

Øjet på sporet

– Et nyt syn på relationen mellem læser og avis.

En analyse af Det Fri Aktuells læserundersøgelse med Eye-trac-brillen.

Trine Daimi Kalliomäki

Vejleder: John Christian Jørgensen

Speciale ved Institut for Nordisk Filologi

Københavns Universitet, vinteren 1999.

FORORD	4
INDLEDNING	5
1 AVISLÆSEVANER.....	10
1.1 DEN DAGLIGE AVISLÆSNING	14
1.2 DET FRI AKTUELT ER EN NICHEAVIS.....	17
1.3 FAKTORER SPILLER SAMMEN.....	18
2 METODEVALG	20
2.1 HVORFOR LIGE EYE-TRAC?.....	20
2.2 EYE-MARK-BRILLEN	22
2.3 EYE-TRAC-BRILLEN – TEKNISK SET.....	24
3 LÆSESITUATIONEN: ØJET OG LÆSNINGEN.....	28
3.1 HJERNEN SER	28
3.2 SYNSFELTET	29
3.3 FRA PERIFERI TIL FOKUS	30
3.4 KIGGE ELLER SE.....	30
3.5 LÆSNING	31
3.6 SAMMENFATNING	34
4 DEN KONKRETE EYE-TRAC-UNDERSØGELSE.....	35
4.1 ANTALLET AF LÆSERE	36
4.2 KRITERIER FOR VALG AF LÆSERE	37
4.3 DE FYSISKE RAMMER	39
4.4 UDGANGSINTERVIEW	41
5 ANDRE UNDERSØGELSER MED EYE-TRAC.....	42
5.1 TAGES-ANZEIGERS EYE-TRAC-UNDERSØGELSE: TESTSITUATIONEN	42
5.1.1 <i>Tages-Anzeigers Eye-trac-undersøgelse</i>	43
5.1.2 <i>Tages-Anzeiger: intensitet vs. effektivitet</i>	44
5.1.3 <i>Det generelle læsemønster for Tages-Anzeigers læsere</i>	46
5.1.4 <i>Sammenfatning af Tages-Anzeigers læserundersøgelse.</i>	47
5.2 DAGENS NYHETERS EYE-TRAC-UNDERSØGELSE	47
5.2.1 <i>Det generelle læsemønster for Dagens Nyheters læsere</i>	49
5.2.2 <i>Sammenfatning for Dagens Nyheter</i>	50

5.3	AMERIKANSK EYE-TRAC-UNDERSØGELSE: EYES ON THE NEWS	51
5.3.1	<i>Det generelle læsemønster for de amerikanske læsere</i>	52
5.3.2	<i>Observerede elementer</i>	52
5.3.3	<i>Stofområder</i>	54
5.3.4	<i>Sammenfatning for den amerikanske Eye-trac-undersøgelse</i>	54
5.4	SAMMENFATNING	54
6	SÅDAN LÆSTE DE	56
6.1	STATISTIK.....	56
6.1.1	<i>Læsemønster</i>	59
6.1.2	<i>Tekstprioriteringer</i>	61
6.1.3	<i>Stofområder</i>	62
6.2	SAMMENFATNING	64
7.1	LÆSNINGER OG KOMMENTARER	65
7.1.1	<i>Forsiden</i>	65
7.1.2	<i>Dagens navne – det generelle læsemønster</i>	68
7.1.3	<i>Overskrift på højkant</i>	69
7.1.4	<i>Kunstnerisk grafisk løsning</i>	71
7.1.5	<i>Den nære model</i>	72
7.1.6	<i>Håbet hedder Danmark</i>	74
7.2	SAMMENFATNING	75
8	JOURNALISTISK FORTÆLLETEKNIK	77
8.1	FORTÆLLETEKNIK.....	77
8.1.1	<i>Nyhedstrekanten</i>	78
8.1.2	<i>Sammenfatning</i>	84
	AFSLUTNING.....	85
	PERSPEKTIVERING	88
	BEGREBSAFKLARING.....	91
	LITTERATURLISTE.....	93
	BILAGSOVERSIGT.....	96

Forord

I 1994 havde jeg den fornøjelse at tilbringe tre måneder i praktik på Det Fri Aktuelt avisen som i dag hedder Aktuelt. En fornøjelse der varede i flere år da jeg efterfølgende fortsatte som konsulent i marketingafdelingen med udvikling af avislayout og redigering af profilaviser som mit arbejdsområde.

Blandt mange andre udfordringer som jeg blev beriget med i min tid på avisen, var den at gennemføre en læserundersøgelse med brug af den såkaldte Eye-trac-teknologi. Jeg blev så fascineret af mulighederne i metoden at jeg besluttede at gøre undersøgelsen til emnet for mit speciale.

Selve Eye-trac-undersøgelsen blev gennemført af Det Fri Aktuelts marketingafdeling i juli måned 1994 i samarbejde med Forskningscenter Risø. Teknologien bag Eye-trac-metoden findes i Danmark kun på Risø.

Undersøgelsen blev designet af en arbejdsgruppe som bestod af marketingchef Christian Kabel, Det Fri Aktuelt, og lic.psych., Ph.d. John Paulin Hansen, Risø, samt mig selv. John Paulin Hansen ledede undersøgelsen, og interviewede læserne. Under selve optagelsen blev han assisteret af forskningstekniker Erling Johansen, og ved udtegningen af øjenbevægelsesmønstre på selve avisen bistod professor Kenji Ihto, Tokio Institute of Technology. Jeg fandt frem til læserne ud fra abonnementsmassen, og forestod alt det praktiske i forbindelse med arrangementet.

Jeg har skrevet en rapport til Det Fri Aktuelt om undersøgelsen og holdt foredrag på Journalisternes Efteruddannelse og udvalgte dagblade om emnet. Siden hen har jeg haft rig lejlighed til at anvende erfaringerne i andre sammenhænge til vurdering og udvikling af layout på diverse aviser og tidsskrifter.

Jeg har sidst i specialet placeret en begrebsafklaring hvor de udtryk som jeg har skønnet ikke er almindeligt kendte er forklaret.

Indledning

Internettet vil blive en grundlæggende del af hverdagen, hvor man vil få forskudt sit informationsbehov mere mod Nettet og mindre mod de traditionelle medier. Aviserne vil forsvinde, og vi vil i stedet kunne klikke os ind på nye, store blandingsmedier, hvor tekst, lyd, billeder og videoklip smelter sammen i et¹.

Denne profeti fremsatte den såkaldte web-guru, Jakob Nielsen i et interview i det seneste nummer af journalisternes fagblad, Journalisten. Den samme profeti stod at læse i Det Fri Aktuelt i marts måned, 1994, i artiklen Dit digitale dagblad². Dette til trods udkommer aviser fortsat på papir i Danmark – men spørgsmålet: hvor længe? presser sig mere og mere på. Internettet har i vid udstrækning overtaget rollen som avisens nærmeste konkurrent fra tv, ligesom tv i sin tid overtog den plads fra de andre dag- og lokalblade. Aviserne er hårdt spændt for. Både læser- og oplagstal falder til trods for at der bliver flere og flere husstande i Danmark. Samtidig hævdes det at aviserne er kommet for langt væk fra deres læsere, at de er elitære og skræmmer deres læsere over i andre medier.

Vi bevæger os mod sydeuropæiske tilstande, hvor det kun er en veluddannet minoritet, som læser aviser. Det er den logiske konsekvens af, at aviserne så ensidigt bliver skrevet for højtuddannede. Det får konsekvenser for demokratiet, når tv helt overtager positionen som det dominerende medie. I dag er aviserne et korrektiv, hvis noget går galt eller for vidt. Den rolle kan aviserne ikke spille, hvis de kun bliver læst af en lille særligt interesseret minoritet³.

Medieforsker, lektor Jørgen Poulsen, udtalte sig i disse skarpe vendinger til Ugebrevet Mandag Morgen – umiddelbart efter færdiggørelsen af rapporten *Måske-læsere – Dagbladenes muligheder i mediekonkurrencen* – med kritik af især de store landsdækkende morgenaviser som efter hans mening er alt for langt fra deres læsere og gør for lidt for at møde dem der hvor de er.

¹ Møller, Tina Hauge: *Aviserne vil ikke overleve Internettet*. I: Journalisten, nr. 18, 1994, side 16.

² Hesseldahl, Peter: *Det digitale dagblad*. I: Det Fri Aktuelt, den 22. marts, 1994, side 16

³ *Elitære danske aviser skræmmer læserne væk*. I: Ugebrevet Mandag Morgen, nr. 38, den 2. november, 1998, side 8.

Krisen for danske dagblade er ikke ny. Antallet af titler på det danske avismarked har været faldende siden begyndelsen af dette århundrede, og er det fortsat⁴.

En lille avis der gerne vil klare sig på et marked med konkurrenter der er meget større må gøre noget ganske særligt for at vinde terræn. Det gjorde Det Fri Aktuelt i 1994 da man besluttede at lade 12 læsere læse avisen med en såkaldt Eye-trac-brille på.

Avisproduktion er et gammelt håndværk med gamle traditioner. Jeg lægger vægt på dette aspekt fordi det afspejler at måden man laver aviser på i dag er resultat af mange generationers erfaringer og praktisk hensyntagen til den forhåndenværende teknologi. Journalister er traditionelt uddannet i mesterlære hvor håndværket blev givet videre fra mester til svend. Journalisthøjskolen er en forholdsvis ny opfindelse og dermed også den teoretiske tilgang til faget.

Der eksisterer mange indgroede forestillinger om hvordan det er bedst at bygge en avis op. Forestillinger der bygger på forskellige aldrig efterprøvede præmisser for eksempel om at højresiden er bedre end venstresiden, at læseren læser fra venstre mod højre eller at læseren har en fast, forudbestemt læserytme.

Flere af de fremgangsmåder der bruges i avisproduktion fra skrivning til layout har således deres oprindelse i overvejelser der aldrig er blevet underbygget af undersøgelser af hvordan læseren rent faktisk bruger avisen i praksis. For eksempel er nyhedstrekanten det fremherskende fortælletekniske princip i den skrevne nyhedsformidling i dag. Med de praktiske fordele den tilbyder journalisten i skriveprocessen og redaktionssekretæren i opsætningen af avisen har den fået umådelig stor udbredelse også ud fra en betragtning om at det er en fordel for læserne. Med Eye-trac-metoden har man imidlertid fået adgang til en helt ny viden om læsernes måde at bruge avisen på der giver et nyt syn på hvordan avisen bedst kan formidle det daglige budskab til sine læsere.

Med analyser af udvalgte læsninger i avisen registreret med Eye-trac-brillen, vil jeg søge at fremdrage og perspektivere den ny viden omkring forholdet mellem læser og avis som er tilgængelig med denne metode. De indgroede forestillingers og traditionelle fremgangsmåders relevans vil blive diskuteret i denne sammenhæng. Her lægger jeg især vægt på en diskussion af, hvorvidt nyhedstrekanten er den mest hensigtsmæssige fortælleteknik.

Specialet er opdelt i 8 kapitler:

⁴ Bennike, Sigurd: *Avis og ugebladslæsning i 1980'erne*. Viborg, Grafisk litteratur, 1994, side 9ff.

Med udgangspunkt i Jørgen Poulsens undersøgelse *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?*⁵ skitserer jeg i kapitel 1 om avislæsevaner en række faktorer der har betydning for danskernes avislæsevaner. En stor bekymring for størstedelen af de dagblade der er på markedet i dag, er det faldende oplagstal og den faldende frekvens i avislæsning. Der oplystes en række mulige forklaringer på denne udvikling. Danskernes daglige tidsforbrug til avislæsning diskuteres ud fra en tese om at der er kan være en sammenhæng mellem den tidsmængde læseren bruger på at læse sin avis hver dag og hans/hendes tilfredshed med avisen. I denne diskussion inddrager jeg Gaby Bachofner⁶, Åke Hallberg⁷ og Sigurd Bennike⁸. Eye-trac-metoden er unik i den måde den registrerer hvordan læseren læser en avis. Eye-trac-brillen optager læsningen direkte og registrerer samtidig læserens tidsforbrug. Dermed er målingen af tidsforbruget ikke afhængig af læserens lyst eller evne til at gengive læsningen i detaljer.

Det Fri Aktuelt placerer sig som en lille nicheavis i et marked med meget store konkurrenter der har mange flere ressourcer til at markedsføre sig og forære avisen væk i diverse tilbudsordninger. Baggrunden for at vælge at gennemføre en Eye-trac-analyse beskrives.

Jeg har lagt stor vægt på den funktionelle side af Eye-Trac-metoden fordi den ikke er ikke almindeligt kendt og ikke tidligere har været anvendt i Danmark til en læserundersøgelse af denne størrelse. I kapitel 2 om metodevalg vil jeg derfor minutiøst beskrive hvordan Eye-trac-udstyret er udviklet og nogle af de anvendelsesområder som det typisk har. Eye-trac-udstyrets forgænger, Eye-mark-udstyret, var Det Fri Aktuelts første introduktion til denne form for læserundersøgelser og overbeviste avisen om de muligheder som lå i at optage læsernes øjenbevægelser. Jeg bruger her den rapport som undersøgelsens leder, lic.psych., Ph.d. John Paulin Hansen efterfølgende udfærdigede samt diverse tidsskrift- og avisartikler, som beskriver metoden og den anvendelsesområder⁹.

Kendskab til hvordan øjet arbejder under læsning er en forudsætning for at forstå hvordan Eye-trac-brillen fungerer og indgår i kapitel 3 i en

⁵ Poulsen, Jørgen: Dagbladsprojektet *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?* RUC, Kommunikationsuddannelsen, 1996

⁶ Bachofner, Gaby: *Making a newspaper more reader-friendly*. Paper in Seminar on publishing. The necessity for research. London, November 24-26th. 1993. Esomar.

⁷ Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992.

⁸ Bennike, Sigurd: *Avis og ugebladslæsning i 1980'erne*. Viborg, Grafisk litteratur, 1994..

⁹ Hansen, John Paulin: *Analyse af læsernes informationsprioritering*. Kognitiv systemgruppen, Forskningscenter Risø, Roskilde, 1994. Ikke publiceret.

vurdering af Eye-trac som metode til at registrere øjets bevægelser under læsning – herunder hvad der er læst og ikke læst. I min beskrivelse af selve læseprocessen lægger jeg vægt på samspillet mellem øjets motoriske funktion og forståelsesprocessen. Jeg inddrager Åke Hallberg¹⁰ samt forskellige perceptionsforskere.

Kapitel 4 er en beskrivelse af hvordan Det Fri Aktuelt's undersøgelse med Eye-trac-udstyret rent praktisk blev gennemført. Der gøres rede for overvejelser omkring antallet af testpersoner og udvælgelsen af dem. Selve testsituationen og det afsluttende udganginterview beskrives.

I kapitel 5 fremlægger jeg resultaterne af tre udenlandske Eye-trac-undersøgelser, en amerikansk, en schweizisk og en svensk. Den amerikanske undersøgelse er et studie omkring tre store regionale aviser¹¹. Formålet var at undersøge hvilken betydning brugen af farve i trykningen havde for læserens opmærksomhedsfordeling under læsningen. Den svenske avis, Dagens Nyheter, var interesseret i hvilken opmærksomhed læserne tildelte annoncerne¹² og endelig brugte den schweiziske avis, Tages-Anzeiger¹³, undersøgelsen på samme måde som Det Fri Aktuelt til en generel orientering i hvordan læseren bruger avisen og de prioriteringer der på forhånd er lagt ud i udformningen af layoutet. Trods undersøgelseernes forskellige sigte er det muligt at fremdrage en række træk, som tyder på at avislæserne bruger layout-elementerne på samme måde uanset kulturelle og sproglige forskelle.

Det forhold uddyber jeg i kapitel 6 som primært er en fremlæggelse af data fra den danske Eye-trac-undersøgelse. Hvor det er muligt sammenlignes med resultaterne af den amerikanske undersøgelse. Desuden inddrages Det Fri Aktuelt's Page-Traffic-analyse for en sammenligning af læsernes præferencer inden for stofområder.

Resultaterne af den danske undersøgelse samt fællestræk for alle fire undersøgelser, eksemplificeres i kapitel 7 med analyser af konkrete læsninger af udvalgte avisopslag. I analysen inddrages læsernes kommentarer til deres egen læsning.

Det er nu muligt i kapitel 8 at diskutere nyhedstrekantens anvendelighed som fortællateknisk princip i formidlingen af nyhedsstof. Jeg anvender to af

¹⁰ Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992, side 31.

¹¹ Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991.

¹² Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992.

¹³ Bachofner, Gaby: *Making a newspaper more reader-friendly*. Paper in Seminar on publishing. The necessity for research. London, November 24-26th. 1993. Esomar.

grundbøgerne fra undervisningen på Danmarks Journalisthøjskole: *Journalistikkens grundtrin* af Mogens Meilby og *Beyond the Inverted Pyramid* af George Kennedy et al.¹⁴. *Eyes on the News* vil blive inddraget i diskussionen¹⁵.

¹⁴ Meilby, Mogens: *Journalistikkens grundtrin*, fra ide til artikel. Århus, Ajour, 1996.

¹⁵ Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991.

1 Avislæsevaner

De dedikerede avislæsere bliver færre og færre. Det vækker naturligt bekymring hos danske dagblade som svarer igen med store undersøgelser der skal give svar på hvordan læseren kan fastholdes som læser.

I undersøgelsen *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag*¹⁶ tegner Jørgen Poulsen et billede af danske avislæsevaner og det danske avismarked. I perioden 1983-95 er der blevet 11 færre hovedtitler på det danske avismarked. Samtidig er det samlede dagbladsoplag reduceret med 11%. Dette skal ses i lyset af at antallet af selvstændige dagblade har været faldende siden begyndelsen af århundredet, så det er altså ikke et nyt fænomen. Men hvor det lokale dagblad indtil 1970'erne havde sin primære konkurrent i et andet lokalt dagblad så vurderer Jørgen Poulsen at nedgangen i oplagstal og avislæsefrekvensen siden slutningen af 1980'erne især skyldes det øgede tv-udbud fra 1989 (TV2 og satellit-tv). Desuden synes der at være en sammenhæng mellem læsefrekvens og socialgruppe.

Der tegner sig et klart portræt af ikke-brugere af aviser: Først og fremmest ældre og pensionister uden uddannelse, arbejdsløse, [Bistandsmodtagere], men også unge travle småbørnsfamilier, der måske hverken har tid eller råd til daglig avislæsning.¹⁷

Til dette bemærker Jørgen Poulsen at de nævnte grupper også er storforbrugere af tv.

Der er især fem faktorer der har haft indflydelse på den faldende frekvens i avislæsning. Den første er at de ældre mellem- og lavtuddannede der siden deres ungdom har betragtet avislæsningen som en pligt, er ved at dø ud. Den anden faktor er at skønt de unge i dag har et højere uddannelsesniveau og dermed skulle læse mere avis så er der endnu ikke så mange af dem at det resulterer i en totalt højere frekvens i avislæsning. For det tredje, er de unge der har et højere uddannelsesniveau senere til at etablere sig, og dermed også senere til at begynde at holde egen avis. For det fjerde, bruger stadig flere mere tid på at se tv og mange får dermed dækket deres behov for nyheder gennem dette medie. Endelig bemærker Jørgen Poulsen som den sidste og femte faktor at udgiften til den daglige avis for de mange som i dag bor alene eller er eneforsørgere er relativt højere end for andre fordi de jo er alene om

¹⁶ Poulsen, Jørgen: Delrapport, *At læse avis*. Dagbladsprojektet *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?* RUC, Kommunikationsuddannelsen, 1996, side 32.

¹⁷ Poulsen, Jørgen: Delrapport, *At læse avis*. Dagbladsprojektet *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?* RUC, Kommunikationsuddannelsen, 1996, side 30.

at bære den. Desuden er tiden en faktor, og den enlige er typisk enten meget udadventt eller befinder sig måske i den modsatte ende med et højt tv-forbrug. Denne type husstande vil have et ”væsentligt lavere avisforbrug end andre husstande.”¹⁸

Til belysning af tv som konkurrerende nyhedsmedie har Dansk Målgruppe Index¹⁹ spurgt til interessen for nyheder i tv blandt avislæsere. Mere end 80% af de adspurgte siger at de er meget/ret interesserede i nyheder i tv. Procenten er på samme niveau for alle uanset hvilken avistype de læser og uanset hvor i landet de bor. At der er en stor interesse for nyheder i tv betyder dog ikke at tv-nyhederne har 80% af læserne som seere. Jeg medtager det blot for at illustrere at tv-mediet fylder meget i læsernes bevidsthed som nyhedsformidler, og at det er netop på dette område at konkurrencen er. På spørgsmål om interesse for aktuelt, politisk stof, sport og underholdning i tv ses ikke den samme overensstemmelse, og slet ikke de samme udslag.

Det Fri Aktuelt er som en lille, men landsdækkende avis, hårdt ramt af det generelle fald i antallet af aviskøbere. I 1980 havde den et oplag på 57.120 stk. på hverdage²⁰. I 1994 var oplaget faldet til 40.075²¹ og den seneste opgørelse fra Dansk Oplagskontrol viser for 1. kvartal 1999 et oplag der er helt nede på 27.870 stk. Det Fri Aktuelt har især haft mange læsere i kategorien af de ældre mellem- og lavtuddannede²² der ser det at holde avis som en samfundspligt. En stor del af avisens nedgang i oplaget kan forklares med at denne gruppe falder fra, men det er ikke hele forklaringen. De store landsdækkende morgenaviser har ikke oplevet det samme drastiske fald i oplaget, som formiddagsaviserne Ekstrabladet og BT²³. Politiken svinger op og ned i oplag mens det kun går frem for Berlingske Tidende og Morgenavisen Jyllandsposten. Morgenavisen Jyllands Posten har haft held til at fordoble oplaget med en massiv markedsføringsindsats. Om det høje oplag vil holde sig også når indsatsperioden er forbi, er ikke til at vide endnu. Selvom Det Fri Aktuelt i perioden 1984-99 kun har haft en oplagsnedgang på 29.250 stk. mod for eksempel Ekstrabladets 101.168 i samme periode, så er der for Det Fri Aktuelts vedkommende tale om mere end en halvering, og

¹⁸ Poulsen, Jørgen: Delrapport, *At læse avis*. Dagbladsprojektet *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?* RUC, Kommunikationsuddannelsen, 1996, side 37-8.

¹⁹ Bennike, Sigurd: *Avis og ugebladslæsning i 1980'erne*. Viborg, Grafisk litteratur, 1994, side 73.

²⁰ Kilde: Oplagstal og Markedstal, 1991. Gengivet i: Bennike, Sigurd. *Avis og ugebladslæsning i 1980'erne*. Viborg, Grafisk litteratur, 1994, side 13.

²¹ Dansk oplagskontrol, 1994.

²² Se appendix A

²³ *Politiken*, 3. sektion, søndag d. 7. marts 1999, forsiden.

avisen er nu nede på så lille et oplag at det knap kan betale de faktiske udgifter til at udgive avisen. Allerede i 1994, var bekymringen stor.

Oplagstal for de 5 største landsdækkende dagblade

Årstal/ Avis	Politiken	Berl. Tid.	EB	BT	Jyll. Posten
1980 ²⁴	138.856	115.351	249.537	227.677	89.708
1994	153.214	134.909	177.124	164.383 ²⁵	153.050
1999	148.177	156.006	148.369	123.629	178.869

Tabel 1

Ser man på den generelle udvikling i læsertallet i forholdet land/by så er der i dag den omvendte tendens af hvad man kunne iagttage i begyndelsen af århundredet hvor flytningen til byerne var en forudsætning for udbredelsen af aviserne. I dag ses avislæsningen at falde først i byerne og tæt befolkede områder. Jørgen Poulsen forklarer det med at der i byerne er flere personer der bor alene, og flere der har et mellemhøjt eller lavt uddannelsesnivea med deraf følgende øget tendens til tv-kiggeri. Det gælder dog ikke for de mange højtuddannede i Nordsjælland som fortsat læser meget avis.

Her ses også det paradoks at antallet af husstande i Danmark er steget, men at oplagstallet ikke er fulgt med. Det eneste avismedie som ikke oplever et fald i oplaget er de gratis distriktsblade som oven i købet har øget deres oplag med 56% i perioden 1983-94²⁶.

Internet vinder frem som en stadig større konkurrent til avismediet i adgangen til de daglige nyheder. Det har de fleste dagblade indset, og har derfor deres egen Internetudgave hvor dagens nyheder kan læses. Flere aviser (blandt andet Morgenavisen Jyllands Posten) har opdelt deres Internetavis i en afdeling der kun er tilgængelig for abonnenter, og en afdeling der er tilgængelig for alle. Det ser jeg som et forsøg på at fastholde den trofaste abonnent ved at give ham/hende et fortrin frem for gratisterne. Der er også mulighed for at modtage nyheder gratis via e-mail, et system som blandt andet Politiken tilbyder.

²⁴ Kilde: 1980: Oplagstal og Markedstal 1991 i: Bennike, Sigurd: *Avis og ugebladslæsning i 1980'erne*. Viborg, Grafisk litteratur, 1994, side 13.; 1994 & 1999: Dansk Oplagskontrol. Alle tal gælder for hverdage.

²⁵ Ifølge udgivererklæring til Dansk Oplagskontrol, feb. 1994.

²⁶ Poulsen, Jørgen: Hovedrapport. Dagbladsprojektet *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?* RUC, Kommunikationsuddannelsen, 1996, side 12.

På Det Fri Aktuelt blev jeg præsenteret for et interessant forslag til fremtidens avis. Det er en avis som distribueres elektronisk via Internet og først printes ud hos læseren. Den skulle trykkes på et genanvendeligt plastmateriale. På denne måde kunne man hver morgen modtage de sektioner/dele af avisen som man på forhånd havde bestilt, og efter endt brug komme materialet tilbage i maskinen til genanvendelse. Perspektivet i kun at få de dele af avisen som har interesse, er ganske positivt. Først og fremmest af ressourcehensyn med tanke på hvor stort besvær for eksempel en læser af Berlingske Tidende kan have med at skaffe sig af med de kilovis af papir som avisen udgør i løbet af en uge. Og dernæst fordi stoffet så er valgt på forhånd, og man slipper for at tage stilling til en masse emner som ikke har interesse. En artikel i Det Fri Aktuelt i marts måned 1994 beskriver den digitale avis som fremtidens avis²⁷. Flere internationale aviser havde allerede på dette tidspunkt valgt at udkomme i elektroniske udgaver, blandt andet Chicago Tribune, USA, og Le Soir, Belgien.

Den amerikanske avis Chicago Tribune udkommer i 20-30 forskellige udgaver med lokale tillæg, alt efter, hvilket område, den udsendes i. Ydermere udkommer den 5-6 gange dagligt²⁸.

En avis der er nøje tilpasset læserens behov vil have stor relevans for den individuelle læser, men endnu er det for ressourcekrævende at lave en avis, der helt ned i detaljen er tilpasset individuelle behov. Politikens e-mail-nyheder kan nu også bestilles differentieret på stofområder. Ulempen er naturligt at man ikke bliver stimuleret til at udvide sin horisont til at omfatte emner som man ikke på forhånd har bestilt eller har kendskab til. I modsætning til når man bladrer i en avis hvor blikket også vil blive fanget af artikler som man ikke på forhånd havde forestillet sig at man skulle læse. Jørgen Poulsen siger dog at mange læsere har et meget fast læsemønster og bevidst vælger dele af avisen fra. Den observation gjorde vi også i Eye-trac-undersøgelsen, som også viste at dette læsemønster forudsætter at læseren har et indgående kendskab til avisen, og ved hvor det som skal vælges fra er placeret i avisen. Når først der er bladret op på et opslag vil blikket blive fanget af elementerne i det opslag. Det tema vil jeg vende tilbage til senere.

²⁷ Hesseldahl, Peter: *Det digitale dagblad*. I: Det Fri Aktuelt, den 22. marts, 1994, side 16.

²⁸ Hesseldahl, Peter: *Skræddersyet avis*. I: Det Fri Aktuelt, den 22. marts, 1994, side 17.

1.1 Den daglige avislæsning

Avisudgiveren interesserer sig som et område af flere for hvor lang tid avislæseren bruger på den daglige avislæsning. Her er det gyldne spørgsmål om tidsforbruget har indflydelse på tilfredsheden med avisen og tilbøjeligheden til at forny abonnementet?

Som også Jørgen Poulsen gør opmærksom på, er der store individuelle forskelle i opfattelsen af hvad det vil sige at have læst avisen. Er det nok at have bladret den igennem, og kastet et blik på tv-oversigten, eller skal man have læst et bestemt antal artikler? Er tiden en faktor så det blot er et spørgsmål om hvor længe man har haft avisen i hånden?

Et meget interessant perspektiv på spørgsmålet er at anskueliggøre hvor lang tid det reelt tager at læse en avis. På den schweiziske avis Tages-Anzeiger²⁹ vidste man at læseren dagligt brugte 22 minutter i gennemsnit på at læse avisen. Hvor meget avis kunne de nå at læse på den tid?

En normal redaktionel side i dagens avis blev læst af 10 tilfældige læsere – bogstav for bogstav. De brugte i gennemsnit 11,15 minutter på at læse siden, og det ville altså have taget dem godt 300 minutter at læse hele den pågældende dags avis på 27 sider. Det svarer til at kun 7% af den dags avis ville være blevet læst. Det regnestykke gjorde det klart for Mediagruppen ved Tages-Anzeiger at det at læse en avis hovedsagelig består i at kaste et flygtigt blik på artiklerne eller at læse en rubrik her eller en manchete der.

Danske undersøgelser af avislæsevaner kommer frem til vidt forskellige resultater når de spørger læserne hvor meget tid de bruger på at læse avisen. Det skyldes metodeforskelle, og at læserne har en tendens til at overdrive deres faktiske læsetid. På baggrund af sin undersøgelse³⁰ hvor 62 informanter blev interviewet om deres avislæsevaner, vurderer Jørgen Poulsen at læserne overdriver deres faktiske læsetid med 100-200%. Som jeg vil komme tilbage til når jeg beskriver det særlige ved netop Eye-trac-metoden, så må man i interviewundersøgelser, i modsætning til Eye-trac-metoden, forlade sig ikke bare på informantens oprigtighed, men også på informantens evne til at huske og gengive hvad han/hun lavede for eksempel i går. Man vil aldrig komme frem til et korrekt og nøjagtigt tal blot ved at spørge læseren, men kun til et svar på hvad de husker, eller ønsker at huske.

²⁹ Bachofner, Gaby: *Making a newspaper more reader-friendly*. Paper in Seminar on publishing. The necessity for research. London, November 24-26th, 1993. Esomar.

³⁰ Poulsen, Jørgen: Delrapport, *At læse avis*. Dagbladsprojektet *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?* RUC, Kommunikationsuddannelsen, 1996, side 25.

En udmærket illustration af dette forhold er gengivelsen af genkaldelsesprocenten for annoncer i den svenske Eye-trac-undersøgelse³¹. Med Eye-trac-metoden er det muligt at fastslå forskellen mellem hvad læseren har set, hvad han/hun umiddelbart efter testen husker at have set og hvad han/hun husker dagen efter. Testen viste for en given annonce på side 3 at 94% af læserne havde bemærket den, men umiddelbart efter testen kunne kun 80% huske at have set den. Genkaldelsesprocenten den følgende dag var kun 53. Hellsidesannoncer blev set af 89% af læserne, kun 44% kunne genkalde sig den dagen efter. Den lave genkaldelsesprocent dagen efter kan måske forklares med at læserne ikke var interesserede i netop det der blev - annonceret for eller måske at annoncen var udformet på en sådan måde at den hverken havde sat sig fast i korttids- eller langtidshukommelsen. Når man spørger læseren hvad han/hun kan huske at have set i avisen dagen før, må man tage højde for at hukommelsen kan spille læseren et puds.

Socialforskningsinstituttet registrerede i 1987 med brug af den såkaldte ”døgnrytmeteknik” hvordan danskerne generelt brugte deres tid. Den viste at mænd på en gennemsnitsdag brugte 22 minutter på at læse dagens avis medens kvinder i gennemsnit brugte 15 minutter (18 minutter for voksne danske avislæsere i gennemsnit).

Læsetid for gårsdagens avis					
	VIGTIGSTE AVIS				
	Alle danske aviser	Landsdækkende morgenaviser	Landsdækkende formiddagsaviser	Lokal avis	Næstvigtigste avis
	-----	-----	%	-----	-----
	-	---		---	---
Under 10 min.	4	3	4	5	10
10-19 min.	16	14	18	17	28
20-29 min.	22	20	22	23	23
30-44	26	26	24	27	18

³¹ Beskrevet i: Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992.

min.					
45-59	12	14	10	12	7
1 time eller mere	15	19	14	12	6
ved ikke	5	4	18	4	8
Antal interviewede	16.551	4.746	2.800	9.037	5.379

Kilde: DMKs læseradfærdsundersøgelse 1985³²

FIGUR 1

Dansk Media Komite spurgte i 1985 udvalgte avislæsere hvor meget tid de brugte på at læse gårsdagens avis. Her var gennemsnittet godt 30 minutter for de der læser avis. Ovenstående gennemsnit fra SFI er gennemsnittet for den samlede befolkning altså også dem der ikke læser avis. Korrigeret for denne forskel og med tillæg for læsning i sekundær avis kommer man frem til ca. en halv times avislæsning om dagen. DDF-Henley rapport fra 1994³³ kommer frem til et tal på 37,5 minutter om dagen for de der læser avis

I vores undersøgelse med Eye-trac brugte de to hurtigste læsere 14 minutter og de to mest grundige 52 minutter på at læse avisen. Det svarer til et gennemsnit 26 minutter. Den tid det tog at indstille udstyret og eventuelt justere det undervejs, er ikke medregnet. De to læsere der kun brugte fjorten minutter, gav udtryk for at det var den tid de normalt brugte på at læse avisen. Jeg kunne forestille mig at de ville have brugt længere tid hvis de havde syntes at de skulle gøre en ekstra indsats for vores skyld. At de netop ikke brugte mere tid tyder på at de læste avisen som de plejede og at vi havde ramt tæt på det faktiske læsemønster. De 26 minutter er især fremkommet ved at to læsere brugte rigtig meget tid på avisen (52 min.) og dermed trak gennemsnittet op. Flertallet af læserne brugte omkring 20 minutter på at læse avisen. Den amerikanske undersøgelse med Eye-trac³⁴ ligger lidt lavere med 17 minutter, men det kan skyldes at læserne har læst i en prototype på kun 20 sider mod hverdagsavisens flere hundrede sider.

Jo tættere på den faktiske læsesituation tidsforbruget måles eller angives jo mere nøjagtigt vil det også blive. Vores læsere brugte rent faktisk den tid der er angivet, men om de bruger den samme tid til hverdag kan vi ikke vide. De nævnte undersøgelser viser et stort spring i det daglige tidsforbrug fra ca.

³² I: Bennike, Sigurd: *Avis og ugebladslæsning i 1980'erne*. Viborg, Grafisk litteratur, 1994, side 73.

³³ *Mediernes betydning i hverdagen* – En rapport udarbejdet af Henley Centre for Danske Dagblades Forening. (1994), side 2.

³⁴ Garcia, M.R. og Stark, P: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991.

15 til 37,5 minutter. Sigurd Bennike vurderer at niveauet måske er for højt i de undersøgelser hvor man alene forlader sig på informanternes angivelser så...

... er der intet der tyder på at nogle befolkningsgrupper skønner mere forkert end andre således at relationerne formodentligt er nogenlunde rigtige selvom niveauet altså er forkert.³⁵

Det er Sigurd Bennikes vurdering at de 18 minutter i SFI-undersøgelsen nok er tættest på virkeligheden, men at forholdet mellem de angivne læsetider i ovenstående skema (figur 1) må formodes at være rigtigt selv om niveauet måske ligger lidt for højt. Jørgen Poulsen mener – ud fra en vurdering af forholdet mellem informanternes angivelse af tidsforbrug, og det reelle tidsforbrug som man kan slutte sig frem til – at det faktiske tidsforbrug for dem der læser avis hver dag er langt mindre end opgivet og reelt ligger på 10-20 minutter. For gennemsnittet af hele befolkningen ligger det i intervallet 6-12 minutter.

Uanset om det er det ene eller det andet minuttal der kommer virkeligheden nærmest, så er det ikke meget tid der bruges på avisen om dagen i betragtning af hvor meget læsestof avisen indeholder. Som Tages-Anzeigers anskuelighedsregnestykke så klart viser, er det helt urealistisk at forvente at læseren skulle læse absolut alt i avisen (vi havde dog som det senere vil fremgå en person i undersøgelsen der kom tæt på at gøre det). Som udgangspunkt havde vi en formodning – som vi i øvrigt delte med Tages-Anzeiger – om at en læser der bruger meget tid på sin avis er en læser der er glad for sin avis.

1.2 Det Fri Aktuelt er en nicheavis

Aktuelt er en prioriteret avis hvis erklærede ambition det er at vise at den kan skelne mellem væsentligt og uvæsentligt. Der er ikke økonomisk grundlag for at lave en meget omfangsrig avis – oplaget er lille (omkring 36.000 i 1994), og annonceomsætningen er begrænset – så man har valgt at gøre en dyd ud af nødvendigheden og prioritere den plads der er til rådighed. Den prioriterede avis er en avis der har en høj informationsværdi og en lav underholdningsværdi. Forstået sådan at blandt andet tegneserier, og det som Jørgen Poulsen kalder ”112”- stof³⁶, en samlet betegnelse for politistof, ulykker og sensationer, ikke tildeles ret meget plads.

³⁵ Bennike, Sigurd: *Avis og ugebladslæsning i 1980'erne*. Viborg, Grafisk litteratur, 1994, side 37.

³⁶ Poulsen, Jørgen: Delrapport, *At læse avis*. Dagbladsprojektet *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?* RUC, Kommunikationsuddannelsen, 1996, side 16.

Tv-program, tegneserier og livsstilsartikler er tildelt mindst mulig plads. Livsstilsartikler får kun plads hvis de samtidig vinkles med et politisk eller samfundsmæssigt sigte.

For den prioriterede avis er det meget vigtigt at være i samklang med læseren. Avisen har som sagt en begrænset læserskare. Derfor må man holde på dem man har.

Der er flere metoder til at undersøge læserens forhold til avisen. Det Fri Aktuelt valgte i sommeren 1994 en såkaldt Eye-trac-undersøgelse med registrering af læsernes øjenbevægelser under læsning af avisen. Den var starten på en lang proces der i første omgang - i august 1994 - resulterede i en "ny" Det Fri Aktuelt med nye retningslinjer for udformningen af layoutet og enkelte ændringer i placeringen af stofområder. Blandt andet blev lederen flyttet fra side 2 ind i avisen fordi det viste sig at den var meget læst. På den måde kunne man "lokke" flere læsere til at læse længere ind i avisen (af samme grund står mælken bagest i et supermarked).

Efter yderligere udviklingsarbejde og kvalitative tests af prototyper kom i august 1997 en ny avis i et helt nyt format blandt danske dagblade. Man havde taget konsekvensen af en begrænset køber-/læserskare fuldt ud, og tog nu identiteten som nicheavis på sig. Det Fri Aktuelt skulle være en smal avis til en begrænset skare af meningsdannere i Danmark. Avisen fik igen navnet Aktuelt som den havde haft i perioden 1959-1987 (i perioden 1871-1959 hed den Social Demokraten). Formatet er det amerikanske som blandt andet er kendt fra avisen USA Today. Formatet har cirka samme højde som broadsheet (Politiken) og samme bredde som tabloid (BT).

Da redaktionen og marketingafdelingen på Det Fri Aktuelt i foråret 1994 begyndte at debattere kvaliteten i avisen var det ud fra en erkendelse af at formen, altså layoutet, er ligeså vigtig en parameter for læserens tilgang til avisen som indholdet er det. Det nytter ikke at prioritere stoffet og tilstræbe høj kvalitet i journalistikken hvis prioriteringen ikke gøres tydelig for læseren ved et godt layout. Med et godt layout skal forstås et layout der på bedst mulig måde guider læseren gennem avisen. Det skal sikre at de redaktionelle prioriteringer er tydeliggjort for læseren så det vigtigste element er størst, for eksempel at hovedhistorien illustreres med det største foto på opslaget og en stor rubrik, at den næstvigtigste historie har et lidt mindre foto osv.

1.3 Faktorer spiller sammen

Der er mange faktorer der spiller ind når læseren vælger sit avis køb; økonomi, tid, interesse, tradition og relevans – for at nævne de vigtigste. Jo flere af disse faktorer avisen tager højde for, jo flere læsere vil den nok have.

Derfor er det vigtigt især for en lille avis at kende indholdet af disse faktorer og vide så meget om sine læsere som muligt. Det var den viden der var baggrunden for at se nærmere på hvordan læseren bruger layoutet til at orientere sig i avisen. Målet var at kende læsernes krav og at kunne leve op til dem og dermed øge brugsværdien for den prioriterede avis i et marked hvor den lille avis har svært ved at klare sig mod aviser med større volumen.

2 Metodevalg

Formålet med Eye-trac-undersøgelsen var for Det Fri Aktuelt at finde den optimale måde at kommunikere med læseren på. Følger læseren de prioriteringer som redaktionen på forhånd har lagt ud i layoutet? Og er de tydelige nok så læseren uden for meget besvær kan finde det han/hun søger eller har interesse for? Hvordan skal avisen udformes så læseren oplever at den har en høj brugsværdi og en høj grad af relevans? Og hvordan skal layoutet udformes hvis man vil sikre den størst mulige sammenhæng mellem det grafiske og det journalistiske?

Som allerede nævnt får avisen større og større konkurrence fra andre medier der formidler nyheder, blandt andet Internet og tv. De fleste tv-stationer har et morgenprogram med nyhedsindslag der kan erstatte den nyhedsinformation som morgenavisen traditionelt har givet. Det fikse ved tv er at man kan lave noget andet samtidig med at man følger med i udsendelsen, for eksempel give børnene mad. Hvis avisen skal kunne hamle op med de elektroniske konkurrenter, betyder det at det skal være lettere at overskue avisen hvorved læseren også skal bruge meget mindre tid på at læse den, og den tid der bruges vil sandsynligvis blive brugt bedre. Læseren skal uden at anstrenge sig for meget kunne finde frem til de nyheder og emneområder der har særlig interesse. Det vil jeg komme nærmere ind på i et kapitel 6 om resultaterne af undersøgelsen.

2.1 Hvorfor lige Eye-trac?

I Det fri Aktuelts marketingafdeling valgte man to metoder til at undersøge hvordan man kunne gøre layoutet bedre. Den ene var en Page-Traffic-analyse hvor 900 læsere blev spurgt om deres avislæsevaner, og den anden var en Eye-trac-analyse hvor 12 avislæsere blev inviteret til at læse avisen med den såkaldte Eye-trac-brille på. Eye-trac-brillen registrerer øjets bevægelser medens der læses.

Perceptionsforskningen har anvendt kameraudrustninger til at registrere perception via synet i godt tres år. De første udrustninger var meget klodsede og krævede ofte at læserens hoved var spændt fast og at undersøgelsesobjektet var fikseret³⁷.

Med moderne teknik er det blevet muligt at konstruere små lette miniaturekameraer (koblet til dataregistrering), og det er grundlaget for den

³⁷ Ejlersen, Lene: *Perception*. Synet og de levende billeder. Cand.phil. speciale, Institut for Film, Tv og Kommunikation, 1991, side 35.

seneste landvinding Eye-trac-undersøgelsesudstyret³⁸ i daglig tale kaldet Eye-trac-brillen. Forgængerer til Eye-trac-brillen, Eye-mark-brillen, er i mange år indgået i Kognitiv Systemgruppen's³⁹ testning af visuelle grænseflader, for eksempel samarbejdet mellem øje og hånd under betjening af komplekse betjeningspaneler. I dag har Eye-trac-brillen overtaget denne funktion⁴⁰. Det Fri Aktuelt valgte Eye-trac-metoden fordi det er den metode der kommer nærmest til at give et objektivt billede af hvordan læseren orienterer sig i avisen ved hjælp af layoutet.

Af øvrige områder hvor Eye-trac-brillen er blevet anvendt, vil jeg nævne det medicinske hvor man i USA blandt andet har brugt den til at stille diagnosen Alzheimers sygdom. Her kan brillen registrere at patienten læser en tekstlinie om og om igen hvilket netop er et symptom ved denne sygdom.

På det militære område har man brugt Eye-trac-brillen til at undersøge koordineringen af øjets og håndens bevægelser under betjening af komplekse kontrolpaneler, og har dermed fået viden om hvordan kontrolpanelet skal udformes så det er mest hensigtsmæssigt for brugeren.

Den seneste opfindelse jeg har kendskab til, er en computer der styres med øjnene i stedet for via et tastatur eller en computermus⁴¹. Det er især en hjælp for personer der ikke kan bruge hænderne. Systemet fungerer på den måde at der på computeren er monteret en nær-infrarød diode og et kamera der opfanger refleksionen i øjet. Efter en simpel indstillingsprocedure (kalibrering) vil computeren hele tiden kunne beregne hvor øjet kigger hen. Med denne metode skal man blot kaste blikket på et ikon på skærmen, så aktiveres den tilhørende funktion ved hjælp af Eye-trac-brillen.

Der er i øvrigt tankevækkende tidsbesparende perspektiver i sådan en funktion også til andre computerbrugere. Mange museskader ville sikkert kunne undgås hvis man flyttede en del af kontrollen med programfunktioner fra musen til Eye-trac-udstyr. Endnu er det for dyr en løsning til at blive hver mands øje, men det er kun et spørgsmål om tid.

Der er mange flere anvendelsesområder, men det som har interesse i denne sammenhæng er registrering af øjenbevægelser under læsning. Til det

³⁸ Den tekniske betegnelse for udstyret er ASL Eye Tracking System model 4000 SU.

³⁹ Kognitiv systemgruppen er et institut på Risø som undersøger kognitive processer. John Paulin Hansen var ansat her. Beskrivelsen af udstyret bygger delvis på hans fremstilling i: Hansen, John Paulin: *Analyse af læsernes informationsprioritering*. Kognitiv systemgruppen, Forskningscenter Risø, Roskilde, 1994. Ikke publiceret.

⁴⁰ Senest er dette arbejde beskrevet i en avisartikel i Jyllands Posten, d. 14/11-99, 1. sektion, side 6. Bl.a. blev udstyret fragtet til Frankrig for at teste et nyt instrument i et flycockpit hos en fransk flyfabrikant.

⁴¹ Illustreret Videnskab nr. 9/94, side 44. Bonniers Specialmagasiner. Og Hansen, John Paulin: *Sjælens spejl kan styre TV*. I: Ingeniøren, 24. november, 1995, 1. sektion side 12.

formål er Eye-trac blevet anvendt i flere lande blandt andet USA, Schweiz, Sverige og Danmark.

2.2 Eye-mark-brillen

Inden vi kastede os ud i den ambitiøse undersøgelse med Eye-trac-brillen startede vi med en forundersøgelse med Eye-mark-brillen⁴² hvor en enkelt kvindelig studerende fra RUC deltog. Undersøgelsen med Eye-mark-brillen foregik på Risø. Eye-trac-brillen var på det tidspunkt så ny at den endnu ikke fandtes i Danmark, men var bestilt hjem fra USA.

Eye-mark-brillen vejer 850 gram, er noget mere klodset end efterfølgeren Eye-trac-brillen og giver ikke den samme frihed i læsningen. Men princippet i dataregistreringen er det samme. Derfor henviser jeg til kapitel 3.3 om Eye-trac-brillen i dette speciale for den tekniske beskrivelse af hvordan brillen fungerer.

Eye-mark-brillen tillader ikke læseren fuld bevægelighed. Af hensyn til registreringen af øjets bevægelser må hovedet holdes forholdsvis stille og i en konstant afstand til undersøgelsesobjektet. Før undersøgelsen bliver undersøgelsesobjektet, for eksempel en avis, derfor opklæbet på en plade som stilles på et stativ i læseafstand foran læseren. Der læses et opslag ad gangen. Før hver læsning lukker læseren øjnene. Når objektet er klar åbnes øjnene og læsningen kan begynde. Når vedkommende er færdig med læsningen gives der tegn til forsøgslederen om at skifte opslag.

Der er altså ikke mulighed for at registrere en generel læserytme for en hel avis. Der er heller ikke mulighed for at konstatere om der er hele opslag som læseren vælger fra, om læseren foretrækker at læse avisen forfra eller bagfra, om der bladres frem og tilbage i avisen el.lign.

Ingeniøren var den første danske avis, der blev testet med Eye-mark-brillen. Allerede i 1992 deltog 4 ingeniører i en test hvor Ingeniøren nr. 18 fra den 1. maj 1992 blev læst⁴³.

Trods metodens begrænsninger var undersøgelsens resultater så interessante at man valgte at kaste sig ud i et større projekt med 12 læsere og det nye Eye-trac-udstyr.

⁴² Se figur 2 side 22.

⁴³ Lilholt, Henrik: *Sådan læser du Ingeniøren*. I: Ingeniøren, 24. juli, 1992, 1. sektion, side 7.



Figur 2
Eye-mark-brillen

2.3 Eye-trac-brillen – teknisk set

Eye-trac-brillen er ikke en brille i normal forstand, men et stykke teknisk udstyr⁴⁴ der består af to meget små videokameraer, en nær-infrarød diode og et refleksspejl, visiret. Alle delene er spændt fast på et let stativ der sættes på hovedet og fikseres. Den vejer kun ca. 500 g. Den ringe vægt og udstyrets tekniske fortræffelighed tillader læseren fri bevægelighed i læsningen under undersøgelsen. Undersøgellesobjektet skal ikke fikseres, men blot holdes indenfor læserens synsfelt.

Eye-trac-brillen⁴⁵ har tre funktioner:

1. At videoptage det læseren ser på.
2. At registrere øjets bevægelser.
3. At registrere pupillens størrelse.

Det ene kamera filmer i blikretningen⁴⁶ enten direkte fra en position oven på hovedet eller indirekte placeret under refleksspejlet (se figur 4, punkt 5). Billedet optages på et EMR-bånd (Eye Mark Recording) og vises på en videomonitor. Den nær-infrarøde diode (se figur 4, punkt 1) sender infrarødt lys ind i øjet. Lyset kan ikke registreres af øjet, og generer eller blænder derfor ikke. Det infrarøde lys reflekteres i bagøjet og pupillen og kastes tilbage på visiret hvorfra det opfanges af det andet kamera som sender det via CCD-modtageren (Charge Coupled Device)⁴⁷ til en computer. Registreringen af øjets position omsættes til et lille mærke, en hvid firkant, som kopieres ind i videobilledet af det som filmes i blikretningen og lagres på EMR-båndet. På denne måde kan man med millimeters nøjagtighed følge hvad læseren kigger på og hvor længe. EMR-båndet kan afspilles på en almindelig videomaskine og resultatet analyseres evt. i slowmotion.

Når øjet bevæges flyttes de to reflekspunkter. Inden forsøget starter justeres (kalibreres) udstyret. Det sker ved at læseren bliver bedt om at rette blikket mod ni faste punkter som allerede er registreret i computeren. Derved kan computeren aflæse reflekspunkterne og regne ud hvor netop denne person retter blikket hen også medens blikket flyttes.

⁴⁴ Se figur 3 næste side.

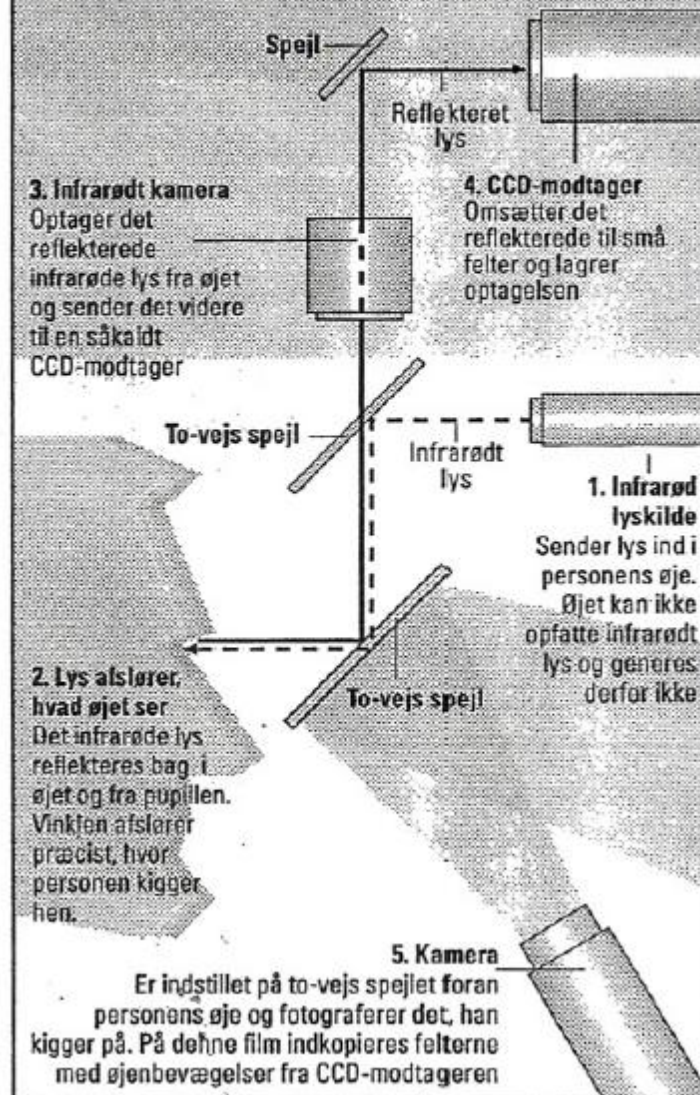
⁴⁵ Se figur 4 side 25.

⁴⁶ Se figur 4 side 25.

⁴⁷ Refererer til den modtagechip som sidder i kameraet

Sladrebrillen afslører, hvad vi kigger på

Ved at sende infrarødt lys ind i øjet og derefter opfange refleksionerne, kan man måle præcist, i hvilken retning en person kigger. Det nederste kamera optager det, personen ser på. Derefter kopieres øjets bevægelser oven i kamerabilledet



Figur 3

Eye-trac-brillen, teknisk set

Gengivet efter Illustreret videnskab nr. 9/94 side 45. Bonniers specialmagasiner.



1: Kameraet optager det, læseren betragter foran sig. Det kan enten sidde under visiret, eller over brillen.

2: Kameraet, der opfanger det infrarøde lys, som reflekteres i øjet. Ved hjælp af det registreres øjets bevægelser.

3: Visiret, der virker som et to-vejspejl. Det reflekterer bl.a. det infrarøde lys, som kastes tilbage fra øjet.

Figur 4

Eye-trac-brillen

Den sidste funktion hvor brillen måler pupillens størrelse, og dermed kan opfange om læseren reagerer følelsesmæssigt på det vedkommende ser, er ikke medtaget i denne undersøgelse.

Det fascinerende ved Eye-trac-metoden er for mig at den så at sige tillader at man kigger læseren over skulderen. I modsætning til interviewundersøgelser hvor man må forlade sig på læserens formodede oprigtighed og troværdighed samt pålidelige hukommelse, kan man her direkte følge med i hvad der kigges på, i hvilken rækkefølge og hvor længe.

Mange indvender når de hører om metoden at læseren kan ”snyde” og vælge at se på noget andet end de normalt ville. Resultatet ville så være at vi ikke fik et objektivt billede af hvad der fanger læserens opmærksomhed eller hvordan læseren bruger layoutet. I det næste kapitel vil jeg beskrive øjets funktion og dermed argumentere for at læseren ikke frit kan vælge hvad der fanger øjets opmærksomhed eller hvor blikket flyttes hen. Først når blikket er flyttet, og man har opfattet hvad det er man ser på kan man vælge at kigge videre eller at flytte blikket.

3 Læsesituationen: Øjet og læsningen

Det følgende er en kortfattet gennemgang af hvordan øjet arbejder under læsning og indgår i en vurdering af Eye-trac som metode til at registrere øjets bevægelser under læsning herunder hvad der er læst og ikke læst. Der er ikke tale om en udtømmende beskrivelse af øjets anatomi og funktion da det ligger udenfor mit emne. I min beskrivelse af selve læseprocessen lægger jeg vægt på samspillet mellem øjets motoriske funktion og forståelsesprocessen

3.1 Hjernen ser

Det er ikke øjet der ser, men hjernen. Eller sagt på en anden måde: Øjet modtager synsindtryk via nethinden som lyset falder på. I hjernen bliver de omsat til betydninger. Populært sagt kan nethinden (retina) ses som en forlængelse af hjernen uden for hjernebarken (cortex). Øjet skal altså ikke, som det ofte bliver, sammenlignes med et kamera da det ikke kan fastholde et billede, men sender det videre til hjernen. Man kan allerhøjest hævde at det man ser er den endelige aktivitet i hjernebarkens projektionsområde⁴⁸.

When we look at something, the pattern of neural activity represents the object and to the brain is the object.⁴⁹

Øjenbevægelserne styres af de signaler hjernen modtager fra synsindtrykket. Det er oftest områder med kontraster der fanger øjets umiddelbare opmærksomhed, for eksempel et foto med en person i bevægelse eller som i denne undersøgelse et foto af en traditionelt klædt muslim med en ghetto-blaster, eller en sjov ordsammensætning. Først når hjernen har registreret hvad man ser på er der mulighed for at vælge om man vil se videre eller kigge væk. Den proces hvor der vælges tager brøkdele af et sekund, og er oftest ikke bevidst for læseren.

I den første test med Eye-mark-brillen bemærkede læseren en artikel der var illustreret med et foto af to nonner som kyssede hinanden i tæt omfavelse. Det foto tiltrak sig megen opmærksomhed fra læseren som under læsning et andet sted på siden gentagne gange kastede blikket på det foto, men aldrig så længe ad gangen at hun decideret fikserede på det. Øjet er blevet fanget af et interessant synsindtryk, og blikket er blevet flyttet, men omtrent samtidig er en impuls gået til hjernen med meddelelse om at billedet var kontroversielt, ”frækt”, og ikke skulle have opmærksomhed. Det ligger

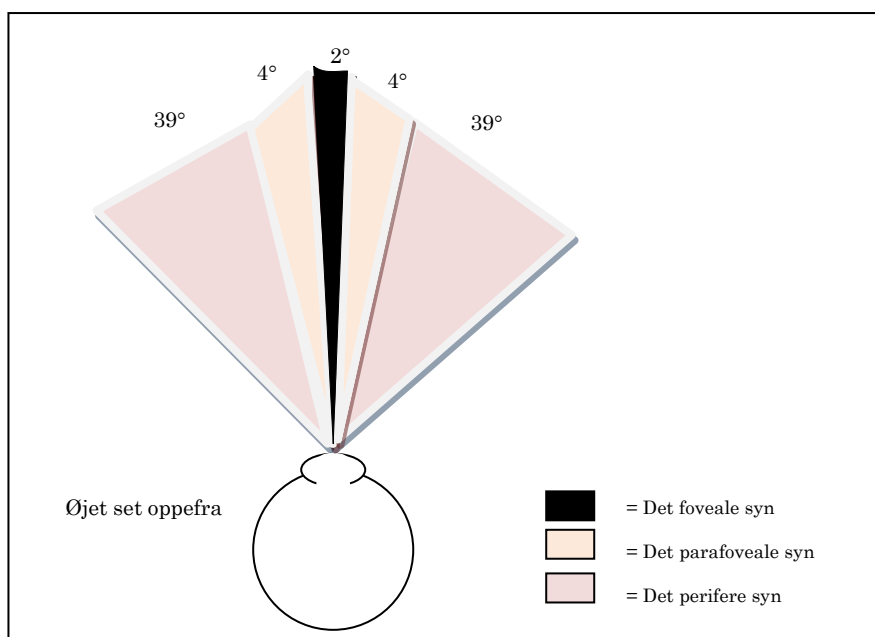
⁴⁸ Hochberg, J.E.: *Perceptionens psykologi*; overs. af Arne Poulsen. Kbh. : Hans Reitzel, 1971, side 28.

⁴⁹ Gregory, Richard L.: *Eye and Brain*. Princeton, N.J., Princeton University Press, 1990, side 17.

desværre uden for dette speciales område at beskrive de kognitive processer der kan forklare denne adfærd, men det kunne absolut være interessant at vide noget om.

3.2 Synsfeltet

Synsfeltet dækker sammenlagt for begge øjne et spektrum på 180 grader (se figur 5). Dette felt kaldes det perifere syn. Det er det felt som vi har mulighed for at orientere os indenfor med synet uden at flytte blikket. I midten af synsfeltet er der ved normal læseafstand et par grader hvor øjet fokuserer. Det kaldes det foveale syn. På hver side af dette felt ligger det parafoveale syn som dækker cirka 10 grader (4 grader på hver side af det foveale syn). Ved normal læseafstand (cirka 30 centimeter) svarer feltet for det centrale syn til 105 millimeter eller cirka 6 bogstaver. Det vil sige at vi med det centrale syn kan læse cirka 6 bogstaver ad gangen. Når de er læst må man lave en øjenbevægelse for at læse videre. Det sker helt automatisk, og er ikke nødvendigvis styret af viljen.



Øjets synsfelt

Figur 5

Det foveale syn (største skarphed) ligger ved normal læseafstand indenfor 2°-området (105 mm ved 30 cm læseafstand) = ca. 6 bogstaver. Det parafoveale syn modsvares ved samme læseafstand af 4° rundt om det foveale (cirka 12 bogstaver på hver side). Det perifere syn omfatter alt det øvrige i synsfeltet uden for vinklen på 10°⁵⁰.

⁵⁰ Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad bokförlaget, Spektra, 1992, side 40.

Det perifere syn dækker resten af synsfeltet og bruges til at orientere sig med. Man overskuer altså en flade med det perifere syn og vælger så et område at fokusere på med det foveale syn.

3.3 Fra periferi til fokus

Det perifere syn arbejder tæt sammen med det foveale syn. Under læsning af for eksempel et opslag på side to (venstreside) og tre (højreside) i en avis betyder det at man kan være fordybet i læsning i yderste venstre spalte på side to, og samtidig opfatte at der er et spændende billede i yderste højre spalte på side tre. Jo mindre trænet en læser er jo større er sandsynligheden for at læseren med det samme vil give efter for impulsen, lade sig forstyrre og flytte blikket til side tre for at se på billedet.

Den trænede læser vil måske nøjes med at notere sig at der er noget interessant på side tre som der lige skal kastes et blik på når artiklen på side to er læst færdig.

Det perifere syn leder det foveale syn hen til det der skal kigges på. Derfor kan læseren med stor præcision springe langt i sin læsning og alligevel finde tilbage til det eksakte udgangspunkt.

3.4 Kigge eller se

Når jeg i min analyse af resultaterne af undersøgelsen taler om at et element er blevet set eller bemærket, er det vigtigt at være bevidst om at der er flere måder at se på. Man kan ”kigge uden at se”, ”se uden at kigge” eller ”kigge og se”.

”Kigge uden at se” er den situation hvor man kigger på noget, men ikke opfatter hvad det er man ser. Som når man for eksempel har læst en hel spalte tekst, og bagefter finder ud af at man ikke har opfattet et eneste ord fordi man har tænkt på noget andet.

”At se uden at kigge” beskriver det perifere syn. Det er når man opfatter noget ud af øjenkrogen uden at flytte øjet for at se direkte på det. Dette vil meget af tiden være tilfældet for læserne i undersøgelsen, afvekslende med den sidste situation: ”At kigge og se”. Opmærksomheden vil hele tiden veksle mellem periferi og fokus i en løbende udvælgelse af hvad der skal fokuseres på.

”At kigge og se” er den normale situation. Det er når man ser og opfatter det man kigger på. Det er den optimale situation under læsningen.

Med Eye-trac-brillen er det ikke muligt at skelne mellem de tre. Vi har derfor antaget at læseren under optagelsen af øjenbevægelserne kigger og ser selvom det måske kun er tilfældet 90 procent af tiden.

Hvor meget læserne reelt har opfattet fremgår i store træk af udgangssinterviewet som fulgte umiddelbart efter optagelsen. Her fik læserne lejlighed til at kommentere deres egen læsning. Og til at fremkomme med uddybende kommentarer til det de havde læst. For eksempel om de havde set på noget uden at opfatte det. Det der hyppigst skete var at en læser havde set på noget og ”glemt” at vi kunne følge direkte med i læsningen. Som for eksempel den læser der hårdnakket påstod at hun havde sprunget sportssiderne over fordi de ikke interesserede hende. Senere måtte hun under afspilningen af hendes læsning indrømme at hun havde læst sporten – oven i købet temmelig grundigt som en af de få i undersøgelsen.

3.5 Læsning

I selve læseprocessen aktiveres hovedsageligt tre mekanismer som er nødvendige for at vi kan se og opfatte det der skal læses:

1. et perceptionelt system som er det vi ser ordene med
2. et automotorisk system som styrer øjets bevægelser og
3. en verbal proces som gør at vi forstår det sproglige indhold af det læste.

Disse tre mekanismer arbejder tæt sammen og er nødvendige for at læsningen overhovedet kan finde sted. Læseprocessen er en vekselvirkning mellem det automotoriske system hvor øjet automatisk flyttes mellem fikseringspunkter på en tekstlinje og den verbale proces hvor disse punkter opfattes som ord. Efterhånden som et ord er opfattet og forstået gives der signal til hjernen om at flytte til næste punkt.

Der er lavet dybtgående undersøgelser⁵¹ af denne proces inden for perceptionspsykologien med nøjagtige målinger af hvor i ordet blikket slår ned og hvilken betydning erfaringen har for læserens evne til og hurtighed i at opfatte et ord.

Det er ikke nødvendigt at se alle bogstaver i et ord for at forstå det. Små ord som optræder meget tit vil ofte blive sprunget over fordi man kan slutte

⁵¹ Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992, side 28.

sig til indholdet eller nøjes med at registrere ordet i forbifarten på vej mod det næste fikseringspunkt.

For eksempel kan testpersonen læse på en monitor hvor ord eller bogstaver løbende skiftes ud under læsningen uden at testpersonen er i stand til at opfatte det med øjet. Derved har man kunnet undersøge hvilken betydning det man allerede har læst har for forventningerne til det der kommer. Enkelte ord og visse dele af ord er ikke afgørende for at testpersonen forstår en sætning i sin helhed eller et ord i sig selv. Vi observerede i undersøgelsen med Eye-trac-metoden at læseren ofte nøjedes med at fiksere på et enkelt ord eller to i en rubrik uden at læse resten. Det er vores opfattelse, ud fra de efterfølgende interviews, at læseren alligevel har brugt rubrikken som indgang til læsningen, og mere eller mindre ud ad øjenkrogen har opfattet budskabet i den samlede rubrik.

Under selve læseprocessen kan visse bogstaver byttes ud med andre der ikke hører til ordet uden at det forstyrrer forståelsen. Dette ses blandt andet ved at ord der er stavet forkert ikke nødvendigvis opfattes som ukendte, men oversættes til ord med den rigtige stavemåde.

Læsningen foregår i glidende rykvisse bevægelser med fikseringer fra ordmidte til ordmidte. En øjenbevægelse tager cirka 20-40 millisekunder og en øjenfiksering varer i gennemsnit 100-150 millisekunder. Der kan ske fejl i bevægelserne så blikket ikke fikserer direkte på midten af ordet. Det vil så være nødvendigt at rette ind så fikseringen flyttes længere frem eller tilbage i ordet. Det giver flere fikseringer og læsehastigheden nedsættes. Der vil gennemsnitligt være cirka fire fikseringer pr. sekund. Mens øjet flyttes fra punkt til punkt opfattes ingen visuel information fra teksten – dette sker udelukkende under fikseringerne. Hovedparten af læsetiden (90%) ligger blikket altså stille.

Det kan også være nødvendigt at fiksere tilbage i sætningen hvis man har sprunget noget over som viser sig at have betydning for forståelsen af det næste, man læser.

Genkendelighed har stor betydning for graden af læsemodstand. Jo større viden en læser har om det emne der skal læses om, jo mindre vil læsemodstanden også være. Men der er tale om en hårfin balance mellem genkendeligt og allerede kendt. Hvis der ikke er nogen ny information, vil teksten blot forekomme uinteressant, uden nyhedsværdi. Åke Hallberg fremhæver betydningen af manchetter som indledning til avisartikler. De er en god introduktion for læseren til selve nyhedsartiklen. Og vil netop have den funktion at gøre læseren bekendt med emnet, inden der læses videre.

1. Genom att textomfånget är begränsat och satt med större och halvfet stil, inbjuder ingressen till läsning ...
2. Ingressen ger läsaren det ”hum” som behövs för att denne skall sätta sig in i ämnet. Ibland ges även viss bakgrundsinformation i ingressen.⁵²

Vi fandt i undersøgelsen med Eye-trac-brillen at læserne ofte brugte faktabokse eller fremhævede citater som indgang til teksten, eller blot som den første læsning der eventuelt ville blive efterfulgt af læsning i selve artiklen. En læser, der arbejdede som journalist for en nyhedstjeneste brugte manchetter og underrubrikker til hurtigt at danne sig et overblik over indholdet i en artikel. Den godt tilrettelagte avis giver mulighed for læsning i to spor:

1. et overordnet som man kunne kalde det orienterende hvor man udelukkende læser rubrikker, under- og mellemrubrikker, billedtekster, fremhævede citater og faktabokse

2. og et underordnet (ikke i hierarkisk betydning) som man kunne kalde læsningens hvor der læses i selve artikelteksten.

Det overordnede spor gør det muligt for læseren at danne sig et overblik over stoffet i avisen og hurtigt finde frem til det der har hans/hendes interesse. Og man kunne netop forestille sig at elementerne i dette spor også vil kunne nedsætte læsemotstanden. Dels fordi de giver læseren et forhåndskendskab til indholdet i artiklen, og dels fordi de bryder sidens flade op i mindre enheder. De mindre enheder læses oftere end større. Notestof læses for eksempel dobbelt så meget som brødtekst i større artikler.

I Eye-trac-undersøgelsen angav læserne ofte som grund til at de læste en bestemt artikel at de af den ene eller den anden grund på forhånd havde en interesse i emnet. Det var måske en artikel om SiD som en læser fandt interessant fordi hans mor var aktiv i en fagforening, eller en artikel om forurening i Nordsøen som var interessant fordi læseren oplevede forurening i sit eget lokalområde omkring Harboør.

I læseprocessen spiller læserens ubevidste referencerammer en vigtig rolle. Erfaringer, viden, uddannelse m.v. udgør de referencerammer, også kaldet skemaer⁵³, som medvirker i struktureringen af ønsker og forventninger til teksten. Skemaerne er:

⁵² Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992, side 31.

⁵³ Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992, side 58.

...den kompletterande informationen som måste till för att ett tryckt budskap skall kunna uppfattas med full läsförståelse.⁵⁴

Læsehastigheden afhænger af læserens forudsætninger og tekstens sværhedsgrad. Formålet med læsningen spiller også ind. Er det noget, man skal kunne huske eller gengive nøjagtigt, vil man nok læse det mere grundigt, end hvis formålet er mere alment, for eksempel tidsfordriv.

3.6 Sammenfatning

Under læsning styres synet af flere forskellige mekanismer, dels motoriske, dels forståelsesmæssige. Der er tale om en vekselvirkning mellem forståelsesprocessen der bestemmer hvornår ordet er opfattet og blikket skal flyttes og den motoriske proces der flytter blikket. Læseren kan ikke fuldt ud bestemme hvad der fanger øjets opmærksomhed eller hvor blikket skal flyttes hen. Øjet reagerer på stimuli; kontraster og bevægelse. Det er først når øjet har fulgt impulsen, og blikket er flyttet at læseren kan vælge at fiksere blikket. Læseren kan fokusere på cirka 6 bogstaver ad gangen under læsningen. For at se de næste bogstaver må blikket flyttes. Det sker helt automatisk. I forståelsesprocessen indgår også læserens referenceramme; hvor meget ved læseren i forvejen om emnet, er det relevant for læseren. Det gælder om at finde en balance mellem stof som læseren har kendskab til og stof, der allerede er kendt. Jo mere læseren ved om emnet, jo mindre er nyhedsværdien og dermed relevansen.

I Det Fri Aktuells undersøgelse med Eye-trac-brillen fremkom en tese om at muligheden for at læse i to spor – et overordnet og et underordnet – dels kan være en service til den hurtige læser der nærmest scanner avisen for indhold, dels kan nedsætte læsemotstanden ved at give læseren et forhåndskendskab til artiklens indhold.

⁵⁴ Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992, side 58.

4 Den konkrete Eye-trac-undersøgelse

I det følgende vil jeg beskrive hvordan Det Fri Aktuelt's undersøgelse med Eye-trac-udstyret rent praktisk blev gennemført. Der gøres rede for vores overvejelser omkring antallet af testpersoner og kriterier for udvælgelsen af dem. Selve testsituationen og det afsluttende udgangsinterview beskrives.

Læserne i undersøgelsen er alle på nær én valgt ud fra det Fri Aktuelt's abonnementsmasse. Det er de fordi det var vigtigt for os vide hvordan den daglige læser bruger avisen. Den daglige læser forventes at kende avisen så godt at vedkommende ved hvor de forskellige stofområder findes i avisen, og derfor ikke under testen skal bruge tid og opmærksomhed på at lære avisen at kende.

En velkendt avis giver en enestående mulighed for at læse og opleve på mange forskellige og skiftende niveauer under læseprocessen: lidt overskrift lidt manchete en detalje i et billede et kort telegram eller en hel historie.⁵⁵

Jørgen Poulsen sammenligner det at læse avis med det at køre bil. Første gang man prøver, kan det være vanskeligt at holde rede på alle de mange funktioner og synsindtryk. Efterhånden bliver det rutine. Og man kan styre bilen/avislæsningen nærmest automatisk/ubevidst. Kontrasten til læseren der kender sin avis godt så vi i læseren der læste avisen med Eye-markbrillen på i den første undersøgelse. Hun var meget forvirret i sin læsning og denne forvirring opstod hvor layoutet var dårligt og ledte hende på afveje fremfor at fungere som en ledetråd eller guide. Hvis hun havde haft et større kendskab til avisen havde hun sikkert ikke skulle bruge så mange kræfter på blot at orientere sig i avisen, men ville have haft overskud til at foretage en mere målrettet læsning.

Det var meget tydeligt for os i Eye-trac-undersøgelsen at læserne havde faste mønstre for deres læsning og faste præferencer for stofvalg. En læser der har faste mønstre for sin læsning, og derfor ikke skal bruge så megen energi på blot at finde rundt vil alt andet lige have et større overskud til at fordybe sig i artikler der opfattes som relevante.

⁵⁵ Poulsen, Jørgen: Delrapport, *At læse avis*. Dagbladsprojektet *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?* RUC, Kommunikationsuddannelsen, 1996, side 15.

Det er tilsvarende vaner og indkoblede ubevidste erfaringer omkring avisens opbygning (layout, genrer og stofplacering), der gør avislæsning til en på én gang meget kompleks og samtidig uanstrengt proces.⁵⁶

Mange af vores læsere gav udtryk for at de ikke længere lagde mærke til de faste form-elementer i layoutet. Form-elementerne er for eksempel sidehoved, ikoner der markerer bestemte faste stofområder som for eksempel Udland el.lign. Det er ikke det samme som at de ikke har kastet et blik på dem. Netop dette forhold vil jeg uddybe i min analyse af resultaterne.

Ved at vælge en daglig læser som testperson kunne vi også spørge til forholdet mellem testpersonens forventninger til avisen/læsevaner og det faktiske produkt.

4.1 Antallet af læsere

Vi diskuterede på forhånd hvor mange læsere det ville være realistisk og nødvendigt at indkalde. Eye-trac-metoden er uhyggeligt dyr at anvende især fordi der går mange arbejdstimer til at udtegne resultatet af hver test på et eksemplar af avisen⁵⁷. Af økonomiske hensyn var det derfor ikke muligt at udpege en gruppe der på alle måder kunne være repræsentativ for Det Fri Aktuells læsere. Vi endte med at blive enige om at vælge 12 læsere fordi vi dermed kunne holde os indenfor en rimelig udgifts- og tidsramme. Vi testede seks personer pr. dag med halvanden time sat af til hver – inklusiv test og udgangsinterview.

John Paulin Hansen skriver i rapporten om undersøgelsen:

”Forskningscenter Risø har tidligere udført test af trykte medier som fagblade, aviser og telefonbøger. Erfaringerne herfra - suppleret med litteraturbeskrivelser af amerikanske ”page-traffic”-undersøgelser, (Garcia & Stark, 1991) og svenske læserundersøgelser, (Hallberg, 1992) – har vist, at der kan drages interessante konklusioner på tværs af læsere⁵⁸.

Dermed opgives den individuelle læser som analyseobjekt, og i stedet skabes en abstrakt generaliseret enhed, der fremhæver de almene træk ved læsernes reaktioner på en given avis.”⁵⁹

⁵⁶ Poulsen, Jørgen: Delrapport, *At læse avis. Dagbladsprojektet Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?* RUC, Kommunikationsuddannelsen, 1996, side 15.

⁵⁷ Dertil kommer at selve udstyret koster omkring en halv million kroner.

⁵⁸ John Paulin Hansen kalder undersøgelseerne for ”page-traffic”-undersøgelser, men der er tale om undersøgelser med Eye-trac-udstyr.

⁵⁹ Hansen, John Paulin: *Analyse af læsernes informationsprioritering*. Kognitiv systemgruppen, Forskningscenter Risø, Roskilde, 1994, side 5.

Man går således efter visse fællestræk ved samtlige læsers læsemønstre. Selvom dette lille materiale på 12 personer ikke i statistisk forstand kan blive repræsentativt for den samlede læserskare, så repræsenterede de deltagende læsere dog nogle typer af læsere som vi gerne ville vide noget mere om (se nedenfor).

John Paulin Hansen skriver videre:

Der ses en overraskende stor overensstemmelse mellem de danske og amerikanske resultater for annoncer, tekst, billeder og billedtekst. Det styrker tilliden til, at 12 forsøgspersoner har været tilstrækkeligt grundlag for generaliseringen af de sammenfattende analyser⁶⁰.

Den amerikanske undersøgelse der henvises til er *Eyes on the News*⁶¹. Den er med 90 deltagende læsere i sig selv heller ikke stor nok til at man kan drage konklusioner i retning af ”sådan læser folk en avis”. Men ser man den i sammenhæng med både Det Fri Aktuells undersøgelse, den undersøgelse som Dagens Nyheter lavede i 1990 med 129 læsere og den undersøgelse som Tages-Anzeiger fik lavet med 107 læsere i 1990 (se kapitel 5), så ser man nogle klare sammenfald i resultaterne af undersøgelse. Jeg mener som John Paulin Hansen at der er noget der tyder på at tendensen i det samlede resultat af en test ville være det samme uanset om man har en lille testgruppe eller en stor. Jeg vil senere uddybe denne betragtning i beskrivelsen og sammenligningen af de tre udenlandske læserundersøgelser som jeg henviser til.

Der ses et bemærkelsesværdigt sammenfald i alle undersøgelser med Eye-trac med hensyn til tendenser for hvordan læserne bruger layoutet til at orientere sig i avisen. Det betyder dog ikke at den enkelte undersøgelse i sig selv og alene kan bruges som argumentation for enhver læsers orienteringsstrategi i enhver avis.

4.2 Kriterier for valg af læsere

I første omgang valgte vi 600 læsere fra Det Fri Aktuells abonnementsmasse fordelt på geografiske områder over hele landet. Jeg ringede læserne på listen op fra en ende af indtil jeg havde fundet 12 personer der opfyldte de kriterier vi havde stillet op.

⁶⁰ Hansen, John Paulin: *Analyse af læsernes informationsprioritering*. Kognitiv systemgruppen, Forskningscenter Risø, Roskilde, 1994, side 5.

⁶¹ Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991.

Det første jeg spurgte læseren om var om de brugte læsebrille. Hvis de gjorde var de på forhånd udelukket fra at deltage fordi Eye-trac-brillen ikke kan registrere øjenbevægelser hvis læseren bruger briller under læsningen. Vi vidste godt at det af den grund ville blive vanskeligt for os at opfylde aldersspredningen da hyppighed i brug af læsebriller stiger med alderen.

Vi tilstræbte at gruppen på 12 personer skulle afspejle den samlede læsermasse med hensyn til fordeling på geografi, køn, alder og erhverv m.v.⁶² 12 personer er dog ikke tilstrækkeligt mange til at vi efterfølgende kunne foretage segmenterede analyser på disse kriterier.⁶³ Det vi kunne sikre os ved at vælge en meget uensartet gruppe med en geografisk og aldersmæssig spredning var at man ikke efterfølgende kunne henvise et sammenfald i testresultaterne til gruppens homogene sammensætning.

Der deltog lige mange mænd og kvinder i undersøgelsen. Geografisk var de fordelt med en fra Fyn, en fra Århus, to fra Nordvestjylland, en fra Storkøbenhavn og syv fra selve København. De ældste læsere var henholdsvis 52 og 46 år, den yngste var 19 år. Resten fordelte sig med fire under 25 år og seks der var mellem 25 og 35 år.

Den aldersmæssige fordeling var ikke helt dækkende for den samlede læsermasse. Gruppen af læsere over 62 år der på dette tidspunkt udgjorde knap 20% af den samlede læsermasse er slet ikke repræsenteret da alle de adspurgte i denne gruppe brugte læsebrille.⁶⁴

Det var derudover vigtigt for os at de unge under 25 år – de kommende kernelæsere – var repræsenteret. Vi ønskede at kende de unges læsemønster og få lidt mere at vide om deres forventninger til avisen. Kort forinden havde Danske Dagblades Forening gennemført en undersøgelse af unge menneskers ønsker til avisen. Resultatet blev offentliggjort i temaavisen *Xpres*⁶⁵ og det var i høj grad en inspirationskilde for os: Hvordan skal avisen være hvis den skal kunne indfange fremtidens læsere der er dagens unge?

De udvalgte læsere havde et bredt spektrum af uddannelser og erhverv: Faglært håndværker, disponent, sekretær, efterskoleelev, hf-studerende lærerstuderende, universitetsstuderende og -kandidater samt en journalist og en socialarbejder.

⁶² Kriterierne er nævnt i prioriteret rækkefølge.

⁶³ For en sammenligning af de 12 udvalgte, og den samlede læsermasse se vedlagte appendix A vedrørende Det Fri Aktuells læserprofil og appendix B for en præsentation af læserne i undersøgelsen.

⁶⁴ Jeg talte med flere venlige damer over 85 som holdt avisen af veneration, og havde gjort det i mere end 50 år, men som egentlig ikke var i stand til at læse den længere på grund af nedsat syn.

⁶⁵ *Xpres*. Værktøjskasse til unge avislæsere. Avis udgivet som afslutning på Projekt unge avislæsere. Udgivet af Danske Dagblades Forening, 1994.

De udvalgte læsere havde meget forskellige interesseprofiler. Fælles for dem var dog interesse for musik og læsning samt en aktiv fritid enten med sport, fiskeri eller rejser. Flere havde også en særlig interesse for politik og samfundsforhold generelt.

Den ene deltager i undersøgelsen der ikke var fast læser af avisen trådte til i sidste øjeblik da en anden læser blev forhindret i at møde op. Selv om vi gerne ville kende de faste læsers læsemønster kunne vi ikke lade denne tilfældigt opståede lejlighed til at registrere læsemønsteret for en ikke-læser gå fra os. Det var egentlig ikke nødvendigt at supplere med denne 12. person da 11 læsere også ville være tilstrækkeligt mange til at gennemføre undersøgelsen. Men vi valgte at tage denne ekstra læser ind, også for at teste om læsemønsteret for denne ikke-læser af avisen ville afvige meget fra de faste læsers. Den første ikke-læser som læste avisen med Eye-mark-brillen på, havde store problemer med at orientere sig i avisen. Ville det også være tilfældet her?

4.3 De fysiske rammer

Eye-trac-undersøgelsen blev gennemført lørdag og søndag d. 9. og 10. juli 1994 på Park Hotel i København. Det nødvendige tekniske udstyr blev opstillet i to forskellige rum. I det ene blev selve læsningen af avisen optaget, i det andet blev optagelsen set igennem af læseren og John Paulin Hansen der også interviewede læseren. Interviewet blev optaget som lydside til gennemspilningen af læsningen, og kopieret over på et nyt bånd.

Begge rum var indrettet med lænestole og borde. I det hele taget forsøgte vi at skabe nogle omgivelser der kunne minde om en almindelig dagligstue og som var rare at være i. Læseren kunne sidde behageligt i en lænestol og læse avisen i sit eget tempo.

Vi valgte at bruge Park Hotel fordi det var et neutralt sted der hverken havde tilknytning til Risø eller Det Fri Aktuelt. John Paulin Hansen mente at læserne ville blive alt for anspændte hvis testen skulle foregå på Risø der som forskningsinstitution helt naturligt er indrettet med funktionsbestemte rum med megen teknik – ikke just et miljø der signalerer hjemlig hygge.

Det Fri Aktuelt kunne heller ikke bruges som optagested fordi der var risiko for at læseren ville blive påvirket af at være gæst på den avis der var testobjektet, og dermed eventuelt ville være forlegen ved at sige sin uforbeholdne mening om avisen og læsningen. Der var ingen garanti for at læserne ikke ville være tilbageholdne under alle omstændigheder, men vi tilstræbte at gøre selve optagesituationen så neutral som muligt.

Før testen ventede læseren i hotellets foyer med en kop kaffe eller en vand så der var tid til at falde til ro og indstille sig på testen. Jeg talte med dem om optagelsen, besvarede spørgsmål og sikrede mig at de ikke havde læst avisen på forhånd sådan som det var aftalt. Jeg informerede grundigt hver læser blev om hvordan udstyret fungerede, og forklarede dem at de skulle læse avisen med Eye-trac-brillen på, i samme omfang og med nogenlunde det samme tidsforbrug som de normalt ville gøre det. Det var mit indtryk at de var meget entusiastiske, men også meget spændte på hvad det var de skulle deltage i.

Situationen var ganske vist uvant – rummene var spækket med teknisk udstyr og læseren brugte de første minutter på at vænne sig til Eye-trac-brillen – men det var vores indtryk at læserne hurtigt følte sig tilpas, så bort fra det tekniske udstyr og blev optaget af læsningen.

Jeg var tilbageholdende med at være til stede i rummet under testen, men John Paulin Hansen mente at læserne var så opslugt af alt det nye – teknikken, læsesituationen og testen – at de slet ikke blev forstyrret af mig. Det var da heller ikke mit indtryk at min tilstedeværelse gjorde nogen forskel. Vi bildte os ikke ind at læserne fordi vi havde stillet en behagelig stol frem til testen ville føle sig hjemme og gøre nøjagtig det samme som de ville gøre derhjemme. Under selve testen havde de opmærksomheden rettet mod avisen. De blev ikke forstyrret af telefon, kaffehentning eller andet. Og det er i sig selv unaturligt. Så det forhold der handler om hvordan avisen læses hvis man forstyrres i sin læsning har vi ikke testet.

Der var flere læsere som i det efterfølgende interview sagde at der var artikler som de under normale omstændigheder ville have brugt mere tid på at læse, og andre artikler som de ville være vendt tilbage til senere på dagen. Vi kan ikke vide om det er rigtigt, men vi kan se om de har givet den omtalte artikel opmærksomhed i testen. Det kan også tænkes at de under testen har bemærket en artikel som de normalt ville have læst, men som de så har valgt fra fordi de ikke ville være ved interessen for netop den tekst eller det emne. Særligt en af læserne var meget optaget af hvad vi syntes om hendes læsning og om hun nu gjorde det godt nok. Hun må henregnes til den kategori af læsere som Jørgen Poulsen kalder de utroværdige akademikere, som er meget optaget af at gøre en god figur og være en ”seriøs” læser.

De fleste højtuddannede har overdrevne forestillinger om omfanget af deres egen læsning på især avisens kultur- og udenrigspolitiske sider. Men hvis informanterne er villige til at betale for sådanne svagt udnyttede læsemuligheder, fordi det giver en stærk oplevelse af at tilhøre en bestemt seriøs kategori af læsere, kan avisen selvfølgelig være ligeglad⁶⁶.

Der var en af læserene som i det efterfølgende interview hårdnakket påstod at hun ikke var interesseret i sport. Det pudsige var bare at hun vidste meget om sport, og at hun var en af de få der ikke havde valgt sportssiderne fra. Hun havde oven i købet givet dem megen opmærksomhed. Hvis man i en Page-Traffic-analyse havde spurgt hende om hun havde læst sporten i dagens avis ville hun højst sandsynligt have sagt nej. Men i en Eye-trac-undersøgelse er det svært at løbe fra den måde man har læst avisen på. Eye-trac-brillen registrerer alle fikseringer i teksten altså alle de steder hvor blikket har hvilet på et element. Og selv om man – efter man så har kastet sit blik på et foto eller lignende – finder ud af at det vil man ikke stå ved, ja så har bordet fanget allerede. Eye-trac-brillen har registreret at man har kigget. Det skal tilføjes at vedkommende var den testperson som ikke var daglig læser. Hendes kendskab til avisen var ikke godt nok til at hun på forhånd kunne vælge sporten fra. Da først hun havde bladret op på siderne, var det interessen der styrede øjet.

4.4 Udgangsinterview

Under det efterfølgende gennemsyn af optagelsen blev læserne udspurgt om deres normale avislæsevaner og foretrukne stofområder. De blev også bedt om at begrunde den aktuelle læsning, deres valg og fravalg. Samtalen blev optaget på et videobånd som lydside til optagelsen af deres læsning. I tilfælde hvor samtalen fyldte mere end den originale optagelse blev denne stoppet eller der blev spolet tilbage for at se nærmere på detaljer. Dette er alt sammen registreret på det endelige interviewbånd. Hvert interview blev optaget i sin fulde længde. Hver læser besvarede i øvrigt et spørgeskema om sine interesser og sociale forhold. Hver seance tog i gennemsnit 1 time og 15 minutter.

⁶⁶ Poulsen, Jørgen.: Delrapport, *At læse avis*. Dagbladsprojektet *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?* RUC, Kommunikationsuddannelsen, 1996, side 18.

5 Andre undersøgelser med Eye-trac

Der findes ikke ret meget tilgængeligt materiale om andre undersøgelser med Eye-trac. Men det er lykkedes mig at fremskaffe rapporter fra undersøgelser i tre forskellige lande. I det følgende vil jeg sammenfatte resultaterne af tre udenlandske Eye-trac-undersøgelser, en amerikansk, en schweizisk og en svensk. Der findes givetvis flere undersøgelser på verdensplan, men rapporterne derfra er muligvis ikke udgivet – i hvert fald har de ikke været tilgængelige for mig i en ellers grundig litteratursøgning.

Jeg har allerede tidligere i dette speciale inddraget dele af de tre undersøgelser, men vil her beskrive mere nuanceret hvad formålet med de tre respektive undersøgelser var, og hvilke resultater de kom frem til.

Den amerikanske undersøgelse er et studie som blev udført af Poynter Institute for tre store regionale aviser. Formålet var at undersøge hvilken betydning brugen af farve i trykningen havde for læserens opmærksomhedsfordeling under læsning i avisen. Den svenske avis, Dagens Nyheter, var interesseret i hvilken opmærksomhed læserne tildelte annoncerne og endelig brugte den schweiziske avis, Tages-Anzeiger, undersøgelsen på samme måde som Det Fri Aktuelt til en generel orientering i hvordan læseren bruger avisen og de prioriteringer der på forhånd er lagt ud i udformningen af layoutet.

En af Eye-trac-metodens fordele er at man kan skabe en realistisk læsesituation omkring testen. I alle tre undersøgelser forsøgte man at udnytte denne fordel. Læserne fik lov selv at vælge om de ville sidde i en lænestol eller ved et bord. De kunne bruge så meget tid på læsningen som de ville, og det blev tilstræbt at skabe en uforstyrret læsesituation.

5.1 Tages-Anzeigers Eye-trac-undersøgelse: testsituationen

I et paper til Seminar on Publishing præsenterer Gaby Bachofner den Schweiziske avis Tages-Anzeigers Eye-trac-undersøgelse⁶⁷. Tages-Anzeiger er en tysksproget avis for den tysktalende del af befolkningen i området omkring Zürich. Det er en avis der gennem årene har sat mange ressourcer ind på statistiske og kvalitative interviewundersøgelser for at holde sig á jour med læsernes brug af og indstilling til avisen⁶⁸.

⁶⁷ Bachofner, Gaby: *Making a newspaper more reader-friendly*. Paper in Seminar on publishing. The necessity for research. London, November 24-26th, 1993. Esomar.

⁶⁸ Nationale læserundersøgelser: Media Studie, Konsum Media Studie og Qualitative Media Studie. Og en klassisk copytest.

Tages-Anzeiger udkommer hver dag i 4-5 sektioner, og er i gennemsnit på 70 sider. I 1990 besluttede avisens Mediagruppe at gennemføre en undersøgelse med Eye-trac-metoden. Mediagruppen havde gennem tidligere undersøgelser fået et indgående kendskab til læseren. Man vidste nøjagtig hvem der læste avisen. Man vidste hvor ofte de gjorde det og i hvor lang tid ved hver udgave af avisen. Regnestykket omkring tidsforbruget har jeg allerede beskrevet i kapitel 2 om avislæsevaner (se dette side 8).

Når jeg i det indledende kapitel brugte så megen plads på at afdække forhold omkring læserens tidsforbrug i forbindelse med avislæsning så var det også fordi avisudgiveren lægger stor vægt på dette forhold.

Spørgsmålet for Mediagruppen ved Tages-Anzeiger var om man kunne få læseren til at bruge mere tid på den daglige avis. Udgangspunktet for at stille det spørgsmål var en tese om at den tid og intensitet læseren investerer i avisen er proportional med læserens tilfredshed med avisen. Bag denne tese lå også en forestilling om at man ville få en bedre læser-avis relation og dermed flere abonnenter til at forny deres abonnement hvis man bare kunne få dem til at bruge mere tid på avisen.

Inden man kunne besvare spørgsmålet om hvordan læseren kunne lokkes til at bruge mere tid på avisen måtte man først have svar på spørgsmålene:

Hvad tiltrækker en læser til en artikel?

Hvad får læseren til at læse en artikel?

Hvordan læses den valgte artikel?

Hvad får læseren til at stoppe midt i læsningen?⁶⁹

5.1.1 Tages-Anzeigers Eye-trac-undersøgelse

Tages-Anzeigers læserundersøgelse med Eye-trac-metoden blev gennemført over 10 dage hvor i alt 107 læsere i alderen 15-60 år læste forskellige udgaver af avisen. Alle var regelmæssige læsere af avisen, og boede i Zürich og omegn. Undersøgelsen faldt i tre dele:

1. Et indledende interview face-to-face hvor udvalgte læsere af Tages-Anzeiger nøje blev udspurgt om deres generelle læsemønster og sædvanlige læsesituation.
2. Registrering af øjenbevægelser.
3. Kvalitativt interview (udgangsinterview).

⁶⁹ Bachofner, Gaby: *Making a newspaper more reader-friendly*. Paper in Seminar on publishing. The necessity for research. London, November 24-26th 1993. Esomar, side 101.

Det første spørgsmål skulle sikre at den læsesituation der blev skabt med Eye-trac-brillen var så tæt på læserens sædvanlige som muligt. I øvrigt bemærker Bachofner efterfølgende at det under testen viste sig at Eye-trac-brillen ikke generede læserne i læseprocessen.

I selve testen blev der målt på følgende kriterier:

Samlet læsetid

Læsetid for enkeltsider

Hvilke sider der er blevet set

Indgangssted på den enkelte side og de følgende fikseringer

Artikler der er blevet set

Indgang til den enkelte artikel og de efterfølgende fikseringssteder

Antallet af fikseringer i den enkelte artikel⁷⁰.

I det efterfølgende interview blev udvalgte dele af optagelsen set igennem. Man havde på forhånd valgt sider eller artikler i avisen ud til nærmere gennemgang. Læsningen af disse sider blev så set igennem af læseren og en interviewer for at belyse hvad der motiverede læseren i det konkrete valg af læsemønster og de kognitive begrundelser der lå bag.

5.1.2 Tages-Anzeiger: intensitet vs. effektivitet

Tesen om at en læser der bruger megen tid på sin avis også er en meget tilfreds læser, blev ikke bekræftet da Mediagruppen ved Tages-Anzeiger efterfølgende analyserede resultaterne af undersøgelsen. Derimod gav undersøgelsen en helt ny viden med central betydning for forståelsen af læseprocessen.

Den læser der bruger meget tid på at læse avisen er ikke nødvendigvis mere tilfreds med avisen end den læser der bruger mindre tid. Man fandt derimod at et stort tidsforbrug ofte var udtryk for at læseren havde brugt meget tid på overhovedet at finde rundt i avisen og forgæves lede efter de emner der havde hendes interesse. En læser der har spildt sin tid på denne måde er ikke en tilfreds læser.

⁷⁰ Bachofner, Gaby: *Making a newspaper more reader-friendly*. Paper in Seminar on publishing. The necessity for research. London, November 24-26th 1993. Esomar. Side 101.

Effektivitet er i langt højere grad bestemmende for læserens tilfredshed end intensitet. En læser der uden at besvære sig har brugt fem minutter på at finde en artikel der havde hans/hendes interesse og læse den, vil være mere tilfreds med avisen og dermed mere positivt stemt overfor sin avis end den læser der har brugt 10 minutter uden at finde netop det der havde – hans/hendes interesse.

It might surprise to some of you that the reader is not trying to minimize the effort, but that he is willing to invest as long as it seems useful and makes sense. So if the return on investment obtained seems justified to him he will be satisfied with his newspaper.⁷¹

Mediagruppen konkluderede at hvis udbyttet af den indsats læseren investerer i avisen svarer til forventningerne, vil læseren være tilfreds med avisen. Det er en konklusion på et meget abstrakt grundlag for hvordan skal man vurdere hvad den enkelte læser forventer? Kan læserens forventninger indregnes som en parameter for hvordan avisen skal udformes? Næppe, men det er vigtigt at vide hvordan forholdet mellem læser og avis er. Og selvom Tages-Anzeiger (eller en anden avis) med en Eye-trac-undersøgelse ikke kan få svar på hvad samtlige læsere forventer sig af avisen så kan den altså få at vide at indfrie forventninger er vigtigere for læserens tilfredshed med avisen end faktisk tidsforbrug.

Det er en højst selektiv proces at læse avis. Det der ønskes læst vælges ud på brøkdele af et sekund fordi der kun er en begrænset mængde tid sat af til læsning i det hele taget. Det er ikke sandsynligt at man kan få læseren til at bruge mere tid på at læse avisen og som ovenfor nævnt er det heller ikke et succeskriterie i sig selv. Redaktøren må i stedet overveje hvordan læserens vej til at vælge til og fra i avisen kan lettes så den sparsomme tid læseren har sat af til avislæsning kan bruges så effektivt som muligt. Læseren ønsker at få så meget information som muligt på så kort tid som muligt.

En avis der er let at overskue og som umiddelbart giver læseren en direkte adgang til informationerne vil også opleves som mere tilfredsstillende at læse.

⁷¹ Bachofner, Gaby: *Making a newspaper more reader-friendly*. Paper in Seminar on publishing. The necessity for research. London, November 24-26th. 1993. Esomar. Side 104.

5.1.3 Det generelle læsemønster for Tages-Anzeigers læsere

Læserne slår ned på billeder som det allerførste der ses på et opslag. Dernæst læses den tekst der står umiddelbart ved billedet.

Billeder fanger øjet til enhver tid, men selvom billeder får opmærksomhed, skal der være en nøje forbindelse mellem billedets indhold og det der er tekstens budskab. Etableres denne forbindelse ikke fungerer billedet som en afviser i stedet for at være en rettesnor for hvad artiklen handler om.

Der er flere kritiske punkter i læserens vej til at læse en artikel: Først skal læseren få øje på artiklen. Når det er sket, skal de første linier i artiklen stimulere læserens lyst til at læse videre, og gerne i en grad så artiklen læses til ende.

Større artikler skal have en letgennemskelig struktur. Det er vigtigt at det klart fremgår hvad artiklen handler om, og at det vigtigste i indholdet bliver præsenteret i enten rubrik eller underrubrik. Artiklen skal enten være struktureret logisk eller kronologisk og Bachofner slår til lyd for at mellemrubrikker deler artikler op i mindre mere overskuelige enheder og giver den en klar struktur.

The fear that subtitles could shorten the reading time because the reader only reads parts of an article is not justified because subtitles can also trigger off impulses to start reading a specific article⁷².

Bachofner tilbageviser altså den almindelige antagelse at mellemrubrikker får læseren til at læse mindre fordi de kan fungere som et sted hvor man kan stå af læsning i artiklen. Han mener tværtimod at mellemrubrikkerne ofte kan være en indgang til artiklen og en hjælp til læseren til at dele artiklen op og læse den i etaper.

Mellemrubrikker skal gerne fungere som en kort orientering til læseren om hvad han/hun kan forvente sig af det afsnit der kommer. Der skal være sammenhæng mellem indholdet i mellemrubrikken og den efterfølgende tekst, ellers kan den ligeså vel fungere som en afviser der får læseren til at stå af artiklen.

Manchetten, altså den med fed fremhævede tekst der indleder artiklen efter rubrikkerne og forfatternavnet, er meget vigtig for læserens valg. Den er et kritisk punkt hvor læseren ofte vælger at stå af lige før eller lige efter. Manchetten skal motivere læseren til at læse hele artiklen, men selvom den

⁷² Bachofner, Gaby: *Making a newspaper more reader-friendly*. Paper in Seminar on publishing. The necessity for research. London, November 24-26th. 1993. Esomar, side 109.

bliver læst er der stadigvæk mulighed for at stå af inden læseren når frem til at læse resten af artiklen.

5.1.4 Sammenfatning af Tages-Anzeigers læserundersøgelse.

Mediagruppen ved Tages-Anzeiger fik et helt nyt syn på deres læsers brug af avisen. Deres tese om at en læser der bruger meget tid på avisen er en tilfreds læser og derfor er mere tilbøjelig til at forny sit abonnement kunne ikke bekræftes.

I realiteten er det kun en brøkdel af indholdet i avisen der bliver opfattet af læseren; enkelte rubrikker og manchetter; dele af artikler hist og her. Det er meget vigtigt at layoutet guider læseren gennem avisen så der bliver så lidt spildtid som muligt. En effektiv læser er en tilfreds læser.

5.2 Dagens Nyheters Eye-trac-undersøgelse

Den svenske avis Dagens Nyheter var i 1990 den første svenske avis der gennemførte en større undersøgelse med Eye-trac-metoden. Undersøgelsen beskrives delvist i *Typografien och läsprocessen* af Åke Hallberg⁷³. Ved selve optagelsen bistod eksperter fra Gallup Applied Science Laboratories som er det sted hvor Eye-trac-brillen er udviklet. 129 læsere læste til sammen 13 udgaver af avisen i løbet af maj måned. De 129 personer var alle under 50 år fordi det på det tidspunkt blev sagt at det ikke var teknisk muligt at måle øjenbevægelser på personer der var ældre. Det har dog senere vist sig i amerikanske erfaringer at alder og køn intet har at sige⁷⁴. Som nævnt i foregående kapitel stiger forekomsten af personer der bruger læsebriller dog med alderen hvorfor det under alle omstændigheder altid vil være vanskeligt, om end ikke umuligt, at finde testpersoner over 50 som ikke bruger læsebrille.

Formålet med undersøgelsen var at få mere at vide om hvilken opmærksomhed læseren ofrede på annoncer i avisen. I undersøgelsen registrerede man også hvilken opmærksomhed det redaktionelle stof fik, men de oplysninger er ikke medtaget i Åke Hallbergs gennemgang af undersøgelsen.

Åke Hallberg mener at et medies evne til at formidle et budskab kan måles på læserens *genkendelse* (recognition) og *erindring* (recall) af stof i mediet. En række faktorer antages at have indflydelse på genkendelsesprocenten:

⁷³ Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992.

⁷⁴ Åke Hallberg henviser her til erfaringer med Eye-trac-udstyret i USA.

Mediets evne til at formidle budskabet

Læserens interesse for annoncørens produkt

Annoncens udformning og placering

Med Eye-trac-undersøgelsen ønskede Dagens Nyheter svar på hvor meget læserne bemærker uafhængigt af produktinteresse, og hvilken rolle udformning, placering og størrelse på annoncer spiller.

Dagens Nyheter har tidligere lavet undersøgelser hvor man interviewede læserne pr. telefon om hvad de kunne huske at have set i gårsdagens avis (såkaldte Page-Traffic-analyser). Den slags undersøgelser siger kun noget om hvad læserne kan eller vil huske; den siger ikke noget om hvad de rent faktisk har bemærket. Jævnfør som allerede nævnt i kapitel 2 genkaldesprocenten for annoncer.

Inden selve testen læste læserene i et tidsskrift med udstyret på for at vænne sig til det. De havde på forhånd fået besked på ikke at læse dagens avis hjemmefra. I det efterfølgende interview sagde læserene at de efter et stykke tid glemte både udrustningen, og at læsningen blev registreret.

Testpersonerne fik besked på at læse avisen præcis som de plejede og med det samme tidsforbrug. De brugte i gennemsnit 28 minutter hvilket Åke Hallberg vurderer til at være i overensstemmelse med de andre undersøgelser med Eye-trac samt andre undersøgelser hvor man har målt hvor lang tid almindelige mennesker normalt bruger på at læse avis hver dag.

Umiddelbart efter testen blev personerne interviewet og resultaterne (øjenbevægelserne) blev tegnet ud på et eksemplar af avisen. Hallberg præciserer at man må være opmærksom på at læserne i en sådan undersøgelse nok bruger mere tid på emner det er "fint" at læse end de normalt ville gøre. Det har dog ikke indflydelse på hvordan læserne observerer eller læser det som læses. Man ved som jeg viste i kapitlet om øjenbevægelser at læseren ikke fuldstændig kan styre øjets bevægelser (s. 24), idet blikket bliver fanget af kontraster, bevægelse og interessante ordsammensætninger og lignende.

Åke Hallberg mener at læseren helt klart er bevidst om at øjets bevægelser registreres, men ikke om hvor nøjagtigt.

5.2.1 Det generelle læsemønster for Dagens Nyheters læsere

I modsætning til de andre undersøgelser med Eye-trac registrerer Dagens Nyheter at annoncer i 42% af tilfældene er det første der fanger øjet på et avisopslag. Ingen af de andre undersøgelser har registreret at annoncer i så stor udstrækning bliver set som det første. I de andre undersøgelser registreres annoncer faktisk meget sjældent som det første⁷⁵. Læseren huskede 4-farvede annoncer bedre end sort/hvide. Endelig konstaterede Dagens Nyheter at annoncer for produkter der havde læserens interesse fik mere opmærksomhed end andre annoncer.

Undersøgelsen viste at 39% af alle annoncer er blevet set, men heraf er det kun 11% der både er set og læst. Der bliver altså set forholdsvis færre annoncer i Dagens Nyheter end i Det Fri Aktuelt eller i aviserne i den amerikanske undersøgelse (se kapitel 6). Der kan være mange faktorer der spiller ind her: Forholdet mellem læsernes interesseprofil og det der annonceres for. Hvad annoncerne er placeret sammen med. Jeg kan ikke vurdere om det er det ene eller det andet, da jeg ikke er i besiddelse af et eksemplar af den pågældende avis. Annoncer i 4-farver huskes bedre (83%) end annoncer med kun en farve (77%). Sort/hvid-annoncer huskes dårligst (64%). Dagens Nyheters undersøgelse med Eye-trac viser meget interessant at der ikke er ret stor forskel på den opmærksomhed der tildeles annoncer anbragt på henholdsvis højre og venstre side. 40% af annoncerne på højresiden bliver set mod 32% på venstresiden. Der er dog en tendens til at højresiden bliver set først. En del af forskellen kan måske oven i købet tilskrives at annoncerne på højresiden generelt er større end annoncer på venstresiden. Sandsynligheden for at en annonce bliver set er proportional med størrelsen på annoncen (se figur 9, næste side).

⁷⁵ Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991, side 34. Og Hansen, John Paulin: *Analyse af læsernes informationsprioritering*. Kognitiv systemgruppen, Forskningscenter Risø, Roskilde, 1994, side 10. Se i øvrigt tabel 2 på side 50 i dette speciale for en oversigt over den rækkefølge læserne har set de forskellige layoutelementer i.

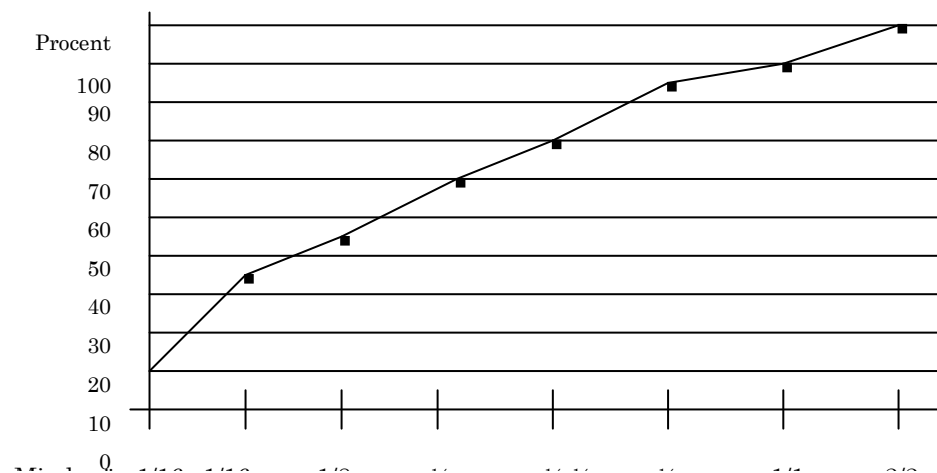


Diagram over observation af annonce med Eye-trac-brille. Procent observeret af samtlige – ordnet efter størrelse. Figur 9⁷⁶

Registreringen af opmærksomhedsfordelingen på annoncer med henholdsvis billeder og tekst svarer til de resultater de andre undersøgelser har for den generelle opmærksomhedsfordeling på henholdsvis billeder og tekst: Det første blik falder i 77% af tilfældene på et billede og i 23% af tilfældene på tekst (se kapitel 6).

5.2.2 Sammenfatning for Dagens Nyheter

Dagens Nyheter fandt i deres undersøgelse med Eye-trac at annoncernes størrelse er mere afgørende for hvilken opmærksomhed de får end deres placering. Jo større annoncen er jo mere opmærksomhed får den og jo bedre bliver den husket.

Der er en lille forskel i hvor meget opmærksomhed en annonce får på henholdsvis højre- og venstresiden, men denne forskel kan også tilskrives annoncernes størrelse da annoncer anbragt på højresiden generelt er større. Annoncer med farve huskes bedre end annoncer uden farve, og får også mere opmærksomhed. Jo større en del af en annonce der udgøres af et billede jo større opmærksomhed får denne. Er læseren på forhånd interesseret i det der

⁷⁶ Gengivet frit efter Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992, side 183.

annonceres for så tildeles annoncen også mere opmærksomhed. Endelig viste det sig at annoncer med billeder eller anden form for illustration får mere opmærksomhed end annoncer med ren tekst.

5.3 Amerikansk Eye-trac-undersøgelse: Eyes on the News

Tre amerikanske dagblades brug af farve var genstand for en undersøgelse som det amerikanske forskningsinstitut The Poynter Institute for Media Studies gennemførte i 1990. Undersøgelsens resultater præsenteres af Garcia og Stark i rapporten *Eyes on the News*.

De tre dagblade var St. Petersburg Times, Florida, The Orange County, Californien og Star Tribune, Minnesota. De udkommer på hverdage i oplag mellem 340.000 og 410.000 hver. De tre aviser blev valgt ud på grund af deres førende position indenfor farvebrug i avistryk, og fordi de har nogenlunde de samme muligheder for farvetryk. Endelig ville man med de tre aviser sikre en geografisk spredning.

Forud for undersøgelsen havde man bedt udvalgte redaktører, layoutere designere og forskere give deres bud på aspekter af farvebrug som de gerne ville vide noget mere om. Hver avis fremstillede på baggrund af nøje udvalgt materiale to prototyper A og B med hver 20 sider. Det var altså ikke den daglige udgave af avisen der blev testet. De to prototyper var ens bortset fra udvalgte elementer hvor brugen af farve varierede. Et foto der var i farve i den ene prototype var for eksempel i sort/hvid i den anden og omvendt. Der var jævn brug af farve i begge prototyper. De amerikanske aviser bruger stort set ikke underrubrikker eller mellemrubrikker. Derved adskiller de sig fra Det Fri Aktuelt og Dagens Nyheter, men ikke i så høj grad fra Tages-Anzeiger der heller ikke bruger ret mange mellemrubrikker.

St. Petersburg Times udformede den originale prototype som de to andre aviser kopierede. Hver udgave var dog lavet af de lokale journalister og layoutere efter nøjagtig de samme principper som den daglige avis. Alligevel var der en slående lighed mellem de tre avisers prioriteringer af materialet og de redaktionelle valg.

Der deltog i alt 90 personer i alderen 25-43 år i undersøgelsen fordelt med 15 personer på hver prototype. Læseren fik ikke de andre prototyper at se. Udover at tilhøre denne begrænsede aldersgruppe skulle personerne være hyppige avislæsere altså have læst avis 4 af de foregående 7 dage.

I testsituationen kunne læseren frit vælge om han/hun ville læse avisen ved et bord eller for eksempel sidde i en lænestol med avisen i skødet. Der var ingen tidsgrænse. Hver læser brugte i gennemsnit 17 minutter på at læse en

prototype. Det er noget mindre tid end i andre undersøgelser, men skal nok tilskrives at prototyperne ikke er så store som den daglige avis.

5.3.1 Det generelle læsemønster for de amerikanske læsere

Der var mange indgroede forestillinger om avislæsning der blev afkræftet i denne undersøgelse. Den første var forestillingen om at højre- og venstresider bliver læst som separate enheder. Det passer slet ikke. Selvom de tre aviser er i broadsheet-format opfattes modstående sider som en samlet helhed og læses som et opslag⁷⁷. Der er ikke noget forudbestemt mønster i læsningen. Formodningen om at læseren læser fra venstre mod højre, som er den naturlige læseretning, kan ikke bekræftes.

Læserens opmærksomhedsstrategi er styret af opbygningen i layoutet. Store elementer får mest opmærksomhed, billeder mere end tekst og farve mere end sort/hvid. Der er en overvejende tendens til at elementer på højresiden ses før elementer på venstresiden, men der er undtagelser. Et stort foto med en stor rubrik på venstresiden vil typisk blive set før et mindre på højresiden.

Det er en hjælp til læseren hvis det redaktionelle indhold på forhånd er prioriteret så den vigtigste historie har den største illustration og rubrik og siden i øvrigt er opdelt hierarkisk. Det giver en glidende læserytme.

5.3.2 Observerede elementer

Jeg vil her give et overordnet rids af hvordan opmærksomheden fordeler sig på forskellige layout-elementer i den amerikanske undersøgelse. For en mere detaljeret sammenligning af procentsatser med videre, se kapitel 6. Kun 25% af teksten i avisen bliver set overhovedet og heraf læses kun 50% i dybden. Der er ingen sammenhæng mellem størrelsen af et foto ved en artikel og sandsynligheden for at denne artikel bliver læst. Jo kortere en artikel er jo større er sandsynligheden for at den bliver læst til ende. Især tekst i bokse læses meget. 66% af alle tekstbokse bliver set og over halvdelen af teksterne i dem bliver læst. Farveplader under teksten har ingen indflydelse på om den bliver set eller ej.

I gennemsnit bliver to tredjedele af alle rubrikker set. Fordelt sådan at tre fjerdedele af rubrikkerne ved fotos bliver set mod godt halvdelen af dem der

⁷⁷ Bemærk at det amerikanske broadsheet-format er smallere end det danske. Det amerikanske broadsheet-format svarer til det som Aktuelt har i dag. Altså Broadsheet højde og tabloid bredde.

ikke står ved et foto. Jo større et foto er, desto større er sandsynligheden for at den tilhørende rubrik bliver set. Det gør dog ingen forskel om billedet er i sort/hvid eller farve.

Farve har ikke stor indflydelse på fordelingen af opmærksomhed på teksten i avisen, men læserne opfatter det sådan. Da de i det efterfølgende interview blev præsenteret for den modsvarende prototype foretrak de den med mest farve. De forklarede det med at det var lettere at læse en tekst med farve under, og at sider med farve på var mere tiltrækkende end sider uden farve. I selve testen var der dog ikke denne markante forskel.

Annoncer er aldrig det første der bliver set på et opslag. Selv ikke hvis annoncen fylder en helside med 4-farvefoto bliver den set før det redaktionelle stof. Heller ikke over for redaktionelt stof i sort/hvid tiltrækker farveannoncer sig mere opmærksomhed. Hvorfor der er denne forskel i forhold til den svenske undersøgelse, kan jeg ikke svare på. Et muligt bud er annoncerne har været anderledes udformet og haft en større grad af relevans for læseren i den svenske undersøgelse.

I *Eyes on the News* anbefaler Garcia og Stark på baggrund af undersøgelsens resultater at redaktører vælger at strukturere stoffet i aviser på nye måder⁷⁸. De fleste læsere nærmest ”scanner” avisen og for en stor dels vedkommende når de aldrig fra det overordnede spor, billede og rubrik til egentlig tekstlæsning. Garcia og Stark mener at nyhedstrekanten skal afskaffes som struktureringsprincip for avisartikler. Læseren slår ned i teksten hvor han/hun finder det for godt, og derfor skal teksten også kunne læses med det udgangspunkt. Den pointe uddyber jeg i kapitel 9 om journalistiske fortælle teknikker.

De amerikanske aviser har typisk hovedhistorien anbragt i øverste højre hjørne på højresiden fordi man forventer at det er her læseren kigger først. Men læserne følger de prioriteringer der lægges ud i layoutet, og derfor har redaktøren mange flere muligheder for at variere flowet i avisen og på forhånd bestemme læserytmen for læseren. Garcia og Stark opfordrer redaktører til at bruge underrubrikker sådan som det længe har været tradition i Europa. Hvis avis-”scanneren” i øvrigt skal tilgodeses, vil resumeer af artiklens indhold, faktabokse og prioriterede opstillinger være hensigtsmæssige. Garcia og Stark anbefaler desuden at layoutet tilføjes flere af de elementer som jeg i kapitel 4 om Øjet og læsningen placerede i det overordnede spor, for at give læseren flere indgange til teksten og dermed undgå at læseren falder fra før der læses i brødteksten. Brugen af

⁷⁸ Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991.

mellemrubrikker fremhæves som en god ide. Og det anbefales at gøre dem mere iøjnefaldende og at betragte dem som en indgang til teksten.

”If all readers scan, transitions need to have lead quality, and they need to be visible rather than ’smooth as glass’”.⁷⁹

Endelig foreslår Garcia og Stark at man udnytter at billeder bliver bemærket meget og udvider billedteksterne til at være små selvstændige historier der kan introducere til artiklens emne. Det ville som jeg nævnte under Øjet og læsningen, være medvirkende til at nedsætte læsemodstanden. Jeg er dog ikke overbevist om, at man kan få læseren til at læse ret meget mere end han/hun gør nu. Som jeg beskrev omkring læserens tidsforbrug, handler det i langt højere grad om at læseren finder frem til det som har interesse, end at læseren læser mere i avisen.

5.3.3 Stofområder

Læserens opmærksomhed fordeler sig på tre overordnede stofområder sådan at 30% af nyhedsstoffet er blevet bemærket, 23% af featurestoffet og 19% af sportsstoffet. Det giver det nævnte gennemsnit på kun en fjerdedel af brødteksten der er blevet bemærket.

5.3.4 Sammenfatning for den amerikanske Eye-trac-undersøgelse

Læserne følger de prioriteringer som på forhånd er lagt i layoutet. Den typiske orienteringsstrategi går fra billede, til grafik, til rubrik. Det er også de elementer der bliver set mest. Læseren opfatter ikke højre- og venstresider som adskilte dele, men som en samlet enhed, et opslag. Der er en svag tendens til at højresider ses først. Kun 25% af den samlede mængde brødtekst bliver set dog ses brødtekst i noter dobbelt så meget. Garcia og Stark anbefaler en række tiltag der skal få læseren til at læse mere brødtekst, blandt andet underrubrikker, mellemrubrikker, faktabokse og fremhævelser.

5.4 Sammenfatning

Der ses markante ligheder i resultaterne af de tre undersøgelser. Til trods for forskelligt set-up og forskelligt sigte med undersøgelserne kan man drage de samme overordnede konklusioner for opmærksomhedsfordelingen. Det vigtigste parameter for den rækkefølge læseren vælger i afkodningen af et

⁷⁹ Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991, side 46.

opslag, er størrelse. Typisk vil læseren først se på et billede, eller grafik, dernæst på rubrik. Både for broadsheet (de amerikanske aviser og Tages-Anzeiger) og for tabloid (Det Fri Aktuelt (se kapitel 6) og Dagens Nyheter) gælder det at læseren ser et opslag som en helhed og at orienteringen inden for denne helhed bestemmes af størrelsen på de enkelte elementer.

Førudgående interesse er bestemmende for hvad der får opmærksomhed udover det første øjekast, og hvor godt det huskes.

Grafik og fotos får langt den største opmærksomhed og virker for læseren som en indgang til at læse teksten.

Kun en fjerdedel af den samlede brødtekst blev læst.

6 Sådan læste de

Den danske undersøgelse med Eye-trac er naturligt nok den bedst beskrevne, og den hvor jeg har haft adgang til flest data. I det følgende vil jeg fremlægge de danske data og sammenligne med de udenlandske undersøgelser – i det omfang det skønnes relevant og data for de tre udenlandske undersøgelser er til rådighed. Endvidere inddrager jeg Det Fri Aktuelt's Page-Traffic-analyse fra 1994⁸⁰. Eye-trac-undersøgelser kan som allerede skitseret i det foregående kapitel, især vise noget om hvordan læserne bruger de prioriteringer der på forhånd er lagt ind i layoutet. Vi var meget spændt på at se om prioriteringerne også blev fulgt i Det Fri Aktuelt. Hver enkelt læsers øjenbevægelser blev udtegnet på et eksemplar af avisen. Alle elementer som læserne havde set, altså fikseret på, blev registreret med et tal der angav den rækkefølge de blev set i. Det første sted læserens blik fikserer på får tallet 1 og så videre. Hvert punkt forbindes med en streg der angiver den retning blikket flyttes i (se figur 6, næste side). En tekstlinje betragtes som læst når øjet har bevæget sig hen ad den fra venstre mod højre. Det vises med en zig-zag skravering (se figur 7, næste side).

6.1 Statistik

Da alle læsers øjenbevægelser var tegnet ind i avisen blev resultaterne talt sammen. John Paulin Hansen udførte sammenfattende, statistiske beregninger over læsernes måde at læse avisen på. De viser at af alle de elementer der er mulighed for at bemærke, er det billeder og rubrikker der relativt set får den største opmærksomhed. Mere end to tredjedele af rubrikkerne bliver bemærket og knap tre fjerdedele af billederne (se figur 8, side 58). Det er også de elementer der ses først i afsøgningen af opslaget. I forhold til at brødtekst er det element der er mest af i avisen, er det kun knap en fjerdedel af den der bliver bemærket (22%). Jævnfør Tages-Anzeigers anskuelighedsregnestykke som jeg beskrev i kapitel 1, vil ingen almindelig læser kunne overkomme at læse absolut alt i avisen hver dag. Og da læsningen i øvrigt er styret af læserens interesseprofil og øvrige forudsætninger, vil det ikke være relevant for gennemsnitslæseren at læse alt i avisen. Brødtekst i noteform får dobbelt så megen opmærksomhed som øvrig brødtekst. Og tekst der er anbragt i en boks med ramme om eller med tonet baggrund læses mere end neutral tekst.

⁸⁰ Davidsen, Dánial Pauli: *Page-Traffic-analyse*. København, Det Fri Aktuelt, juli 1994. Ikke publiceret.



Sådan indtegnes på avisen hvad læseren har set og i hvilken rækkefølge. Hver øjenfiksering markeres med et tal, der viser rækkefølgen. Tallet 1 markerer den første fiksering og så videre.

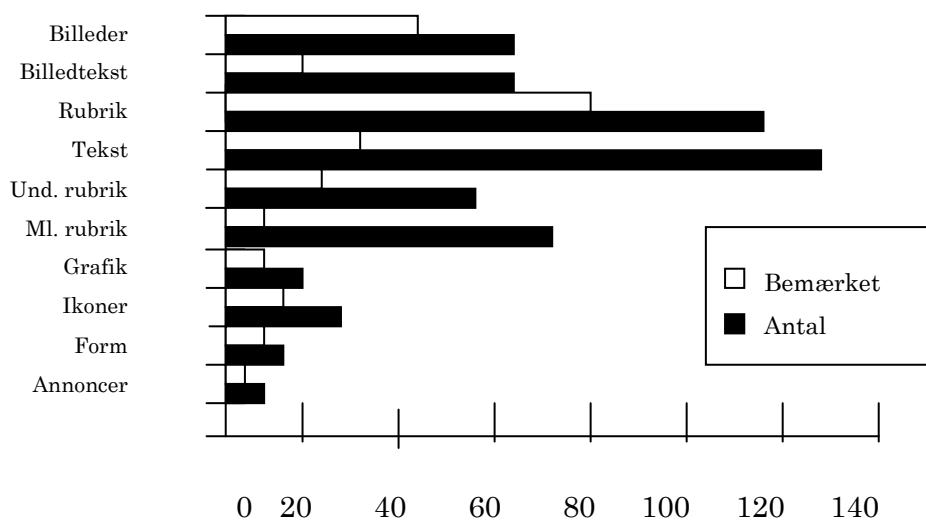
Figur 6



Det som er læst af læseren markeres med en zig-zag-skravering

Figur 7

Komposition og opmærksomhed



Faktisk antal af informationsenheder i DFA d. 9/7 1994 og faktisk antal enheder bemærket af gennemsnitslæseren Figur 8⁸¹

En beregning af hvor mange af de enkelte elementtyper, billeder, rubrikker med videre i procent der er blevet bemærket af læseren i avisen, gør det muligt at sammenligne med den amerikanske Eye-trac-undersøgelse der er beskrevet i *Eyes on the News*⁸² (se endvidere kapitel 5).

Meget overraskende for os var der stor overensstemmelse mellem de danske og de amerikanske resultater. Overraskende fordi det tyder på at avislæserne bruger layout-elementerne på samme måde uanset kulturelle og sproglige forskelle. Jeg er ikke i besiddelse af komplette statistikker for den svenske og den schweiziske undersøgelse, men de beskrivelser af resultaterne af de to undersøgelser som har været tilgængelige for mig, viser det samme mønster som i den danske og den amerikanske⁸³.

⁸¹ Gengivet efter Hansen, John Paulin. *Analyse af læsernes informationsprioritering*. Kognitiv Systemgruppen, Forskningscenter Risø, Roskilde, 1994, side 8.

⁸² Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991.

⁸³ Se tabel 2 nedenfor for en sammenligning af den danske og den amerikanske undersøgelse.

	% andel	DFA-% bem.	US-% bem.
Annoncer	2	53	52
Form	3	55	-
Ikoner	5	39	-
Grafik	3	58	80
Rubrik	21	69	56
Ml. rubrik	13	13	-
Und. Rubrik	10	42	-
Tekst	22	26	25
Billeder	11	70	75
Billedtekst	11	29	29

Tabel 2: Procentvis angivelse af informationsenheder i DFA d. 9/7 1994. Procent af elementerne bemærket af gennemsnitslæseren og sammenlignbare procenter opgivet af Garcia og Stark⁸⁴ fra en amerikansk undersøgelse.⁸⁵

Amerikanerne viser grafiske elementer større opmærksomhed end danskerne. Det kan skyldes at der er gjort meget ud af de grafiske elementer i den amerikanske undersøgelse, at der er flere af dem og at de er forholdsmæssigt større. Til gengæld læser danskerne flere rubrikker. Annoncer bemærkes nogenlunde lige meget i den danske og den amerikanske undersøgelse mens den svenske undersøgelse viser at kun 39% af annoncerne er blevet bemærket (se kapitel 5.2.1.).

6.1.1 Læsemønster

Det man lægger mærke til i forhold til læsemønsteret er hvor mange af de tilgængelige elementer der er blevet set, og i hvilken rækkefølge (se tabel 3 nedenfor). Hvornår i afsøgningen af et opslag et element er blevet set, beskrives med elementets trækværdi. Et element med en lav trækværdi er blevet set tidligt i afsøgningen af opslaget. Den rækkefølge elementerne er blevet set i, fortæller om læseren følger de prioriteringer der ligger i layoutet. Og det antal af et givet element der er blevet set, angiver hvor betydningsfuldt det er for læserens måde at orientere sig i avisen på. Hvis ingen under-rubrikker er blevet set, har de sandsynligvis ingen funktion. Hvis rubrikken altid ses som det første i et opslag kan man tilsvarende udlede at det er den som læseren bruger som indgang til at orientere sig i avisen.

⁸⁴ Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. The Poynter Institute for Media Studies St. Petersburg Florida USA 1991.

⁸⁵ Gengivet efter Hansen, John Paulin: *Analyse af læsernes informationsprioritering*. Kognitiv Systemgruppen, Forskningscenter Risø, Roskilde, 1994, side 9.

Element	Trækværdi	Total antal bemærket
Billede	7.0	61
Grafik	7.5	15
Ikoner	7.9	26
Rubrik	8.1	115
Underrubrik	9.7	54
Tekst	10.4	112
Annonce	12.0	8
Billedtekst	12.1	55
Mellemrubrik	14.8	47
Formstof	17.9	14

Tabel 3: Elementernes trækværdi og total antal bemærket i DFA d. 9/7 1994.⁸⁶

Det generelle mønster der tegner sig er som vist i tabel 3 at læseren afsøger opslaget ved først at kaste blikket på et billede, et grafisk element eller et ikon, dernæst på en rubrik. Jo større et element er jo oftere og jo tidligere vil det blive bemærket. Underrubrikken er det sidste stop inden læseren kaster sig over selve artikelteksten, hvis han/hun da kommer så langt. Mellemrubrikker og billedtekster ses ret sent i opslaget. Der er altså en vis sammenhæng mellem hvornår i opslaget et element bliver bemærket og hvor mange af den pågældende type der totalt bliver set. Jo senere i afsøgningen af et opslag et element bliver set, jo færre af den type elementer bliver bemærket. I enkelte tilfælde har en mellemrubrik været en selvstændig indgang til at læse i en artikel, men det er ikke den typiske brug af det element. Derimod hopper læseren gerne fra mellemrubrik til mellemrubrik for at kunne orientere sig i artiklen.

Jeg fremhævede i min indledning at indgroede forestillinger om at højresiden læses før venstresiden er fremherskende blandt journalister. Alle fire undersøgelser med Eye-trac afkræfter dette. Det er heller ikke tilfældet at elementer på højresiden får større opmærksomhed end elementer på venstresiden. Jeg formoder at denne forestilling, som ofte og velvilligt bliver gentaget, er opstået som et argument for at annoncer der placeres på en højreside skal koste mere. Det er helt og holdent prioriteringerne i layoutet der styrer læserens opmærksomhed. Hvis der er et interessant større billede på venstresiden og kun små billeder på højresiden, vil læseren oftest kigge på

⁸⁶ Gengivet efter Hansen, John Paulin: *Analyse af læsernes informationsprioritering*. Kognitiv Systemgruppen, Forskningscenter Risø, Roskilde, 1994, side 10. Jeg har byttet om på rækkefølgen i forhold til originalen så det der ses først, billeder, står først i tabellen og så fremdeles.

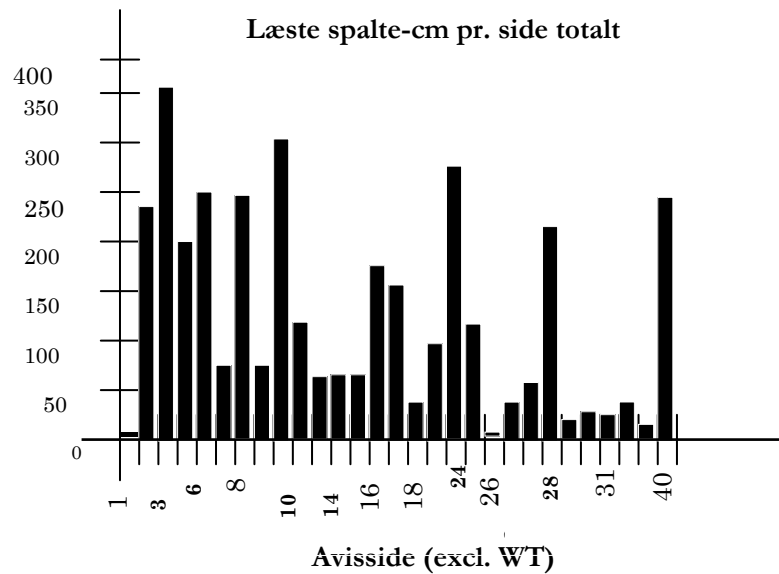
venstresiden først. I Det Fri Aktuelt's undersøgelse med Eye-trac så læserne rubrikker på venstresiden før rubrikker på højresiden, og de læste mere på venstresiden. Det kan dels skyldes at der er flere store annoncer på højresiden, men først og fremmest at der var flere små artikler på venstresiden. Små artikler i noteform læses mere end større artikler. I den danske undersøgelse opfatter læseren heller ikke de enkelte sider som afgrænsede enheder, men ser et opslag som en samlet helhed. Hvordan læseren orienterer sig på et opslag styres primært af layoutet. Om et element får mere eller mindre opmærksomhed bestemmes i anden omgang af læserens interesseprofil.

6.1.2 Tekstprioriteringer

Der ses ikke noget sammenfald i stofområde for de ti artikler som læserne har givet mest opmærksomhed. Dog har de på nær en enkelt det til fælles at de alle er forholdsvis korte. De eneste tre tekster der er blevet læst 100%, er alle på under 9 spaltecentimeter. Af de 10 tekster som ingen har læst er der flere ganske lange. Men der tegner sig ikke noget bestemt mønster med hensyn til stofområde eller placering. Den ene ulæste tekst vil jeg vende tilbage til i en analyse af udvalgte opslag. Der er tale om Weekend Tillæggets bagside med en historie om en massemand. Den er med sine 104 spaltecentimeter den længste ulæste tekst.

En teksts længde har ingen betydning for sandsynligheden for at den bliver bemærket, men jo kortere den er, jo mere vil der blive læst i den. Det har heller ingen betydning hvornår i afsøgningen af et opslag teksten bliver bemærket. Det store fald i læsningen ses mellem de helt små notetekster og de mellemstore artikler. For artikler over 20 spaltecentimeter skal størrelsen cirka tredobles før læsningen er halveret.

Med enkelte undtagelser falder læselysten gennem avisen (se figur 10, nedenfor). Der læses mest på side 1-6. Kronikken på side 19 (anbragt lige efter side 18 i diagrammet, da side 20 og 21 er udeladt) og artiklen på side 26 *Håbet hedder Danmark* er eksempler på to artikler der har fået stor særskilt respons selvom de er anbragt forholdsvis langt tilbage i avisen. Bagsiden får lige så megen opmærksomhed som side 1-6.



Den totale mængde stof læst af de 12 forsøgspersoner pr. side – fraregnet Weekend Tillægget

Figur 10

6.1.3 Stofområder

Debatstoffet er det stofområde, der får mest opmærksomhed hos læserne i den danske undersøgelse (stofområdet er ikke registreret i den amerikanske undersøgelse). Den store opmærksomhed omkring debatstoffet kan eventuelt forklares med at en stor del af det er anbragt tidligt i avisen hvor der i forvejen læses mest. Men en mere sandsynlig forklaring er nok at Det Fri Aktuelt med sin tætte tilknytning til fagbevægelsen har tradition for at tage samfundsdebatteerende emner op, og har sin primære vægt på stof der handler om samfund og arbejdsmarked. Læsere der vælger at holde Det Fri Aktuelt må derfor også forventes at have en vis interesse for det stofområde. Direkte adspurgt svarer de fleste af læserne i udganginterviewet at de altid ser på debatsiden og læser i læserbrevene. Lederen bliver læst hvis emnet i den har interesse ellers ikke.

Emnetype	DFA%	US %-bem.
Nyheder	28	30
Features	25	23
Debat	33	-
Sport	7	19

Tabel 4: Procentangivelse af, hvor mange artikler inden for 4 områder, der blev bemærket i DFA og i den amerikanske undersøgelse⁸⁷.

⁸⁷ Gengivet efter Hansen, John Paulin: *Analyse af læsernes informationsprioritering*. Kognitiv Systemgruppen, Forskningscenter Risø, Roskilde, 1994, side 15.

For nyhedsstof og featurestof er bemærkelsesgraden nogenlunde den samme i den amerikanske og den danske Eye-trac-undersøgelse (se tabel 4 ovenfor). De danske læsere læser meget mere i nyhedsstoffet end i featurestoffet. Featurestoffet er primært anbragt i Weekend Tillægget, for eksempel en reportage om Kina. Reportagen er illustreret med store flotte billeder, og det er nok snarere dem end indholdet der har tiltrukket læseren, for teksten er stort set ikke blevet læst. Billederne på side 1, 3, 5 og 7 i Weekend Tillægget er blandt de mest sete i avisen, men ingen af artiklerne er blandt de mest læste.

Sportsstoffet får mindre opmærksomhed end de øvrige stofområder. I den amerikanske undersøgelse er 19% blevet bemærket mens bemærkelsesgraden er helt nede på 7% i den danske undersøgelse. Her er der altså ikke overensstemmelse mellem de to resultater. De danske læsere springer simpelthen sportsstoffet over. De der bemærker sportssiderne læser til gengæld meget. Til sammenligning vil jeg inddrage den Page-Traffic-analyse som Det Fri Aktuelt gennemførte i juni måned 1994⁸⁸.

Stofområde	Observeret	læst helt
Sportssider	52%	14%
Sportsresultater	37%	-
Debatsiderne	71%	19%
Leder- og læserbrevssider	82%	36%
Feature	59%	21%
Indlandsnyheder	80%	18%
Udlandssider	79%	32%
		19%

Tabel 5: Procent der har observeret udvalgte stofområder i Det Fri Aktuelt og læst helt. Kilde: Det Fri Aktuelts Page-Traffic-analyse, 1994.

Tallene er ikke direkte sammenlignelige, men Page-Traffic-analysen viser det samme forhold mellem observationsgraden fordelt på forskellige stofområder som Eye-trac-analysen. Der er dog det forbehold at læserne har en tilbøjelighed til at overvurdere deres egen læsning (jævnfør kapitel 2 om avislæsevaner), så der måske er lidt flere der siger at de har læst artiklerne helt igennem end der rent faktisk har gjort det. Som tidligere nævnt er kun tre artikler blevet læst helt igennem i Eye-trac-undersøgelsen, og de er alle meget korte. Der kan være tale om at læserne i Page-Traffic-analysen mener noget andet med "helt igennem" end at artiklerne faktisk ER læst helt

⁸⁸ Davidsen, Dánial Pauli: *Page-Traffic-analyse*. København, Det Fri Aktuelt, juli 1994. Ikke publiceret.

igennem. Der er i hvert fald ikke nogen grund til at tro at læserne i Page-Traffic-undersøgelsen læser mindre i avisen end andre læsere af Det Fri Aktuelt.

6.2 Sammenfatning

Der er stor overensstemmelse i læsemønsteret for amerikanerne og danskerne. De bemærker de samme elementer i opslaget og nogenlunde i samme rækkefølge. Dog bemærker amerikanerne grafik i større grad end danskerne, og danskerne læser rubrikkerne mere. Det typiske læsemønster viste sig at være at blikket først lander på et billede, eller et grafisk element, dernæst læses rubrikken og underrubrikken. Herefter er der stor risiko for at læseren står af og undlader at læse videre i selve brødteksten. Mellemrubrikker kan være en indgang til at læse i artiklen, men læses sjældent særskilt.

Der er ingen sammenhæng mellem længden af en tekst og sandsynligheden for at den bliver læst, men jo kortere den er, jo mere af den vil blive læst. Tekst der er fremhævet med en ramme læses mere i dybden, end tekst på neutral baggrund.

Avisens første 6 sider læses mest, men en interessant artikel længere inde i avisen kan godt tiltrække sig særskilt opmærksomhed og blive læst meget. Bagsiden får lige så megen opmærksomhed som side 1-6.

Læseren opfatter modstående sider som en helhed og afsøgningen af et opslag styres af de prioriteringer, der på forhånd er lagt ud i layoutet. Venstresider ses tidligere end højresider, og der læses flere artikler på venstresiderne.

Sportsstoffet får meget lidt opmærksomhed. I Det Fri Aktuelts undersøgelse springes det helt over af flertallet af læserne. På dette punkt er der ikke overensstemmelse mellem de to undersøgelser.

Generelt er læsemønsteret det samme for alle fire undersøgelser. Det er et tegn på at læserne bruger de prioriteringer som på forhånd er lagt ud i layoutet og understreger vigtigheden af at bruge denne mulighed til at guide læseren gennem avisen. Det er det der skal til hvis læseren uden besvær skal kunne finde frem til det der har hans/hendes interesse.

7 Det sagde læserne

7.1 Læsninger og kommentarer

Læserne blev interviewet om deres læsning efter optagelsen. Sammen med lic.psych., Ph.d. John Paulin Hansen så de optagelsen igennem og interviewet blev optaget som lydsiden til en kopi af optagelsen. Jeg har valgt nogle eksempler på læsninger ud som viser træk der er typiske for læsernes generelle måde at læse avisen på. I analysen af den enkelte læsers læsning vil andre læsers kommentarer til egen læsning af det samme sted blive inddraget når det skønnes relevant.

7.1.1 Forsiden

Forsiden er avisens ansigt og samtidig et menukort som fortæller læseren hvad dagens ret er sammensat af. Forsiden domineres af en stor blå kasse øverst i hele sidens bredde. Den henviser med et stort temabillede fra Kina og to mindre portrætter til historier i Weekend-Aktuelt. en stor fed rubrik midt på siden til venstre henviser til en historie om DSB. henvisningen er rammet ind med fede røde streger på to af siderne. En ikon med teksten *Sådan ligger vandet* henviser til to artikler om Nordsøen i hhv. hovedsektionen og Weekend-Aktuelt. Nederst på siden til venstre er et foto fra Tour de France og to henvisninger til sporten. Endelig er der en annonce for Peter Grosell's antikvariat i forsidens nederste højre hjørne.

De fleste læsere bruger forsiden udelukkende til at se om der skulle være noget af interesse. Selvom de læser forsiden og måske har fundet noget af interesse, så er de ikke tilbøjelige til at hoppe direkte ind på den historie. De husker at der var noget de ville se og giver det så opmærksomhed, når de når så langt. Enkelte kan dog godt finde på at hoppe ind med det samme.

Læser nummer 7:

Altså jeg kigger den lige igennem for at se. Og så ser jeg ud: er der noget af det på forsiden, jeg vil ind og have kigget længere inde i avisen.

To læsere fulgte opfordringen til at læse mere om *Nordsøen dør af forurening* på side 8+9. I farten havde de ikke opfattet at avisen består af to sektioner (plus et tv-tillæg), så da de fandt side 8+9 i første sektion var de noget forundrede over at Nordsøen var blevet væk. Læser nummer 7 er lettere desorienteret, og tager i første omgang skylden på sig for ikke at kunne finde det ønskede sted i avisen. Senere bliver hun enig med

intervieweren om at det nok er avisen der har lavet en fejl. Da de endelig finder det rigtige sted, er de slet ikke sikre på at det nu også er det rigtige.

Interviewer:

Så skal du se, nu gør du noget sjovt her bagefter. Så bladrer du lidt hurtigt og ender på et par sider her bag ved.

Læser nummer 7:

Det gør jeg, fordi jeg havde set forkert heromme.

Interviewer:

Omme på forsiden?

Læser nummer 7:

Ja. Jeg havde set det til, at øhm, det skulle være på side 8-9, det, jeg godt ville læse. Og derfor sprang jeg over, men gik så tilbage til de sider senere.

Interviewer:

Men du kan også se der nederst på den artikel der, at der står der også side 8-9. Så det er dem, du går om efter?

Læser nummer 7:

Ja.

Interviewer:

Og hvad så, der kommer du om ved otte og ni her. Og der er så ikke rigtig noget.

Læser nummer 7:

Der var ikke det. Og der er det så, at da jeg så har læst det der, så går jeg tilbage faktisk.

Interviewer:

Jamen, der har de simpelthen lavet en fejl.

Læser nummer 7:

Ja.

Interviewer:

Det har du ret i. Der forekommer ikke noget på side otte og ni. Så går du tilbage igen.

Læser nummer 7:

Ja.

Interviewer:

Hvad øh, så bliver du lidt irriteret, eller hva'

Læser nummer 7:

Nej, for jeg regnede med, at jeg kunne finde det længere henne. Men jeg synes egentlig ikke, jeg fandt det.

Interviewer:

Det er det, du så sidder og leder efter.

Læser nummer 7:

Ja.

Interviewer:

Men du syntes ikke, du fandt det?

Læser nummer 7:

Det, jeg så kunne finde ud fra det, det var selve den reportage, de har omkring havet, der har åndenød, hvor de skriver, de vil skrive mere om det i næste uge, ikke også.

Den anden læser som gerne ville finde side 8+9 er knapt så ihærdig. Hun bladrer lidt frem og tilbage, men opgiver så at finde stedet:

Læser nummer 9:

Og det fandt jeg så ud af, men så gad jeg ikke bladre tilbage igen, for så var det altså heller ikke mere interessant.

Interviewer:

Nej, nej, okay.

Læser nummer 9:

Men ellers så plejer jeg sådan at følge det op, hvis det er sådan, at der er noget, der er længere inde i avisen, så synes jeg, at det er spændende at læse det.

Interviewer:

Sådan, så der er sammenhæng. Ja.

Læser nummer 9:

Men ikke noget jeg gider sådan at bladre for meget rundt efter.

Interviewer:

Nej. Men generelt, så opfatter du Det Fri Aktuelt som én avis?

Læser nummer 9:

Ja.

Læseren opgiver i første omgang at finde siderne. Da hun ved den almindelige gennemlæsning når frem til siderne finder hun ud af at det alligevel ikke havde interesse. De to læsere har spildt en del af deres dyrebare avistid. Og selvom de i forvejen er meget tilfredse læsere kunne man da godt forestille sig at de i længden kunne blive trætte af deres avis. Henvisningen på forsiden er ganske vist skrevet helt rigtigt, men Weekend-Aktuelt er skrevet med almindelig brødskrift og ikke de logotyper som forsiden af Weekend-Aktuelt bærer. Det kunne måske have hjulpet læseren hvis der lidt tydeligere var gjort opmærksom på at der henvises til en anden sektion.

7.1.2 Dagens navne – det generelle læsemønster

Dagens Navne er et populært opslag i en underholdende stil⁸⁹. Her er nyt om de kendte og almindeligt navnestof. Læserne bruger opslaget forskelligt. Enkelte kaster blot et flygtigt blik på det, andre bruger det generelt til at følge med i mærkedage for bekendte. Jeg har medtaget den numeriske sammenfatning for dette opslag for at give et overblik over hvordan de 12 læsere har læst det. Den numeriske sammenfatning indeholder forskellige beregnede index for de 12 læsers afkodning af opslaget (se i øvrigt Begrebsafklaring). Tegnet ”√” angiver hvor mange læsere der har set det pågældende element. Tegnet ”>>” angiver elementets trækværdi, altså den gennemsnitlige rækkefølge-placering elementet har opnået hos dem der har set det. En lav trækværdi tæt på tallet 1 viser at elementet er blevet set tidligt i afsøgningen af opslaget. Endelig beregnes dybde-% som angiver hvor stor en procentdel af teksten der er blevet læst af dem der har læst den. Dybde-% angives med tegnet ”=”. Hvis man for eksempel ser på billedet af Jens Okking, yderst til venstre, så fortæller tallene i boblen, at 10 læsere har set på det billede. Trækværdien 1,5 fortæller at billedet er blevet set tidligt i afsøgningen af opslaget. Rubrikkerne er blevet set af 7-10 læsere, og billedet af Jens Okking er et af de fotos der har fået størst opmærksomhed i hele avisen.

Interviewer:

Jens Okking der og en kvinde. Er du meget til kvindestof - og kvindelige politikere?

Læser nummer 9:

Ja, jeg stemmer altid på en kvindelig politiker. Så har jeg altså også stemt på Kirsten Jensen, så syntes jeg, det var meget skægt lige at læse lidt om hende og...

Interviewer:

Ja.

Læser nummer 9:

Og jeg kunne se hendes billede der ...

Interviewer:

Ja.

Læser nummer 9:

Så hver gang, der står noget om socialister eller kvinder, så plejer jeg også at læse det. [Latter]⁹⁰

⁸⁹ Se bilagsmappe 1, bilag 2.

⁹⁰ Den fulde udskrift af samtlige interviews kan ses i bilagsmappe 2

Billedet af Kirsten Jensen var læserens indgang til at læse om et stofområde der havde hendes interesse. Det havde personlig relevans for læseren fordi hun netop havde stemt på hende ved Europa-parlamentsvalget. En anden læser bemærkede til det samme billede: ” Hende der. Det er mest fordi, jeg synes, hun er så evindeligt dum.” (læser nummer 11).

Der er udelukkende portrætfotos på siden, og de har generelt stor tiltrækningskraft på læserne. De store fotos har en lav trækværdi hvilket viser at læserne har set dem tidligt i afsøgningen af opslaget.

7.1.3 Overskrift på højkant

Opslaget på side 6+7 i Weekend Tillægget har to artikler⁹¹. Den ene er et portræt af Osvald Helmuth der kunne være blevet 100 år den pågældende dag. Den fylder to spalter i fuld højde i venstre side med et lille portræt af Osvald Helmuth øverst under rubrikken. Den anden historie handler om en lille biograf i Malling, den fylder 10 spalter. Den er illustreret med tre fotos, et stort på højresiden over 4 spalter og to mindre på venstresiden over 2 spalter. Rubrikken *Åndernes bio* er sat på højkant i artiklens anden spalte fra venstre.

I sin afsøgning af opslaget viser læser nummer 2 et læsemønster der afspejler visse vanskeligheder som er typiske for læsernes generelle måde at læse avisen på. Læseren får først øje på det store billede på højresiden. Der fikseres to forskellige steder i billedet før læseren flytter blikket til billedteksten. Det er ikke typisk for læserne at billedtekster læses i forbindelse med den første afsøgning af billedet, som regel vil det først ske lidt senere eller slet ikke. Fikseringen markeret med tallet fire falder på mellemrubrikken: *Ingen porno og voldsfilm*. Den er set særskilt af tre læsere. Læser nummer 6 hopper helt fra billedet af Else Hauberg på venstresiden og over på mellemrubrikken *Ingen porno og voldsfilm*. Han har ikke helt de samme vanskeligheder som læser nummer 2:

Interviewer:

Ja. Ja. Der bliver du fanget af den der Ingen Porno og Voldsfilm. Og det ...

Læser nummer 6:

Hø hø.

Interviewer:

Den er alle faktisk også blevet fanget af. Og det er jo også altså, ... et eller andet sted, så må vi sidde ude i øjenkrogen og scanne, om der er noget, der er interessant, mens vi er i gang med at læse et eller andet sted. For ellers ... hvad pokker tilsiger, at du skal slå ned lige netop på den og ikke på den her. Men så sker der noget sjovt, nu skal du lige prøve at se, fordi ... Der er nemlig langt ned til det der med Vold og Porno., ikk'. Og man læser og man læser og man læser. Arh, så tror jeg, der kommer noget her ja. Det eneste, der er helt udelukket er pornofilm og film, der forherliger volden for voldens skyld. Okay, så stiger du af den der.

⁹¹ Se bilagsmappe 1, bilag 3.

Han er en af de ihærdige som faktisk når de 20 linier ned i teksten hvor mellemrubrikken uddybes. Her forlader han læsningen – sandsynligvis fordi brødteksten netop handler om at der ikke bliver vist Porno og voldsfilm. Hvad det angår fungerer mellemrubrikken fint nok, men det som den omtaler, står alt for langt nede i brødteksten. Læser nummer 6's kommentar til at blive mindet om at han har kigget efter porno og voldsfilm er et: Hø, hø.

Læser nummer 2 er blevet tiltrukket af det farverige ordvalg, men skuffes.

Læser nummer 2:

Jeg så lige der: Ingen pornofilm og voldsfilm – så ville jeg lige prøve at se, hvad det var, han sagde om det, men jeg kunne ikke rigtig lige sådan – jeg synes ikke rigtig lige, der stod noget om det. Med mindre man begyndte at nærlæse det.

Interviewer:

Nej. Ja, eller kommer langt ned. Det kan godt være det, der menes under porno og voldsfilm, det først står langt nede i ..øh og da har du ... Du har regnet med at der måske står noget her i begyndelsen?

Læser nummer 2:

Ja, eller der sådan ligesom...

Læser nummer 2 når slet ikke så langt som læser nummer 6, og er tydeligt skuffet over ikke at have fået indfriet sine forventninger. Hans blik farer i stedet helt over i fjerde spalte fra venstre på rubrikken *Åndernes Bio*. I alt når han at fiksere 10 gange på rubrikken med to afstikkere til henholdsvis det ene billede til højre og billedteksten på det øverste billede. Selvom rubrikken er en af de 12 som alle 12 læsere har bemærket, gav flere læsere utvetydigt udtryk for at de havde vanskeligt ved at afkode den.

Læser nummer 11:

Men jeg synes igen, der er et problem hver gang teksten står opad der. Der havde jeg altså lyst til at trække hovedet på skrå, eller dreje avisen. Eller et eller andet, ikk'.

Flere andre læsere bemærker at den opretstående rubrik er irriterende. En enkelt synes den virker useriøs, hvilket får afsmitning på opfattelsen af indholdet som dermed også opfattes som useriøst. En enkelt læser synes den er god fordi den fanger med det samme.

Efter sin runddans omkring den opretstående rubrik kaster læser nummer 2 et blik på underrubrikken til artiklen om Osvald Helmuth. Han slutter sin læsning samme sted som han startede hvilket i øvrigt også er typisk for alle læsernes generelle orienteringsstrategi. Læser nummer 2 var 30 sekunder om at læse opslaget.

7.1.4 Kunstnerisk grafisk løsning

Som tidligere nævnt fortjener bagsiden af Weekend Tillægget ekstra opmærksomhed⁹². Teksten på denne side er suverænt den tekst der er blevet læst mindst i hele avisen. Jeg kalder siden for den kunstneriske, grafiske løsning fordi den fremstår som en formfuldendt, velordnet helhed. Brødteksten rammer siden ind og inde i rammen er placeret en illustration over tre spalter. Helhedsindtrykket dannes af flere rektangulære kasser der lukker sig om hinanden. Illustrationen er en forside fra et østrigsk tidsskrift, Profil der udkom den 25. februar, 1994. Tidsskriftets forsideillustration er et portræt af Jack Unterweger med et reb om halsen. Indsat i billedet er en tekst på tysk der lyder: Die Mordsjagd. Med lidt god vilje kan man vel godt stave sig igennem ordet, og få mening ud af det. Men læsere der ikke forstår tysk vil nok springe det over. 11 læsere har set illustrationen. Inden de når ned til rubrikken er de fem faldet fra. Og kun to læsere når op til begyndelsen af artiklen øverst på siden. Ingen læsere læser i artiklen. Men hvorfor egentlig ikke?

Artiklen handler om en østrigsk massemander som blev løsladt fra en livsvarig fængselsdom for kvindemord fordi fængselspersonalet og intellektuelle i landet mente at hans talent som forfatter berettigede ham til et liv i frihed. Han kvitterede for tilliden ved at begå endnu 9 kvindemord før han igen blev fængslet. Artiklen er skrevet ugen efter han begik selvmord i sin fængselscelle.

Ingen har læst artiklen. Kun to læsere har nogenlunde opfattet hvad den handler om. En læser tror det er en skuespillerroman, en anden at det er en anmeldelse. Direkte adspurgt og efter en udførlig forklaring om, hvad den handler om, siger flere læsere at de ville have læst den hvis de havde vidst det.

Der er tale om et nydeligt, harmonisk layout. Men siden fremstår som firkantet og lukket omkring sig selv, og lukker derfor læseren ude. Der er meget langt for læseren fra rubrikken nederst på siden op til den venstre spalte øverst hvor læsningen skulle begynde. Rubrikken ”Den talentfulde massemander” er for abstrakt til at lede læseren på sporet af den konkrete historie som havde kørt i mange andre medier allerede, og derfor burde være kendt. Illustrationen er misvisende fordi den forleder læseren til at antage at artiklen handler om tidsskriftet og ikke om manden. Læseren levnes ikke mange chancer. Læserne når aldrig fra det overordnede spor: Illustration og rubrikker, til det underordnede spor som er læsning i sleve brødteksten. En side som denne illustrerer med al tydelighed at en kunstnerisk grafisk

⁹² Se bilagsmappe 1, bilag 4.

løsning ikke nødvendigvis er hensigtsmæssig. For mange opslag af denne type vil efterlade læseren med en fornemmelse af at avisen ikke havde noget til ham/hende den dag.

7.1.5 Den nære model

Danmark Rundt-opslaget er bygget op med to spalter noter yderst til venstre⁹³. De næste fire spalter er præget af en stor illustration over 3 spalter med rubrikken indsat i negativ. Under denne er placeret to mindre artikler. På højresiden er øverst en artikel om Københavns økonomi. Under denne en historie om SiD og i yderste højre spalte er placeret en mindre artikel i hele spaltens højde. Danmark Rundt-opslaget havde stor interesse for avisen selv. Man prioriterede at have de lokale nyheder fra rundt omkring i landet med – i et forsøg på at komme læserne nærmere.

Læser nummer 12 har givet redaktøren en glad dag ved at læse stort set alt på opslaget. Han starter med at kaste blikket på billedet på venstre side hvor også 6 andre læsere valgte at starte. Billedet har trækværdien 1,1. Så det er blevet set som det første for de fleste af læserne. Da det står alene har det – i modsætning til billederne på side 11 – ikke konkurrence fra andre elementer. Det kan være grunden til at det bemærkes tidligt af samtlige der har set det. Læseren fortsætter straks med at læse i notestoffet. Læsningen er pænt struktureret bortset fra et lille hop (fiksering nummer to) på vej ind til notestoffet. Der læses rubrikker, og der hvor de fænger læses der ned i brødteksten.

Interviewer:

Og det er jo flere af de der rubriking.

Læser nummer 12:

Mmm.

Interviewer:

Hvor du tager dem. Tænder på overskriften af et mord.

Læser nummer 12:

Nej, det er ikke fordi jeg tænder på alt, hvad der er med knivstik og mord. Det er i hvert fald sådan lidt BT og Ekstrablads journalistik.

Interviewer:

Ja.

Læser nummer 12:

Men der er et eller andet i sådan nogle overskrifter, der fænger. Jeg ved ikke - det er sådan lidt sygt, synes jeg.

⁹³ Se bilagsmappe 1, bilag 5.

Interviewer:

Og man kan læse det der på samme plads, som man skulle læse 5 sider i BT for, ikke. Altså. Og ikke være gået glip af noget.

Læser **nummer 12**:

Helt klart.

Læsere af Det Fri Aktuelt foragter ikke petit og sensationsstof, det som Jørgen Poulsen kalder 112-stof, men de er tilfredse med at det ikke tager så meget plads op. Læser nummer 1 bemærker til sin læsning af notestof på side 6+7:

Interviewer:

Men du kan godt lide de der små korte, ser det ud til. Du læser dem tit.

Læser **nummer 1**:

Øh.. Ja det er fordi det ... jeg læser dem, fordi det er hurtigt overstået. Øh, nu... jeg læser dem, synes jeg selv, rimeligt hurtigt. Jeg er en rimeligt hurtig læser. Det er hurtigt overstået. Det tager zak! så er de færdige. Ikke altså, så hvis de ikke var spændende nok, så har du ikke spildt alverdens tid.

Det er et meget pragmatisk syn på avislæsningen; hvis man ikke vil risikere at spille for meget tid på noget som alligevel ikke viste sig at være interessant, skal man bare nøjes med at læse petitstoffet.

Læser nummer 12 hopper, efter at have bemærket alt inden for den to spalter brede boks med notestof, videre til rubrikkerne under Hven-historien og derefter op på billedet til Hven-historien.

Interviewer:

Hven til salg. Er det et sted, du kommer?

Læser **nummer 12**:

Nej, overhovedet ikke. Det var såmænd bare fordi, det var svenskerne, der havde sat det til salg. Det er sådan noget, jeg vil kalde generel information, når det er sådan. Det er ikke fordi, jeg skal bruge det til noget i min hverdag.

Læser nummer 12 fortsætter med at læse Hven-historien fra toppen af og indtil han ikke gider mere. Derefter hopper han videre til side 2's hovedhistorie om Københavns økonomi.

Interviewer:

Nej. Så er der en fyr, derovre, der vil noget med Københavns økonomi.

Læser **nummer 12**:

Ja, det synes jeg er meget sjovt.

Interviewer:

Ja.

Læser nummer 12:

Også fordi jeg synes, det er et vigtigt tema.

Interviewer:

Jeg har ikke læst den, men er den ikke skrevet sådan lidt let?

Læser nummer 12:

Jo, jo. Det er sådan lidt. Altså de kommer med nogle forslag om, hvordan man skal indsende forslag. Altså det er sådan set bare nogle overskrifter af, hvad de har tænkt sig, man skulle gøre for at redde økonomien.

Interviewer:

Ja.

Læser nummer 12:

Nogle gange kan der jo være nogle ideer, man ikke har hørt om.

Interviewer:

Ja. Og den læser du også igennem.

Læser nummer 12:

Ja.

Interviewer:

Så er der lidt fagstof, det springer du over.

Læser nummer 12:

Ja.

Læser nummer 12's læsning af side 10+11 viser meget eksemplarisk hvordan læsning i to spor ser ud i praksis. Læseren orienterer sig i opslaget ved hjælp af rubrikkerne. Alle underrubrikker er blevet læst. Der er ingen tvivl om at denne læser har fået alt, som havde hans interesse, ud af dette opslag. Læsningen tog i alt 3 minutter og 31 sekunder.

7.1.6 Håbet hedder Danmark

Et eksempel på hvor tilsyneladende planløst en læser kan finde på at læses af læser nummer 9's læsning af opslaget side 26+27⁹⁴. Læseren slår ind midt i pløjemarken på billedet. Pigen med markredskabet ses ikke i første omgang. Rubrikken læses som det første hvorefter læseren kaster et blik på pigen og straks hopper ned på billedteksten.

Interviewer:

Og så er der en, der sker noget sjovt der. Kan du huske, hvad der skete, da du...?

Læser nummer 9:

Ja, der kunne jeg ikke finde ud af, hvor jeg skulle ... Da læste jeg ned her.

⁹⁴ Se bilagsmappe 1, bilag 6.

Interviewer:

Ja.

Læser nummer 9:

Men så kunne jeg godt se, det passede ikke lige sammen.

Interviewer:

Det passede ikke.

Læser nummer 9:

Nej. Altså det var fordi, den blev skilt der.

Interviewer:

Skåret af af Å'et lige i midten der.

Læser nummer 9:

Ja. Men det var også noget, som jeg syntes, der var spændende, noget med flygtninge/indvandrere, det plejer jeg også altid at læse.

Læseren har fundet frem til en artikel der har hendes interesse, men afkodningen af den forløber ikke helt uden problemer. Billedteksten skæres midt igennem af Å'et i rubrikken. Det betyder at hun, da hun kommer til "hullet" i sætningen, tror at hun skal hoppe ned til sætningen nedenunder. Men billedteksten fortsætter på den anden side af hullet. Hun skulle altså være hoppet over Å'et for at læse billedteksten helt igennem. De fleste læsere som har set dette opslag har gjort det samme. En læser finder det irriterende, en anden bemærker at det er en markering af at sådan en bolle over Å'et ikke skal gå op i billedteksten.

Efter billedteksten læser hun underrubrikken, men hopper så tilbage på billedet igen. Først nu følger hun det rigtige spor, og hopper ned for at begynde læsningen i teksten. Til at begynde med går det fint, men midt i anden spalte hopper hun videre til to sætninger midt i tredje spalte og straks herefter til mellemrubrikken midt i den fjerde spalte (fiksering nummer 9). Mellemrubrikken læses hvorefter hun hopper næsten op til toppen af spalten og læser ufortrødent videre. Hendes krumspring bliver ikke kommenteret på båndet, så jeg kan kun gætte at hun har mistet koncentrationen et øjeblik. Tilsyneladende savner hun ikke, det som hun har sprunget over, mens hun læser det sidste. Trods den noget rodede gennemlæsning udtrykker læseren tilfredshed med indholdet af historien. Sporten bemærkes lige netop, før hun hopper videre til næste opslag. Hendes læsning af hele opslaget tog 46 sekunder.

7.2 Sammenfatning

Analysen af enkelt opslag viser hvordan læserne bruger læsning i to spor, når de orienterer sig i avisen. Hvis det første spor ikke er tilrettelagt på den mest hensigtsmæssige måde vil læseren blive villedt og finder ikke frem til det som måtte have hans/hendes interesse. To læsere havde særdelse vanskeligt ved at forstå en henvisning på forsiden og måtte opgive at finde

det, som de ledte efter. Da de senere fandt det viste det sig at det ikke havde deres interesse alligevel. En bedre præsentation kunne have sparet dem for at bruge tid på forgæves at lede efter en artikel som viste sig ikke at have deres interesse alligevel. Når layoutet er lave godt og klser er det nemt for læseren at finde rundt. Den mindste uklarhed i layoutet sender læseren på vildspor.

8 Journalistisk fortælle teknik

Jeg har nu beskrevet fællestræk for de tolv læses måder at læse Det Fri Aktuelt på, og hvilke stofområder der har deres interesse. Der fremkom en række forslag til ændringer i layoutet som kunne hjælpe læseren i afsøgningen af et avisopslag. Og der tegnede sig et billede af læsning i to spor: Et overordnet hvor der ses billeder, rubrikker og fremhævede elementer i øvrigt, og et underordnet (ikke i hierarkisk betydning) hvor der læses i artiklerne⁹⁵. Det næste spørgsmål er hvordan læsernes faktiske læsemønstre i avislæsningen forholder sig til den baggrund journalisten har for at formidle stoffet. Jeg vil med udgangspunkt i to af grundbøgerne der bruges i undervisningen på Danmarks Journalisthøjskole: *Journalistikkens grundtrin* af Mogens Meilby og *Beyond the Inverted Pyramid* af George Kennedy et al⁹⁶ diskutere nyhedstrekanten som struktureringsprincip for nyhedsartikler i aviser. *Eyes on the News* vil blive inddraget i diskussionen⁹⁷.

8.1 Fortælle teknik

Meilby giver i sin bog, *Journalistikkens grundtrin*, et historisk rids over udviklingen i journalisters brug af forskellige fortælle teknikker⁹⁸. Sin gennemgang indleder han med en beskrivelse af hvad Eye-trac-metoden siger om læsernes læsemønstre. Beskrivelsen er ganske udmærket idet han gør opmærksom på at illustrationer, fotos, overrubrikker og underrubrikker leder læseren frem til at læse teksten, men at læseren ikke altid når så vidt. Læserens måde at hoppe til og fra selve brødteksten under læsningen – til en mellemrubrik, en faktaboks eller et fremhævet citat er også korrekt beskrevet. Men at læseren hopper i sin læsning fordi han/hun finder teksten for kedelig eller uvedkommende, er for unuanceret. Det vender jeg tilbage til lidt senere.

Indtil begyndelsen af dette århundrede var det almindeligt at journalisten byggede artiklen kronologisk op og skildrede begivenhederne i den rækkefølge de havde fundet sted, eller bragte informationerne i den rækkefølge som han havde modtaget dem. Nyheden havde ikke en særlig placering i artiklen, men fremgik af den samlede fremstilling af hændel-

⁹⁵ Se side 32 i dette speciale.

⁹⁶ Meilby, Mogens: *Journalistikkens grundtrin*, fra ide til artikel. Århus, Ajour, 1996.

Kennedy, G.; Moen, D.R.; Ranly, D.: *Beyond the Inverted Pyramid*. New York, St. Martins Press, 1993.

⁹⁷ Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991.

⁹⁸ Meilby, Mogens: *Journalistikkens grundtrin*, fra ide til artikel. Århus, Ajour, 1996

sesforløbet der altid startede med begyndelsen, og sluttede med slutningen. Læseren måtte altså læse hele artiklen for at få nyheden med.

Det franske ord for avis, journal, betyder også dagbog, og henviser netop til journalistens rolle som den der beskriver et hændelsesforløb, fører journal over begivenheder.

En anden måde man førhen brugte at strukturere avisartikler på er den der kendes fra rapporter eller stiløvelser i skolen: Artiklen startede med en indledning der forklarede problemstillingen, og fortalte læseren hvordan emnet ville blive behandlet. Derefter fulgte en midterdel med uddybning, argumentation og præmisser der forberedte og ledte hen til konklusionen der sluttede teksten af. De to former – journalen og stiløvelsen – er tidskrævende for læseren; artiklen giver ingen mening med mindre den læses fra start til slut.

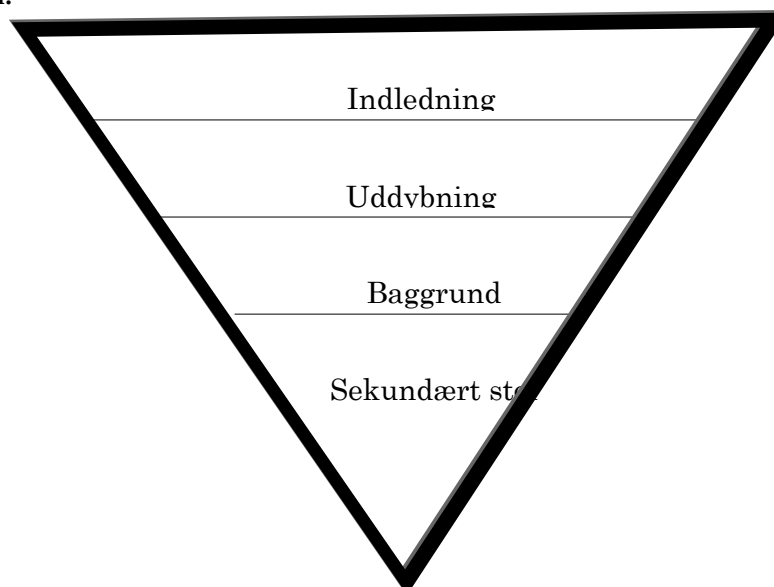
8.1.1 Nyhedstrekanten

I midten af 1800-tallet blev en ny fortælleform udviklet i USA. Efterhånden som mængden af nyheder steg og det blev sværere for læseren at overkomme at læse alle artikler helt igennem, blev det nødvendigt at strukturere artiklerne på en anden måde. Nyheden blev nu præsenteret først for at sikre at læseren i det mindste fik den med hvis han/hun ikke læste hele artiklen. På den måde var det også nemmere for læseren hurtigt at danne sig et overblik. Princippet hvor nyheden bringes først og resten af informationerne derefter bringes efter faldende vigtighed, hedder nyhedstrekanten, eller den omvendte pyramide.

Meilby henviser til en ganske underholdende myte om nyhedstrekantens oprindelse. Den siger at nyhedstrekanten blev opfundet under borgerkrigen i USA i 1860'erne. Når krigskorrespondenterne skulle sende deres krigsreportager hjem til redaktionerne brugte de telegrafene der var et nyt og meget ustabil kommunikationsmedie. Der var ofte afbrydelser i forbindelsen så for at være sikker på at nyheden nåede frem, startede journalisten med selve nyheden derefter uddybede han med flere detaljer indtil historien var bragt. De vigtigste informationer kom først og derpå resten af informationerne efter faldende vigtighed. Hvis forbindelsen skulle blive afbrudt havde man fået nyheden frem og det gjorde ikke så meget hvis resten ikke kom med.

Nyhedstrekanten har været det altdominerende struktureringsprincip for nyhedshistorier lige siden den blev opfundet fordi den især egner sig til formidling af nyhedsstof, heraf vel også navnet. Derudover har redaktionssekretariatene en forkærlighed for nyhedstrekantens fortælleform fordi den gør det muligt at tilpasse artikler til den plads der er afsat på avissiden ved simpelthen at skære den bagfra hvis den er for lang uden at nyheden går tabt. Meilby sammenligner den omvendte nyhedstrekant med den fortælle teknik der bruges når man møder en ven man ikke har set gennem længere tid. Der begynder man ikke en kronologisk opremsning af hvad der er sket siden sidst, men fortæller det vigtigste først for eksempel ”I går fik jeg et nyt job” og uddyber nyheden med baggrunden for at man fik det nye job. Endelig kan man hvis der er interesse for det hos tilhøreren fortælle om de ting der er sket i mellemtiden ordnet efter vigtighed.

Nyhedstrekanten.



Figur 11

Opbygningen af en nyhedshistorie efter nyhedstrekantens principper ser således ud:

1. Indledning der fortæller nyheden
2. Uddybning. Stof som forklarer og udvider indledningen
3. Baggrund (hvis det er nødvendigt)
4. Sekundært stof (hvis der er noget)⁹⁹

⁹⁹ Meilby, Mogens: *Journalistikkens grundtrin*, fra ide til artikel. Århus, Ajour, 1996, side 255.

Det er en meget funktionel fortælleform der afslører alt fra starten: nyhed og konklusion; derpå følger resten af informationerne efter faldende vigtighed.

Denne fortælle teknik [nyhedstrekanten], som efterhånden blev dominerende, gav læserne nyheden med det samme, men gjorde derved også avisens artikler forudsigelige og kedelige¹⁰⁰.

Meilby kritiserer nyhedstrekanten for dens forudsigelige fortælle teknik og fremhæver som et andet kritikpunkt den ulempe ved formen at forventningen om at læseren ikke læser artiklen til ende og at redaktionssekretæren kan finde på at skære den bagfra, kan have en negativ indflydelse på journalistens motivation for at gøre særligt meget ud af de sidste afsnit. Det bider sig selv i halen. Set i lyset af Eye-trac-undersøgelsen er denne ulempe desto større fordi det viste sig at mange af de læsere som Det Fri Aktuelt havde inde at læse avisen stadigvæk finder på at læse avisartiklerne som om de var struktureret efter et princip hvor konklusionen bringes i slutningen.

De så billeder, læste rubrik og underrubrik og måske lidt af manchetten for så at springe i artiklen og lede efter konklusionen i slutningen. Mange læste det sidste afsnit i artiklen selvom de ikke læste hele artiklen, men blev så skuffede fordi konklusionen allerede var bragt i indledningen. Deres læsemønster hænger nok sammen med den uddannelse de har modtaget i skolen eller på videregående uddannelser hvor rapportformen er almindelig. Tilsyneladende er læserne mere skolet i denne form end i den form der gælder for nyhedstrekanten. Det undrer mig eftersom læserne i forsøget med Eye-trac alle var daglige avislæsere og burde have et godt kendskab til nyhedstrekantens fortælleform som jo er hyppigt forekommende i avisen i dag.

I *Beyond The Inverted Pyramid* forsvarer George Kennedy et al. nyhedstrekanten. Til trods for journalisters og redaktørers ønske om at aflive den, overlever den fordi det er den mest effektive måde at bringe en nyhed hurtigt frem på. Kennedy viser med en række eksempler hvordan journalisten, med de virkemidler nyhedstrekanten giver, kan skrive interessante læseværdige historier. Han deler altså ikke Meilbys kritik af formen.

¹⁰⁰ Meilby, Mogens: *Journalistikkens grundtrin*, fra ide til artikel. Århus, Ajour, 1996, side 254.

Despite the efforts of many writers and editors who would like to bury the inverted pyramid, it remains the basic structure of newspaper and electronic journalists. It survives because it is the most efficient structure yet devised for communicating news quickly and clearly¹⁰¹.

Meilby fremhæver en enkelt positiv ting ved nyhedstrekanten: at den er ideel for den travle læser. Det er dog en påstand der ikke kunne verificeres i Eye-trac-undersøgelsen. En mellemrubrik der lød interessant kunne ligeså vel være en indgang til artiklen som manchetten. Ligesom et interessant navn i selve brødteksten kunne fungere som en indgang for læseren. Hvis den mellemrubrik eller det navn der fanger læseren står i den sidste tredjedel af historien går læseren glip af det vigtigste i artiklen, nyheden og konklusionen, der allerede har været bragt. Dermed lever nyhedstrekanten ikke op til sit mål om effektivt at formidle nyheder til den travle læser.

Det er de færreste læsere der læser en avisartikel fra ende til anden eller mere præcist begynder med begyndelsen og læser målrettet mod slutningen sådan som nyhedstrekanten forudsætter. Der er således flere indikatorer der taler for at nyhedstrekanten trænger til en afløser.

I løbet af det seneste årti er det blevet klart at aviserne har svært ved at tiltrække nye læsere fra den generation der er vokset op med blandt andet tv- og videounderholdning en gros. Det er en generation der stiller krav om mere spænding – mere end langt de fleste historier i en avis kan tilbyde¹⁰².

Derfor er der voksende erkendelse af, at historierne skal fortælles mere spændende, end den traditionelle fortælle teknik har kunnet. Nyheden skal ikke altid fortælles med det samme. Læseren skal inviteres ind i historien på en mere underholdende måde ved hjælp af f.eks. et interessant eksempel, en anekdote eller en beskrivelse, og historien skal bygges op til et klimaks i stedet for at afsløre det med det samme¹⁰³.

Meilby har hermed fat i nogle af de pointer som også Danske Dagblades Forening kom frem til i deres undersøgelse af unge menneskers ønsker til avisen. Her var nogle af konklusionerne:

¹⁰¹ Kennedy, G.; Moen, D.R.; Ranly, D.: *Beyond the Inverted Pyramid*. New York, St. Martins Press, 1993, side 103.

¹⁰² Meilby, Mogens: *Journalistikkens grundtrin*, fra ide til artikel. Århus, Ajour, 1996, side 254.

¹⁰³ Meilby, Mogens: *Journalistikkens grundtrin*, fra ide til artikel. Århus, Ajour, 1996, side 254.

- Giv læserne en oplevelse
- Skriv ikke kun om beslutninger men fortæl om konsekvenserne
- Svære historier udstyres med en ordbog
- Fortløbende historier forsynes med et lille resumé
- Giv historisk baggrund eller lignende i faktabokse
- Inddel lange afsnit i flere elementer
- Spar på ordene og vis det i tegning eller grafik¹⁰⁴

Meilby refererer til undersøgelser med Eye-trac og hæfter sig især ved at læseren hopper meget rundt i et opslag, og konkluderer:

Sådan er virkeligheden. I modsætning til radio og tv, hvor lyttere og seere kan zappe til og fra historien, men ikke springe rundt i den efter forgodtbefindende, må den skrivende journalist arbejde ud fra en erkendelse af, at hans muligheder for at styre læsningen er endnu mere begrænsede¹⁰⁵.

Jeg går ud fra at Meilby her mener begrænsede muligheder i forhold til radio og tv. For ifølge min opfattelse er journalistens muligheder som sådan ikke begrænsede. Meilby giver ikke noget bud på en fortælleteknik der kunne tage højde for den måde som avisen rent faktisk læses på. Han præsenterer ganske vist flere eksempler på fortælleteknikker, men er efter min mening for opgivende i forhold til læseren fordi han ikke forsøger at finde nye veje. Konklusionen på Eye-trac-undersøgelserne må netop være at journalisten kan gøre særdeles meget for at styre læsningen ved bevidst at strukturere sin artikel efter de typiske læsemønstre som er blevet afsløret i undersøgelsen. Faktisk så har journalisten med den måde han/hun vælger at strukturere sin artikel på rigtig meget at skulle have sagt. Ved at bruge de virkemidler som er til rådighed aktivt, kan journalisten guide sin læser fra start til slut. Det vil sige at de elementer som leder læseren hen til artiklen, foto, rubrik og underrubrik og eventuelt manchete, skal være så informative, som muligt og gerne så kontrastfyldte at de pirrer læserens nysgerrighed. Samtidig skal de ovennævnte elementer med det samme give læseren en klar fornemmelse af hvad artiklen handler om. Åke Hallberg¹⁰⁶ påviser at mancheten kan være medvirkende til at nedsætte læsmodstanden ved at give læseren et

¹⁰⁴ *Xpres*. Værktøjskasse til unge avislæsere. Avis udgivet som afslutning på Projekt unge avislæsere. Udgivet af Danske Dagblades Forening, 1994.

¹⁰⁵ ¹⁰⁵ Meilby, Mogens: *Journalistikkens grundtrin*, fra ide til artikel. Århus, Ajour, 1996, side 253.

¹⁰⁶ Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992. **SIDE**

forhåndskendskab til det, artiklen handler om. Det samme gælder for faktabokse og fremhævede citater. Fordelen er at læseren i sin scanning hurtigt når frem til det som har hans eller hendes interesse. Det modsatte kan selvfølgelig også være tilfældet; at det hurtigt bliver klart for læseren, hvad der ikke har hans/hendes interesse – men i de tilfælde kan journalisten alligevel intet stille op.

I den amerikanske undersøgelse med Eye-trac, *Eyes on the News*, var erkendelsen af at læserne slet ikke læser avisen som journalisterne tror meget overraskende for forfatterne Garcia og Stark¹⁰⁷. De finder nyhedstrekanten uhensigtsmæssig som fortælleteknisk princip i avisartikler. Med Eye-trac har man fået en viden om læsernes læsemønstre der ikke tidligere har været tilgængelig. Alle undersøgelser med Eye-trac viser at læserne lader blikket hoppe og danse hen over opslaget i et tilsyneladende tilfældigt mønster, og kan finde på at hoppe ind i en artikel hvor det nu falder for. Ofte bruger de for eksempel mellemrubrikken som indgang til historien, men bliver alt for ofte skuffede når en artikel viser sig ikke at leve op til det som loves i rubrikkerne. Det var for eksempel meget tydeligt i artiklen om Malling Bio hvor mellemrubrikken *Porno og video* var en selvstændig indgang for flere af læserne. Men ingen af dem kom ret langt i teksten. I det efterfølgende udgangsinterview angav de som grund til at de opgav læsningen efter få linier at der ikke stod noget om porno og video i den del af teksten. Ordene Porno og video optrådte først igen tyve linjer længere nede i artiklen, men da var læserne allerede stået af.

På de fleste redaktioner er det redaktionssekretæren der indsætter mellemrubrikkerne hvor det nu passer i en tilfældig orden. Formålet er at artiklen bliver delt op i mindre, overskuelige enheder, men der tages ikke hensyn til at de mindre enheder skal kunne opfattes som selvstændige tekster.

Garcia foreslår på baggrund af Eye-trac-undersøgelsen at nyhedstrekanten fraviges som overordnet fortælleteknik.

We need to get away from the tyranny of the inverted pyramid, an ancient and venerated device that Don Fry thinks is boring if not downright destructive. If scanners enter a story wherever they happen to be, then the text immediately following these points of entry must have 'lead' quality¹⁰⁸.

¹⁰⁷ Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991.

¹⁰⁸ Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991, side 41. Don Fry er leder af en afdeling for skrivning ved Poynter Institute. Tidligere lektor i engelsk.

Konklusionen hos Garcia og Stark er at det ville være mere hensigtsmæssigt at bygge artiklen op omkring flere nyhedstrekanter så hver mellemrubrik markerer et afsnit i artiklen der selvstændigt struktureres ud fra nyhedstrekantens princip. Læseren skal kunne gå ind i artiklen hvor som helst og stadigvæk blive guidet videre.

8.1.2 Sammenfatning

Meilby fremhæver ved nyhedstrekanten den ulempe at tekster skrevet efter dette princip kan risikere at blive forudsigelige og kedelige og at journalisterne måske er mindre omhyggelige med afslutningen på deres historie fordi de ved at den kan risikere at blive skåret bagfra hvis den er for lang. Den fordel som Meilby ser ved nyhedstrekanten; at den ved at bringe nyheden og konklusionen i det første afsnit skulle gøre det lettere for læseren at overskue et større antal nyheder på kortere tid, kan ikke bekræftes af Eye-tracundersøgelserne. Tværtimod viser konklusionen på Eye-Tracundersøgelserne at det ville være mere hensigtsmæssigt at bygge artiklen op omkring flere nyhedstrekanter så hver mellemrubrik markerer et afsnit i artiklen der selvstændigt struktureres ud fra nyhedstrekantens princip.

Afslutning

Dette speciale har søgt at indkredse hvordan en særlig metode, Eye-trac-metoden, i avisers læserundersøgelser kan kaste nyt lys over relationen mellem læser og avis.

Fokus var i første omgang på den side af relationen som handler om kontakten med den daglige avis. De fleste dagblade oplever et fald i både oplagstal og læsertal. Dette fald skyldes først og fremmest den øgede konkurrence fra tv, efter TV2 gik i luften i slutningen af 1980'erne samt at Internettet spiller en stadig større rolle indenfor nyhedsformidlingen. Dernæst at mange af de tidligere kernelæsere falder fra på grund af alder, og at nye generationer er mindre tilbøjelige til at abonnere på en avis, trods et højere uddannelsesniveau. Avisen er også blevet relativt dyrere, og det kan være en faktor der spiller ind når man skal forny sit abonnement som man måske oven i købet har tegnet på én af de mange rabatordninger.

Den tid læseren bruger på at læse sin avis hver dag har stor interesse for udgiverne ud fra en forventning om at en læser der bruger meget tid på sin daglige avis også er en læser som er meget glad for sin avis. Forskellige beregninger af danskernes tidsforbrug ved avislæsning viser et stort udsving fra cirka 15 minutter om dagen til 37,5 minutter om dagen. Her placerer Det Fri Aktuells Eye-trac-undersøgelse sig ret præcist i midten med et gennemsnitligt tidsforbrug på 26 minutter. Tages-Anzeigers regnestykke omkring det nødvendige tidsforbrug for at læse en hel avis anskueliggør at ingen læser vil kunne overkomme at læse en hel avis, bogstav for bogstav, hver dag. En avis på blot 20 sider ville kræve knap 300 minutter hver dag at læse. I forlængelse af dette viser Tages-Anzeigers læserundersøgelse med Eye-trac-brillen at en læser ofte bruger meget tid på at læse sin avis fordi han/hun har vanskeligt ved at finde rundt i den og nå frem til det som har interesse. Læseren foretrækker effektiv læsning frem for at bruge mange minutter af den i forvejen sparsomme tid – som er tildelt avislæsning – på at bladere og lede eller – i værste fald – fare vild. Udgivernes forventning om at et stort tidsforbrug er lig med stor tilfredshed med avisen samt en god relation mellem læser og avis, kunne altså ikke bekræftes.

Det særlige ved Eye-trac metoden er at den så at sige tillader at man kigger læseren over skulderen. Læsningen optages mens den sker. I modsætning til for eksempel interviewundersøgelser hvor man må forlade sig på læserens formodede oprigtighed og troværdighed samt pålidelige hukom-

melse, kan man altså her direkte følge med i hvad der kigges på, i hvilken rækkefølge og hvor længe.

Metoden er blevet mødt med indvendinger om at den ikke giver et objektivt billede af hvad der fanger læserens opmærksomhed eller hvordan læseren bruger layoutet fordi læseren kan ”snyde” og vælge at se på noget andet end han/hun normalt ville gøre. Disse indvendinger blev imødegået med en beskrivelse af øjets funktion og læseprocessen. Under læsning styres synet af flere forskellige mekanismer, dels motoriske, dels forståelsesmæssige. Læseren kan ikke fuldt ud bestemme hvad der fanger øjets opmærksomhed eller hvor blikket skal flyttes hen. Øjet reagerer på stimuli, kontraster og bevægelse. Det er først når øjet har fulgt impulsen, og blikket er flyttet at læseren kan vælge at fiksere blikket og opfatte hvad der ses på. I forståelsesprocessen indgår også læserens referencerammer; hvor meget ved læseren i forvejen om emnet og er det relevant? Det gælder om at finde en balance mellem stof som læseren har kendskab til og stof, der allerede er kendt. Jo mere læseren ved om emnet, jo mindre er nyhedsværdien og dermed relevansen.

Fremlæggelsen og sammenligningen af resultater fra tre udenlandske undersøgelser, en amerikansk, en svensk og en schweizisk samt den danske Eye-trac-undersøgelse viste – til trods for forskelligt set-up og forskelligt sigte med undersøgelse – en række fællestræk som tyder på at avislæserne bruger layout-elementerne på samme måde uanset kulturelle og sproglige forskelle. Den store overensstemmelse i de fire undersøgelser tyder endvidere på at det Fri Aktuells Eye-trac-undersøgelse med 12 læsere var et tilstrækkeligt grundlag for at sige noget generelt om avislæsevaner.

Jeg nævnte i min indledning en række indgroede forestillinger om læsernes måde at læse avis på. Ingen af dem blev bekræftet i Eye-trac-undersøgelse. Både for broadsheet (de amerikanske aviser og Tages-Anzeiger) og for tabloid (Det Fri Aktuelt og Dagens Nyheter) gælder det at læseren opfatter modstående sider som et opslag, en helhed og at afsøgningen af et opslag styres af de prioriteringer der på forhånd er lagt ud i layoutet. Jo større et element er desto større er sandsynligheden for at det bliver set, og for at det bliver set tidligt i afsøgningen. De fire undersøgelser giver ikke noget generelt mønster for om højre- eller venstresider ses først. I den danske undersøgelse ses venstresider først og læses mest, i den amerikanske er det højresiden der ses først og i den svenske bemærkes højresiderne mest. Om den ene eller den anden side ses først styres alene af layoutets udformning.

Muligheden for at læse i to spor – et overordnet som består i at se billeder og illustrationer, læse rubrikker og se på fremhævede elementer som tekst- og faktabokse og et underordnet som består i at læse selve brødteksten – kan dels være en service til den hurtige læser der nærmest scanner avisen for indhold, dels kan det nedsætte læsemodstanden ved at give læseren et forhåndskendskab til artiklens indhold. Forudgående interesse er bestemmende for hvad der får opmærksomhed udover det første øjekast, og hvor godt det huskes. Grafik og fotos får langt den største opmærksomhed og virker for læseren som en indgang til at læse teksten. Kun en fjerdedel af den samlede brødtekst blev læst. Men hvis den stod i en note blev den bemærket dobbelt så meget. Der er ingen sammenhæng mellem længden af en tekst og sandsynligheden for at den bliver læst, men jo kortere den er, jo mere af den vil blive læst. Tekst der er fremhævet med en ramme læses mere i dybden, end tekst på neutral baggrund. Avisens første 6 sider læses mest, men en interessant artikel længere inde i avisen kan godt tiltrække sig særskilt opmærksomhed og blive læst meget. Bagsiden får lige så megen opmærksomhed som side 1-6.

Analysen af konkrete læsninger i den danske avis anskueliggjorde hvor problemer i relationen mellem læser og avis opstår, og hvordan læserne reagerer på det. Når læserne følger de prioriteringer som ligger i layoutet, så vil de også blive ledt på vildspor hvis layoutet ikke er udformet med en klar hierarkisk prioritering som leder læseren fra element til element. Det er vigtigt at der er sammenhæng mellem form og indhold. Elementerne i det første spor skal give læseren et klart indtryk af hvad en artikel handler om ellers vælger han/hun den måske fra på et forkert grundlag, og avisens potentiale bliver ikke udnyttet. Læseren skuffes hvis det som loves i rubrikker, underrubrikker og mellemrubrikker ikke bliver indfriet i selve brødteksten. Billeder og illustrationer skal ligeledes være så informative og ledende som muligt. Ellers vil de have den modsatte effekt af den ønskede; de leder læseren væk fra læsningen i stedet for hen til den. Kunstnerisk grafisk udformning får ikke point hos læserne. Udsmykning for udsmykningens skyld eller formfuldendte løsninger afvises af læserne. Enten ved at de ikke når fra spor et til spor to som i tilfældet Weekend Tillæggets bagside eller ved at de giver udtryk for at for eksempel en rubrik på højkant er svær at læse som ved Åndernes bio.

Hermed viste det sig at nyhedstrekanten, som det fremherskende fortælletekniske princip i avisers nyhedsformidling, ikke tager højde for læsernes faktiske måde at læse avisen på. Ved at bringe nyheden og konklusionen i det første afsnit skulle nyhedstrekanten gøre det lettere for

læseren at overskue et større antal nyheder på kortere tid. Men konklusionen på Eye-trac-undersøgelserne er tværtimod at det ville være mere hensigtsmæssigt at bygge artiklen op omkring flere nyhedstrekanten så hver mellemrubrik markerer et afsnit i artiklen der selvstændigt struktureres ud fra nyhedstrekantens princip.

Meilby tager i undervisningsmaterialet til Journalisthøjskolen ganske vist udgangspunkt i erfaringer fra Eye-trac-undersøgelser og beskriver korrekt læsningen i to spor, men konkluderer forkert at det betyder at journalisten må give op over for læseren der hopper og danser rundt i opslaget som det passer ham/hende. De fortælle teknikker som Meilby præsenterer tager ikke højde for det faktiske læsemønster. Og Meilby har ikke noget konkret bud på hvordan det kunne gøres ud over at artikler skal være mere velskrevne og underholdende. Afstanden mellem læser og avis vil således bestå så længe journalister og redaktionssekretærer ikke i deres måder at opbygge nyhedsartikler og tilrettelægge layoutet tager højde for det som Eye-trac-metoden har vist om læsernes faktiske læsemønster.

Perspektivering

Der tegner sig en fremtid for den trykte avis generelt som ikke er så lys. I et interview til Politiken forudser Bob Eggington der er leder af BBC News Online¹⁰⁹ at der ikke vil være så mange forskellige papiraviser om 20 år og at de ikke vil komme i så store oplag. Han fremhæver de fordele som Internettet tilbyder i nyhedsformidlingen:

Internet bringer det bedste fra alle medierne sammen. Du kan læse tekst, hvilket du ikke kan i radioen og på tv, du kan se video og høre lyd, hvilket du ikke kan i aviserne. Du kan læse 400.000 forskellige historier og gå tilbage i arkiverne og læse mere når du vil¹¹⁰.

¹⁰⁹ Kristiansen, Stine Mie: *Nyheder på nettet styrker demokratiet*. Politiken d. 21. november 1999, 5. sektion, side 2.

¹¹⁰ Kristiansen, Stine Mie: *Nyheder på nettet styrker demokratiet*. Politiken d. 21. november 1999, 5. sektion, side 2.

Netop den store valgfrihed og mulighed for at vælge meget specifikt efter interesseområder er en stor fordel som Internettet har frem for aviserne. Alligevel er der endnu mange der har en forkærlighed for at læse deres nyheder på papir.

Da jeg deltog i udviklingsarbejdet omkring den ny avis som i dag hedder Aktuelt var et af forbillederne den svenske avis Aftonbladet. Den er en socialdemokratisk avis som har vendt en negativ udvikling i 1980'erne til i dag at kunne kalde sig Sveriges største avis. Det har den gjort ved hele tiden at have sit fokus tæt på læseren. Enhver formidling tager udgangspunkt i hr. Svensson. Når journalisten for eksempel skal skrive om skattereformen så sørger han for at finde en hr. Svensson, beregne hvad skattereformen vil have af konsekvenser for netop ham og spørge ham hvad han mener om sagen. Resultatet er en avis med en høj grad af relevans for rigtig mange læsere. Aftonbladet er også forbilledet for det kvindetillæg som BT i øjeblikket udgiver med søndagsudgaven, blot for at nævne et enkelt tiltag som har vundet indpas. Jørgen Poulsen har derfor givet ret når han i Ugebrevet Mandag Morgen bliver citeret fra rapporten "Måske-læserne – Dagbladenes muligheder i mediekonkurrencen":

Hvis vi skal male med en meget bred pensel, så er det tydeligt, at måske-læserne oplever de tre store morgenaviser som for elitære og akademiske både i deres stofvalg og præsentationsformer. For stort set alle aviser gælder det, at der er for lidt dialog med måske-læsere og deres ligesindede. Der er for lidt om hverdagen, og der er for lidt om det, der har konsekvenser i relation til det, som læserne vurderer som vigtigt¹¹¹.

Måske-læserne er dem som køber en avis ved lejlighed, eller når de får et godt tilbud, men som ikke holder en avis fast. Aktuelt lagde i 1997 avisen om, så den i den layoutmæssige udformning tager højde for de anbefalinger der ligger i Eye-trac-undersøgelsen. At avisen alligevel ikke er Danmarks mest læste i dag skyldes flere faktorer. For det første at man valgte at rette avisen mod en meget snæver målgruppe af meningsdannere og opgav den almindelige læser. For det andet at de markedsføringstiltag som lancerede den nye avis slog fejl. Stærk som chilli var ikke det slogan som kunne trække flere læsere til. For det tredje er det aldrig lykkedes avisen at gøre op med det image den har i den brede befolkning som en forstokket avis der er ét med

¹¹¹ *Elitære danske aviser skræmmer læserne væk*. I: Ugebrevet Mandag Morgen. nr. 38, 2. november, 1998.

fagbevægelsen og det socialdemokratiske partiapparat. Så selvom den efter min mening i sin udformning er Danmarks mest moderne avis, så er det ikke nok til at ændre et kedeligt image på indholdssiden. En del af Jyllands Postens succes ligger netop i at det lykkedes den at gøre op med opfattelsen af den som en ”reaktionær bonderøvsavis. Nu opfattes den som en moderne vidensavis med en høj international profil.”¹¹²

En forudsætning for at Det Fri Aktuelt's erfaringer fra Eye-trac-undersøgelsen overhovedet kan få en effekt i form af flere læsere, er netop at flere læsere får kendskab til avisen.

Aktuelt har ikke fulgt omlægningen op med en ny Eye-trac-undersøgelse for at se om man har taget de rigtige konsekvenser af de første undersøgelser. Og man har ikke lyttet udgangsinterviewene igennem for at høre om der måske dér kunne hentes et mere nuanceret syn på hvorfor læserne gør som de gør.

Set i lyset af hvad Aktuelt i oplagstal og annonceomsætning har fået ud af undersøgelsen og omlægningen af avisen kan det ikke undre at heller ikke andre danske aviser har fundet det nødvendigt at lave en undersøgelse med Eye-trac for at blive klogere på deres læsere. Det kan måske være dette speciales bidrag at man finder inspiration til at gøre det.

¹¹² Kristiansen, Stine Mie: *Nyheder på nettet styrker demokratiet*. Politiken d. 21. november 1999, 5. sektion, side 2.

Begrebsafklaring

Bemærket "V": I den samlede statistik er der for hvert element i avisen talt op, hvor mange læsere der har bemærket det. Tallet angives både i heltal og i procenttal. I den samlede oversigt angives bemærket med tegnet "V"

Billedtekst: Billedteksten er den tekst der ledsager et billede. Den skrives oftest i kursiv og med en mindre skrifttype.

Broadsheet: Broadsheet er en avis i helt format. Politiken og Berlingske Tidende m.fl. bruger dette format som er det dobbelte af Tabloid.

Brødtekst: Brødteksten er den løbende tekst i en artikel.

Byline: Byline står oftest under underrubrikken og inden indledningen/manchetten. Her skrives forfatterens navn og evt. fotografens navn hvis dette ikke er anbragt ved selve billedet.

Dybdeprocent "=: Dybdeprocenten fortæller hvor stor en procentdel af en tekst der er blevet læst af de læsere, der har set den. Dybdeprocenten angives med tegnet "=".

Form: Avisens formalia så som avishoved, sidehoved og kolofon.

Grafik: En grafisk udarbejdet informationsenhed der forekommer enkeltvis. Det kan for eksempel være en tegnet illustration til en artikel, et skema eller lignende.

Ikon: En gennemgående grafisk identifikationsenhed. Det kan for eksempel være det tegnede U med globus overflade som signalerer at der på siden er anbragt udlandsstof.

Manchet: Manchetten er de første linier i teksten der enten er markeret med halvfed eller kursiv. En manchete i halvfed er oftest en indledning til artiklen der giver et kort resume af de vigtigste informationer i teksten. En manchete i kursiv bruges oftest som indledning til anmeldelser og indeholder oplysninger om den anmeldte bogs titel forfatter udgivelsessted år mv.

Page-Traffic-analyse: Interviewundersøgelse, hvor et repræsentativt udsnit af avisens læsere er blevet kontaktet pr telefon af et analyseinstitut og er blevet spurgt hvad de har set eller læst i dagens avis.

Rubrik: Der findes tre typer af rubrikker: Overrubrik, underrubrik og mellemrubrik. Overrubrikken er artiklens overskrift. Under denne står somme tider en underrubrik der har form som en overskrift, men med mindre typer. Underrubrikken uddyber overskriften og er et af de elementer der kan hjælpe læseren til at overskue hvad en artikel handler om. Mellemrubrikken står mellem artiklens forskellige afsnit, og er en lille overskrift der markerer en overgang eller en indledning til et nyt afsnit. I specialet henviser jeg til overrubrik når jeg bruger rubrik uden nærmere angivelse. Rubrikkerne i flertal bestemt henviser generelt til alle tre typer.

Signatur: I mindre artikler, essays og artikler med journalistens/avisens holdninger for eksempel lederen og lign. bruges ofte en signatur der er et synonym for forfatteren for eksempel SYS.

Tabloid: Avis i ”frokostformat”. Det halve af Broadsheet. Tilhører oftest kategorien sensationspresse. BT og Ekstra Bladet har dette format. Indtil omlægningen i 1997 havde Det Fri Aktuelt også dette format.

Trompet: En sætning der anbringes over hovedrubrikken og som fungerer nærmest som et trompetsignal, der varsler at nu kommer rubrikken. For eksempel: Trompet: Kvinder i tre generationer. Rubrik: Der er sorg i omsorg.

Træk ”»”: For at kunne observere hvilke elementer der havde den største tiltrækningskraft på læseren, beregnede man den gennemsnitlige rækkefølge, et element var blevet set i på et opslag. Et lavt tal afspejler at elementet er blevet set tidligt i afsøgningen af opslaget. Hvis for eksempel alle læsere har set overskriften som det første element, vil trækværdien for overskriften være 1. Træk angives med tegnet ”»”.

Litteraturliste

Bachofner, Gaby: *Making a newspaper more reader-friendly*. Paper i: *Seminar on publishing*. The necessity for research. London, November 24-26th. 1993. Esomar.

Bennike, Sigurd: *Avis og ugebladslæsning i 1980'erne*. Viborg, Grafisk litteratur, 1994.

Bennike, Sigurd: *Avisen og danskeren*. En bog om dagspressen og dens læsere i det danske massekommunikationsmønster. I: Dansk Media Komité, skrift nr. 4, 1983.

Det Fri Aktuelt, lørdag d. 9/7-99.

Davidson, Dánial Pauli: *Page-Traffic-analysis*. København, Det Fri Aktuelt, juli 1994. Ikke publiceret.

Ejlertsen, Lene: *Perception*. Synet og de levende billeder. Cand.phil. speciale, Institut for Film, Tv og Kommunikation, 1991.

Eye movements in reading: Perceptual and language processes. Rayner, Keith (red.). New York, Academic Press, 1983.

Garcia, M.R. og Stark, P.: *Eyes on the News*. St. Petersburg, Florida, USA, The Poynter Institute for Media Studies, 1991.

Gregory, Richard L.: *Eye and Brain*. Princeton, N.J., Princeton University Press, 1990.

Hallberg, Åke: *Typografien och läsprocessen*. Grafisk kommunikation med text och bild. Halmstad, bokforlaget Spektra, 1992.

Hansen, John Paulin: *Analyse af læsernes informationsprioritering*. Kognitiv systemgruppen, Forskningscenter Risø, Roskilde, 1994. Ikke publiceret.

Hochberg, J.E.: *Perceptionens psykologi*; overs. af Arne Poulsen. København, Hans Reitzel, 1971.

Journalistens sprog: med et sprogligt serviceeftersyn. Af Grunwald, Ebbe; Smistrup, Gert og Veirup, Hans. Århus, Ajour, 1992.

Kennedy, G.; Moen, D.R.; Ranly, D.: *Beyond the Inverted Pyramid*. New York, St. Martins Press, 1993.

Media News. København, CIA mediacentralen, nr. 1. februar, 1999.

Mediernes betydning i hverdagen – En rapport udarbejdet af Henley Centre for Danske Dagblades Forening. (1994).

Meilby, Mogens: *Journalistikkens grundtrin*, fra ide til artikel. Århus, Ajour, 1996.

Poulsen, Jørgen: Dagbladsprojektet *Lokale og regionale dagblade – morgen eller eftermiddag?* RUC, Kommunikationsuddannelsen, 1996.

Rayner, K.; Pollatsek, A.: *The Psychology of Reading*. Hillsdale, N.J., Erlbaum, 1989.

Perfetti, C.A.; Beverly, S.; Bell, L.; Rogers, K.; Faux, R.: *Comprehending Newspaper Headlines*. I: *Journal of Memory and Language*, nr. 26, 1987.

Xpres. Værktøjskasse til unge avislæsere. Avis udgivet som afslutning på Projekt unge avislæsere. Udgivet af Danske Dagblades Forening, 1994.

Artikler

Bang, Michael Holmboe: Mennesket, Maskinen – og en granskning af grænsefladerne. *Psykolog Nyt*, nr. 17, 1994, side 654.

Elitære danske aviser skræmmer læserne væk. I: *Ugebrevet Mandag Morgen*. nr. 38, 2. november, 1998.

Hansen, Charlotte Frenndtved: Hjernens udviklingspost. I: *Illustreret Videnskab*, nr. 12, 10. årg., december 1993. Bonniers Specialmagasiner, side 10.

Hansen, John Paulin: Sjælens spejl kan styre TV. I: *Ingeniøren*, 24. november, 1995, 1. sektion side 12.

Hesseldahl, Peter: Det digitale dagblad. I: *Det Fri Aktuelt*, den 22. marts, 1994, side 16.

Hesseldahl, Peter: Skræddersyet avis. I: *Det Fri Aktuelt*, den 22. marts, 1994, side 17.

Kristensen, Thomas Møller: Risø studerer maskinens magt. I: *Morgenavisen Jyllands Posten*, d. 14/11-99, 1. sektion, side 6.

Kristiansen, Stine Mie: *Nyheder på nettet styrker demokratiet*. *Politiken* d. 21. november 1999, 5. sektion, side 2.

Lilholt, Henrik: *Sådan læser du Ingeniøren*. I: *Ingeniøren*, 24. juli, 1992, 1. sektion, side 7.

Møller, Tina Hauge: *Aviserne vil ikke overleve Internettet*. I: Journalisten, nr. 18, 1999, side 16.

Nyvang, Jørn: *Hold på hat og læsebriller*. Artikel i: Dansk Presse, nr. 6, 76. årgang, juni 1994, side 8.

Petersen, Leif Sønderberg: *Nu styrer vi computeren med øjnene*. I: Illustreret Videnskab, nr. 9, 11. årg., september 1994, side 44. Bonniers Specialmagasiner.

Rothenberg, Michael: *Kioskbaskere i knibe*. I Politiken, 3. sektion, søndag d. 7. marts 1999, forsiden.

Materialer

12 EMR-bånd med optagelse af de 12 læsers læsning og det efterfølgende udgangsinterview. Ikke vedlagt.

12 x 2 udgaver af Det Fri Aktuelt fra lørdag d. 9/7-94. Læsernes orienteringsstrategi er indtegnet. Ikke vedlagt.

Bilagsoversigt

Bilagsmappe 1

Appendiks A

Appendiks B

Bilag 1

Det Fri Aktuelt den 9.-10. juli 1994, forsiden.

Planchen viser den gennemsnitlige rækkefølge elementerne er blevet bemærket i af dem som har set på forsiden.

Bilag 2

Det Fri Aktuelt den 9.-10. juli 1994, side 22+23

Planchen viser de beregnede indeks for alle læserne

Bilag 3

Det Fri Aktuelt den 9.-10. juli 1994, Weekend Tillægget, side 6+7

Læsemønsteret for læser nummer 2 er tegnet ind.

Bilag 4

Det Fri Aktuelt den 9.-10. juli 1994, Weekend Tillægget, bagsiden.

Den gennemsnitlige rækkefølge elementerne er blevet bemærket i af dem som har set på opslaget, er tegnet ind.

Bilag 5

Det Fri Aktuelt den 9. -10. juli 1994, Danmark Rundt side 10+11

Læsemønsteret for læser nummer 12 er tegnet ind.

Bilag 6

Det Fri Aktuelt den 9.-10. juli 1994, baggrund/sport side 26+27.

Læsemønsteret for læser nummer 9 er tegnet ind.

Bilagsmappe 2

Det Fri Aktuelt lørdag/søndag d. 9.-10. juli, 1994 i kopi, 50%.

Side 20+21 er udeladt.

Bilagsmappe 3

Udskrift af udgangsinterview for læser nummer 1-12

Bilag 1

Det Fri Aktuelt den 9.-10. juli 1994, forsiden.

Planchen viser den gennemsnitlige rækkefølge elementerne er blevet bemærket i af dem som har set på forsiden.

Bilag 2

Det Fri Aktuelt den 9.-10. juli 1994, side 22+23

Planchen viser de beregnede indeks for alle læserne

Bilag 3

Det Fri Aktuelt den 9.-10. juli 1994, Weekend Tillægget, side 6+7
Læsemønsteret for læser nummer 2 er tegnet ind.

Bilag 4

Det Fri Aktuelt den 9.-10. juli 1994, Weekend Tillægget, bagsiden.

Den gennemsnitlige rækkefølge elementerne er blevet bemærket i af dem som har set på opslaget, er tegnet ind.

Bilag 5

Det Fri Aktuelt den 9. -10. juli 1994, Danmark Rundt side 10+11

Læsemønsteret for læser nummer 12 er tegnet ind.

Bilag 6

Det Fri Aktuelt den 9.-10. juli 1994, baggrund/sport side 26+27.

Læsemønsteret for læser nummer 9 er tegnet ind.