

PRASA SIĘ LICZY. PORTRETY CZYTELNIKÓW

Raport z badania jakościowego przygotowanego
przez IRCenter dla Polskich Badań Czytelnictwa

PBC
POLSKIE BADANIA CZYTELNICTWA

Autorki opracowania: instagramerki socjolożki.pl



Dorota Peretiatkowicz
Katarzyna Krzywicka-Zdunek

CHARAKTERYSTYKA SEGMENTÓW CZYTELNICZYCH PRASY

Główne segmenty czytelnicze



**ZDOBYWCZYNIIE
ŻYCIA**



**AMBITNE
KREATORKI**



**ŚWIADOME
HEDONISTKI**



**ROZWAŻNI
OJCOWIE**



**USTATKOWANI
ZNAWCY**

SEGMENT 1:

ZDOBYWCZYNIĘ ŻYCIA otwarte i towarzyskie

PODSUMOWANIE

Kobiety 15-44 lata
singielki lub w związkach



Charakterystyka:

- lubią robić wrażenie na innych,
- nastawione na bycie czołowym specjalistą w swojej dziedzinie i rozwój własny zarówno jeśli chodzi o karierę jak i życie osobiste,
- zainteresowane modą, popularnymi, niszowymi, ekologicznymi markami,
- podróżują do nowych miejsc, poznają nowe kultury i kulinaria,
- spędzają wolny czas z przyjaciółmi i znajomymi, pielęgnują relacje,
- robią zakupy spontanicznie, lubią próbować nowe produkty.

Prasa jest dla nich przede wszystkim źródłem inspiracji, elementem wytchnienia i estetycznych doznań. Cenią lekturę jako wartościową formę spędzania czasu.



ZDOBYWCZYNIENIE ŻYCIA

stawiają na rozwój i doświadczenia

- Zdobywczynie Życia kształcą się, **stawiają na samorozwój**. Wprawdzie marzą o założeniu rodziny, ale dają sobie na to czas.
- **Ważna jest dla nich niezależność finansowa**. Pragną zdobywać kolejne szczeble kariery, aby mieć poczucie, że samodzielnie czegoś dokonały.
- Własne pieniądze są dla nich środkiem a nie celem. Pozwalają **czерpać z życia przyjemność i spełniać pragnienia**. **A do nich należą zakupy czy podróże**. **Podróże są elementem kolekcjonowania doświadczeń** – służącym do poznawania innej kultury, smakowania jedzenia, czy chłonięcia muzyki.
- **Wolny czas spędzają jakościowo**. Jeśli nigdzie nie wyjeżdżają spotykają się ze znajomymi, korzystają z oferty wydarzeń kulturalnych, czytają.

”

Na ten moment dużo się uczę, bo jestem po kierunku finansowym na studiach i dalej w finansach się obracam, więc można powiedzieć, że dopiero zdobywam wiedzę. Chcę w przyszłości założyć własne biuro rachunkowe.

Karolina, 25 lat, Warszawa



ZDOBYWCZYNIĘ ŻYCIA

zakupy robią spontanicznie

- Zakupy – w zależności od potrzeb robią zakupy albo przez internet (jeśli chcą np. coś kupić w większych ilościach) albo stacjonarnie (jeśli chcą dotknąć, obejrzeć czy przymierzyć produkty przed zakupem).
- **Zakupy związane z rozwojem robią spontanicznie** i nie myślą o kosztach, lubią inwestować w siebie.
- **Zakupy są środkiem do osiągnięcia celu.** Pasjonatka życia ma potrzebę bycia pozytywnie odbieraną – zarówno jeśli chodzi o wygląd jak i kwestie intelektualne (mają potrzebę bycia odbieraną jako osoba czytana, ciekawa świata, która ma coś do powiedzenia), lubią robić wrażenie na innych.
- **Inwestycje finansowe** dokonywane na tym etapie życia z ciekawości, to nauka zarządzania pieniędzmi.



ZDOBYWCZYNIĘ ŻYCIA są aktywne, ale cenią sobie też spokój

- **Zdobywczynie żyją pełnią życia.** Czują, że świat stoi przed nimi otworem, oferując wiele możliwości rozwoju, spełnienia i przyjemności.
- **Nie stronią od aktywności fizycznej,** ale też od **rozwijania pasji.**
- **Tak intensywne życie wymaga jednak czasem przyhamowania.** Wówczas koczek, kubek gorącej herbaty, ulubiony magazyn czy książka stanowią dla nich **źródło ukojenia...**

”

Jestem otwartą osobą, taką spontaniczną i komunikatywną, lubię ludzi, lubię się z nimi spotykać, udzielać się towarzystwo, chodzić do kina, zwiedzać wystawy.

— Zuzanna, 25 lat, Poznań —

”

Czasem potrzebuję aktywności, czasem luzu, czasem ze znajomymi, a czasami samej sobie poczytać książkę. Nawet jak gdzieś z kimś wyjeżdżam, to lubię sobie побыć chwilę sama ze sobą.

— Karolina, 25 lat, Warszawa —



ZDOBYWCZYNIENIE ŻYCIA

prasa to dla nich źródło inspiracji

- Zdobywczynie lubią być pierwsze jeśli chodzi o określone dziedziny życia. **Inspiracji dostarcza im prasa, która jest dla nich źródłem wiedzy na temat mody, kosmetyków, jedzenia, zdrowia, podróży, ale też kulisów z życia gwiazd.**
- Prasa to dla nich również **element wytchnienia czy estetycznych doznań** związanych z oglądaniem pięknych zdjęć.
- **Prasa jest jednym ze źródeł informacji** (jak jadą autobusem słuchają podcastów, jak mają chwilę spokoju czytają prasę w druku, jak są w biegu przeglądają prasę w internecie).
- Czytanie **prasy to nawyk wyniesiony z domu** (matka czyta o modzie i urodzie, ojciec o nauce, a ona łączy te tematy).
- Czytanie daje im **samozadowolenie**, bo wiedzą, że robią coś wartościowego.

”

W magazynach można sobie pooglądać ubrania, najnowszą modę, można poszukać inspiracji, co kupić, co ubrać, jak się ubrać, jak rzeczy ze sobą połączyć, odkryć jakieś nowe kosmetyki.

Wiktorja, 25 lat, Olsztyn



SEGMENT 2:

AMBITNE KREATORKI łączą dom i karierę

PODSUMOWANIE

Kobiety 20-44 lata
zazwyczaj mają już rodziny



Charakterystyka:

- dbanie o rodzinę łączą z aktywnością zawodową oraz realizacją własnych ambicji i zainteresowań,
- lubią dbać o dom, cenią rodzinne rytuały, budowanie więzi,
- nie zaniedbują siebie, myślą o pasjach i rozwoju zawodowym i osobistym,
- harmonia i równowaga między różnymi sferami życia jest dla nich ważna,
- interesują się świadomym rodzicielstwem, rozwojem własnym, poradami kulinarnymi, wystrojem wnętrz, modą i urodą oraz zdrowym stylem życia,
- kochają robić zakupy dla siebie i dla rodziny, nie tylko w sposób przemyślany ale i spontanicznie.

Prasa jest dla nich źródłem wiedzy i inspiracji, traktują ją jako źródło wiarygodnych i praktycznych porad, zachęca je do rozwoju. Czytanie jest ważną chwilą oddechu po zabieganym dniu.



AMBITNE KREATORKI

dom traktują jak rodzinną przystań

- **Pielęgnują wartości związane z prowadzeniem domu.** Nie jest to dla nich element opresji, czy przytłoczenia. Cenią gotowanie, eksperymentowanie w kuchni, pielęgnację kwiatów, wystrój wnętrz.
- Choć starają się wciągać we wspólne obowiązki rodzinę – zdają sobie sprawę z tego, że **to one są spoiwem** i kołem zamachowym wszelkich wspólnych działań.
- Dom ma być bezpieczną przystanią, gdzie rytm wyznaczają poru roku, uroczystości rodzinne i święta. Pielęgnują tradycje i dbają o to, aby rodzina budowała swoje rytuały.
- Same o sobie mówią, że są **zakupoholiczkami**, często robią spontaniczne zakupy. Są to głównie produkty dla domu, rodziny, ale też chcą zadbać o siebie kupując odzież czy kosmetyki.

”

Ważne jest dla mnie, żeby w domu było przytulnie. Uwielbiam zmieniać dekoracje w zależności od pory roku. Mam też swój fotel, w którym czytam. To jest taki mój rytuał.

— Anna, 42 lata, Olsztyn —

”

Rodzina... Lubię w jakiś sposób im się oddać, tak żeby stworzyć ciepły dom. Jemy razem posiłki w miarę możliwości, razem gotujemy, dzielimy się pracą, razem spełniamy swoje marzenia, mamy wspólne plany. To jest fajne, że można się tak dogadywać.

— Renata, 42 lata, Warszawa —



AMBITNE KREATORKI dbają o wspólne aktywności

- Rodzina i jej aktywności oraz praca zawodowa zajmują większość tygodnia. **Ambitne kreatorki czują się czasem jak centrum dowodzenia logistyką rodzinnych zajęć.**
- **Rodzina w ciągu tygodnia spędza ze sobą mało czasu, jednak weekendy są po to, aby to nadrobić.** Wspólne wypadki na rowery, krótkie wyjazdy, czy po prostu rodzinne gotowanie – mają sprzyjać wzmocnieniu więzi, ale także pokazywaniu dzieciom stylu życia opartego na bliskości i aktywności.
- Ambitne kreatorki starają się spotykać ze znajomymi na podobnym etapie życia – **to również sposób na budowanie więzi poza rodzinnym „stadem”.**

”

Od poniedziałku do piątku wożę córkę na treningi, bo ćwiczy i basen, i bieganie i akrobatykę. Ona ma 10 lat. Latem staramy się jeździć na rowerach. Czasem jeździmy się ze znajomymi, bo mamy blisko domu taką fajną trasę. Albo jedziemy gdzieś dalej na wycieczki, np. do Energylandii.

Joanna, 39 lat, Radom



AMBITNE KREATORKI

nie zapominają o pasjach i rozwoju

- Choć dom i rodzina jest dla nich najważniejsze – **nie zapominają o sobie. Doksztalcają się, rozwijają zawodowo, stawiają na zdobywanie nowych umiejętności.**
- **Harmonia i równowaga pomiędzy różnymi sferami życia są dla nich najważniejsze** – pomiędzy pracą, rodziną, ale i czasem dla siebie. To nowoczesne kobiety, które chcą się spełniać na wielu polach.

”

Marzę o domu z ogrodem, zbieramy na niego od lat. Tam wreszcie będę mogła mieć tyle roślin ile zechce i będę sobie grzebać w ziemi, przesadzać, doglądać. Najwięcej radości mi daje, jak sama wyhoduje roślinę np. z nasionka lub sadzonki. To tak radość patrzeć jak rośnie i się rozwija, zupełnie co innego niż kupić „gotowca” z Biedronki czy Lidla.

Renata, 44 lata, Warszawa



Prasa dla AMBITNYCH KREATOREK

stanowi źródło wiedzy i inspiracji

- **Magazyny i gazety pomagają organizować życie domowe** – by było ono bardziej komfortowe, ale i dające im poczucie sprawczości.
- **Prasę traktują jako wiarygodne i praktyczne źródło informacji.** Odnajdują w nim treści, które są sprawdzone i godne zaufania, od ekspertów i na podstawie doświadczeń innych kobiet.
- Często zdarza się, że przepisy wycinane są i wklejane do specjalnego zeszytu lub chowane do teczki, aby można było do niego sięgnąć w odpowiedniej chwili.
- Jest to powrót do zwyczajów mam, które tak robiły w ich dzieciństwie – jest to dla nich praktyczny, ale i **sentymentalny sposób budowania rodzinnego kapitału emocjonalnego.**
- **Prasa to również chwila oddechu w zabieganym dniu, przejrzanie treści, które mogą je również zainspirować do rozwoju – nie tylko z zakresu domowych porad.** Prasa to „koleżanka”, która ją rozumie i znajdzie tam wspólne tematy i zainteresowania.

”

Tak, prasa jest dla mnie inspirująca. Czerpię z niej pomysły dotyczące życia codziennego, zdrowia, mody, kosmetyków i psychologii. Inspiruje mnie do rozwoju i wprowadzania różnych zmian w swoim życiu.

————— Małgorzata, 43 lata, Poznań —————



ŚWIADOME HEDONISTKI są dynamiczne

PODSUMOWANIE

Kobiety 45+



Charakterystyka:

- mają za sobą okres zajmowania się małymi dziećmi,
- dysponują czasem i mogą skoncentrować się na sobie, mają także zaplecze finansowe, aby inwestować w siebie,
- interesują się kulturą i sztuką, modą, urodą, dietami, medycyną i zdrowym trybem życia, lubią chodzić po sklepach żeby zobaczyć czy jest coś nowego,
- zainteresowane są problemami społecznymi,
- lubią czytać o życiu gwiazd i sławnych ludzi, historie zwykłych ludzi, rozwiązywać krzyżówki,
- zdecydowanie częściej spędzają czas na żywo z rodziną lub przyjaciółmi niż online za pośrednictwem mediów społecznościowych.

W prasie poszukują wartościowych, nowatorskich i kreatywnych treści, pogłębionych artykułów, inspiracji do zmian. Obcowanie z papierem i uważną lekturę traktują jako intelektualną wartość.



ŚWIADOME HEDONISTKI celebrują odzyskaną wolność

- **Nie muszą wечно zastanawiać się nad planem dnia dla całej rodziny,** organizacją posiłków, czy wolnego czasu dla wszystkich.
- **Cieszą się z odzyskanej wolności,** z możliwości samodzielnego decydowania o swoich planach. Są paniami swojego czasu, co jest dla nich niezwykle cenne.
- Mają partnerów lub są po rozwodzie/ w kolejnym związku. Nauczyły się **jednak radzić sobie także w trudnych sytuacjach,** dzięki rozbudowanej siatce społecznych relacji.
- **Interesują się kulturą i sztuką, czytają, zwiedzają nowe miejsca.**

”

Jestem praktycznie teraz wolna i niepodległa, jak słomiana wdowa. Jak mi się chce, to ugotuję. Jak mi się nie chce, to nie ugotuję. I jak mi się chce, to zrobię coś. Jak mi się nie chce, to nie zrobię nic.

Anna, 48 lat, Radom



ŚWIADOME HEDONISTKI dbają o siebie i poszukują zdrowego balansu

- Świadome Hedonistki zauważyły, że powinny podchodzić do swojego życia holistycznie. **Dbają o zdrowie, właściwą dietę, sprawność fizyczną i duchową oraz o rozwój osobisty.**
- Lubią chodzić na **spacery** – te wędrowki są dla nich czasem wyciszenia, obserwowania przyrody i regeneracji.
- Są **aktywne** – chodzą na basen, czy na rower (samodzielnie lub z dziećmi), spotykają się ze znajomymi.
- To **świadome konsumentki** – zwracają uwagę na pochodzenie produktów, które jedzą, starają się odżywiać zdrowo i ekologicznie.
- Dojrzałe hedonistki **nie oszczędzają na zakupach dla siebie**, są świadome czego potrzebują.

”

Jestem osobą i oszczędną i pracowitą. Mam racjonalny stosunek do pieniędzy. Jeśli widzę coś ładną torebkę, to dlaczego sobie nie kupić?

_____ Agnieszka, 48 lat, Olsztyn _____



ŚWIADOME HEDONISTKI

poszukują w prasie wartościowych treści

- Prasa to dla Świadomych Hedonistek **źródło pogłębionych artykułów** na tematy psychologiczne, wywiady z twórcami, artystami czy ekspertami.
- **Poszukują inspiracji związanych z wysokiej jakości kosmetykami, aktualną modą, urządzeniem wnętrz, gdzie wybrać się na spektakl, czy co obejrzeć w kinie lub telewizji** – ciekawe rekomendacje są przez nie bardzo cenione.
- Prasa to nie tylko wyłącznie ambitne treści – to również pretekst do **odpoczynku**, poczytania o życiu gwiazd, oddechu od codzienności, guilty pleasure w ulubionym fotelu.
- Z drugiej strony lubią publikacje, które **nie unikają trudnych tematów** i otwarcie podejmują kwestie społeczne. Doceniają autentyczne historie i wywiady, które pokazują życie w całej jego złożoności – także jego ciemne barwy.
- **Uważają, że osoba czytająca prasę to intelektualista**, taki człowiek zawsze będzie miał taką potrzebę obcowania z papierem.

”

Wiem, że treści w magazynach są pisane przez autorki, które mają kunszt dziennikarski, to nie są klikbaitowe teksty.

_____ Marta, 51 lat, Warszawa _____



SEGMENT 4:

ROZWAŻNI OJCOWIE w dążeniu do stabilności

PODSUMOWANIE Mężczyźni 35-44 lata



Charakterystyka:

- osiągnęli sukces na polu zawodowym, ale w dalszym ciągu są zainteresowani rozwojem zawodowym i osiągnięciem wysokiego statusu,
- skoncentrowani na rodzinie, dlatego inwestują w usługi finansowe takie jak lokaty i bardziej interesują się tematami finansów, bo najczęściej są głównymi żywicielami rodziny,
- robią przemyślane zakupy zwracając uwagę na jakość produktów i usług bardziej niż na cenę,
- interesują ich nowości technologiczne, motoryzacja oraz tematyka sportowa.

Prasa dla nich to przede wszystkim źródło aktualnych informacji, tematów do przemyśleń, rozmów, pogłębiania wiedzy zawodowej i rozwoju ale także element relaksu i wyciszenia.



”

Można powiedzieć, że jestem w takim ustabilizowanym dorosłym etapie życia – mniej imprez, więcej planów i odpowiedzialności.

Miłosz, 36 lat, Poznań



Rodzina jest priorytetem ROZWAŻNYCH OJCÓW

- **Rodzina zajmuje centralne miejsce w życiu Rozważnych Ojców.** Stabilność finansowa i życiowa, którą osiągnęli, daje im poczucie bezpieczeństwa – czują się potrzebni swoim partnerkom i dzieciom.
- Doceniają czas spędzany z dziećmi i żoną oraz czerpią radość z **rodzinnych aktywności**. To wspieranie pasji pociech, czy znajdowanie przestrzeni na pielęgnowanie związku.
- **Rodzina to również dla nich poczucie odpowiedzialności**, nie tylko tu i teraz, ale również myślenie o przyszłości. O ich trosce świadczy regularne oszczędzanie, inwestowanie w fundusze czy zabezpieczanie swojej emerytury. Praca jest dla nich ważna, ale nie kosztem rodziny.

”

Jestem takim człowiekiem, który spełnia się w roli taty. To jest chyba główna rola mojego życia. Nie jakaś tam kariera, wybicie się, bo to, że będę miał tysiąc w to czy w tamto, to się rozchodzi. A tych chwil wspólnych z rodziną nie da się odzyskać. Przewartościowałem sobie pewne rzeczy i doszedłem do wniosku, że praca nie jest na pierwszym miejscu.

Michał, 43 lata, Olsztyn



ROZWAŻNI OJCOWIE w utrzymaniu własnych pasji

- **Rozważni Ojcowie lubią spędzać czas z rodziną** – organizując wyjazdy, kibicując dzieciom podczas sportowych rozgrywek, czy oglądając serial z partnerką.
- **Starają się mieć własną przestrzeń**, w której realizują swoje pasje. To poczucie wolności, mimo dużej odpowiedzialności jaka na nich spoczywa, przywraca im równowagę.
- **Oddają się różnym zajęciom**: od gotowania, poprzez naprawę starych aut, fabularne gry planszowe, prowadzenie bloga podróżniczego aż po zajęcia sportowe, czy siatkówka z kumplami co czwartek.
- Relaksują się również w ulubionym fotelu, przed serialem lub czytając – to ich czas na reset.

”

Lubię gotować, bo to coś innego niż codzienna praca przed komputerem. Chłopaki uwielbiają tradycyjne dania, więc często robię coś prostego, ale porządnego. W kuchni czuję się swobodnie i wiem, co robię. To fajny sposób na spędzenie czasu i zrobienie czegoś, co od razu daje rezultat, który inni doceniają.

Andrzej, 36 lat, Warszawa



ROZWAŻNI OJCOWIE w zgłębianiu wiedzy i... okazji

- **Rozważni Ojcowie nastawieni są do wiedzy praktycznie** – jest to związane zarówno z kwestiami zawodowymi, jak i pasjami, czy sprawami domowymi. Lubią konkretne rozwiązania, informacje jak samodzielnie coś zrobić krok po kroku.
- **Zakupy robią bardzo pragmatycznie** – zwracają głównie uwagę na jakość produktów a nie kwestie prestiżu, zakupy są nastawione na potrzeby rodzinnych np. zakupu auta czy remontu.
- Chcą myśleć o sobie, że są **rozsądni w swoich wyborach**. Przy poszukiwaniu sprzętu sprawdzają wszystkie możliwości, porównują ceny i dopiero wtedy podejmują decyzję.
- Lubią **wyszukiwanie okazji** związanych choćby z zakupami i wyjazdami wakacyjnymi – nie lubią przepłacać, a przy tym chcą, aby rodzina była zadowolona. Wzmacnia to bardzo ich poczucie własnej wartości.

”

Auto ma być dobre, nowe, przyzwoite, ale nie muszą przepłacać za jakąś markę, żeby się pochwalić przed sąsiadami

————— Miłosz, 36 lat, Poznań —————



ROZWAŻNI OJCOWIE lubią trzymać rękę na prasowym pulsie

- Dla Rozważnych Ojców prasa to przede wszystkim aktualne informacje. Lubią być na bieżąco zarówno jeśli chodzi o wydarzenia społeczno-polityczne, ale również nowinki technologiczne, czy wiedzę związaną z finansami. Informacje gospodarcze i polityczne analizują pod kątem wpływu na życie ich rodziny.
- Magazyny popularnonaukowe dostarczają im różnego rodzaju ciekawych tematów do przemyśleń, są pretekstem do rozmów z rodziną czy znajomymi. Otwierają przed Rozważnymi Ojcami nowe obszary zainteresowań, które można później zgłębiać w internecie.
- Prasa specjalistyczna to możliwość **pogłębienia wiedzy zawodowej i rozwoju**, co bardzo sobie cenią przedstawiciele tego segmentu. Nie stronią też od lżejszych form traktując je jako **element relaksu i wyciszenia**.

”

W tej gazecie są artykuły pisane przez ludzi doświadczonych, z przykładami. Po przeczytaniu mogę nad problemem skupić się sam, bez pisania zapytania prawnego.

_____ Paweł, 44 lata, Radom _____



USTATKOWANI ZNAWCY marzą o odcinaniu kuponów

PODSUMOWANIE *Mężczyźni 45+*



Charakterystyka:

- interesują się sprawami polityczno-społecznymi, zarówno kwestiami lokalnymi jak i globalnymi, ważnymi problemami społecznymi a także historią,
- uważają, że praca zawodowa nie może ograniczać ich rozwoju osobistego,
- cenią rozwój zawodowy i osobisty,
- samodzielni, lubiący sami rozwiązywać problemy zamiast polegać na innych,
- posiadają własną nieruchomość, aktywnie o nią dbają,
- realizują marzenia i pasje,
- deklarują wysokie dochody.

W prasie cenią wiarygodność i przedstawianie różnych punktów widzenia, prasa jest dla nich źródłem wiedzy, rozrywki, dostarcza tematów przemyśleń i rozmów.



USTATKOWANI ZNAWCY troszczą się o sprawy lokalne i globalne

- Ustatkowani Znacwcy **remontują, zmieniają, ulepszają**, cieszą się tym, że odzyskali wolność po wyprowadzce dzieci. Odnowiają swoje domy.
- Ustatkowani Znacwcy **zdają się patrzeć na świat z szerszej perspektywy** – interesują się tym co się dzieje w ich najbliższej okolicy, ale także ciekawi ich polityka globalna.
- **Martwią się tym do czego zmierza współczesny świat** i nie jest to dla nich przyszłość rysowana w jasnych barwach. Ich troski dotyczą kwestii klimatycznych, zagrożeń związanych z konfliktami zbrojnymi, czy zbyt szybko postępującego rozwoju technologii.
- **Starają się łagodzić te lęki** – budowaniem rodzinnej stabilizacji, bezpieczeństwa finansowego, czy poprzez utrzymywanie kontaktów z dziećmi, które wyprowadziły się już z domu.
- Niebagatelną rolę w tym dobrostanie Ustatkowanych Znacwców odgrywa **partnerka** (jeśli jest), z którą wspólnie mogą tworzyć udany związek.

”

Dzisiaj ten świat taki trochę dziwny jest. Nawet jakby wojna była. Czego nie chcemy, nikt nie chce. Żeby tego też nie było, żeby ten świat ochronić, ale coraz więcej tej głupoty wkoło jest.

————— Bogusław, 56 lat, Poznań —————



USTATKOWANI ZNAWCY dbają o swoje otoczenie

- Ustatkowani Znacwcy **mają zwykle swój własny dom, dużą frajdę daje im dbanie o ogród, ulepszanie funkcjonalności domowych**. Dzięki temu ich poczucie stabilności wzrasta, a przez to i bezpieczeństwo. Dbają o „domową twierdzę”. Pomagają dorosłym dzieciom.
- **Oddają się również swoim ulubionym pasjom**, dbają o utrzymanie kondycji fizycznej poprzez spacer, czy uprawianie sportu.
- **Zakupy często robią online.**
- Mają swoje rytuały, ulubiony fotel, gorąca herbata w towarzystwie prasy, książki i serialu.
- **A gdy finanse temu sprzyjają wyruszają w podróż** – realizując swoje marzenia, na które wcześniej nie mieli czasu, czy odwagi.

”

Uwielbiam podróże. W zeszłym roku zrealizowałem marzenie o wyjeździe do Stanów. Trzy tygodnie zwiedzania z przyjacielem, samodzielna organizacja – to była świetna przygoda.

Adam, 50 lat, Warszawa



Prasa dla USTATKOWANYCH ZNAWCÓW to ważne źródło informacji

- Ustatkowani Znacwcy podchodzą do prasy trochę jak do programów informacyjnych emitowanych w telewizji – **korzystają z wielu tytułów, starając się poza zaczerpnięciem wiedzy na interesujące ich tematy, wyrobić sobie swoje własne zdanie.**
- **Nazwisko autora artykułu jest istotne** i stanowi element uwiarygodnienia oraz zaufania lub jego braku.
- Dla Ustatkowanych Znacwcy **papierowa prasa to element rytuału**, odniesienia do czasów dzieciństwa – na zasadzie: „ojciec zawsze czytał gazetę po obiedzie”. To co napisane jest bardziej trwałe i wiarygodne, niż to co znajduje się w ulotnym internecie.
- **Prasa dostarcza tematów do przemyśleń i rozmów**, kształtuje opinie, ale bywa również elementem rozrywki w postaci krzyżówek, czy lżejszych artykułów.

”

Dużo informacji codziennych mam z internetu czy radia, ale te gazety to dla mnie coś więcej – to są przemyślenia ekspertów, głębsze analizy, coś, co daje mi wiedzę na wyższym poziomie.

_____ Jacek, 45 lat, Radom _____



Źródła informacji o prasie

SZYBKI, BEZPŁATNY PODGLĄD

BADANE TYTUŁY PRASOWE

pbc.pl/badane-tytuly/

Klasyfikacja tematyczna, wg częstotliwości, obszarów, wydawców, badań

Wyniki tytułów, kontakty do Wydawców

RANKING TOTAL REACH 360°

pbc./total-reach-360/

RANKINGI CZYTELNICTWA W GŁÓWNYCH GRUPACH CELOWYCH

pbc.pl/czytelnictwo/

RANKING PRASA W MEDIACH SPOŁĘCZNOŚCIOWYCH

pbc.pl/social-media/

WSKAŹNIKI MEDIAPLANU PRASOWEGO

pbc.pl/wskazniki/

WSKAŹNIKI AUDYTU PBC

pbc.pl/wskazniki-audyt/

DANE SZCZEGÓŁOWE

AUDYT PBC (dawniej ZKDP) – ROZPOWSZECHNIANIE TYTUŁÓW

druk, e-wydania, subskrypcje cyfrowe, publikacje cyfrowe

Programy płatne

- Teleskop (dane szczegółowe, wszystkie tytuły)
- PBC Planner (dane ostatni rok, tytuły badane w czytelnictwie)

BADANIE CZYTELNICTWA – ZASIĘG TYTUŁÓW

Liczba osób czytających wydanie, profil demograficzny i konsumencki czytelników, inne dane

Płatny program PBC Planner

BADANIE LICZBY KONTAKTÓW Z REKLAMĄ W PIŚMIE I W KAMPANII

Liczba kontaktów – ile razy czytelnicy zobaczą reklamę

Płatny program PBC Planner

WSPARCIE PRZY PRZYGOTOWANIU PLANÓW MEDIOWYCH, RAPORTY NA ZAMÓWIENIE

Sylwia Markowska tel. 517 791 966,
sylwia.markowska@pbc.pl

Polskie Badania Czytelnictwa
ul. Słupecka 6, 02-309 Warszawa
tel. +48 504 285 416
e-mail: biuro@pbc.pl

