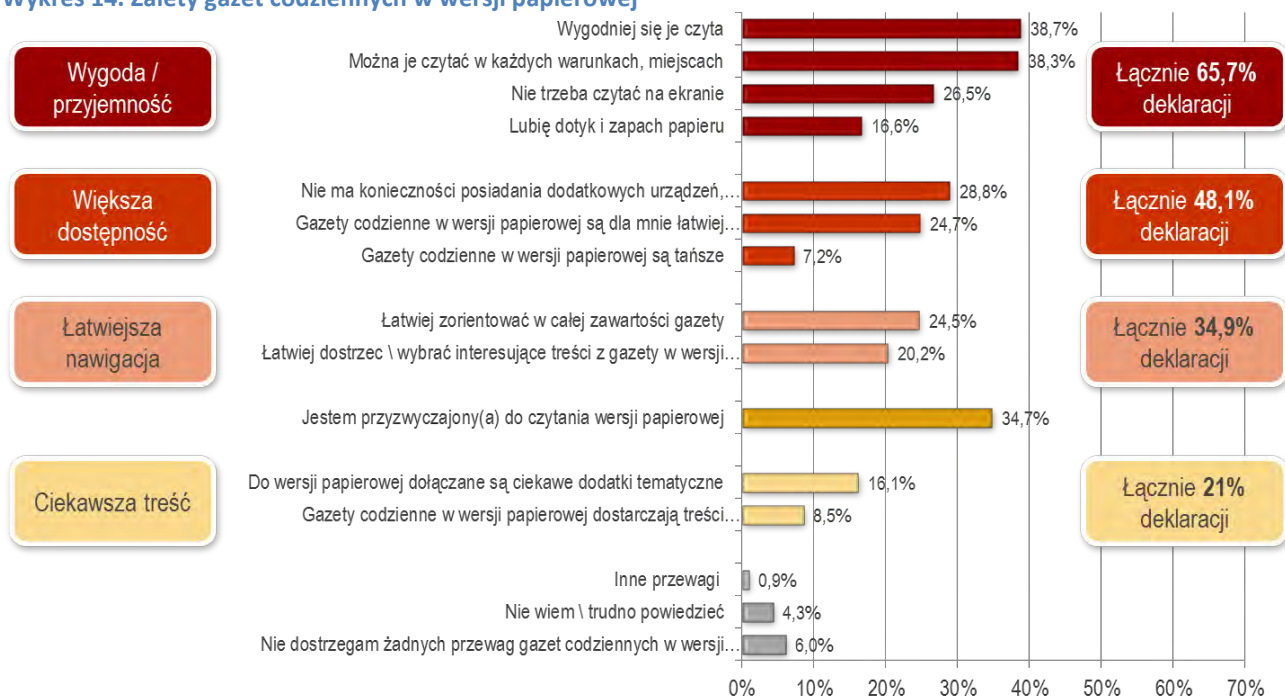
Rysunek 11. Przyszłość prasy papierowej – prognozy czytelników



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006

Za główne atuty prasy drukowanej uważane są doznania zmysłowe, jakich dostarcza (zapach i dotyk papieru) oraz wygoda lektury. Czynniki te wydają się trudne do substytuowania przez wydania elektroniczne, nawet w przypadku dalszego postępu technologii.

Wykres 14. Zalety gazet codziennych w wersji papierowej



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006

Wielu czytelników wskazuje na większą dostępność prasy w wersji papierowej, co ma związek z popularnością czytników do wydań elektronicznych. Należy przypuszczać, że te motywy będą w przyszłości traciły na znaczeniu wraz ze wzrostem odsetka osób posiadających tablety, smartfony czy e-readery.

Około 1/3 czytelników jest zdania, że prasa w wersji papierowej pozwala na łatwiejszą nawigację. Są to zapewne opinie podyktowane niedostateczną kompetencją w zakresie obsługi e-czytników i jako takie będą traciły na znaczeniu.

Stosunkowo nieliczni czytelnicy uznali, że drukowana wersja prasy dostarcza lepszych treści – są to prawdopodobnie opinie osób o tradycjonalistycznym podejściu do prasy i należy przypuszczać, że ich przekonania będą w przyszłości coraz mniej popularne.

Wykres 15. Zalety czasopism w wersji papierowej



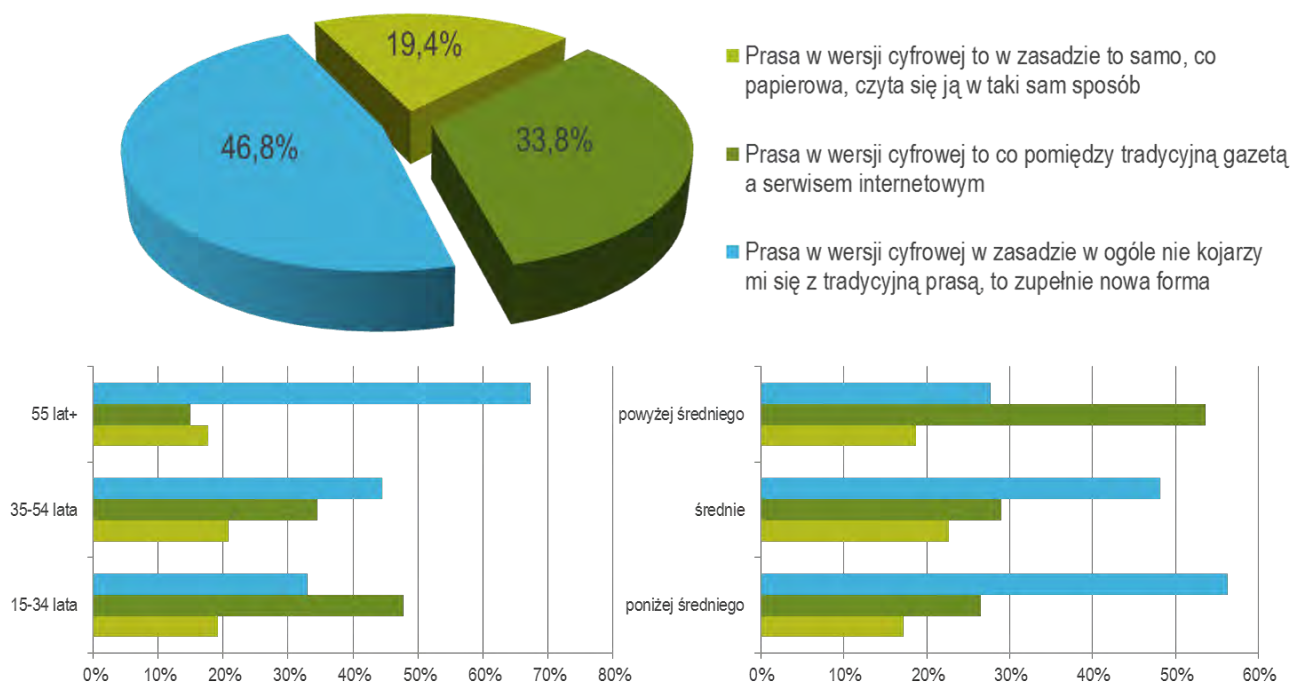
Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006



Prasa w wersji cyfrowej nie jest postrzegana jako w pełni analogiczne medium do wersji drukowanej. Poniżej 20% czytelników twierdzi, że konsumuje się ją w ten sam sposób jak tradycyjne gazety i czasopisma. Jednak opinia ta jest uzależniona od doświadczenia czytelniczego i doświadczenia z użytkowaniem nowych technologii.

Pokrewieństwo między prasą w wersji tradycyjnej i cyfrowej jest dostrzegane najczęściej przez osoby przed 34 rokiem życia, a także z wykształceniem wyższym niż średnie. W tych grupach dominuje opinia, że prasa w wersji cyfrowej to byt łączący cechy tradycyjnej gazety z funkcjonalnościami dostępnymi w internecie.

Wykres 16. Postrzeganie różnic między prasą w wersji cyfrowej i tradycyjnej



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006

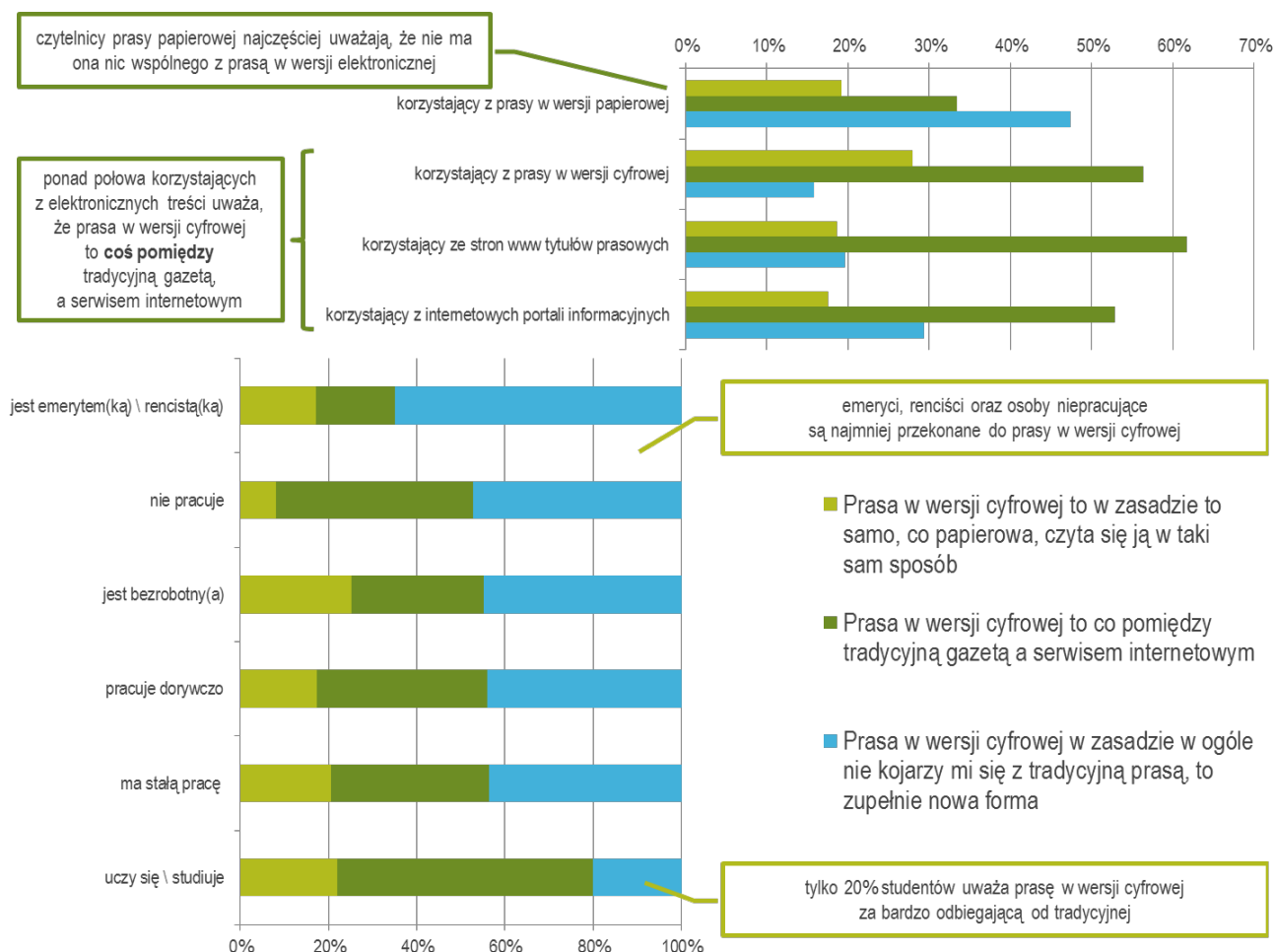
Można przypuszczać, że wraz z akulturacją wydań elektronicznych oraz samego sprzętu do ich odczytu będzie ugruntowywało się w społeczeństwie postrzeganie cyfrowych wydań prasy jako spokrewnionych z tradycyjną gazetą, a jednocześnie dostarczających materiałów zarezerwowanych do tej pory dla serwisów internetowych.

Jednocześnie jest to postulat dla wydawców prasowych, by wydania cyfrowe tworzyli w sposób atrakcyjny dla czytelnika – łączący jak najwięcej zalet tradycyjnych gazet i czasopism eksploatując jednocześnie nowoczesne możliwości technologiczne, takie jak np. ułatwiona nawigacja czy multimedia.

Można przypuszczać, że dla czytelników wersji papierowych prasa w swojej nowej, cyfrowej odsłonie jawi się jako byt nieco obcy, odległy. Ma to niewątpliwie związek z poczuciem własnej kompetencji czytelników a również z dozą tradycjonalizmu, właściwego wielu osobom w dojrzałym wieku. W tym świetle przełamanie sceptycyzmu tej grupy czytelników jest istotnym czynnikiem, stanowiącym o rozszerzaniu zasięgu prasy. Jeśli bowiem

„tradycjoniści” nie przekonują się do wersji cyfrowych, jednocześnie ulegając ogólnemu trendowi do zmniejszania intensywności czytania wersji papierowych, wówczas łączne zasięgi prasy będą coraz mniejsze.

Wykres 17. Postrzeżenie różnic między prasą w wersji cyfrowej i tradycyjnej



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: wszyscy respondenci; N=1006

Interpretując wyniki przedstawione w tym rozdziale trzeba mieć w pamięci, że deklaracje czytelników (np. te o utrzymywaniu się czytelnictwa danej kategorii pism na zbliżonym do aktualnego poziomie) dotyczą ogólnego zwyczaju czytelniczego nie są zaś deklaracją czytania w tym samym stopniu co obecnie konkretnych tytułów. Wydaje się, że taki element stylu życia, jakim jest czytelnictwo, jest dla ludzi istotny i nie zamierzają go intencjonalnie zarzucać. Z drugiej jednak strony, dane o zmniejszającej się częstotliwości lektury każą przypuszczać, że ów zwyczaj czytelnicy będą realizowali za pomocą mniejszej liczby tytułów, być może czytanych mniej regularnie.

-
- **Większość respondentów uważa, że bardzo źle by się stało, gdyby prasa papierowa w ogóle przestała się ukazywać.**
 - **Opinia o komplementarnym charakterze prasy w wydaniach cyfrowych, łączących zalety wersji drukowanych z możliwościami technologii internetowej, będzie ugruntowywała się wraz z akulturacją wydań elektronicznych oraz samego sprzętu do ich odczytu.**
-

7. MIGRACJA CZYTELNIKÓW NA NOŚNIKI ELEKTRONICZNE

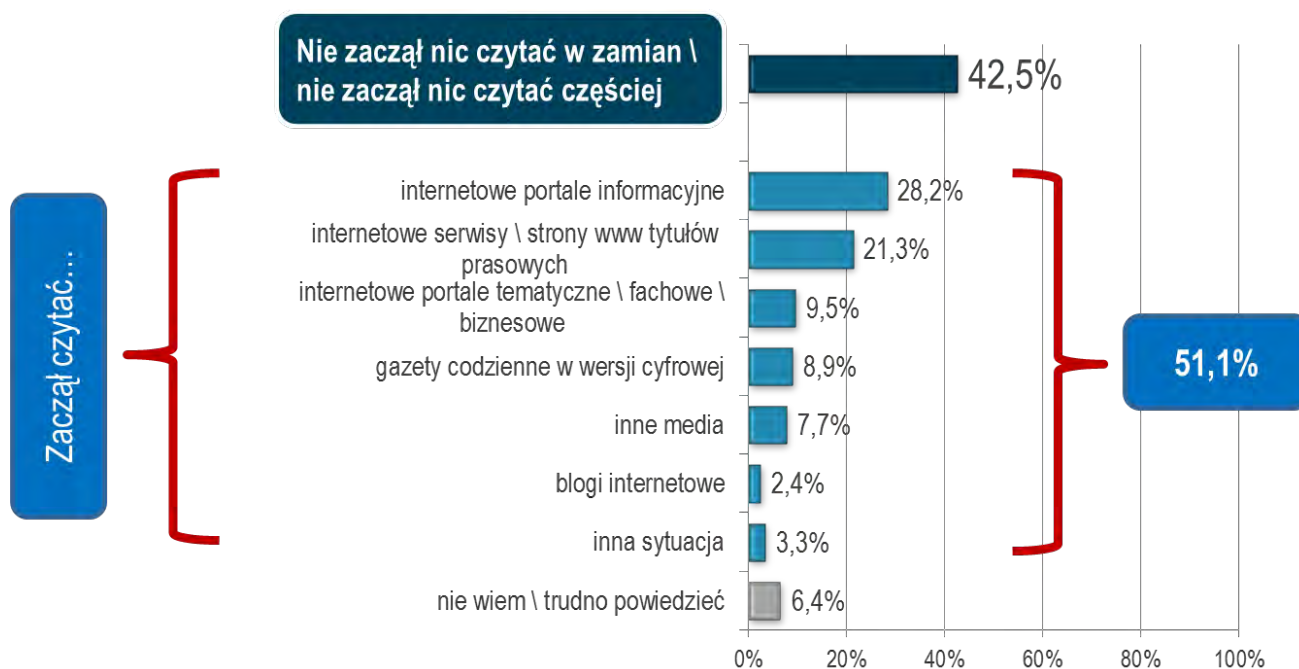
Obserwowany spadek intensywności czytania prasy papierowej ma związek z dostępnością bezpłatnych źródeł informacji w internecie. Takie uzasadnienie, rzadszego niż kiedyś czytania prasy, podaje pomiędzy 37 a 29% czytelników poszczególnych periodyczności czytających je z mniejszą intensywnością niż kiedyś.

Tendencja do spadku zainteresowania papierową wersją prasy i poszukiwania substytutu bezpłatnego w internecie (w postaci ogólnodostępnych informacji na portalach, serwisach tytułów prasowych czy blogach) najsilniej dotyczy gazet codziennych (37,3% takich deklaracji wśród czytelników, którzy obecnie rzadziej niż kiedyś czytają gazety codzienne w wersji papierowej).

Treści dostępne w internecie, czytane zamiast papierowych gazet codziennych to najczęściej internetowe portale informacyjne (28,2%), a w drugiej kolejności – bezpłatne internetowe serwisy tytułów prasowych (21,3%). Zastępowanie papierowych wersji gazet codziennych tego rodzaju źródłami informacji ma miejsce częściej niż w przypadku pozostałych rodzajów prasy takich, jak tygodniki opinii czy czasopism, co sugeruje, iż to właśnie ten rodzaj medium jest najłatwiej kanibalizowany.

Skłonność do czytania płatnych cyfrowych gazet codziennych w miejsce ich papierowych odpowiedników nie jest zjawiskiem częstym i dotyczy mniej niż co dziesiątego czytelnika obecnie rzadziej sięgającego po papierowe dzienniki (dokładnie 8,9% z nich).

Wykres 18. Zwyczaje czytelnicze osób rzadziej niż kiedyś czytających dzienniki w wersji papierowej



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: respondenci obecnie rzadziej czytający gazety codzienne w wersji papierowej; N=277

Warto zauważyć, że łącznie do czytelnictwa darmowych treści w internecie przyznaje się 37,3% osób obecnie rzadziej czytających gazety drukowane i istotnie statystycznie częściej dotyczy to młodszych czytelników – zadeklarowało tak blisko 50% osób w wieku 15-34 lata, którzy rzadziej czytają codzienną prasę w jej tradycyjnej formie. Jednocześnie to właśnie najmłodszy czytelnictwo w najmniejszym stopniu przyznają, że nie podjęli żadnych nowych zwyczajów czytelniczych w miejsce rzadszego czytelnictwa papierowych gazet, a zatem to z ich grona rekrutują się w największym stopniu ci, którzy dokonali migracji do medium cyfrowego – zarówno do źródeł bezpłatnych jak i w kierunku elektronicznych wydań gazet codziennych (15% wobec 8,9% ogółem).

Efekt ten w jeszcze większym stopniu dotyczy osób z wykształceniem powyżej średniego – 24% nie podjęło nowych aktywności czytelniczych i jednocześnie aż 62% zaczęło korzystać lub korzysta obecnie częściej z bezpłatnych źródeł informacji w internecie (dzienniki w wersji cyfrowej zaczęło czytać aż 17,5% z tego grona).

W tym samym kierunku działa fakt dostępu do technologii informacyjnych i aktywne korzystanie z internetu – w obydwu tych przypadkach czytelnicy rzadziej czytający wydania papierowe częściej deklarują korzystanie z treści darmowych w sieci. Co oczywiste, w gronie użytkowników internetowych serwisów prasowych niemal wszyscy (78,4%) zadeklarowali

zwiększenie intensywności korzystania z bezpłatnych źródeł treści prasowych w obliczu rzadszego czytania tradycyjnych gazet codziennych.

Zarazem osoby starsze, gorzej wykształcone i mniej obeznane z technologią i internetem istotnie częściej deklarowały, że obecna sytuacja rzadszego sięgania po tradycyjne gazety codzienne nie sprawiła, że sięgnęły po jakiekolwiek inne, konkurencyjne źródło treści prasowych.

Tabela 18. Zwyczaje czytelnicze osób rzadziej niż kiedyś czytających gazety codzienne w wersji papierowej?

Zacząłem czytać / częściej czytam...										
N=	Nie zacząłem nic czytać w zamian \ niczego częściej	...internetowe portale informacyjne	...internetowe serwisy tytułów prasowych	...internetowe portale tematyczne \ fachowe	gazety codzienne w wersji cyfrowej	...inne media	...inna sytuacja	...trudno powiedzieć	...darmowe treści w internecie (wynik łączny)	
Ogółem	277	42,5%	28,2%	21,3%	9,5%	8,9%	7,7%	3,3%	6,4%	37,3%
Wiek respondenta										
15-34 lata	90	33,1%	37,9%	31,9%	15,5%	15,1%	1,1%	2,6%	6,2%	49,3%
35-54 lata	88	37,8%	34,5%	24,1%	13,1%	6,2%	13,0%	0,0%	2,9%	46,4%
55 lat+	100	55,2%	13,8%	9,4%	0,9%	5,6%	9,1%	6,8%	9,7%	18,5%
Wykształcenie respondenta										
poniżej średniego	100	47,2%	15,5%	13,5%	3,9%	8,7%	16,3%	5,3%	7,5%	22,5%
średnie	86	57,1%	20,5%	10,1%	7,5%	4,5%	5,3%	0,0%	7,4%	28,3%
powyżej średniego	91	23,6%	49,4%	40,6%	17,5%	13,2%	0,7%	4,2%	4,3%	62,0%
Korzystanie z serwisów / portali internetowych										
internetowe serwisy tytułów prasowych	83	10,5%	57,9%	58,9%	26,7%	16,3%	1,9%	2,9%	3,3%	78,4%
internetowe portale informacyjne	128	22,8%	55,2%	38,9%	15,2%	12,3%	0,4%	3,0%	3,0%	67,6%
Dostęp do nowoczesnych technologii (sprzętu i internetu)										
tak	178	36,2%	38,4%	27,9%	11,8%	10,0%	6,2%	2,1%	3,7%	48,7%
nie	99	53,9%	9,7%	9,5%	5,3%	6,9%	10,5%	5,3%	11,3%	16,7%
Korzystanie z internetu										
często	174	28,4%	44,7%	32,4%	13,8%	14,0%	3,4%	2,2%	4,0%	57,7%
rzadko / wcale	103	66,4%	0,2%	2,7%	2,1%	0,2%	15,1%	5,1%	10,6%	2,8%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: respondenci obecnie rzadziej czytający gazety codzienne w wersji papierowej; N=277

Można zatem wnosić, że grono osób obecnie czytających prasę codzienną rzadziej dzieli się na dwie kategorie: młodszych, aktywniejszych, lepiej wykształconych którzy dokonują migracji do cyfrowych źródeł treści prasowych oraz starszych, gorzej wykształconych, którzy odchodząc od dzienników w przeważającej większości nie zaczynają korzystać z innych zasobów treści.

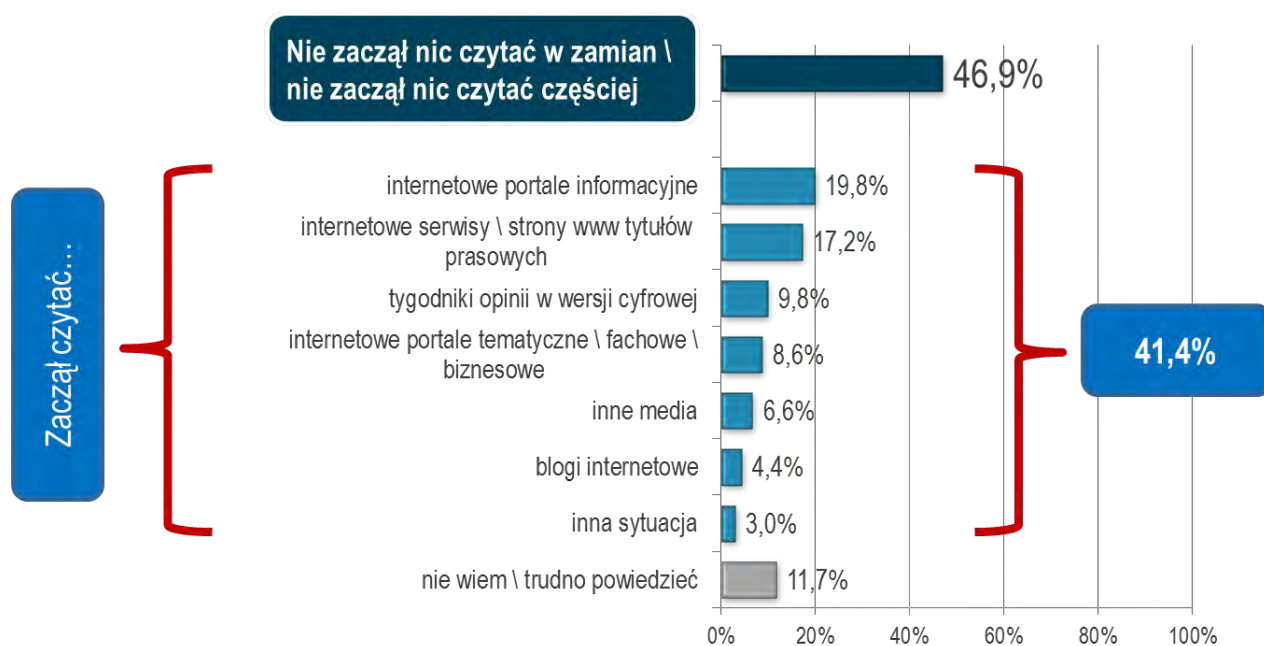
W przypadku tygodników opinii ogólny kierunek zmian zwyczajów czytelniczych jest podobny, różni się jednak ich intensywnością. Po pierwsze, czytelnicy papierowych wersji tygodników opinii czytających je rzadziej niż kiedyś, również odchodzą do bezpłatnych źródeł w internecie, ale zjawisko to jest rzadsze i dotyczy ok. 29% osób ze wskazanej grupy. Rzadziej również, co się wiąże z powyższą obserwacją, czytelnicy ci substytuują tygodniki papierowe bezpłatnymi źródłami internetowymi, takimi, jak internetowe portale informacyjne (19,8%) czy internetowe serwisy tytułów prasowych (17,2%), co pokazuje, iż tygodniki opinii są ogólnie trudniej zastępowalne przez bezpłatne treści w internecie niż gazety codzienne.

Skłonność do czytania płatnych cyfrowych wersji tygodników opinii w miejsce ich papierowych odpowiedników, podobnie, jak w przypadku gazet codziennych nie jest zjawiskiem częstym, jednakże nieco częstszym niż w przypadku dzienników i dotyczy - w przybliżeniu - co dziesiątego czytelnika, który obecnie rzadziej niż kiedyś czyta tygodniki opinii w wersji drukowanej.



W przypadku tygodników opinii częściej niż w przypadku gazet codziennych (i podobnie - częściej niż w przypadku czasopism tematycznych) mamy również do czynienia ze zjawiskiem spadku intensywności czytania, który nie pociągnął za sobą zainteresowania żadnym innym medium, co sugeruje, iż tygodniki opinii czy czasopisma kobiece budują większe przywiązanie wśród czytelników do konkretnej treści i formy (papierowej), jakie reprezentuje tego rodzaju prasa, a spadek jej czytelnictwa można tłumaczyć częściej niż w przypadku innych segmentów prasy ograniczaniem się czytelników do sięgania po mniejszą niż kiedyś liczbę tytułów.

Wykres 19. Zwyczaje czytelnicze osób rzadziej niż kiedyś czytających tygodniki opinii w wersji papierowej



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: respondenci obecnie rzadziej czytający tygodniki opinii w wersji papierowej; N=260

W gronie osób, które obecnie rzadziej czytają tygodniki opinii, ok. 29% korzysta obecnie częściej z darmowych źródeł informacji. Istotnie częściej dotyczy to tych czytelników, którzy mają dostęp do technologii i internetu oraz korzystają z internetowych źródeł treści prasowych.

Zwyczaj niesięgania do konkurencyjnych źródeł informacji w sytuacji rzadszego czytelnictwa tygodników opinii mniej zależy od wieku i wykształcenia niż miało to miejsce w przypadku dzienników, choć osoby z najstarszej grupy wiekowej istotnie częściej (aż 62% z nich) zdecydowały, że nie będą czytać niczego nowego w sytuacji osłabienia relacji czytelniczej z tygodnikami opinii.

Tabela 19. Zwyczaje czytelnicze osób rzadziej niż kiedyś czytających tygodniki opinii w wersji papierowej?

Zacząłem czytać / częściej czytam...										
N=	Nie zacząłem nic czytać w zamian \ niczego częściej	...internetowe portale informacyjne	...internetowe serwisy tytułów prasowych	...tygodniki opinii w wersji cyfrowej	...internetowe portale tematyczne \ fachowe	...inne media	...inna sytuacja	...trudno powiedzieć	...darmowe treści w internecie (wynik łączny)	
Ogółem	260	46,9%	19,8%	17,2%	9,8%	8,6%	6,6%	3,0%	11,7%	28,8%
Wiek respondenta										
15-34 lata	88	39,2%	25,3%	23,0%	15,5%	11,1%	1,8%	1,6%	9,1%	38,2%
35-54 lata	80	38,0%	30,0%	22,3%	6,9%	8,9%	15,2%	3,2%	9,9%	37,2%
55 lat+	92	61,9%	5,6%	7,3%	7,0%	6,1%	3,8%	4,2%	15,8%	12,5%
Wykształcenie respondenta										
poniżej średniego	95	51,4%	7,0%	5,2%	6,8%	1,5%	13,4%	0,5%	19,5%	11,9%
średnie	83	46,7%	25,2%	13,1%	6,5%	4,1%	5,2%	5,3%	10,9%	33,3%
powyżej średniego	82	41,8%	29,1%	35,4%	16,8%	21,5%	0,0%	3,5%	3,4%	43,9%
Korzystanie z serwisów / portali internetowych										
internetowe serwisy tytułów prasowych	69	15,4%	46,1%	58,9%	20,5%	28,3%	5,8%	4,7%	4,7%	69,8%
internetowe portale informacyjne	102	34,9%	37,5%	31,8%	16,8%	16,9%	4,3%	4,6%	6,5%	47,3%
Dostęp do nowoczesnych technologii (sprzętu i internetu)										
tak	154	38,0%	27,3%	25,3%	11,4%	11,5%	7,7%	4,7%	8,2%	39,4%
nie	106	59,8%	8,9%	5,6%	7,5%	4,5%	5,0%	0,5%	16,8%	13,5%
Korzystanie z internetu										
często	161	36,1%	30,6%	27,5%	15,1%	13,9%	3,9%	3,4%	7,3%	45,1%
rzadko / wcale	99	64,4%	2,2%	0,5%	1,2%	0,0%	10,9%	2,4%	18,8%	2,2%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: respondenci obecnie rzadziej czytający tygodniki opinii w wersji papierowej; N=260



Czytelnicy czasopism kobiecych, którzy zmniejszyli intensywność czytania tego rodzaju prasy, podobnie, jak czytelnicy tygodników opinii częściej (47%) nie poszukują niczego zamiast papierowych pism kobiecych niż sięgają po treści dostępne w internecie czy innych mediach (39%). Pokazuje to, iż z jednej strony, prasa ta należy do kategorii „broniącej się” przed bezpłatnymi treściami w internecie, a z drugiej wskazuje, iż internet nie ma takiej mocy substytuowania prasy kobiecej, jak w przypadku innych jej rodzajów.

Analiza rodzajów bezpłatnych źródeł internetowych czytanych zamiast czasopism kobiecych pokazuje przewagę internetowych portali informacyjnych (22,3%) nad internetowymi serwisami tytułów prasowych, co może mieć związek z większą dostępnością tych pierwszych.

Wykres 20. Zwyczaje czytelnicze osób rzadziej niż kiedyś czytających drukowane czasopisma kobiece



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: respondenci obecnie rzadziej czytający czasopisma kobiece w wersji papierowej; N=246

Deklaracja o braku poszukiwania nowych źródeł w celu pozyskiwania dostępu do treści prasowych w obliczu rzadszego czytelnictwa tradycyjnej wersji czasopism kobiecych jest częstsza wśród starszych czytelników. Oni również w najmniejszym stopniu planują sięgać po darmowe treści w internecie. Odwrotna tendencja dotyczy młodszej grupy, w której rzadziej była mowa o tym, że nie zaczęli czytać niczego w zamian i jednocześnie ponad 53% wskazało, że częściej korzysta z darmowych treści w internecie. Jest to więc kierunek zależności analogiczny do obserwowanego w przypadku innych segmentów prasy: dzienników i tygodników opinii.

Tabela 20. Zwyczaje czytelnicze osób rzadziej niż kiedyś czytających czasopisma kobiece w wersji papierowej?

		Zacząłem czytać / częściej czytam...									
N=	Nie zacząłem nic czytać w zamian \ niczego częściej	...internetowe portale informacyjne	...internetowe serwisy czasopism kobiecych	...internetowe portale tematyczne \ fachowe	...czasopisma kobiece w wersji cyfrowej	...inne media	...inna sytuacja	...trudno powiedzieć	...darmowe treści w internecie (wynik łączny)		
Ogółem	246	46,8%	22,3%	14,0%	12,0%	8,9%	5,4%	4,5%	13,9%	29,7%	
Wiek respondenta											
15-34 lata	74	30,8%	43,3%	30,5%	10,3%	10,2%	4,8%	2,4%	5,6%	53,3%	
35-54 lata	80	48,5%	19,1%	11,0%	17,5%	7,3%	5,4%	9,2%	14,0%	26,8%	
55 lat+	92	58,1%	8,4%	3,5%	8,7%	9,3%	5,8%	2,1%	20,5%	13,2%	
Wykształcenie respondenta											
poniżej średniego	94	54,5%	9,2%	9,9%	8,0%	6,3%	7,3%	6,5%	15,9%	16,5%	
średnie	81	54,7%	20,6%	10,8%	4,8%	4,4%	3,5%	4,4%	11,3%	26,5%	
powyżej średniego	71	27,6%	41,5%	23,2%	25,6%	17,5%	4,9%	2,0%	14,2%	50,5%	
Korzystanie z serwisów / portali internetowych											
internetowe serwisy tytułów prasowych	65	12,3%	56,7%	37,2%	29,8%	24,6%	8,7%	8,1%	4,3%	66,4%	
internetowe portale informacyjne	100	27,6%	43,5%	19,8%	16,0%	16,9%	4,7%	7,0%	8,7%	49,6%	
Dostęp do nowoczesnych technologii (sprzętu i internetu)											
tak	135	40,9%	33,6%	22,5%	16,9%	13,3%	4,6%	5,6%	5,3%	43,1%	
nie	111	54,0%	8,7%	3,7%	6,1%	3,6%	6,2%	3,2%	24,3%	13,4%	
Korzystanie z internetu											
często	132	31,4%	35,1%	25,7%	18,6%	12,8%	4,2%	5,3%	10,3%	47,2%	
rzadko / wcale	114	64,7%	7,4%	0,4%	4,4%	4,4%	6,7%	3,6%	18,1%	9,2%	

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: respondenci obecnie rzadziej czytający czasopisma kobiece w wersji papierowej; N=246



Czytelnicy drukowanych wersji czasopism tematycznych, po które obecnie sięgają rzadziej niż kiedyś w 31% przeszli do bezpłatnych treści w internecie. W przypadku czasopism tematycznych papierowa wersja, częściej niż w przypadku innych rodzajów prasy, substytuowana jest przez takie źródła internetowe, jak portale tematyczne czy fachowe, co oczywiście wiąże się ze specyficznym charakterem tej prasy. Co ciekawe jednak, czasopisma tematyczne należą również do tych, które częściej niż inne rodzaje prasy zastępowane są przez płatne cyfrowe odpowiedniki (14,4%), co może wiązać się z faktem, iż w przypadku prasy tematycznej jej czytelnicy częściej niż czytelnicy innego typu prasy chcą przechowywać

i ponownie sięgać po przeczytane wydania, np. prasę kulinarną, podróżniczą, itp. czemu sprzyja jej cyfrowa forma.

Wykres 21. Zwyczaje czytelnicze osób rzadziej niż kiedyś czytających drukowane czasopisma tematyczne



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: respondenci obecnie rzadziej czytający czasopisma tematyczne w wersji papierowej; N=226

Relatywnie częściej, niż w przypadku innych segmentów prasowych, osoby które obecnie rzadziej czytają czasopisma tematyczne w wersji papierowej, zdecydowały się sięgać po ich wersje cyfrowe. Szczególnie wiele takich osób jest w gronie młodszych czytelników (do 34 lat), osób z wykształceniem powyżej średniego oraz korzystających aktywnie z internetu i nowoczesnych technologii.

Jest to profil użytkownika treści cyfrowych zgodny z odmalowywanym dla omawianych wcześniej segmentów prasy. Warto jednak zwrócić uwagę, że w przypadku czasopism tematycznych odsetek deklarujących zwrócenie się ku cyfrowym wersjom tego typu wydawnictw, jest wyższy zarówno w porównaniu do dzienników (8,9%), tygodników opinii (9,8%) jak i czasopism kobiecych (8,9%), a różnica ta utrzymują się lub stają się jeszcze wyraźniejsza jeśli brać pod uwagę specyficzne grupy czytelników, szczególnie podatne na migrację do cyfrowych formatów prasy (np. wśród osób 15-34 lata, częstsze czytelnictwo dzienników w wersji cyfrowej wskazało 15,1%, tygodników opinii – 15,5%, czasopism kobiecych – 10,2% zaś czasopism tematycznych w wersji cyfrowej aż 26,9%).

Tabela 21. Zwyczaje czytelnicze osób rzadziej niż kiedyś czytających czasopisma tematyczne w wersji papierowej?

		Zacząłem czytać / częściej czytam...								
N=	Nie zacząłem nic czytać w zamian \ niczego częściej	...internetowe portale informacyjne	...internetowe portale tematyczne \ fachowe	...internetowe serwisy czasopism tematycznych	...czasopisma tematyczne w wersji cyfrowej	...inne media	...inna sytuacja	...nie wiem \ trudno powiedzieć	...darmowe treści w internecie (łącznie wynik)	
Ogółem	226	42,0%	18,4%	18,0%	17,5%	14,4%	7,5%	4,0%	13,5%	31,1%
Wiek respondenta										
15-34 lata	66	20,6%	34,0%	28,4%	26,4%	26,9%	7,6%	2,4%	11,3%	46,4%
35-54 lata	65	42,1%	22,6%	22,6%	16,7%	9,1%	8,6%	8,0%	9,5%	37,2%
55 lat+	95	56,8%	4,7%	7,6%	11,9%	9,2%	6,6%	2,3%	17,8%	16,3%
Wykształcenie respondenta										
poniżej średniego	97	45,9%	9,4%	5,6%	10,3%	12,5%	11,2%	4,4%	13,9%	18,8%
średnie	70	54,0%	15,8%	20,2%	13,1%	8,4%	3,0%	4,4%	14,0%	29,7%
powyżej średniego	59	21,6%	36,3%	35,5%	34,7%	24,5%	6,8%	2,7%	12,4%	52,7%
Korzystanie z serwisów / portali internetowych										
internetowe serwisy tytułów prasowych	61	6,1%	52,4%	45,8%	49,7%	26,9%	5,4%	8,9%	4,2%	76,7%
internetowe portale informacyjne	81	13,2%	41,0%	28,3%	40,4%	25,1%	3,7%	8,4%	10,1%	59,0%
Dostęp do nowoczesnych technologii (sprzętu i internetu)										
tak	130	27,4%	29,6%	27,8%	27,6%	20,9%	9,1%	5,3%	8,5%	48,5%
nie	96	61,9%	3,4%	4,7%	3,9%	5,5%	5,4%	2,2%	20,3%	7,5%
Korzystanie z internetu										
często	128	19,4%	32,4%	31,3%	30,5%	24,5%	6,7%	5,3%	11,8%	54,3%
rzadko / wcale	98	71,7%	0,1%	0,5%	0,5%	1,0%	8,5%	2,2%	15,8%	0,8%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania terenowego, podstawa: respondenci obecnie rzadziej czytający czasopisma tematyczne w wersji papierowej; N=226

Z analizy odpowiedzi respondentów o przyczyny rzadszej niż kiedyś lektury drukowanej prasy: zarówno codziennej jak i czasopism, wynika, że w dużym stopniu jest to efekt zmiany zwyczaju czytelniczego. Należy spodziewać się, że czytelnicy czytają mniej różnych tytułów niż kiedyś i że czynią to mniej regularnie. Choć nie wszyscy wskazują przy tym, jakoby bezpośrednim motywem było sięganie do innych źródeł, to jednak należy przypuszczać, że zaznacza się tu wpływ zanurzania w środowisku informacyjnym, które aktualnie jest bardziej nasycone komunikatami napływającymi z różnych mediów. Nie jest więc konieczny intencjonalny wybór nowego medium ażeby mieć dostęp do informacji, o którą wcześniej należało bardziej świadomie zabiegać.

Można zatem przypuszczać, że w przyszłości drukowana prasa będzie czytana z mniejszą intensywnością nie tylko z uwagi na intencjonalnie wybierane, bezpłatne źródła informacji ale również z uwagi na fakt, że informacje z tych źródeł są silnie obecne w otoczeniu – w postaci linków w internetowych portalach społecznościowych, powielane przez serwisy informacyjne czytane z innych powodów itp. Tak więc siła wpływu bezpłatnych źródeł informacji na zwyczaje czytelnicze prasy drukowanej wykracza poza zjawisko intencjonalnego, świadomego substytuowania prasy ze strony czytelników.

-
- **Prasa kobieca należy do kategorii najlepiej „broniącej się” przed bezpłatnymi treściami w internecie, a internet nie jest w stanie równie skutecznie substytuować czasopism kobiecych niż ma to miejsce w przypadku innych rodzajów prasy.**
-