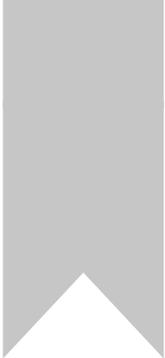




KSIĄŻKI

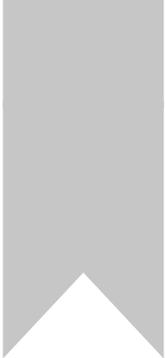
w codziennym życiu Polaków

Raport z badania Polskiej Izby Książki
„Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce”



KSIAŹKI

w codziennym życiu Polaków



KSIĄŻKI

w codziennym życiu Polaków

Raport z badania Polskiej Izby Książki
„Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce”

ZESPÓŁ AUTORSKI

Janusz Kostecki
Izabella Anuszevska
Monika Ligęza
Michał Wysocki
Grzegorz Boguta
Paweł Kuczyński

PROJEKT OKŁADKI, OPRACOWANIE GRAFICZNE, SKŁAD I ŁAMANIE

Michał Wysocki

ILUSTRACJA NA OKŁADCE

Sylwia Caban

KONCEPCJA PREZENTOWANEJ EDYCJI BADANIA

GAB Media

REALIZACJA BADANIA ILOŚCIOWEGO

Millward Brown

Publikacja *Książki w codziennym życiu Polaków* jest częścią projektu Polskiej Izby Książki „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce – analiza i kontynuacja.

Jak czytamy” dofinansowanego ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego w ramach Programu Obserwatorium Kultury.

KOORDYNACJA PROJEKTU

Paweł Kuczyński

WYDAWCA

Polska Izba Książki
ul. Oleandrów 8
00-629 Warszawa
e-mail: biuro@pik.org.pl
www: <http://pik.org.pl>

ISBN 978-83-944165-0-8

Warszawa 2015

**Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego.**

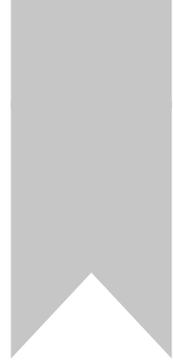


**GAB
MEDIA**

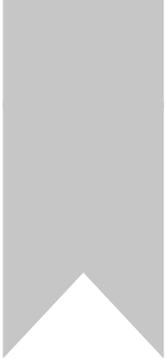
SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	7
CZĘŚĆ PIERWSZA. BADANIE ILOŚCIOWE.....	11
Wstęp	13
Aktualna sytuacja badawcza	13
Założenia	15
Zakres problemowy	17
Metodologia	19
Informacje o technice pomiaru	19
Charakterystyka próby	20
Analiza wyników	23
Dostęp do urzędzeń	23
Mapa czynności	32
Czytanie książek	49
Pozyskiwanie książek	63
Konteksty	80
CZĘŚĆ DRUGA. PRZEGLĄD I ANALIZA BADAŃ CZYTELNICTWA W POLSCE ZREALIZOWANYCH W LATACH 2010–2014 (2015).....	89
Ogólnopolskie badania czytelnictwa na próbach reprezentatywnych	93
Kwestionariusze	93
Wyniki badań	109
Ogólnopolskie badania na próbach reprezentatywnych z pojedynczymi pytaniami dotyczącymi czytelnictwa	117
Aktualne problemy i wydarzenia	117
Diagnoza społeczna. Warunki i jakość życia Polaków	118
World Internet Project Polska	120

Badania jakościowe i marketingowe	121
Badania uczestników targów książki w Warszawie i Krakowie	121
Książki – kupowanie, preferencje, opinie	122
Ankiety internetowe i inne badania marketingowe.....	122
Wnioski	126
CZĘŚĆ TRZECIA. UWAGI KOŃCOWE	129
Różne aspekty badania czytelnictwa książek: od kwestii warsztatowych po odbiór społeczny.....	131
Przyjemność czytania	139
Rekomendacje.....	151
ANEKS.....	157
Struktura zrealizowanej próby	159
Kwestionariusz ankiety	163
Lista badań przeprowadzonych w latach 2010–2014 (2015) uwzględnionych w przeglądzie.....	181
Spis tabel	187
Spis wykresów.....	191



WPROWADZENIE

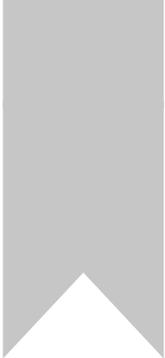


Głównym celem projektu Polskiej Izby Książki (PIK) „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce”, badań prowadzonych od 2013 r., jest dostarczenie odpowiedzi na pytania o praktyki lekturowe dorosłych Polaków: o to jak wyglądają, czy i jak się zmieniają, oraz co ma wpływ na ich ewentualne przekształcenia. Druga edycja projektu, zrealizowanego w 2015 r., zakładała przede wszystkim przeprowadzenie szczegółowej analizy stanu badań nad czytelnictwem w Polsce w latach 2010–2014 (2015) oraz kontynuację badania ilościowego z roku 2013.

Niniejsze opracowanie składa się z trzech części i aneksu. W pierwszej zaprezentowano założenia oraz wyniki ogólnopolskiego ilościowego badania opinii przeprowadzonego we wrześniu 2015 r. we współpracy z Millward Brown. Tym, co wyróżnia ów raport na tle innych opracowań tego typu, oprócz jasno zarysowanej perspektywy badawczej, jest obszernie i przystępnie przedstawienie „kuchni” owego sondażu, co pozwala ocenić rzetelność otrzymanych informacji.

W części drugiej zamieszczono rezultaty prac, które wykonano jeszcze przed badaniami terenowymi, a mianowicie wspomniany szczegółowy przegląd badań, zwłaszcza dotyczących sondaży prowadzonych na ogólnopolskich próbach reprezentatywnych. Analiza dotychczasowych doświadczeń zaowocowała stworzeniem nowego kwestionariusza, lepiej przystosowanego do zbierania potrzebnych informacji niż zastosowany dwa lata wcześniej.

Część trzecia składa się z tekstów autorskich w różny sposób komentujących wykonane prace. Pierwszy z nich omawia dwa wątki: wraca jeszcze do ważnych spraw warsztatowych wykonanego badania, a także pokazuje pozytywne konsekwencje, jakie może przynieść znajomość jego wyników w perspektywie społecznej. Drugi tekst przedstawia wyniki tegorocznego badania PIK na tle „diety tekstowej”, określenia, które zaistniało w pierwszej edycji badania i przeszło do dyskursu publicznego, a które lokuje czytanie książek na tle konsumpcji wszelkich tekstów. Ponadto autor porusza tematykę ruchów obywatelskich, opisując je jako mechanizmy wspierające czytelnictwo. Ostatni tekst to rekomendacje odnoszące się do działań praktycznych władz centralnych, samorządowych, a także instytucji systemu książki, mogących przyczynić się do upowszechniania się praktyk lekturowych w społeczeństwie polskim.



Część pierwsza

BADANIE ILOŚCIOWE

WSTĘP

Janusz KostECKI

Aktualna sytuacja badawcza

Ponieważ rozmaite sondaże dotyczące mniej lub bardziej bezpośrednio problematyki realizowanego projektu, acz przeprowadzane w podobnym czasie, przynosiły często wyniki znacznie różniące się od siebie, przed przystąpieniem do badań postanowiliśmy dokładniej przyjrzeć się dotychczasowym inicjatywom.

Analizie poddaliśmy 36 opracowań z lat 2010–2014 (2015), uwzględniając – jak się wydaje – wszystkie ważniejsze rozpoznania dotyczące czytelnictwa osób dorosłych¹. Chodziło nam przy tym nie tyle (lub nie tylko) o zarejestrowanie rozbieżności prezentowanych wyników, ile o wskazanie ich źródeł: po pierwsze – odmienności celów, założeń teoretycznych i zakresów zainteresowań; po drugie – różnic metodologicznych pomiędzy inicjatywami; po trzecie – niedopatrzeń i niekonsekwencji popełnianych przez badaczy (także po to, by uniknąć ich w trakcie realizacji projektu). Niestety organizatorzy poszczególnych przedsięwzięć nie zawsze ujawniali tajniki swego warsztatu (zwłaszcza jeśli chodzi o zasady doboru próby), a zdarzało się, że wręcz utrudniali dostęp do informacji dotyczących np. zawartości kwestionariusza.

Ze względu na to, że sondaż PIK miał być przeprowadzony na ogólnopolskiej próbie reprezentatywnej, najwięcej uwagi poświęciliśmy czterem badaniom nad czytelnictwem o tym właśnie charakterze – trzem przeprowadzonym przez Instytut Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej (IKICZ) w latach 2010, 2012 i 2014, i jednemu przez PIK w 2013 r. Mniej szczegółowo zajmowaliśmy się tymi reprezentatywnymi badaniami o charakterze ogólnopolskim, w których lektura książek stanowiła problem marginalny oraz badaniami jakościowymi i marketingowymi (w znacznej mierze poświęconymi funkcjonowaniu „nowych mediów”).

Interesowaliśmy się zwłaszcza konstrukcją kwestionariuszy i rodzajem zadawanych pytań (ich budową, stosowanymi formułami, kategoriami używanymi w kafeteriach). Porównaliśmy też – choć w ograniczonym zakresie – sposoby analizy, zwracając przy tym uwagę na odmienności stosowanych wskaźników i różnice występujące przy agregowaniu danych. Pominęliśmy natomiast (z braku informacji) zagadnienia związane z doбором

¹ Omówienie tych badań znajduje się na s. 89.

respondentów oraz problemy terminologiczne (trudno bowiem analizować pojęcia niezdefiniowane, używane intuicyjnie, w pewnym sensie metaforyczne, często pochodzące z języka potocznego).

Wyniki tej pracy zawarte są w drugiej części niniejszego opracowania, i mogą stanowić materiał poszarżający perspektywę interpretacyjną dla prezentowanych przez nas danych. Stoimy na stanowisku, że problem rzeczywistej wartości poznawczej badań nad czytelnictwem nie jest pozorny i wymaga zbiorowej refleksji o charakterze naukowym. Bo czyż można przejść do porządku dziennego choćby nad rozbieżnościami danych dotyczących zagadnienia najbardziej interesującego opinię publiczną (a także władze), czyli tzw. zasięgu książki w Polsce? Otóż według IKICZ w latach 2010–2014 utrzymywał się on na zbliżonym poziomie (2010 r. – 44%, 2012 r. – 39%, 2014 r. – 42%), wyższym niż w 2008 r., ale znacząco niższym niż w okresie 1994–2004. W tym samym czasie (koniec 2013 r.) w badaniach PIK odsetek czytelników wyniósł 68%, a więc był odpowiednio o 29 i 26 punktów procentowych wyższy niż w sondażach IKICZ z lat 2012 i 2014. Także w rozpoznaniach Fundacji Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) odsetek osób dorosłych (18+ lat), które w ciągu roku przeczytały co najmniej jedną książkę, wahał się w latach 2010–2013 w granicach 57–59%, a w badaniach Agory i Orange (próba 15+ lat) – w okresie 2010–2012 – nawet 67–71%. Zaskakujące było przy tym, że pytanie o czytelnictwo w kwestionariuszu IKICZ było najbardziej inkluzyjne (najłatwiej było odpowiedzieć na nie twierdząco), gdyż brzmiało: „A czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy czytał(-a) Pan(-i), w całości lub fragmencie, albo przeglądał(-a) Pan(-i) jakieś książki. Pytamy o każdą książkę, jaką miał(-a) Pan(-i) w ręku – także albumy, poradniki, encyklopedie, słowniki, podręczniki oraz książki w wersji elektronicznej?”. W innych badaniach pytania o czytelnictwo dotyczyły węższych obszarów: PIK pytał tylko o książki papierowe przeczytane w ciągu ostatnich 12 miesięcy „od początku do końca lub prawie do końca”, a CBOS o książki czytane „dla przyjemności”. Zasygnalizowane różnice próbowano więc tłumaczyć odmiennym „sposobem” zadawania pytania, a mianowicie tym, że IKICZ zaczynał je od formuły „czy...?”, która miała w założeniu od razu rozdzielać „czytających” i „nieczytających” (o liczbę czytanych książek pytano następnie tylko „czytających”), a inne instytucje od formuły „ile...?” (możliwość „ani jednej” umieszczając dopiero w kafeferii). Miało to skłaniać respondentów „nieczytających” do wyboru którejś z możliwości konkurencyjnych. Ale przecież jeszcze bardziej widoczne są różnice wyników odnoszących się do aktywności lekturowej Polaków. W badaniach IKICZ odsetek czytelników aktywnych (sięgających po przynajmniej siedem książek rocznie) wynosił 11–12%, natomiast w sondażu PIK, który co prawda zastosował bardziej liberalne kryterium (co najmniej sześć książek) – około 32%, a więc blisko trzy razy więcej. Może więc różnice wynikają z innych przyczyn, np. z odmiennej struktury badanych zbiorowości? Może pewną rolę (zapewne znacznie mniejszą) odegrała też pora przeprowadzenia sondaży: miesiąc lub dni tygodnia, w których odwiedzano respondentów?

Kto więc ostatecznie ma rację: czy ci, którzy ubolewają nad gwałtownym kurczeniem się zasięgu oddziaływania książki drukowanej, czy ci, którzy – jak w opracowaniu badań CBOS z 2014 r. – przekonują, że „czytelnictwo książek – wbrew obawom związanym z coraz silniejszą ingerencją w codzienne życie nowych technologii elektronicznych, które miałyby wypierać tradycyjne formy spędzania wolnego czasu – od początku lat dziewięćdziesiątych

utrzymuje się na zbliżonym poziomie²²? Warto nie pozostawiać rozstrzygnięcia tego problemu publicystom i – przy poszanowaniu autonomii celów badawczych poszczególnych instytucji badawczych – wspólnie się nad problemem zastanowić.

Założenia

Punktem wyjścia do projektowanego sondażu było badanie założycielskie przeprowadzone przez PIK w październiku i listopadzie 2013 r. na próbie 2616 osób. Jego kwestionariusz był znacznie obszerniejszy niż w którymkolwiek sondażu IKICZ, gdyż zrąb główny liczył 68 pytań, co prawda głównie zamkniętych, ale często o bardzo skomplikowanej budowie, gdyż respondent poza wyborem (często wielokrotnym) kategorii z kafeterii, aż w 17 wypadkach musiał do nich dopasować kategorię ze skali dołączonej do danego pytania. Owa znaczna objętość kwestionariusza stanowiła niewątpliwie jeden z najpoważniejszych jego mankamentów. Trzeba zarazem przyznać, że przynajmniej po części wynikała z tego, że – reagując na zachodzące w ostatnich latach przemiany form komunikowania się – czytelnictwo potraktowano niezwykle szeroko, obejmując tym pojęciem kontakty z wszelkimi tekstami piśmienniczymi, a nie tylko przenoszonymi przez książkę w formie papierowego kodeksu (ewentualnie papierowego periodyku). Na taką skalę zabieg ten zastosowano w Polsce po raz pierwszy, wprowadzając przy tym nośne pojęcie „diety tekstowej”.

Sondaż z września 2015 r. ze względów finansowych byliśmy zmuszeni zaprojektować znacznie skromniej. Próbę ograniczyliśmy do 1000 osób, a czas przeznaczony na przeprowadzenie jednego wywiadu do około pół godziny.

Ponieważ musieliśmy dokonać znacznej redukcji liczby zadawanych pytań, nie zdołaliśmy uwzględnić wszystkich problemów, które uważamy za istotne. Staraliśmy się jednak nie rezygnować z wątków tematycznych oraz rozwiązań metodologicznych wartych kontynuacji i naśladowania, choć – trzeba przyznać – wprowadziliśmy też wiele modyfikacji (np. w kafeteriach), eliminując niedociągnięcia charakteryzujące poczynania poprzedników.

Analiza wcześniej realizowanych badań skłoniła nas do następujących decyzji:

- a. Rezygnacji z rozpatrywania czytelnictwa w kontekście tzw. czasu wolnego. Jest to zresztą postulat często spotykany w nowszych pracach socjologicznych i antropologicznych, gdyż wspomniany sposób „ujmowania partycypacji kulturowej zakorzeniony jest w takim modelu kultury, który każe ją widzieć jako osobną sferę życia i to najczęściej ograniczoną do nieinstrumentalnych działań artystycznych [...]”³. Równie ważne wydaje się też to, że w wielu środowiskach społecznych „czas wolny” w tradycyjnym rozumieniu tego terminu w zasadzie nie występuje, jest on po prostu mocno „poszatkowany” i dedykowany często wielu czynnościom jednocześnie. Znacznie ważniejszym kontekstem wydaje się więc katalog codziennych praktyk podejmowanych przez respondentów. Takie podejście umożliwia poza tym powiązanie czytania z innymi formami

² R. Boguszewski, *Aktywności i doświadczenia Polaków w 2014 roku*, CBOS, Warszawa: CBOS 2015, s. 4.

³ M. Krajewski, *W kierunku relacyjnej koncepcji uczestnictwa w kulturze*, „Kultura i Społeczeństwo” 2013, nr 1, s. 44.

- aktywności człowieka, pokazanie, że pewna część lektur podejmowana jest w innym celu niż tylko przyjemność, co jest zresztą pojęciem wyjątkowo niejasnym.
- b. Utrzymania pytań dotyczących „diety tekstowej”, czyli o rodzaje tekstów czytanych w dniu poprzedzającym badanie. Należy bowiem pamiętać (podobnie zresztą jak w wypadku problemów sygnalizowanych w punkcie poprzednim), że wzory organizacji czasu oraz podejmowanych lektur w dniach powszednich i świątecznych na ogół znacznie się od siebie różnią. Pozwoli to uchwycić przemiany, jakie zachodzą obecnie w sposobach uczestnictwa przez Polaków w „kulturze pisma (druku)”; pokazać, które kanały dostępu do tekstów zyskują, a które tracą na znaczeniu; na ile są konkurencyjne, a na ile komplementarne wobec siebie.
 - c. Przyjęcia, że trzonem badania powinno być czytelnictwo książek (wszystkich ich form) w szerokim kontekście praktyk mu towarzyszących. Chodzi tu o takie działania, jak: rodzaj wykorzystywanych źródeł informacji o książce, miejsca prowadzenia rozmów o książkach, osoby, z którymi się owe rozmowy prowadzi, sposoby postępowania z publikacjami, które respondenci uznali w domu za zbędne, a przede wszystkim – źródła, z których czerpie się książki, ze specjalnym uwzględnieniem instytucji, w których się je kupuje.
 - d. Wprowadzenia do kwestionariusza pytań o kategorie i tematykę czytanych książek w celu wszechstronniejszego scharakteryzowania praktyk lekturowych respondentów. Z uwagi na ograniczone środki i możliwości opracowania zebranych materiałów, przyjęliśmy, że nie będziemy indagować badanych o autorów i tytuły książek przeczytanych w ciągu roku, a przedstawimy im tylko kafeterię składającą się z kategorii, które „sprawdziły” się w innych sondażach, a poza tym stosowane są w statystyce ruchu wydawniczego. Wobec stałych wątpliwości dotyczących „odpowiedniości” języka badaczy i respondentów, efekty porównania wyników osiągniętych obiema metodami miałyby ważny walor metodologiczny – pokazałyby, na ile owe obawy są uzasadnione. Można by też próbować analizować, na ile bieżące podaż i popyt są homologiczne (choć oczywiście znaczna część produkcji nie ma charakteru rynkowego).
 - e. Tylko ogólnego rejestrowania praktyk korzystania z e-booków i audiobooków, gdyż wbrew publicystycznym mniemaniom, nadal korzysta z nich tylko mała część społeczeństwa. Pogłębione badania należy prowadzić przede wszystkim wśród zadeklarowanych grup czytelników e-booków i słuchaczy audiobooków, ponieważ to ci respondenci mogą dostarczyć najcenniejszego materiału na temat zachowań w świecie książki cyfrowej i nowych technologii.
 - f. Ograniczenia obserwacji praktyk lekturowych do dwóch przedziałów czasowych: dnia poprzedzającego badanie („dieta tekstowa”) oraz ostatnich 12 miesięcy (pozostałe zagadnienia). Z uwagi na stwierdzoną wielokrotnie sezonowość praktyk lekturowych postanowiliśmy zrezygnować z perspektywy „ostatniego miesiąca”.
 - g. Przyjęcia zasady, by zaczynać od pytań najważniejszych i nadawać im postać możliwie jednorodną. Chodzi przy tym nie tylko o samą formę pytań (postanowiliśmy m.in. otwierać każdy ich nowy blok pytaniem rozpoczynającym się od formuły „czy...?”), ale także o kafeterie (np. o stosowanie tych samych przedziałów liczbowych, z szansą na agregowanie kategorii o większym stopniu szczegółowości). Dotyczy to zarówno

głównego bloku kwestionariusza, jak i metryczki. W zrealizowanym sondażu na początek ujednoliliśmy niemal z wersją IKICZ pytania dotyczące podejmowania lektury w ciągu ostatniego roku i liczby książek, po które wówczas sięgali badani.

- h. Wprowadzenia modyfikacji do budowy narzędzia badawczego. Postanowiliśmy zacząć od bloków pytań pozwalających wyznaczyć ramy funkcjonowania respondentów, a więc od pytań o swobodny dostęp do urządzeń umożliwiających korzystanie z tekstów piśmienniczych, o częściowo tylko dowolny zestaw wykonywanych czynności, wreszcie o „dietę tekstową” w dniu poprzedzającym badanie. Dopiero potem należy – według nas – pytać o czytanie książek i praktyki „około czytelnicze”. Trzeba też pamiętać, że o ile tradycyjne czytelnictwo (książek papierowych) nie wykazuje już silnej korelacji z użytkowaniem internetu/kompetencjami cyfrowymi, o tyle słuchanie audiobooków, a przede wszystkim czytanie książek elektronicznych jest mocno związane z korzystaniem z nowych technologii. Z tego względu pytania o korzystanie i sposoby korzystania z internetu umieściliśmy w głównej części kwestionariusza, a nawet w jego początkowej części. Dokonaliśmy też – często dość znacznych – zmian w kafeteriach (polegających na ich uszczegółowieniu i ulogicznieniu). Wyraźne rozdzielenie trzech horyzontów czasowych – wczoraj, rok temu, w ogóle – pozwala respondentowi na łatwe połączenie określonych działań z naturalnym rytmem jego funkcjonowania.

Zakres problemowy

Kwestionariusz⁴ składał się z następujących bloków pytań, różniących się nie tylko tematem, ale także wspomnianą perspektywą czasową, do której się odnosiły.

1. Bez określenia horyzontu czasu. Dostęp do urządzeń (pyt. 1–4)
 - Dostęp i korzystanie z rozmaitych urządzeń umożliwiających komunikowanie się,
 - Korzystanie z internetu (w tym częstotliwość, wykorzystywane funkcje);
2. Dzień poprzedzający badanie. Mapa czynności (pyt. 5–8)
 - Lista czynności ze wskazaniem trzech, które zajęły najwięcej czasu,
 - Czytane teksty z uwzględnieniem ich nośników, ze szczegółowym omówieniem prasy i książki (rodzaj, pora i charakter lektur);
3. Ostatni rok. Czytanie książek (pyt. 9–19)
 - Fakt czytania / przeglądania choć jednej książki bez względu na jej formę,
 - Łączna liczba tych książek,
 - Czy były wśród nich e-booki, a jeśli tak, to ile?
 - Czy były wśród nich audiobooki, a jeśli tak, to ile?
 - Urządzenia wykorzystywane do korzystania z e-booków i audiobooków,
 - Sytuacje lektury,
 - Ograniczenia w kontaktach z książką,
 - Kryteria wyboru książek do czytania,

⁴ Tekst kwestionariusza znajduje się na s. 163.

- Typy czytanych książek (zarówno literackich, jak i nieliterackich),
 - Udział wśród nich książek autorów polskich/obcych,
 - Tematyka czytanych książek;
4. Ostatni rok. Pozyskiwanie książek (pyt. 20–27)
- Fakt pozyskiwania książek, częstotliwość, sposoby, najczęściej wykorzystywane źródła,
 - Przybliżone kwoty wydawane rocznie na zakup podręczników oraz innych książek,
 - Sposoby gospodarowania posiadanymi książkami,
 - Liczba posiadanych książek papierowych, elektronicznych, audio,
 - Subiektywna ocena wielkości własnego księgozbioru;
5. Bez określenia czasu. Konteksty (pyt. 28–30)
- Wymiana opinii o książkach: częstotliwość, partnerzy,
 - Subiektywna ocena kondycji czytelnictwa książek w Polsce.

Kwestionariusz kończył się metryczką. Zawierała ona pytania dotyczące:

- Charakterystyki społeczno-demograficznej respondentów, przy czym przy w sytuacji zawodowej uwzględniono nowe formy zatrudnienia,
- Obiektywnej i subiektywnie odczuwanej sytuacji materialnej,
- Wykształcenia obojga rodziców (opiekunów),
- Słuchania w dzieciństwie głośnej lektury (nie tylko w domu, ale także w instytucjach typu przedszkole, szkoła, biblioteka),
- Zaangażowania w podstawowe przejawy życia politycznego i społecznego.

Powyższy podział zagadnień dyktuje strukturę omawiania poszczególnych kwestii w raporcie.

METODOLOGIA

Izabella Anuszevska

Informacje o technice pomiaru

Badanie zrealizowano w ramach cyklicznego badania sondażowego CAPIBUS, przeprowadzonego na reprezentatywnej próbie 1007 Polaków w wieku 15–75 lat (wielkość populacji na 30.06.2014 r.: 30 364 990 osób) w dniach 24 września–1 października 2015 r. Powtarzalna formuła badania sprawia, że realizowane jest ono w sposób ściśle zestandaryzowany, aczkolwiek w przypadku tej jego edycji zastosowano oryginalne podejście polegające na względnie równomiernym przeprowadzaniu wywiadów przez wszystkie dni tygodnia.

Wywiad

Wywiady CAPI (kwestionariusz na laptopie) w badaniu CAPIBUS realizowane są techniką bezpośredniego wywiadu ankietarskiego w domach respondentów. Ankieter odczytuje pytania wyświetlające się na monitorze, zaznacza opcje wskazane przez respondenta (pytania zamknięte) lub zapisuje treść jego twierdzeń i opinii (pytania otwarte). Procedura wywiadu zakłada w miarę możliwości brak udziału osób trzecich, których obecność mogłaby mieć wpływ na udzielane odpowiedzi.

Sieć ankietarska

Wykonywaniem badań sondażowych w Millward Brown zajmuje się sieć ankietarska. Do realizacji CAPIBUS-a wykorzystywani są najbardziej doświadczeni ankieterzy stale współpracujący z firmą. Nadzór nad jakością i terminowością ich pracy sprawuje 30 koordynatorów regionalnych. Sieć ankietarska poddawana jest poza tym regularnym, comiesięcznym szkoleniom.

Kontrola pracy ankieterów

Wykonanie wszystkich badań ilościowych nadzoruje Dział Realizacji Badań Millward Brown. W przypadku sondaży typu omnibus kontrola stosowana jest ze szczególną starannością i obejmuje zarówno kontrolę terenową jak i nieterenową.

1. **Kontrola terenowa** zasadza się na ponownym kontakcie (telefonicznym lub osobistym) z 10% respondentów. W jego trakcie sprawdza się fakt przeprowadzenia, datę i porę dnia oraz czas trwania wywiadu. Kontroli podlega też poprawność jego przeprowadzenia; weryfikuje się również odpowiedzi na kluczowe pytania merytoryczne i wybrane pytania z części metryczkowej. Stwierdzenie rozbieżności pomiędzy wynikami podstawowych i powtórzonych wywiadów jest podstawą wszczęcia procedury wyjaśniającej z udziałem danego ankietera. W przypadku wyniku negatywnego, formułuje się zarzuty pod jego adresem i wyciąga konsekwencje służbowe, a w razie poważnych uchybień – usuwa z sieci ankieterskiej.
2. **Kontrola nieterenowa** polega na sprawdzeniu spójności logicznej udzielanych odpowiedzi. Wiele z zależności logicznych (w tym np. konsekwencja stosowania filtrów) jest kontrolowana poprzez odpowiedni skrypt kwestionariusza obsługiwany przez specjalnie dedykowane oprogramowanie. W razie wątpliwości analizowane są też profile odpowiedzi respondentów z wywiadów przeprowadzonych przez jednego ankietera i zestawiane z profilami odpowiedzi w całej próbie. Poważne różnice pomiędzy porównywanymi profilami świadczą zazwyczaj o błędach w pracy ankieterów.

Przypadki negatywnie zweryfikowane w trakcie kontroli nie są włączane do zbioru wywiadów zrealizowanych i nie podlegają dalszej analizie.

Wprowadzanie danych i kodowanie odpowiedzi

Badania CAPI, polegające na wprowadzaniu danych przez ankietera na bieżąco w trakcie wywiadu, pozwalają na zmniejszenie liczby błędów związanych z nieczytelnością zapisów. Poza tym dzięki odpowiedniemu oprogramowaniu, pozwalającemu na automatyczne stosowanie filtrów, wywiad zyskuje na płynności. Odpowiedzi zaznaczone w kwestionariuszu CAPI nie wymagają dodatkowego wprowadzania do bazy. Po zakończeniu badania centrala dysponuje więc gotowymi danymi, które od razu można poddać obróbce analitycznej.

Odpowiedzi na pytania otwarte podlegają kodowaniu przez doświadczonych pracowników przy użyciu wyspecjalizowanego oprogramowania (np. kodowanie zawodów).

Charakterystyka próby

Badanie typu CAPIBUS realizowane jest na 1000 osobowej losowej próbie reprezentatywnej dla ogółu ludności Polski w wieku 15–75 lat. Próba ma charakter kwotowo-losowy i jest kompletowana z operatu adresowego Głównego Urzędu Statystycznego (GUS). Warstwowanie uwzględnia wielkość miejscowości oraz rozmieszczenie terytorialne w obrębie województw, a także płeć i wiek dobieranych osób. Podstawą warstwowania są dane demograficzne zawarte w publikacji GUS *Ludność. Stan i struktura w przekroju terytorialnym*, aktualne na 30.06.2014 r.

Pierwsza faza procedury doboru – warstwowanie terytorialne

Badana populacja jest warstwowana ze względu na kryterium lokalizacji terytorialnej (w podziale na 16 województw) oraz klasę wielkości miejscowości. Według tego ostatniego kryterium dzieli się je na siedem kategorii: miasta powyżej 500 tys., 200–499 tys., 100–199 tys., 50–99 tys., 20–49 tys., do 20 tys. oraz wsie.

W poszczególnych warstwach dobiera się ośrodki, które stanowią potem jednostki losowania adresów. Do owych jednostek włącza się obligatoryjnie wszystkie 18 miast o liczbie ludności przekraczającej 200 tys., natomiast w klasach miejscowości o mniejszej liczbie mieszkańców odpowiednią liczbę miast się losuje. Losowania tego dokonuje się z uwzględnieniem prawdopodobieństw proporcjonalnych do liczby mieszkańców, przy czym liczba miast, które mają być wylosowane jest ustalona przy założeniu, że w każdym z nich realizowana jest taka sama liczba wywiadów. Warstwy dla obszarów wiejskich wyznacza się zgodnie z podziałem terytorialnym na województwa. Następnie w każdym województwie dobiera się gminy, przy czym losowanie dokonywane jest z uwzględnieniem prawdopodobieństw proporcjonalnych do liczby mieszkańców gminy.

Na tym etapie doboru, części wiejskie gmin miejsko-wiejskich włącza się do warstwy wsi, a miasta z tych gmin – do warstw miast odpowiedniej klasy w poszczególnych województwach.

Druga faza procedury doboru – losowanie adresów

W drugiej fazie konstruowania próby, w dobranych uprzednio miastach i gminach losuje się – z bazy uporządkowanej według nazw ulic – wymaganą liczbę adresów. We wszystkich ośrodkach liczących ponad 200 tys. mieszkańców kompletuje się liczbę adresów proporcjonalną do liczby ludności, przy czym współczynnik proporcjonalności ustalony jest z uwzględnieniem planowanej liczebności próby. W miastach o liczbie mieszkańców poniżej 200 tys. losowana jest jednakowa liczba adresów – odpowiadająca wiązce realizacyjnej.

W obszarach wiejskich podstawę losowania adresów stanowią dobrane wcześniej gminy. W każdej z nich losuje się jedną wieś z prawdopodobieństwem proporcjonalnym do liczby mieszkańców, a następnie spośród adresów tej wsi losowana jest liczba adresów także odpowiadająca wielkości wiązki realizacyjnej.

Trzecia faza procedury doboru – alokacja cech demograficznych

W trzeciej fazie doboru próby, do uprzednio wylosowanych adresów przypisuje się konkretne liczebności respondentów z określeniem płci i wieku. Dokonuje się tego osobno w poszczególnych klasach wielkości miast i osobno we wsiach w każdym województwie.

W przypadku kryterium wieku stosowany jest podział na 5 kohort: 15–24 lata, 25–34 lat, 35–44 lata, 45–59 lat i 60–75 lat.

Czwarta faza procedury doboru – dobór respondentów w terenie

Podczas realizacji badania stosuje się metodę doboru respondenta zwaną *random route* (ustalonej ścieżki). Ankieter ma obowiązek dotrzeć pod wskazany adres (tzw. adres startowy) i rozpocząć od niego poszukiwanie osób spełniających zadane kryteria demograficzne (płeć i kohorta wiekowa). Jeśli w wylosowanym mieszkaniu/domu mieszka odpowiednia osoba i zgodzi się na uczestnictwo w badaniu, to przeprowadza z nią wywiad. Jeśli zaś podane kryteria demograficzne spełnia dwie lub więcej osób, to wybiera tę, która ostatnio miała urodziny. Natomiast gdy w danym lokalu nie ma nikogo o poszukiwanej charakterystyce lub ankieter nie uzyska zgody na przeprowadzenie wywiadu, to dalsze poszukiwania respondenta kontynuuje w kolejnym mieszkaniu. Musi on spełniać identyczne kryteria płci i wieku jak osoba niedostępna pod pierwszym adresem, którą ma zastąpić. W przypadku nieznaledzenia takiej osoby także w tym lokalu (domu) procedurę powtarza się aż do skutku. Instrukcja sposobu doboru adresowego jest przekazywana ankieterom na piśmie w postaci sztywnych dyrektyw i stanowi jeden z elementów wstępnego szkolenia pracowników.

Podana procedura doboru osób jest w pełni zobiektywizowana i intersubiektywnie kontrolowalna, nie zawiera elementów subiektywnych czy ocennych. Nie narusza tym samym losowego charakteru całej próby.

Własności próby – ważenie analityczne

Opisany powyżej sposób doboru wraz ze schematem zastępowania jednostek niedostępnych zapewnia maksymalną reprezentatywność zrealizowanej próby dla populacji mieszkańców Polski w wieku 15–75 lat. Jej struktura ze względu na rozkład takich cech, jak: płeć, wiek, wielkość miejscowości czy województwo nie różni się istotnie od całej populacji.

Aby jednak skompensować efekt zaokrąglenia podczas warstwowania próby i ewentualne odchylenia realizacyjne, dokonano ważenia wyników uwzględniającego rozkład terytorialny oraz płci i wieku badanej populacji. Dodatkowo zastosowano ważenie ze względu na wykształcenie respondentów, którego rozkład populacyjny ustalono na podstawie wyników standardowego badania czytelnictwa prasy PBC⁵ realizowanego na próbie adresowej o liczności $N = 25\ 616$, z okresu od września 2014 r. do sierpnia 2015 r.

⁵ Dane z badania PBC są własnością spółki PBC sp. z o.o. zrzeszającej wydawców prasy codziennej i kolorowej.

ANALIZA WYNIKÓW

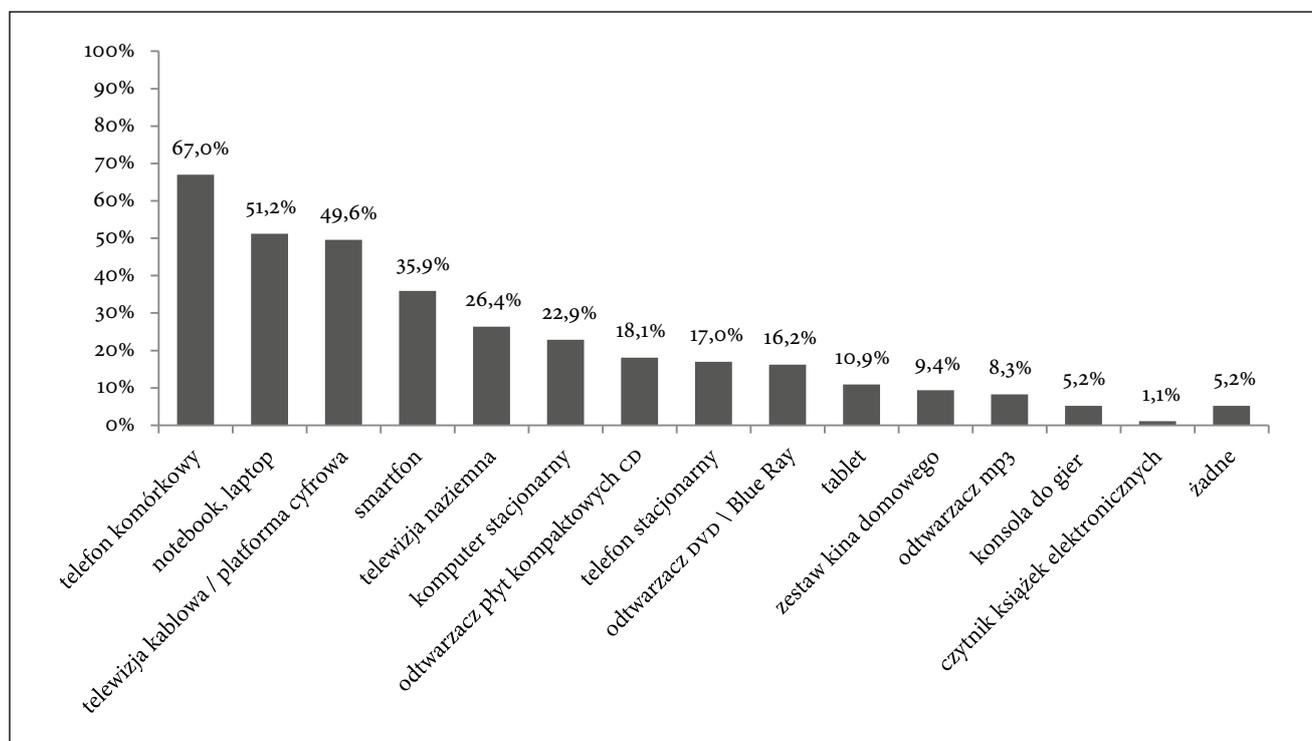
Izabella Anuszevska

Dostęp do urządzeń

Rozmowę z respondentami otwierał blok pytań faktograficznych, dotyczących dostępu do różnych urządzeń elektronicznych, umożliwiających korzystanie z różnego typu tekstów kultury.

Okazało się, że dostępu do żadnego spośród urządzeń, o które pytano, nie ma jedynie 5,2% osób. Najczęściej deklarowano osobiste dysponowanie telefonem komórkowym (67,0%) i komputerem przenośnym (51,2%) oraz dostęp do telewizji kablowej (49,6%). O posiadaniu

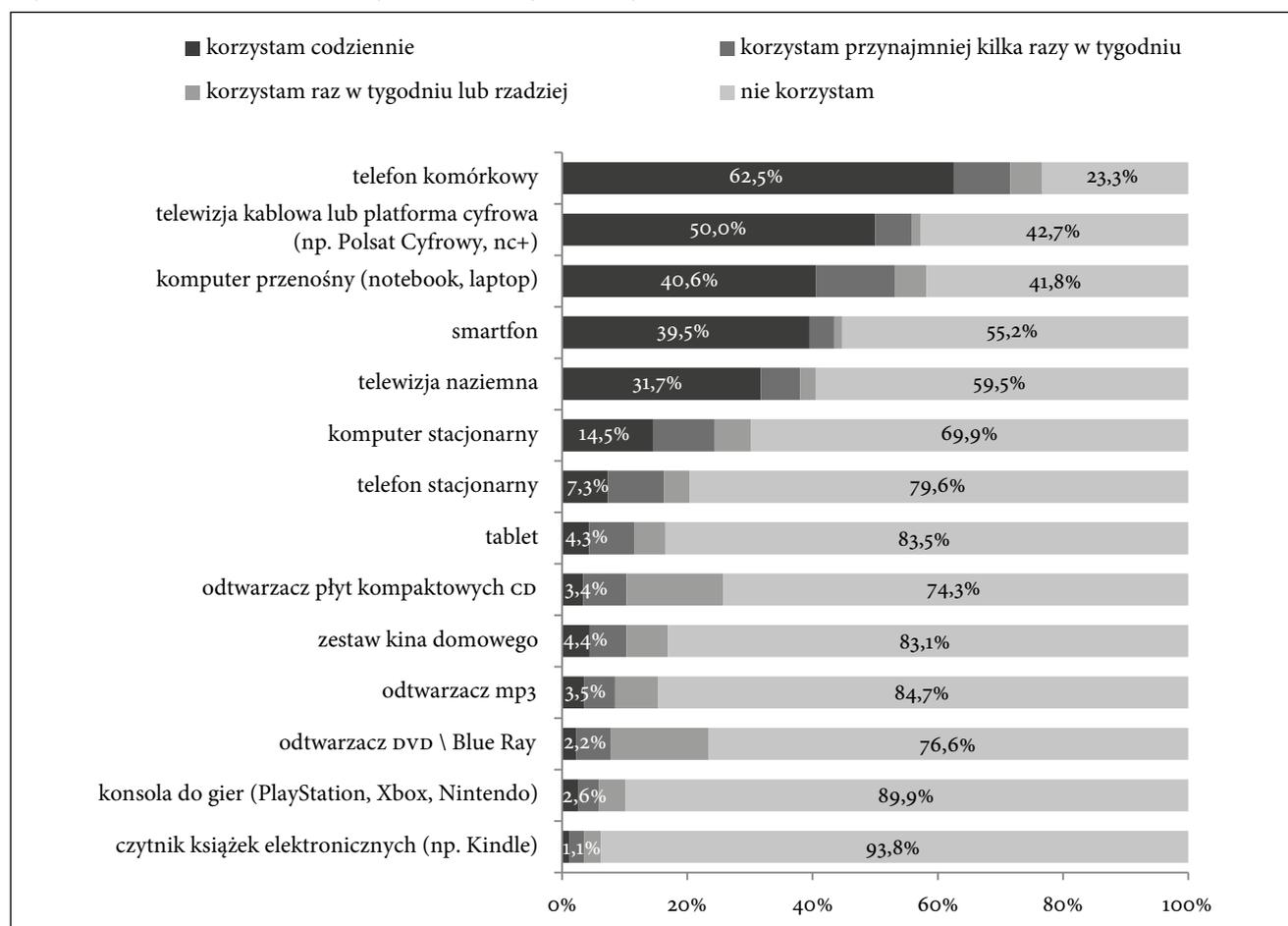
Wykres 1. Do których z poniższych urządzeń ma Pan(i) swobodny dostęp?



Podstawa: wszyscy respondenci; n = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 2. Jak często osobiście korzysta Pan(i) z wymienionych na ekranie urządzeń?



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 10 07

Źródło: opracowanie własne.

smartfonu informowało 35,9% respondentów. Ponieważ w innych badaniach prowadzonych na ogólnopolskich próbach reprezentatywnych posiadanie smartfonu deklarowała blisko połowa (47,7%) badanych, można przypuszczać, że część osób nietrafnie zaklasyfikowała to urządzenie do kategorii szerszej, czyli do telefonów komórkowych⁶. Uprawdopodobnia to fakt, że posiadanie jakiegokolwiek urządzenia pozwalającego na korzystanie z telefonii komórkowej zgłosiło 88% respondentów, co jest wartością zbliżoną do uzyskanej w standardowym badaniu konsumenckim TGI – 90,3%.

Telefonia komórkowa jest od wielu lat popularniejsza od stacjonarnej, swobodny dostęp do telefonu stacjonarnego zadeklarowało 17% osób. Urządzeniami przystosowanymi do czytania na ekranie (tabletem oraz czytnikiem elektronicznym) dysponowało odpowiednio 10,9% i 1,1% badanych [zob. wykres 1].

Na pytanie o osobiste korzystanie z różnych urządzeń elektronicznych twierdząco odpowiedziało więcej osób niż deklarowało swobodny do nich dostęp. Odzwierciedla to sytuację,

⁷ Na podstawie danych z badania TGI, za okres I–IX 2015 realizowanych przez Millward Brown na ogólnopolskiej próbie reprezentatywnej.

Tabela 1. Codzienne wykorzystywanie urządzeń (1)

	N =	telefon komórkowy	telewizja kablowa lub platforma cyfrowa (np. Polsat Cyfrowy, nc+)	komputer przenośny (notebook, laptop)	smartfon	telewizja naziemna	komputer stacjonarny	telefon stacjonarny	zestaw kina domowego	tablet	odtwarzacz mp3	odtwarzacz płyt kompaktowych CD	konsola do gier (PlayStation, Xbox, Nintendo)	odtwarzacz DVD \ Blue Ray	czytnik książek elektronicznych (np. Kindle)
Ogółem	1007	62,5%	50,0%	40,6%	39,5%	31,7%	14,5%	7,3%	4,4%	4,3%	3,5%	3,4%	2,6%	2,2%	1,1%
Płeć respondenta															
mężczyzna	494	62,0%	50,7%	39,6%	40,0%	31,0%	15,1%	6,0%	5,8%	4,8%	3,8%	4,2%	3,3%	3,8%	0,9%
kobieta	513	63,0%	49,3%	41,5%	39,1%	32,3%	13,9%	8,6%	3,0%	3,9%	3,2%	2,6%	1,9%	0,6%	1,2%
Wiek respondenta															
15–24 lata	159	65,4%	49,9%	63,7%*	67,1%*	29,5%	20,6%	6,9%	2,6%	6,2%	9,1%	2,6%	4,9%	1,4%	0,9%
25–39 lat	297	64,6%	55,1%*	60,4%*	57,2%*	25,3%*	16,9%	4,6%	5,9%	7,0%	3,5%	4,3%	4,0%	3,8%	0,9%
40–59 lat	355	69,6%*	51,0%	33,8%*	30,7%*	32,7%	12,6%	7,6%	6,1%	3,4%	2,7%	4,7%	1,6%	2,3%	1,2%
60 lub więcej	196	44,3%*	40,4%*	4,1%*	6,3%*	41,3%*	9,2%	11,2%	0,5%	0,4%	0,4%	0,3%	0,4%	0,0%	1,2%
Wykształcenie respondenta															
podstawowe	140	48,9%*	33,3%*	23,6%*	25,2%*	41,8%*	10,9%	4,5%	0,5%	4,6%	6,3%	1,3%	3,8%	0,7%	1,5%
zasadnicze zawodowe	269	63,7%	42,4%*	19,4%*	18,1%*	37,8%*	10,3%*	5,5%	2,4%	2,4%	1,7%	3,0%	1,9%	1,5%	1,2%
średnie	356	68,4%*	60,0%*	45,3%*	41,0%	27,7%*	16,7%	10,8%	6,1%	4,9%	3,3%	3,6%	2,8%	2,7%	1,2%
wyższe	242	60,6%	53,5%	67,3%*	69,7%*	24,8%*	17,9%	5,6%	6,4%	5,5%	4,3%	4,7%	2,3%	2,9%	0,5%
Sytuacja materialna respondenta															
słaba	190	63,8%	40,7%*	17,2%*	19,0%*	39,6%*	14,6%	2,8%	2,2%	2,6%	1,5%	2,8%	0,9%	0,3%	0,5%
przeciętna	634	63,3%	53,4%*	42,0%	40,4%	29,2%*	14,9%	7,9%	3,4%	2,7%	2,4%	1,9%	2,2%	1,6%	1,0%
dobra	159	58,2%	50,0%	62,2%*	61,9%*	32,8%	14,3%	10,6%	11,7%	11,8%	9,6%	10,0%	5,8%	6,2%	2,2%
trudno powiedzieć	25	60,0%	33,9%	46,1%	30,2%	27,8%	4,0%	6,9%	0,0%	10,8%	9,5%	2,4%	4,5%	4,0%	0,0%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym															
do 800 zł na osobę	187	68,5%	44,0%	33,6%*	25,6%*	46,4%*	12,2%	9,2%	4,2%	2,9%	3,5%	0,9%	2,0%	0,4%	0,0%
801–1600 zł na osobę	227	60,5%	58,7%*	38,8%	33,6%*	26,2%*	11,3%	7,9%	1,8%	2,5%	1,7%	4,8%	0,8%	1,7%	1,6%
1601+ zł na osobę	200	49,1%*	51,7%	49,9%*	50,7%*	24,1%*	13,1%	4,9%	6,1%	5,3%	8,2%	4,6%	2,8%	2,3%	2,0%
odmowa	393	67,7%*	46,9%	40,2%	43,9%*	31,7%	18,1%*	7,3%	5,1%	5,6%	2,2%	3,1%	3,8%	3,2%	0,8%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

gdy urządzenie znajduje się np. w gospodarstwie domowym, ale respondent nie jest jego głównym dysponentem. Tak było w przypadku tabletów – swobodny dostęp deklarowało, jak pamiętamy, 10,9% osób, korzystanie zaś – 16,5% (przy czym 5% mało intensywnie – raz w tygodniu lub rzadziej). Podobna prawidłowość wystąpiła jeśli chodzi o komputery przenośne (swobodny dostęp – 51,2%, używanie – 58,2% osób). W przypadku smartfonów, będących urządzeniami użytku osobistego, uzyskany wynik (44,8% użytkowników) jest zapewne wynikiem korekty wspomnianych wcześniej, niedoszacowanych deklaracji na temat swobodnego dostępu [zob. wykres 2].

Tabela 2. Codzienne wykorzystywanie urządzeń (2)

	N =	telefon komórkowy	telewizja kablowa lub platforma cyfrowa (np. Polsat Cyfrowy, nc+)	komputer przenośny (notebook, laptop)	smartfon	telewizja naziemna	komputer stacjonarny	telefon stacjonarny	zestaw kina domowego	tablet	odtwarzacz mp3	odtwarzacz płyt kompaktowych CD	konsola do gier (PlayStation, Xbox, Nintendo)	odtwarzacz DVD \ Blue Ray	czytnik książek elektronicznych (np. Kindle)
Ogółem	1007	62,5%	50,0%	40,6%	39,5%	31,7%	14,5%	7,3%	4,4%	4,3%	3,5%	3,4%	2,6%	2,2%	1,1%
Wykształcenie matki															
podstawowe	315	60,0%	40,8%*	17,8%*	14,0%*	42,9%*	8,7%*	9,8%	0,4%	1,2%	0,7%	0,5%	0,0%	1,2%	0,1%
zasadnicze zawodowe	298	64,4%	53,1%	42,7%	43,7%	27,6%	16,8%	5,0%	5,2%	4,4%	3,2%	3,9%	3,1%	2,2%	0,8%
średnie	258	61,6%	59,4%*	67,5%*	64,0%*	22,3%*	17,4%	5,6%	8,8%	6,9%	6,7%	7,9%	5,6%	4,0%	2,7%
wyższe	30	68,9%	52,0%	53,4%	61,1%	17,1%	24,9%	7,2%	3,7%	12,7%	7,2%	0,0%	4,4%	0,0%	2,9%
nie wiem	106	65,2%	44,9%	33,5%	38,2%	36,7%	15,2%	10,7%	3,4%	4,7%	4,1%	0,6%	1,0%	1,0%	0,0%
Zaangażowanie społeczno-polityczne															
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	576	61,5%	55,5%*	43,2%	39,8%	30,6%	16,5%*	9,4%*	4,7%	4,9%	2,4%	3,7%	2,1%	2,7%	0,4%
przekazywanie 1% podatku	397	61,5%	57,2%*	49,6%*	53,0%*	29,2%	18,6%*	9,5%	7,0%	5,8%	3,4%	4,5%	2,8%	2,9%	0,2%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?															
rodzice (często)	252	67,8%*	52,9%	50,8%*	48,3%*	31,8%	17,3%	8,2%	4,9%	5,6%	5,0%	3,4%	4,1%	3,6%	0,8%
tak, w przedszkolu	328	60,7%	62,0%*	58,0%*	58,4%*	23,0%*	17,7%*	7,6%	5,0%	5,2%	6,1%	5,3%	3,9%	3,2%	1,0%
tak, w szkole	406	65,4%	57,1%*	51,4%*	50,2%*	31,1%	16,5%	8,5%	4,5%	5,0%	5,1%	3,7%	2,7%	3,0%	0,9%
tak, w bibliotece	230	61,4%	55,0%	50,6%*	47,3%*	35,0%	14,3%	10,3%	5,8%	4,8%	7,9%	5,8%	5,2%	4,6%	1,0%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Deklaracje systematycznego (stałego) użytkowania poszczególnych urządzeń można traktować jako dobry wskaźnik tego, na ile respondenci uznają je za nieodzowne w życiu codziennym.

Pod tym względem między kobietami i mężczyznami nie ma różnic statystycznie istotnych, natomiast widać zależność⁷ od wieku. Z telefonów komórkowych najczęściej korzystają osoby z przedziału 40–59 lat (69,6%), z telewizji kablowej – z przedziału 25–39 lat (55,1%), z laptopów – respondenci najmłodszy (63,7%). Zgodnie z intuicją, smartfonów istotnie częściej używają badani z młodszych grup wiekowych – w grupie 15–24 lata było ich 67,1%, a w grupie 25–39 lat – 57,2%.

⁸ Różnice statystycznie istotne we wszystkich tabelach oznaczono symbolem *. Określono je dzięki zastosowaniu testu t na poziomie istotności $p < 0,05$.

Tabela 3. Codzienne wykorzystywanie urządzeń (3)

	N =	telefon komórkowy	telewizja kablowa lub platforma cyfrowa (np. Polsat Cyfrowy, nc+)	komputer przenośny (notebook, laptop)	smartfon	telewizja naziemna	komputer stacjonarny	telefon stacjonarny	zestaw kina domowego	tablet	odtwarzacz mp3	odtwarzacz płyt kompaktowych CD	konsola do gier (PlayStation, Xbox, Nintendo)	odtwarzacz DVD \ Blue Ray	czytnik książek elektronicznych (np. Kindle)
Ogółem	1007	62,5%	50,0%	40,6%	39,5%	31,7%	14,5%	7,3%	4,4%	4,3%	3,5%	3,4%	2,6%	2,2%	1,1%
Korzystanie z internetu															
tak	686	67,1%*	58,8%*	58,5%*	55,7%*	25,9%*	20,2%*	6,9%	6,0%*	5,8%	4,5%	4,5%	3,4%	2,9%	0,8%
nie	321	52,7%*	30,9%*	2,3%*	4,9%*	44,1%*	2,1%*	8,2%	1,0%	1,1%	1,5%	0,9%	0,8%	0,5%	1,7%
Rodzaj wykorzystywanego łącza internetowego															
stałe łącze internetowe	528	67,6%	61,5%*	57,6%	58,5%*	24,7%	24,1%*	7,2%	4,5%*	5,6%	4,8%	5,1%	3,6%	2,8%	0,8%
internet mobilny	279	70,8%	54,3%*	66,1%*	60,6%*	29,4%	15,1%*	7,5%	8,7%	8,6%	6,3%	4,2%	6,2%	4,9%	0,2%
inny rodzaj połączenia z internetem	52	64,5%	52,1%	51,5%	72,8%	32,2%	18,0%	3,8%	6,3%	11,4%	11,0%	6,9%	9,0%	9,2%	1,9%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Osoby z wykształceniem średnim istotnie częściej deklarują codzienne użytkowanie zarówno telefonu komórkowego (68,4%), telewizji kablowej (60,0%), jak i komputera przenośnego (45,3%), natomiast osoby z wykształceniem wyższym istotnie częściej wykorzystują smartfony (69,7%).

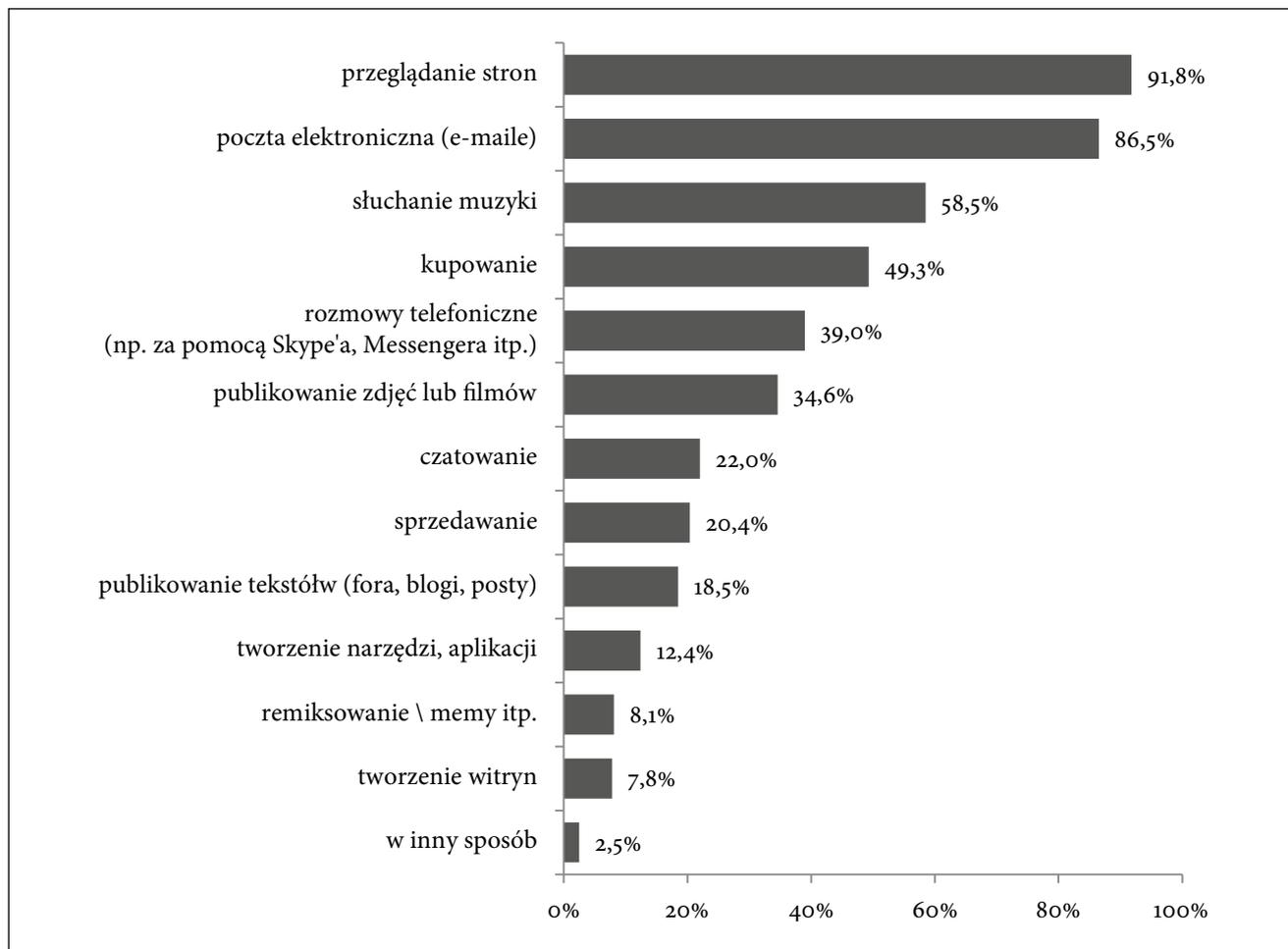
Co zgodne z intuicją, badani oceniający swoją sytuację materialną jako słabą, istotnie rzadziej posługują się komputerem przenośnym (17,2%), smartfonem (19,0%) oraz korzystają z telewizji kablowej (33,3%). Częściej jedynie oglądają telewizję naziemną (41,8%) [zob. tab. 1].

Respondenci, których matki w okresie, gdy byli oni dziećmi, miały wykształcenie średnie (a więc matki mogące zapewnić lepsze warunki socjalizacji), obecnie częściej korzystają z takich urządzeń, jak telewizja kablowa (59,4%), smartfony (64,0%) i komputery przenośne (67,5%). Odwrotnie jest w przypadku tych badanych, których matki miały wówczas wykształcenie podstawowe. Ci wymienionymi sprzętami posługują się istotnie rzadziej.

Istotnie częściej powyższych trzech urządzeń używają też osoby, które słuchały książek czytanych im w przedszkolu: programy telewizji kablowych ogląda spośród nich 62,0%, z komputerów przenośnych korzysta 58,0%, a ze smartfonów – 58,4%. W tym samym kierunku działa słuchanie w dzieciństwie książek czytanych w domu lub na terenie szkoły czy biblioteki [zob. tab. 2].

Większości urządzeń elektronicznych istotnie statystycznie częściej używają osoby korzystające z internetu (stanowią oni 68,2% respondentów). Z kolei posiadanie dostępu do internetu mobilnego ma związek z istotnie częstszym używaniem urządzeń, które są przeznaczone do tego rodzaju połączenia z siecią – komputerów przenośnych (66,1%) i smartfonów (60,6%) [zob. tab. 3].

Wykres 3. W jaki sposób korzysta Pan(i) z internetu?



Podstawa: respondenci korzystający z internetu; N = 686

Źródło: opracowanie własne.

Wśród sposobów korzystania z internetu najczęściej wymieniano mało specyficzną czynność przeglądania stron (91,8%). Niemal wszyscy internauci (86,5%) posługują się również pocztą elektroniczną, wielu słucha muzyki w sieci (58,5%) oraz robi w niej zakupy (49,3%) [zob. wykres 3].

Handel z wykorzystaniem internetu – zarówno jeśli chodzi o kupowanie jak i sprzedawanie – jest istotnie częściej domeną mężczyzn (odpowiednio 53,3% i 24,8%), a relacja kupujących do sprzedających wynosi 2,14 (w całej zbiorowości – 2,41).

Respondenci z najmłodszej grupy wiekowej w internecie istotnie częściej słuchają muzyki (77,1%), publikują własne zdjęcia lub filmy (46,6%) i prowadzą dyskusje na czatach (35,3%). Z poczty elektronicznej korzysta ponad 90% badanych w wieku 25–39 lat, osoby te również istotnie częściej oferują na sprzedaż różne artykuły (25,9%). Podobnie postępują respondenci z wykształceniem wyższym, którzy istotnie częściej korzystają z poczty elektronicznej (aż 96,5%), kupują i sprzedają przez internet (56,6% i 28,7%) oraz publikują zdjęcia lub filmy (40,0%). Wykorzystywanie internetu do większości wymienionych celów istotnie rzadziej deklarują natomiast osoby powyżej 40 roku życia i z wykształceniem zasadniczym zawodowym.

Tabela 4. W jaki sposób korzysta Pan(i) z internetu? (1)

	N =	przeglądanie stron	poczta elektroniczna (e-mail)	słuchanie muzyki	kupowanie	rozmowy telefoniczne (np. za pomocą Skype'a, Messengera itp.)	publikowanie zdjęć lub filmów	czatowanie	sprzedawanie	publikowanie tekstów (fora, blogi, posty)	tworzenie narzędzi, aplikacji	remiksowanie \ memy itp.	tworzenie witryn
Ogółem	686	91,8%	86,5%	58,5%	49,3%	39,0%	34,6%	22,0%	20,4%	18,5%	12,4%	8,1%	7,8%
Pieć respondenta													
mężczyzna	338	91,5%	85,1%	60,7%	53,3%*	36,2%	34,3%	23,4%	24,8%*	20,5%	16,5%*	11,6%	11,1%
kobieta	348	92,1%	87,9%	56,4%	45,5%*	41,6%	35,0%	20,7%	16,2%*	16,5%	8,4%*	4,8%	4,5%
Wiek respondenta													
15–24 lata	151	92,7%	88,7%	77,1%*	47,8%	42,8%	46,6%*	35,3%*	9,8%*	25,1%	13,9%	5,7%	7,0%
25–39 lat	265	93,8%	91,3%*	61,2%	53,8%	41,6%	39,0%	19,0%	25,9%*	20,7%	14,3%	8,3%	8,1%
40–59 lat	232	88,2%*	80,9%*	48,2%*	49,1%	33,1%*	26,5%*	17,7%*	23,7%	14,7%	11,4%	10,9%	9,2%
60 lub więcej	39	96,0%	79,0%	29,8%	25,2%	40,9%	7,1%	17,0%	4,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Wykształcenie respondenta													
podstawowe	55	88,2%	78,2%	78,3%*	42,3%	51,7%	54,5%	41,9%	21,7%	23,5%	19,9%	6,5%	8,5%
zasadnicze zawodowe	126	86,2%*	72,3%*	48,3%*	35,2%*	29,6%*	21,1%*	16,4%	11,5%	9,2%	7,6%	4,5%	4,4%
średnie	277	92,7%	86,5%	55,6%	51,2%	37,3%	32,4%	20,6%	17,4%	19,2%	10,0%	8,4%	8,6%
wyższe	228	94,6%	96,5%*	62,9%	56,6%*	43,1%	40,0%*	22,0%	28,7%*	21,5%	16,2%	10,3%	8,4%
Sytuacja materialna respondenta													
słaba	78	88,2%	81,9%	42,9%*	31,3%*	25,2%*	26,0%	17,8%	6,7%	9,9%	3,5%	2,8%	4,6%
przeciętna	455	92,7%	86,8%	59,2%	48,8%	36,0%*	32,4%	19,9%	20,0%	15,4%*	9,6%*	5,1%*	5,1%*
dobra	139	90,7%	87,4%	64,8%	63,3%*	55,0%*	44,4%*	30,6%*	30,1%	31,6%	25,9%	20,4%	17,6%
trudno powiedzieć	14	93,4%	96,1%	60,9%	27,6%	54,3%	59,0%	30,4%	15,1%	35,4%	19,7%	14,4%	14,8%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym													
do 800 zł na osobę	109	97,7%*	83,4%	63,5%	52,2%	38,9%	38,7%	18,3%	16,4%	17,3%	9,1%	1,8%	2,0%
801–1600 zł na osobę	137	91,5%	88,3%	60,3%	48,9%	38,4%	36,5%	14,3%*	16,7%	19,7%	9,3%	8,9%	6,0%
1601+ zł na osobę	156	85,1%*	83,6%	64,4%	49,1%	46,4%*	46,3%*	34,8%*	35,0%*	30,7%	24,8%	14,9%	17,8%
odmowa	284	93,3%	88,5%	52,5%*	48,6%	35,2%	25,7%*	20,1%	15,7%*	11,6%*	8,4%*	6,5%	5,3%

Podstawa: respondenci korzystający z internetu; N = 686

Źródło: opracowanie własne.

Osoby oceniające swoją sytuację materialną jako dobrą, istotnie częściej używają internetu do porozumiewania się za pomocą komunikatorów, rozmów telefonicznych i czatów, do publikowania swoich dokonań fotograficznych lub filmowych (44,4%), a także do robienia zakupów (63,3%). Respondenci, którzy uważają, że ich sytuacja materialna jest słaba, istotnie rzadziej wykorzystują internet do słuchania muzyki (42,9%), robienia zakupów (31,3%) i rozmów telefonicznych (25,2%), natomiast badani, którzy ocenili ją jako przeciętną, rzadziej używają internetu do celów twórczych, jak: publikowanie tekstów (15,4%),

Tabela 5. W jaki sposób korzysta Pan(i) z internetu? (2)

	N =	przeglądanie stron	poczta elektroniczna (e-mail)	słuchanie muzyki	kupowanie	rozmowy telefoniczne (np. za pomocą Skype'a, Messengera itp.)	publikowanie zdjęć lub filmów	czatowanie	sprzedawanie	publikowanie tekstów (fora, blogi, posty)	tworzenie narzędzi, aplikacji	remiksowanie \ memy itp.	tworzenie witryn
Ogółem	686	91,8%	86,5%	58,5%	49,3%	39,0%	34,6%	22,0%	20,4%	18,5%	12,4%	8,1%	7,8%
Wykształcenie matki													
podstawowe	119	93,7%	73,1%*	46,8%*	43,4%	31,9%	18,9%*	16,3%	9,7%	8,1%	6,1%	2,9%	1,6%
zasadnicze zawodowe	237	91,2%	87,8%	51,1%*	45,3%	31,9%*	32,5%	18,5%	13,7%*	14,0%*	8,5%	3,6%	3,8%
średnie	230	90,6%	93,5%*	66,3%*	56,8%*	46,2%*	42,9%*	22,1%	31,3%*	24,1%*	15,5%	12,0%	10,2%
wyższe	29	100,0%	79,7%	63,8%	55,5%	50,5%	44,8%	54,7%	22,2%	27,5%	24,6%	1,7%	6,3%
nie wiem	70	90,8%	85,1%	75,6%*	46,0%	46,0%	36,7%	29,8%	25,1%	29,0%	21,4%	22,5%	24,3%
Zaangażowanie społeczno-polityczne													
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	419	93,6%*	88,1%	55,8%	49,9%	36,1%	31,6%*	21,0%	20,3%	17,8%	11,4%	7,4%	6,7%
przekazywanie 1% podatku	329	92,2%	90,5%*	59,9%	53,2%	37,6%	35,2%	24,6%	25,8%*	17,4%	14,5%	9,7%	9,5%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?													
rodzice (często)	210	95,4%*	89,1%	66,6%*	59,1%*	47,2%*	36,6%	27,1%*	17,8%	24,5%*	16,1%	8,3%	7,1%
tak, w przedszkolu	281	95,0%*	93,4%*	66,0%*	54,8%*	46,0%*	43,6%*	22,4%	21,7%	22,6%*	13,6%	8,1%	6,6%
tak, w szkole	324	95,8%*	91,4%*	67,7%*	55,8%*	46,4%*	40,5%*	22,1%	24,3%*	23,0%*	16,1%*	8,3%	8,4%
tak, w bibliotece	177	95,6%*	92,9%*	74,6%*	54,7%	52,0%*	45,6%*	21,0%	33,8%*	25,1%*	14,9%	11,5%	8,5%

Podstawa: respondenci korzystający z internetu; N = 686

Źródło: opracowanie własne.

przygotowywanie narzędzi i aplikacji (9,6%), remiksowanie, tworzenie memów lub witryn (po 5,1%) [zob. tab. 4].

Osoby wychowywane przez matki z wykształceniem podstawowym istotnie rzadziej korzystają z najpopularniejszych zastosowań internetu, a więc z dostępu do poczty elektronicznej (73,1%) i słuchania muzyki (46,8%). Odwrotna tendencja występuje w przypadku badanych, których matki ukończyły szkołę średnią – oni istotnie częściej używają internetu do wielu celów, co świadczy o ogólnie intensywniejszym korzystaniu z tego medium.

Także fakt słuchania książek w dzieciństwie – zarówno czytanych przez rodziców jak i w placówkach edukacyjnych – ma związek z obecnie istotnie częstszym wykorzystywaniem internetu do niemal wszystkich celów: zarówno do komunikacji, jak i tzw. e-commerce czy do zastosowań twórczych, np. do budowania aplikacji lub publikowania tekstów. Można zatem powiedzieć, że osoby mające w dzieciństwie kontakt z książkami są w tej chwili lepiej przystosowane do efektywnego użytkowania technologii oferowanych przez internet. Ma to związek z faktem, że istotnie statystycznie częściej⁸ zdobyły one wykształcenie wyższe i częściej oceniają swoją sytuację materialną jako dobrą [zob. tab. 5].

⁸ Test T, $p < 0,05$

Tabela 6. W jaki sposób korzysta Pan(i) z internetu? (3)

	N =	przeglądanie stron	poczta elektroniczna (e-mail)	sluchanie muzyki	kupowanie	rozmowy telefoniczne (np. za pomocą Skype'a, Messengera itp.)	publikowanie zdjęć lub filmów	czatowanie	sprzedawanie	publikowanie tekstów (fora, blogi, posty)	tworzenie narzędzi, aplikacji	remiksowanie \ memy itp.	tworzenie witryn
Ogółem	686	91,8%	86,5%	58,5%	49,3%	39,0%	34,6%	22,0%	20,4%	18,5%	12,4%	8,1%	7,8%
Rodzaj wykorzystywanego łącza internetowego													
stałe łącze internetowe	528	91,5%	87,4%	58,0%	48,0%	40,1%	32,8%	21,3%	20,1%	16,7%*	11,6%	7,8%	7,6%
internet mobilny	279	93,6%	89,4%	71,1%*	64,7%*	48,5%*	41,7%*	27,1%*	28,2%*	27,4%*	21,1%*	13,1%	13,0%
inny rodzaj połączenia z internetem	52	78,6%*	82,7%	75,1%*	60,3%	50,7%	56,0%	41,1%	37,7%	36,5%	30,0%	19,0%	33,2%

Podstawa: respondenci korzystający z internetu; N = 686

Źródło: opracowanie własne.

Istnieją sposoby wykorzystywania internetu specyficzne dla osób, które korzystają z mobilnego dostępu do sieci. Respondenci z tej kategorii istotnie statystycznie częściej: słuchają muzyki, robią zakupy w sieci i sprzedają tam różne przedmioty, prowadzą rozmowy telefoniczne, publikują zdjęcia lub filmy, prowadzą dyskusje na czatach, zamieszczają własne teksty lub tworzą aplikacje. Wszechstronne wykorzystywanie internetu w tej grupie nie dziwi, gdyż w jej skład wchodzi głównie internauci przed 40 rokiem życia (67% vs 45% takich osób w populacji), przy czym ¼ użytkowników internetu mobilnego stanowią najmłodszy (do 25 roku życia) [zob. tab. 6].

Podsumowanie

Spośród urządzeń elektronicznych mogących służyć do odbioru różnych rodzajów tekstów, najczęściej deklarowano możliwość dostępu do telefonu komórkowego (67,0%), komputera przenośnego (51,2%) oraz telewizji kablowej (49,6%). O posiadaniu smartfona poinformowało 35,9%, tabletu – 10,9%, a czytnika elektronicznego – 1,1% badanych.

Korzystanie z tabletów zadeklarowało 16,5% respondentów (więcej niż mających osobisty dostęp), przy czym 5% korzystało z nich mało intensywnie – raz w tygodniu lub rzadziej. Podobna prawidłowość wystąpiła też w przypadku komputerów przenośnych (51,2% osób twierdziło, że miało swobodny dostęp, 58,2% – że używało).

Z telefonów komórkowych najczęściej korzystały osoby w wieku 40–59 lat (69,6%), z telewizji kablowej – w wieku 25–39 lat (55,1%), z laptopów – respondenci najmłodszy (63,7%). Zgodnie z intuicją, badani z młodszych grup wiekowych istotnie częściej używali smartfonów.

Najpopularniejszych urządzeń częściej używały na co dzień osoby mające stały kontakt z książką w domu rodzinnym.

Większość urządzeń elektronicznych istotnie statystycznie częściej wykorzystywali użytkownicy internetu, stanowiący 68,2% populacji.

Wśród sposobów wykorzystywania internetu – poza przeglądaniem stron – dominowało używanie poczty elektronicznej (86,5%), słuchanie muzyki w sieci (58,5%) oraz robienie zakupów (49,3%).

Istotnie częstsze wykorzystywanie internetu do niemal wszystkich celów: zarówno do komunikacji, jak i tzw. e-commerce oraz do działań twórczych, np. do tworzenia aplikacji czy publikowania tekstów, charakteryzowało badanych, którym czytano książki w dzieciństwie – zarówno w domu, jak i w placówkach edukacyjnych.

Używanie internetu przez osoby mające mobilny dostęp do sieci było wyraźnie bardziej zróżnicowane i intensywniejsze, co nie dziwi, gdyż grupę tę tworzyli głównie internauci przed 40 rokiem życia.

Mapa czynności

Po zadaniu pytań o dostęp i wykorzystywanie urządzeń elektronicznych proszono badanych, by odtworzyli rodzaje aktywności, jakim oddawali się w ciągu dnia poprzedzającego badanie. Miało to pokazać miejsce praktyk lekturowych wśród innych typów czynności podejmowanych przez respondentów. Pomiar był względnie zrównoważony ze względu na dzień tygodnia, a lista aktywności rozbudowana. Prezentowane rezultaty mają charakter uśredniony i nie są specyficzne dla konkretnych dni tygodnia.

Dominującą aktywnością badanych było oglądanie telewizji (66,0%), choć trzeba zwrócić uwagę, że na spędzanie czasu z najbliższą rodziną (54,2%) składają się także wspólne posiłki (47,2%), co oznacza w rezultacie, że intencjonalny kontakt z osobami z najbliższego otoczenia w dniu poprzedzającym badanie utrzymywało 66,3% osób.

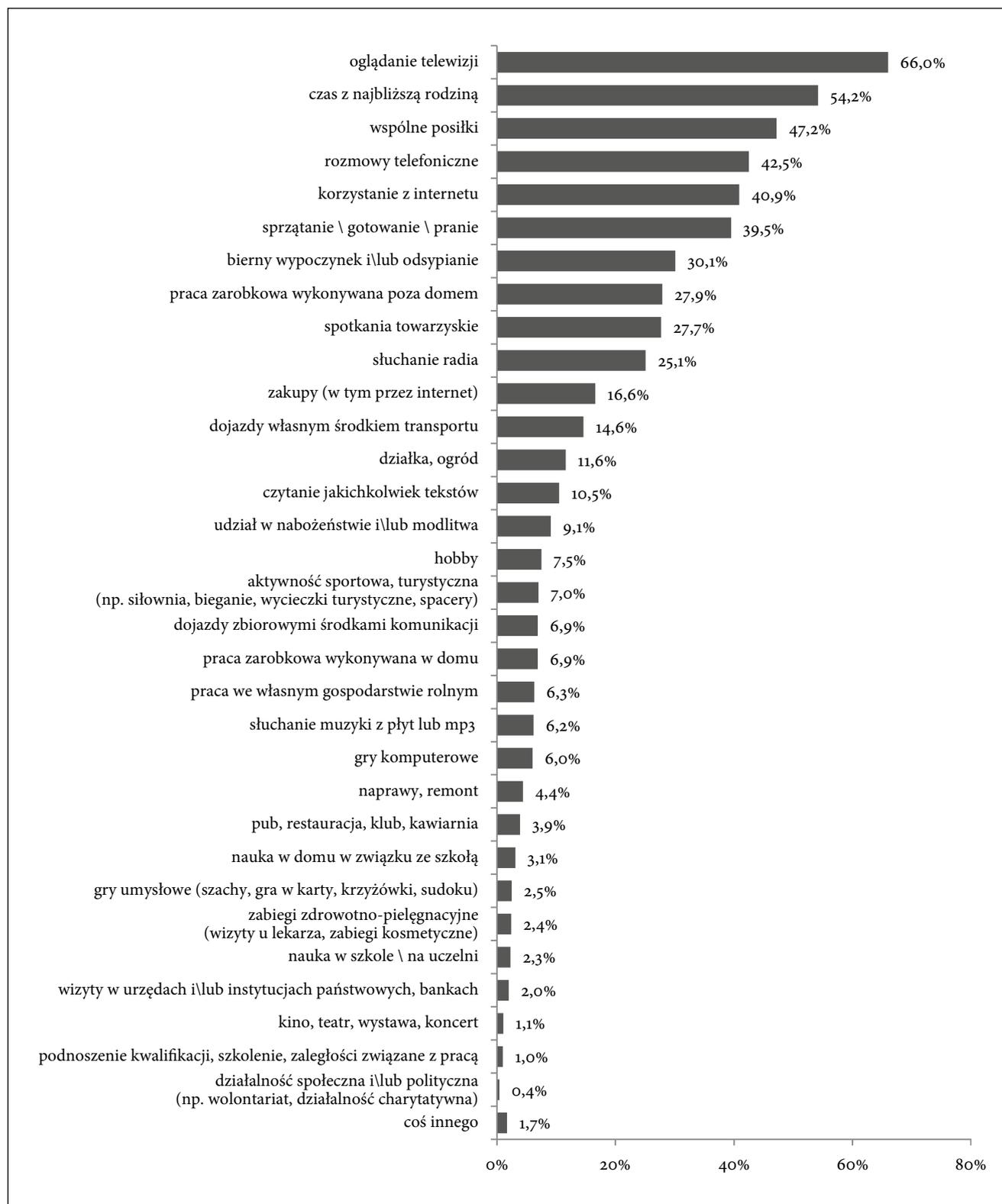
Rozmowy telefoniczne (42,5%) uzyskały nieznacznie więcej wskazań niż korzystanie z internetu (40,9%), a obydwie te kategorie wymieniano wyraźnie częściej niż spotkania towarzyskie (27,7%). Blisko 28% badanych poświęcało czas na pracę zarobkową poza domem, oczywiście istotnie częściej w dni powszednie (30,3%) niż w weekendy (22,2%) [zob. wykres 4].

Zaobserwowano wiele istotnych statystycznie związków pomiędzy zmiennymi demograficznymi a rodzajami czynności podejmowanych w dniu poprzedzającym badanie. Są one zgodne z intuicyjnymi wyobrażeniami na temat zwyczajów właściwych reprezentantom różnych grup społecznych i odzwierciedlają powszechnie znane różnice pokoleniowe. Poniżej zasygnalizowano kilka z tego rodzaju zależności.

Oglądanie telewizji jest istotnie statystycznie powszechniejsze wśród kobiet (69,2%), podobnie jak wspólne posiłki (54,3%), czynności domowe – sprzątanie, prasowanie, pranie (62,0%), a także robienie zakupów (22,0%), choć – jak już wspomniano – rzadziej były to zakupy dokonywane przez internet. Istotnie statystycznie mniej kobiet zadeklarowało natomiast pracę zarobkową poza domem (25,0%) i w domu (4,2%).

Najpowszechniejsza aktywność – oglądanie telewizji – zyskuje na popularności wraz z wiekiem respondentów. W najmłodszej grupie telewizję ogląda zaledwie 56,6%, podczas gdy w najstarszej aż 74,8% badanych. Istotnie częściej robią to osoby z wykształceniem zasadniczym zawodowym (71,4%) oraz oceniające swoją sytuację materialną jako prze-

Wykres 4. Co robił(a) Pan(i) wczoraj? Proszę wymienić wszystkie wykonywane czynności – mając na uwadze czas od obudzenia się do pójścia spać



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

ciętną (69,9%), rzadziej zaś absolwenci szkół wyższych (57,9%) i oceniające ją jako dobrą (51,8%).

Korzystanie z internetu – równie popularne wśród kobiet i mężczyzn – jest domeną młodych i znacznie traci na popularności w starszych kategoriach wiekowych. W grupie najmłodszej, użytkowanie internetu w dniu poprzedzającym badanie zadeklarowało 65,3%, w najstarszej zaś – jedynie 11,5% respondentów. Wśród osób w wieku 40–59 lat z internetu korzystał co trzeci badany (33,9%).

Pracę zawodową – jako aktywność z minionego dnia – częściej wymieniali mężczyźni (30,9%), respondenci w wieku 25–39 lat (40,6%), z wykształceniem wyższym (44,7%).

Dało się także dostrzec istotne zależności między czynnościami wykonywanymi w dniu poprzedzającym badanie a zmiennymi odzwierciedlającymi typ środowiska rodzinnego, w jakim wychowywał się respondent, oraz wskaźnikami jego aktualnego zaangażowania w przejawy życia społeczno-politycznego. Przykładowo, osoby, które wzięły udział w ostatnich wyborach prezydenckich, istotnie statystycznie częściej oglądały telewizję (71,6%), spędzały czas z rodziną (58,9%), wspólnie spożywały posiłki (53,0%), a także korzystały z internetu (48,7%).

Istotna zależność wystąpiła też pomiędzy czynnościami z dnia poprzedzającego badanie a faktem kontaktu z książkami w dzieciństwie (zarówno w domu rodzinnym, jak też w placówkach edukacyjnych). Osoby, którym wówczas czytano, obecnie istotnie statystycznie częściej oddawały się wielu czynnościom, jak np. oglądaniu telewizji, spędzaniu czasu z najbliższą rodziną, wspólnemu spożywaniu posiłków, rozmowom telefonicznym, korzystaniu z internetu, zakupom, słuchaniu radia, spotkaniom towarzyskim. Można przypuszczać, że są to badani żyjący intensywniej, dzieląc czas pomiędzy wiele różnych czynności.

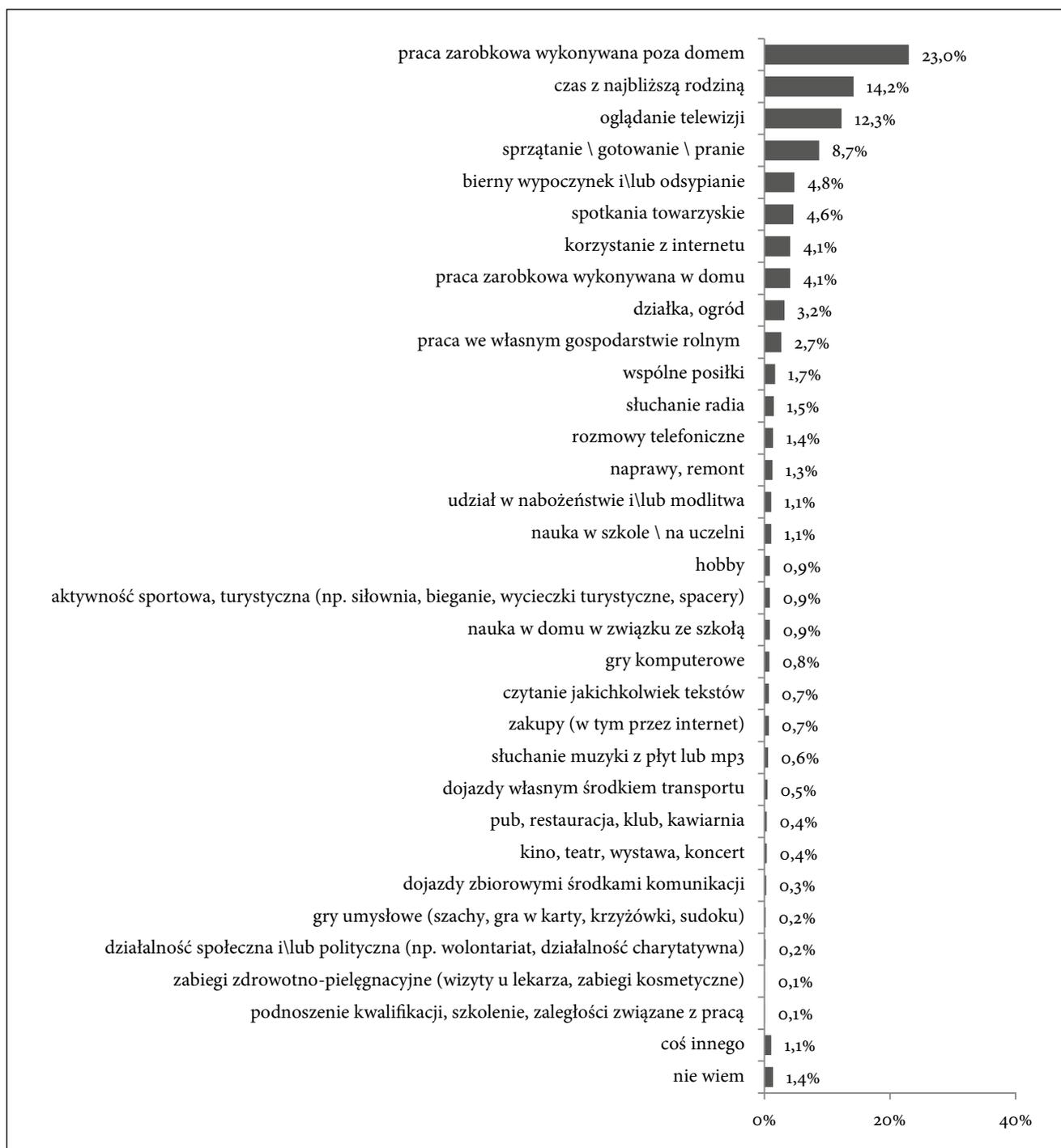
Daje się również zauważyć, że osoby wychowywane przez matki z wykształceniem podstawowym obecnie częściej oglądają telewizję (74,6%), uczestniczą we wspólnych posiłkach (53,2%), zajmują się sprzątaniami (44,9%), rzadziej zaś rozmawiają przez telefon (38,0%) i zdecydowanie rzadziej korzystają z internetu (21,3%). Po pierwsze, można to tłumaczyć tym, że istnieje istotna statystycznie (choć słaba) korelacja (r Pearsona = 0,291, $p < 0,01$) pomiędzy wykształceniem matki i wykształceniem respondenta, a obserwowana tendencja, jeśli chodzi o rodzaj podejmowanych aktywności, występowała również wśród osób z niższych kategorii wykształcenia. Po drugie, prawdopodobnie matki z wykształceniem podstawowym stwarzały swym dzieciom gorsze warunki wychowawcze, nie przykładając nadmiernej wagi do kształtowania u nich aktywności poznawczej.

Interesujące obserwacje nasuwają się, gdy spojrzeć na rodzaj wykonywanych czynności w dniu poprzedzającym badanie przez osoby czytające książki. Częstsze są wśród nich wspólne posiłki, rozmowy telefoniczne, korzystanie z internetu, a także obowiązki domowe (sprzątanie, gotowanie, pranie), spotkania towarzyskie oraz zakupy. Ma to niewątpliwie związek z faktem, o którym mowa będzie w dalszej części raportu, a mianowicie z istotną statystycznie zależnością pomiędzy czytelnictwem a płcią – czytelnicy to częściej kobiety, a wymienione aktywności w większym stopniu są właśnie ich domeną. Świadczyć to może również o intensywniejszym stylu życia czytelników, angażujących się w wiele różnych działań [zob. tab. 7].

Czynnością, która zajmowała najwięcej czasu w dniu poprzedzającym badanie była niewątpliwie praca zarobkowa poza domem. Zadeklarowało tak 23,0% respondentów. Z kolei

14,2% badanych stwierdziło, że najwięcej czasu spędzało z najbliższą rodziną (mieści się w tym także opieka nad dziećmi). Aż dla 12,2% osób jednym z najbardziej czasochłonnych zajęć było oglądanie telewizji, co pokazuje jak duża część respondentów prowadzi bierny tryb życia [zob. wykres 5].

Wykres 5. Proszę o wskazanie tych czynności, które zajęły Panu(i) wczoraj najwięcej czasu



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 7. Co robisz(a) Pan(i) wczoraj? Proszę wymienić wszystkie wykonywane czynności – mając na uwadze czas od obudzenia się do pójścia spać

	N =	oglądanie telewizji	czas z najbliższą rodziną	wspólne posiłki	rozmowy telefoniczne	korzystanie z internetu	sprzątanie \ gotowanie \ pranie	bierny wypoczynek \ lub odpoczywanie	praca zarobkowa poza domem	spotkania towarzyskie	słuchanie radia	zakupy (w tym przez internet)	dojazdy własnym środkiem transportu	działka, ogród	udział w nabożeństwie	hobby	aktywność sportowa, bieganie, wycieczki turystyczne, spacer)	praca zarobkowa w domu	dojazdy zbiorowymi środkami komunikacji	praca we własnym gospodarstwie rolnym	słuchanie muzyki z płyt lub mp3	gry komputerowe
Ogółem	1007	66,0%	54,2%	47,2%	42,5%	40,9%	39,5%	30,1%	27,9%	27,7%	25,1%	16,6%	14,6%	11,6%	9,1%	7,0%	6,9%	6,9%	6,3%	6,2%	6,0%	
Płeć respondenta																						
mężczyzna	494	62,6%*	51,7%	39,8%*	40,1%	42,4%	16,0%*	32,7%	30,9%*	26,5%	26,6%	11,1%*	15,3%	9,8%	7,3%*	9,2%*	9,8%*	6,9%*	7,8%*	6,7%	9,1%	
kobieta	513	69,2%*	56,7%	54,3%*	44,9%	39,5%	62,0%*	27,7%	25,0%*	28,9%	23,5%	22,0%*	14,1%	13,3%	10,9%*	5,4%*	4,2%*	6,9%	4,8%*	5,7%	3,1%*	
Wiek respondenta																						
15-24 lata	159	56,6%*	52,4%	43,2%	49,6%*	65,3%*	29,7%*	28,4%	28,5%	43,1%*	23,4%	11,4%	6,1%	1,7%	6,4%	14,5%	5,7%	8,3%	3,0%	12,9%	21,1%	
25-39 lat	297	62,7%	55,3%	50,1%	45,1%	55,6%*	38,0%	30,5%	40,6%*	34,0%*	26,1%	19,0%	24,8%*	5,8%*	4,7%	6,1%	9,4%	7,9%	5,6%	9,1%	5,7%	
40-59 lat	355	68,0%	57,9%	49,1%	43,0%	33,9%*	41,1%	28,6%	28,2%	18,4%*	21,7%	18,6%	15,6%	12,6%	9,5%	6,0%	7,6%	7,4%	9,0%	3,3%	2,9%	
60 lub więcej	196	74,8%*	47,5%*	42,6%	32,1%*	11,5%*	46,6%*	33,6%	7,7%*	22,6%	31,0%*	13,7%	4,4%	26,7%	17,2%	6,3%	4,6%	3,1%	5,2%	1,5%	0,0%	
Wykształcenie respondenta																						
podstawowe	140	64,1%	46,3%*	42,8%	29,0%*	26,7%*	34,9%	23,9%	8,7%*	26,8%	20,5%	10,8%	3,7%	15,0%	12,5%	10,8%	4,5%	3,1%	5,1%	9,5%	15,2%	
zasadnicze zawodowe	269	71,4%*	51,7%	42,7%	33,3%*	23,9%*	31,0%*	27,4%	22,2%*	17,7%*	24,9%	13,1%	9,4%*	15,4%*	9,7%	7,6%	4,5%	6,9%	8,4%	3,4%	2,7%	
średnie	356	68,0%	57,0%	52,3%*	47,9%*	44,7%	45,3%*	31,0%	28,4%	28,6%	25,4%	20,4%*	13,8%	13,1%	8,7%	7,0%	7,0%	6,0%	6,7%	6,7%	4,9%	
wyższe	242	57,9%*	57,7%	47,4%	52,4%*	62,8%*	42,9%	35,3%*	44,7%*	38,2%*	27,1%	18,5%	27,9%*	3,0%	7,2%	6,0%	11,3%	10,6%	4,0%	6,4%	6,2%	
Sytuacja materialna respondenta																						
słaba	190	65,5%	48,7%	40,3%*	33,4%*	25,9%*	43,2%	30,3%	19,2%*	26,8%	26,6%	14,7%	7,6%	16,8%	10,6%	7,3%	6,6%	5,8%	5,5%	3,5%	2,6%	
przeciętna	634	69,9%*	58,0%*	49,9%*	43,2%*	45,7%*	39,6%	30,5%	30,3%*	26,6%	25,1%	17,6%	14,9%	10,5%	8,6%	7,0%	5,7%*	6,8%	7,1%	6,9%	5,2%	
dobra	159	51,8%*	46,1%*	43,8%	49,6%	41,0%	35,4%	28,8%	27,2%	34,9%*	24,7%	14,1%	20,7%	9,0%	10,2%	9,1%	10,5%	10,0%	3,8%	5,9%	13,3%	
trudno powiedzieć	25	60,0%	52,0%	52,0%	51,0%	34,7%	33,4%	27,8%	37,5%	17,0%	14,6%	22,9%	22,6%	18,2%	5,5%	9,4%	21,2%	0,0%	8,3%	8,4%	7,1%	
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym																						
do 800 zł na osobę	187	78,6%*	69,4%*	60,1%*	43,6%	39,3%	49,2%*	39,3%*	21,0%*	24,1%	28,2%	18,8%	12,1%	19,1%	11,6%	4,3%	5,2%	2,7%	2,6%	9,7%	8,4%	5,6%
801-1600 zł na osobę	227	77,0%*	48,1%*	49,7%	41,2%	41,4%	40,0%	33,6%	32,3%	28,5%	23,2%	12,9%	9,3%*	7,8%	9,3%	9,0%	6,4%	6,6%	5,2%	9,3%	7,1%	
1601+ zł na osobę	200	51,6%*	42,7%*	38,6%*	40,5%	39,4%	34,3%	24,6%	31,7%	30,9%	26,4%	21,7%*	18,1%	8,3%	9,7%	9,7%	8,2%	9,3%	3,2%	7,1%	7,6%	
odmowa	393	60,9%*	56,4%	44,0%	43,8%	42,2%	37,2%	26,5%*	26,8%	27,3%	24,0%	15,2%	17,2%	12,0%	7,6%	6,9%	7,7%	8,0%	6,8%	2,8%	4,9%	

	N =	oglądanie telewizji	czas z najbliższą rodziną	wspólne posiłki	rozmowy telefoniczne	korzystanie z internetu	sprzątanie \ gotowanie	bieny wypoczynek	praca zarobkowa	spokanania towarzyskie	sluchanie radia	zakupy (w tym przez internet)	dojazdy własnym środkiem transportu	działka, ogród	udział w nabożeństwie	hobby	aktywność sportowa, turystyczna (np. siłownia, bieganie, wycieczki turystyczne, spacer)	praca zarobkowa wykonywana w domu	dojazdy zbiorowymi środkami komunikacji	praca we własnym gospodarstwie rolnym	sluchanie muzyki z płyt lub mp3	gry komputerowe
Ogółem	1007	66,0%	54,2%	47,2%	42,5%	40,9%	39,5%	30,1%	27,9%	27,7%	25,1%	16,6%	14,6%	11,6%	9,1%	7,5%	7,0%	6,9%	6,9%	6,3%	6,2%	6,0%
Wyszkolenie matki																						
podstawowe	315	74,6%*	58,0%	53,2%*	38,0%*	21,3%*	44,9%*	31,8%	17,3%*	23,4%*	26,8%	15,9%	9,5%*	21,7%*	13,0%	4,0%	2,9%	6,3%	3,8%	10,4%	2,8%	1,3%
zasadnicze zawodowe	298	64,7%	52,0%	47,2%	41,5%	46,5%*	36,4%	28,7%	28,6%	24,9%	21,0%	14,3%	14,1%	7,4%*	8,3%	6,8%	7,5%	7,2%	7,7%	4,7%	8,0%	6,5%
średnie	258	60,9%*	52,7%	48,3%	53,5%*	62,3%*	40,2%	28,9%	41,5%*	37,9%*	25,9%	23,8%*	22,9%*	3,2%	7,2%	13,6%	9,6%	7,8%	11,0%	5,4%	9,1%	11,0%
wyższe	30	58,5%	67,0%	34,7%	20,5%	50,0%	24,4%	48,4%	40,4%	48,4%	13,7%	3,6%	9,9%	0,0%	1,2%	10,1%	10,2%	8,4%	6,6%	2,2%	14,1%	12,5%
nie wiem	106	58,4%	49,6%	30,1%*	38,4%	29,2%*	34,5%	26,6%	20,9%	17,9%	32,5%	11,5%	12,7%	17,1%	6,5%	3,9%	10,6%	5,8%	4,2%	1,7%	1,5%	5,2%
Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne																						
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	576	71,6%*	58,9%*	53,0%*	44,8%	48,7%*	45,6%*	31,1%	30,4%*	29,2%	28,2%*	16,8%	17,3%*	14,0%*	10,0%	6,6%	6,8%	7,8%	7,3%	7,6%*	5,5%	4,7%*
przekazywanie 1% podatku	397	64,5%	55,2%	47,5%	45,0%	49,8%*	40,9%	29,7%	36,8%*	30,0%	26,0%	20,8%*	19,8%*	9,0%*	6,7%*	7,2%	6,1%	7,2%	8,3%	3,0%	6,4%	4,5%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?																						
rodzice (często)	252	62,2%	53,5%	55,3%*	51,5%*	57,7%*	47,0%*	31,8%	32,6%	32,1%	28,4%	18,6%	19,1%*	12,1%	7,5%	9,8%	5,6%	5,2%	8,3%	6,2%	10,1%	9,1%
tak, w przed-szkole	328	70,3%*	56,1%	56,3%*	52,0%*	55,3%*	47,1%*	30,6%	37,3%*	31,4%	27,2%	21,0%*	20,2%*	9,2%	9,6%	8,8%	9,6%	5,9%	8,8%	4,7%	9,2%	8,5%
tak, w szkole	406	70,4%*	57,5%	55,7%*	52,9%*	50,9%*	40,5%	32,6%	33,1%*	31,7%*	30,1%*	18,9%	20,4%*	10,7%	8,3%	9,0%	6,6%	5,1%	7,6%	6,6%	9,2%	9,3%
tak, w bibliotece	230	66,9%	57,0%	54,4%*	49,9%*	45,5%	42,3%	23,6%*	31,7%	33,1%*	30,7%*	24,9%*	25,7%*	12,2%	9,4%	10,2%	3,7%	5,0%	6,1%	6,4%	10,4%	7,6%
Czytanie książek w ciągu ostatnich 12 miesięcy																						
czytelnicy książek	375	65,1%	58,2%	54,6%*	53,1%*	53,0%*	52,4%*	33,3%	31,1%	35,6%*	28,2%	19,9%*	19,7%*	9,8%	10,7%	8,5%	9,5%	6,3%	9,7%	5,2%	8,0%	8,3%
Dzień tygodnia																						
dzień powszedni	712	66,1%	53,6%	45,8%	45,3%*	41,5%	40,0%	29,0%	30,3%*	25,4%*	26,1%	16,6%	13,9%	13,6%*	6,8%*	7,3%	5,8%*	6,8%	7,6%	7,0%	6,3%	6,0%
weekend	295	65,7%	55,7%	50,7%	35,9%*	39,5%	38,1%	32,8%	22,2%*	33,3%*	22,5%	16,8%	16,4%	6,9%*	14,8%	7,8%	10,0%	7,2%	5,4%	4,5%	5,8%	6,2%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

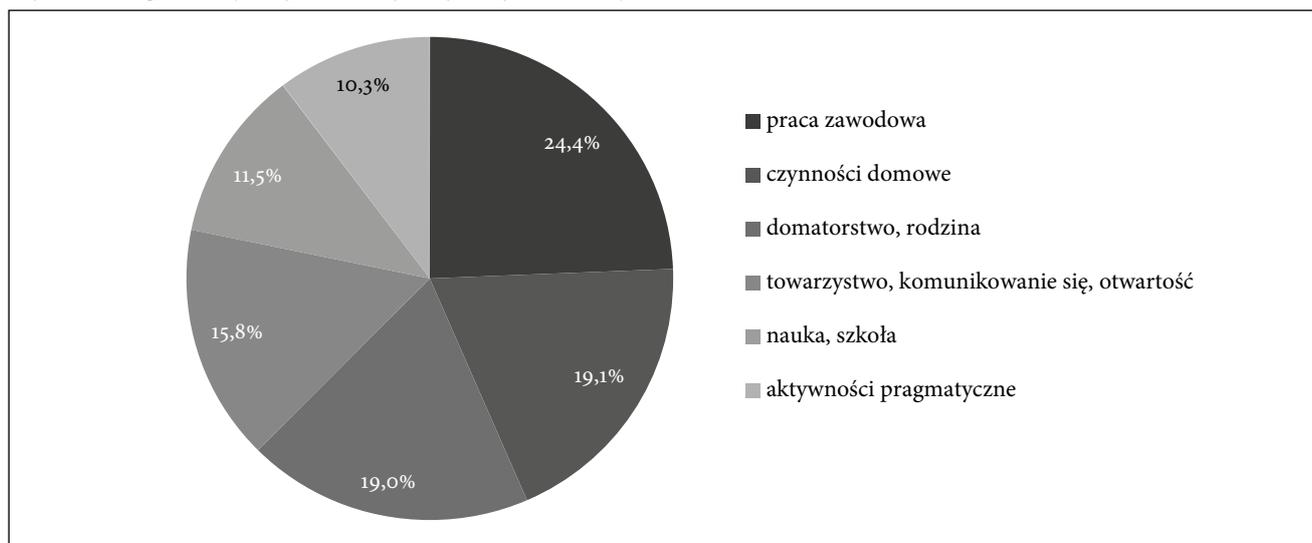
Z uwagi na obszerną listę możliwych zajęć, dokonano – na drodze analizy czynnikowej – segmentacji respondentów, dzieląc ich na rozłączne kategorie ze względu na to, jakim zestawom czynności poświęcali się głównie w ciągu minionego dnia.

Wyłoniono sześć⁹ czynników – typów czynności:

1. Praca zawodowa oraz dojazdy,
2. Czynności domowe: sprzątanie, gotowanie, pranie oraz zakupy, zajęcia w ogrodzie,
3. Czas w domu: wspólne posiłki, spędzanie czasu z rodziną, oglądanie telewizji,
4. Życie towarzyskie, komunikowanie się: rozmowy telefoniczne, korzystanie z internetu, spotkania towarzyskie, wizyty w pubie, restauracji lub kawiarni, podróże własnym autem, słuchanie radia,
5. Nauka, szkoła (a także granie w gry komputerowe),
6. Działania pragmatyczne: praca w gospodarstwie rolnym, dokonywanie napraw, remontów, wizyty w urzędach, instytucjach, a także poddawanie się zabiegom zdrowotno-pielęgnacyjnym (np. wizyty u lekarza).

Najliczniejsze segmenty tworzyli ludzie: wykonujący pracę zawodową (24,4%), poświęcający się czynnościom domowym (19,1%) oraz spędzający czas w domu (19,0%) [zob. wykres 6].

Wykres 6. Segmentacja czynności wykonywanych wczoraj



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Przynależność do poszczególnych segmentów jest zróżnicowana ze względu na zmienne demograficzne. Pracę zawodową częściej wykonują mężczyźni (28,0%), a czynności domowe – kobiety (28,2%). Życie towarzyskie i otwartość na komunikację jest popularniejsza wśród kobiet (18,8%), natomiast działania pragmatyczne – wśród mężczyzn (13,4%). Osoby z wykształceniem wyższym, a także w wieku 25–39 lat, częściej reprezentują kategorie pracujących zawodowo (odpowiednio: 31,8% i 33,8%) oraz prowadzących życie towarzyskie (29,5%

⁹ Segmentacja jest istotna statystycznie, $p < 0,05$

Tabela 8. Segmentacja czynności wykonywanych wczoraj (1)

	N =	praca zawodowa	czynności domowe	czas w domu	życie towarzyskie, komunikowanie się	nauka, szkoła	działania pragmatyczne
Ogółem	1007	24,4%	19,1%	19,0%	15,8%	11,5%	10,3%
Płeć respondenta							
mężczyzna	494	28,0%*	9,6%*	17,3%	18,8%*	12,8%	13,4%*
kobieta	513	20,9%*	28,2%*	20,6%	12,8%*	10,2%	7,3%*
Wiek respondenta							
15–24 lata	159	25,3%	6,9%*	17,9%	19,4%	27,1%	3,4%
25–39 lat	297	33,8%*	11,8%*	17,2%	20,5%*	8,6%	8,0%
40–59 lat	355	24,2%	19,5%	20,8%	13,8%	8,3%*	13,3%*
60 lub więcej	196	9,7%*	39,1%*	19,4%	9,3%*	9,0%	13,6%
Wykształcenie respondenta							
podstawowe	140	13,9%*	25,3%	12,6%	6,6%	30,1%	11,5%
zasadnicze zawodowe	269	22,5%	21,4%	20,6%	9,8%*	11,9%	13,8%
średnie	356	25,0%	20,6%	22,1%	14,6%	7,7%*	9,9%
wyższe	242	31,8%*	10,5%*	16,4%	29,5%*	5,8%	5,9%
Sytuacja materialna respondenta							
słaba	190	20,6%	29,1%*	17,1%	11,7%	10,4%	11,1%
przeciętna	634	25,3%	17,3%	22,0%*	15,1%	9,9%*	10,4%
dobra	159	23,6%	15,0%	10,9%*	24,9%	17,1%	8,4%
trudno powiedzieć	25	35,1%	12,7%	9,3%	5,0%	25,3%	12,8%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym							
do 800 zł na osobę	187	15,1%*	23,8%	29,1%*	8,8%	10,0%	13,2%
801–1600 zł na osobę	227	26,0%	18,2%	19,7%	14,5%	11,7%	10,0%
1601+ zł na osobę	200	28,3%	16,3%	13,1%*	21,7%*	13,2%	7,4%
odmowa	393	25,9%	18,7%	16,8%	16,8%	11,3%	10,4%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

i 20,5%). Najstarsi oraz badani oceniający swoją sytuację materialną jako słabą najczęściej poświęcają się czynnościom domowym (odpowiednio 39,1% i 21,1%), a osoby o przeciętnej sytuacji materialnej częściej spędzają czas w domu (22,0%) [zob. tab. 8].

Respondenci z rodzin, w których matka miała wykształcenie podstawowe, obecnie rzadziej należą do segmentu pracujących zawodowo (15,4%), częściej zaś do wykonujących czynności domowe (29,6%). Więcej badanych należących obecnie do kategorii pracujących wywodzi się spośród osób, których matki miały wykształcenie zasadnicze zawodowe (29,5%) oraz średnie (30,3%). Wśród tych ostatnich istotnie częściej występują badani prowadzący życie towarzyskie.

Nadreprezentacja segmentu charakteryzującego się utrzymywaniem kontaktów towarzyskich występuje również w zbiorowości osób przekazujących 1% podatku na cele organizacji pożytku publicznego. Jest to zgodne z wyobrażeniem na temat ludzi wrażliwych społecznie, gotowych do – choćby symbolicznego – zaangażowania się na rzecz innych.

Do kategorii prowadzących życie towarzyskie istotnie częściej należą też badani, którym książki towarzyszyły w dzieciństwie, zarówno czytane często przez rodziców (21,5%), jak też w przedszkolu (20,2%), w szkole (21,7%) lub w bibliotece (20,6%) [zob. tab. 9].

Tabela 9. Segmentacja czynności wykonywanych wczoraj (2)

	N =	praca zawodowa	czynności domowe	czas w domu	życie towarzyskie, komunikowanie się	nauka, szkoła	działania pragmatyczne
Ogółem	1007	24,4%	19,1%	19,0%	15,8%	11,5%	10,3%
Wyszkolenie matki							
podstawowe	315	15,4%*	29,6%*	22,1%	11,5%*	6,1%*	15,4%*
zasadnicze zawodowe	298	29,5%*	17,1%	19,7%	13,5%	13,6%	6,5%*
średnie	258	30,3%*	9,2%*	15,1%	22,9%*	13,0%	9,6%
wyższe	30	24,7%	0,0%	26,2%	22,2%	21,7%	5,2%
nie wiem	106	22,4%	22,8%	15,5%	15,8%	15,1%	8,5%
Zaangażowanie społeczno-polityczne							
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	576	22,6%	19,9%	21,7%*	17,5%	7,9%*	10,5%
przekazywanie 1% podatku	397	30,4%*	16,1%	17,3%	20,4%*	8,1%*	7,7%*
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?							
rodzice (często)	252	22,1%	18,0%	18,3%	21,5%*	12,3%	7,8%
tak, w przedszkolu	328	27,4%	15,4%*	18,4%	20,2%*	12,2%	6,4%*
tak, w szkole	406	23,7%	15,1%*	18,5%	21,7%*	10,4%	10,6%
tak, w bibliotece	230	28,3%	16,4%	13,3%*	20,6%*	10,6%	10,7%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

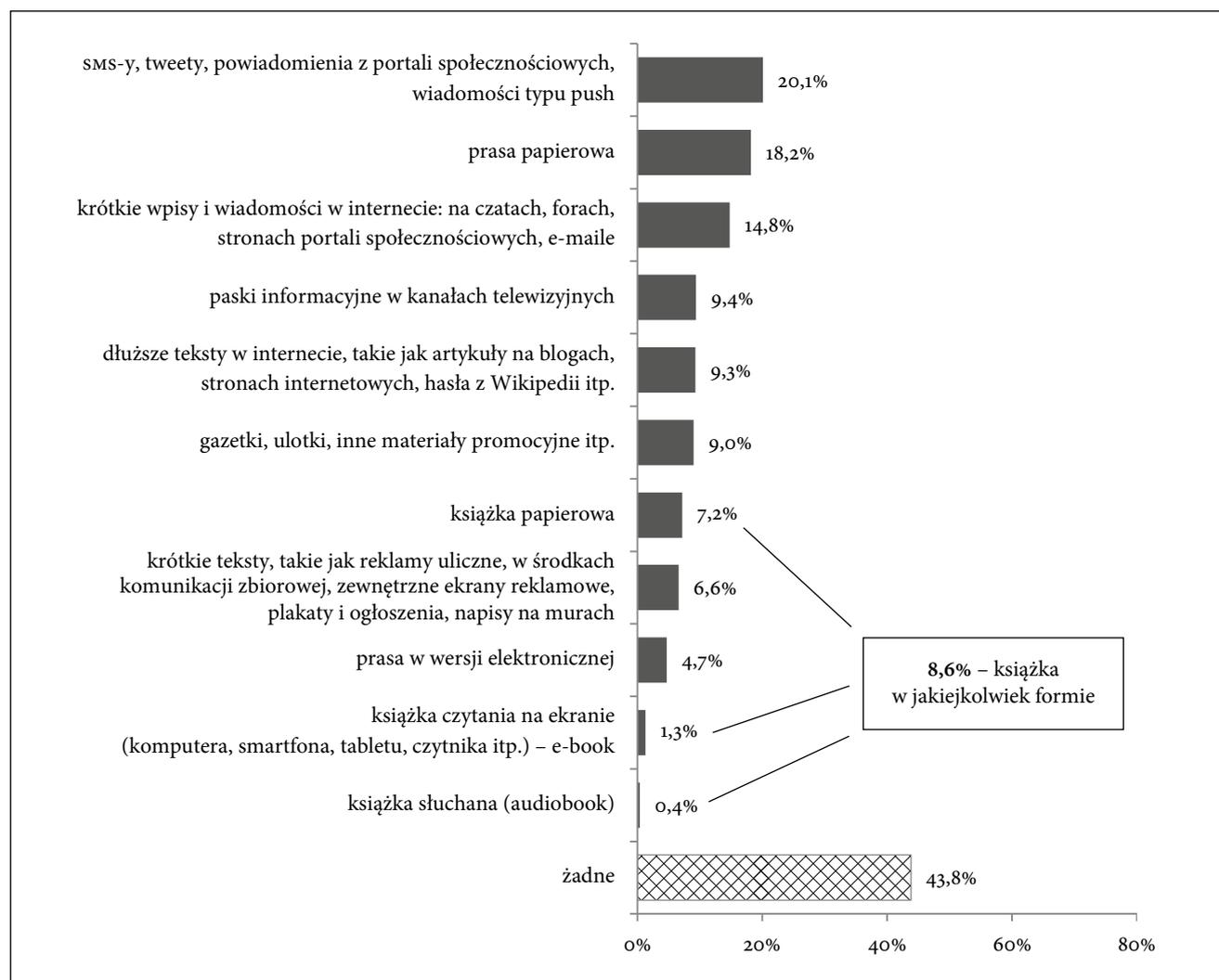
Wszystkim respondentom, niezależnie od tego, jakie czynności wykonywali w ciągu dnia poprzedzającego badanie, zadano pytanie o to, jakiego rodzaju teksty wówczas czytali. Blisko 44% badanych stwierdziło, że poprzedniego dnia nie miało kontaktu ze słowem pisanym w żadnej formie. Co piąty czytał sms-y lub powiadomienia z portali społecznościowych, a 14,8% – krótkie wpisy i wiadomości internetowe. Osób czytających inne teksty w internecie (z wyłączeniem kategorii *user-generated content*, tj. wpisów w portalach społecznościowych, komunikatorach, czatach) było łącznie 13,9%. Na tym tle 18,2% respondentów deklarujących lekturę prasy papierowej oznacza, że czytało ją więcej osób niż teksty dostępne na ekranie: zarówno te publikowane profesjonalnie jak i tworzone przez użytkowników.

Warto też zauważyć, że zarówno prasę papierową, jak i książkę tradycyjną wymieniano częściej niż ich odpowiedniki elektroniczne (odpowiednio 18,2% vs 4,7% oraz 7,2% vs 1,3%).

Z jakąkolwiek formą książki (zarówno papierową, jak i czytaną na ekranie urządzenia elektronicznego oraz słuchaną formie audiobooka) zetknęło się w ciągu dnia poprzedzającego badanie 8,6% respondentów [zob. wykres 7].

Zarówno tradycyjną prasę jak i książki częściej wymieniały kobiety (odpowiednio 22,7% i 11,0%). Zgodnie z intuicją, komunikacja za pomocą krótkich tekstów w komunikatorach jest domeną najmłodszych – korzystało z niej 36,4% osób w wieku 15–24 lata i jedynie 6,3% badanych z grupy najstarszych. Respondentów, którzy nie zetknęli się w dniu poprzedzającym badanie z żadnym typem tekstów jest istotnie statystycznie mniej wśród respondentów do 39 roku życia oraz legitymujących się wykształceniem wyższym (20,5%). W tej drugiej zbiorowości wynikało to głównie z istotnie statystycznie częstszego czytania sms-ów, ko-

Wykres 7. Jakiego rodzaju teksty czytał(a) Pan(i) wczoraj? (1)



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

munikatów z portali społecznościowych (40,4%) czy krótkich tekstów w internecie (29,3%). Jeśli chodzi o tradycyjne formy prasy lub książek, częstsze wskazania wśród osób z wykształceniem wyższym miały jedynie charakter nieistotnej statystycznie tendencji.

Zwyczaj systematycznego czytania sms-ów, komunikatów z portali społecznościowych czy krótkich wzmianek w internecie jest istotnie częstszy wśród osób wychowywanych w dzieciństwie przez matki z wykształceniem średnim.

Z prasą oraz książkami w ich tradycyjnej formie istotnie statystycznie częściej obcowali ci respondenci, którzy wzięli udział w ostatnich wyborach prezydenckich (odpowiednio 22,2% i 9,0%). Natomiast było wśród nich mniej takich, którzy nie mieli kontaktu ze słowem pisanym (39,9%).

Co ciekawe, o ile osoby, które wychowywały się w kontakcie z książką (systematycznie czytana przez rodziców lub w placówkach edukacyjnych), istotnie częściej zetknęły się w dniu poprzedzającym badanie z tekstami w postaci krótkich wpisów, wiadomości, ko-

Tabela 10. Jakiego rodzaju teksty czytał(a) Pan(i) wczoraj?

	N =	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Ogółem	1007	20,1%	18,2%	14,8%	9,4%	9,3%	9,0%	7,2%	6,6%	4,7%	1,3%	0,4%	43,8%
Płeć respondenta													
mężczyzna	494	18,5%	13,5%*	16,2%	9,4%	10,0%	7,5%	3,2%*	5,6%	5,6%	1,8%	0,3%	48,1%*
kobieta	513	21,7%	22,7%*	13,4%	9,4%	8,6%	10,4%	11,0%*	7,4%	3,9%	0,9%	0,4%	39,7%*
Wiek respondenta													
15–24 lata	159	36,4%*	12,2%	28,6%	7,4%	15,0%	11,1%	8,1%	10,9%	4,1%	0,9%	0,0%	34,8%*
25–39 lat	297	28,1%*	16,3%	21,0%*	9,4%	12,7%	9,6%	7,0%	8,7%	7,4%	1,4%	0,7%	34,3%*
40–59 lat	355	13,7%*	16,4%	10,6%*	12,5%*	7,0%	5,8%*	5,9%	4,4%	5,0%	1,9%	0,2%	50,4%*
60 lub więcej	196	6,3%*	29,2%*	1,5%	5,4%	3,5%	12,2%	9,0%	3,6%	0,6%	0,4%	0,4%	53,5%*
Wykształcenie respondenta													
podstawowe	140	15,1%	10,7%	12,1%	9,4%	9,6%	7,4%	5,8%	3,8%	0,8%	0,8%	0,6%	57,6%*
zasadnicze zawodowe	269	7,5%*	17,3%	5,4%*	7,9%	3,0%	10,7%	2,9%	5,1%	1,0%	0,4%	0,5%	56,7%*
średnie	356	17,8%	19,7%	13,0%	6,7%*	7,9%	8,5%	8,6%	6,0%	5,5%	1,7%	0,4%	44,4%
wyższe	242	40,4%*	21,2%	29,3%*	15,0%	18,0%	8,8%	10,6%	10,6%	9,9%	1,9%	0,0%	20,5%*
brak odpowiedzi	1	0,0%	66,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	33,7%
Sytuacja materialna respondenta													
słaba	190	13,3%*	16,1%	5,1%	6,5%	4,4%	10,2%	5,8%	3,1%	2,8%	0,3%	0,0%	56,3%*
przeciętna	634	21,3%	20,0%	16,6%*	10,3%	10,0%	9,3%	7,8%	7,0%	5,3%	0,6%	0,4%	42,0%
dobra	159	24,8%	15,6%	18,2%	8,8%	13,4%	6,5%	6,2%	8,4%	3,8%	5,6%	0,7%	34,6%*
trudno powiedzieć	25	10,1%	4,5%	18,4%	10,3%	2,3%	6,7%	6,5%	9,9%	9,1%	0,0%	0,0%	54,3%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym													
do 800 zł na osobę	187	21,1%	18,6%	14,9%	10,3%	7,3%	13,8%	7,9%	4,4%	1,9%	1,1%	0,0%	47,2%
801–1600 zł na osobę	227	16,5%	17,8%	11,1%	8,9%	9,0%	9,4%	5,9%	7,1%	7,1%	0,7%	0,0%	47,9%
1601+ zł na osobę	200	21,1%	20,7%	17,9%	9,0%	12,2%	9,8%	7,5%	8,7%	6,6%	1,0%	1,0%	36,2%*
odmowa	393	21,1%	17,0%	15,2%	9,4%	8,9%	6,0%*	7,4%	6,2%	3,7%	1,9%	0,4%	43,7%
Wykształcenie matki													
podstawowe	315	9,2%*	18,5%	4,2%*	8,5%	2,3%	8,7%	7,1%	2,3%	0,6%	0,0%	0,3%	58,5%*
zasadnicze zawodowe	298	23,1%	18,9%	16,1%	10,1%	10,4%	9,0%	5,8%	8,3%	4,0%	0,4%	0,0%	43,1%
średnie	258	32,7%*	17,7%	26,8%*	12,2%	16,1%	9,6%	10,5%	10,6%	9,8%	4,6%	1,1%	24,3%*
wyższe	30	35,2%	30,5%	32,2%	15,9%	21,6%	3,0%	11,7%	13,6%	4,9%	0,0%	0,0%	24,2%
nie wiem	106	9,3%	13,1%	8,0%	1,4%	6,8%	10,1%	1,9%	2,5%	6,3%	0,0%	0,0%	55,2%*
Zaangażowanie społeczno-polityczne													
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	576	20,5%	22,2%*	14,7%	10,6%	9,0%	9,2%	9,0%*	7,0%	5,2%	1,7%	0,0%	39,9%*
przekazywanie 1% podatku	397	27,2%*	23,5%*	17,2%	9,3%	10,6%	10,2%	9,5%	9,2%	7,9%	1,6%	0,0%	31,5%*
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?													
rodzice (często)	252	27,9%*	25,0%*	17,0%	10,1%	12,7%	12,3%	16,1%	9,0%	3,9%	2,2%	0,5%	30,9%*
tak, w przedszkolu	328	30,3%*	17,4%	18,7%*	10,4%	13,8%*	10,5%	9,5%	9,7%	6,6%	0,9%	0,4%	33,3%*
tak, w szkole	406	26,7%*	21,8%*	18,6%*	11,8%*	11,8%*	9,1%	10,2%	9,4%	6,2%	1,1%	0,0%	36,4%*
tak, w bibliotece	230	28,9%*	19,4%	18,8%	13,7%	7,8%	11,3%	12,0%	8,8%	5,0%	1,8%	0,0%	35,7%*

Tabela 10 – cd.

	N =	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
Segmentacja czynności dokonywanych wczoraj													
życie towarzyskie, komunikowanie się	159	30,7%*	17,5%	26,0%	6,3%	11,9%	10,6%	7,8%	11,3%	7,4%	1,6%	0,5%	32,6%*
czynności domowe	191	18,6%	15,9%	13,6%	7,9%	9,0%	8,1%	6,8%	3,7%	2,2%	1,6%	0,0%	49,1%
nauka, szkoła	116	19,8%	13,7%	13,5%	8,5%	13,1%	5,5%	10,5%	4,9%	4,0%	5,2%	0,8%	38,3%
działania pragmatyczne	103	10,4%	23,8%	8,0%	18,2%	0,5%	13,0%	5,6%	7,5%	1,9%	0,0%	0,5%	47,3%
praca zawodowa	246	24,9%*	15,4%	20,1%*	11,9%	15,7%	8,4%	3,5%	8,1%	7,2%	0,6%	0,3%	42,1%
czynności domowe	192	12,1%*	24,4%*	4,3%	6,0%	1,6%	9,2%	10,5%	4,0%	3,7%	0,0%	0,3%	51,5%*

(1) sms-y, tweety, powiadomienia z portali społecznościowych, wiadomości typu push; (2) prasa papierowa; (3) krótkie wpisy i wiadomości w internecie: na czatach, forach, stronach portali społecznościowych, e-mail; (4) paski informacyjne w kanałach telewizyjnych; (5) dłuższe teksty w internecie, takie jak artykuły na blogach, stronach internetowych, hasła z Wikipedii itp.; (6) gazetki, ulotki, inne materiały promocyjne itp.; (7) książka papierowa; (8) krótkie teksty, takie jak reklamy uliczne, w środkach komunikacji zbiorowej, zewnętrzne ekrany reklamowe, plakaty i ogłoszenia, napisy na murach; (9) prasa w wersji elektronicznej; (10) książka czytana na ekranie (komputera, smartfona, tabletu, czytnika itp.) – e-book; (11) książka słuchana (audiobook); (12) żadne

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

munikatów dostępnych w internecie lub przesyłanych jako sms-y, o tyle nie wyróżniały się w sposób istotny, jeśli chodzi o lekturę książek w jakiegokolwiek postaci. Wystąpiła natomiast istotna zależność pomiędzy słuchaniem książek czytanych przez rodziców lub w szkole a obecnym sięganiem po prasę papierową (odpowiednio 25,0% i 21,8%).

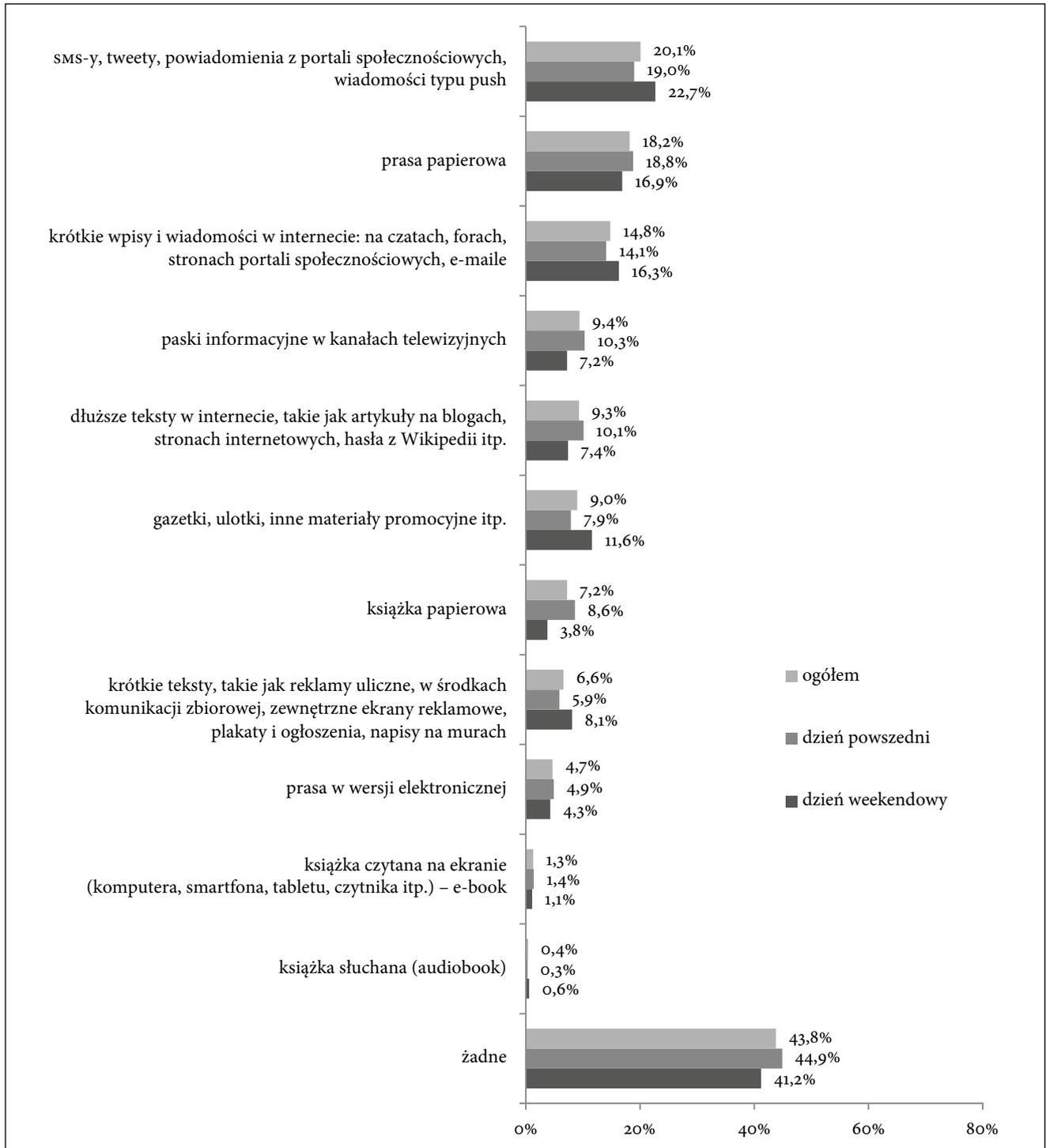
W segmencie badanych prowadzących życie towarzyskie i otwartych na komunikowanie się istotnie statystycznie mniej osób deklarowało brak kontaktów z tekstami piśmiennymi (32,6%), choć trzeba zauważyć, że najczęściej wskazywali oni na lekturę krótkich komunikatów sms czy powiadomień na portalach społecznościowych (30,7%). Podobne wybory cechowały respondentów z kategorii pracujących zawodowo (24,9%), przy czym dodatkowo czytali oni krótkie informacje i wpisy w internecie, na forach, czatach i portalach społecznościowych (20,1%).

Choć osoby z segmentu wykonujących czynności domowe częściej niż inne deklarowały, że w ciągu minionego dnia nie zetknęły się z tekstem drukowanym w żadnej formie (51,5%), to jednocześnie istotnie częściej (24,4%) wskazywały na lekturę prasy papierowej [zob. tab. 10].

Nie odnotowano istotnych statystycznie zależności pomiędzy rodzajem tekstów czytanych wczoraj a dniem tygodnia (powszedni – weekendowy) poza faktem, że książki w wydaniu papierowym istotnie częściej czyta się w dni powszednie (8,6%). Nieznacznie, jedynie na poziomie tendencji, zaznaczyła się prawidłowość, że mniej osób zadeklarowało brak styczności z jakimkolwiek tekstem w weekendy (41,2%) [zob. wykres 8].

Większość spośród osób czytających jakiegokolwiek teksty w dniu poprzedzającym badanie stwierdziła, że był to jeden tekst (32,3% ogółu badanych), a tylko 12,5%, że trzy lub więcej. Nie można więc mówić – na poziomie całej próby – o dużym zróżnicowaniu lektury. Trzeba przy tym pamiętać, że czytanie książki (nawet o dużej objętości) to także czytanie pojedynczego tekstu, a więc odpowiedzi na to pytanie kwestionariusza nie mogą stanowić podstawy do wnioskowania o intensywności lektury [zob. wykres 9].

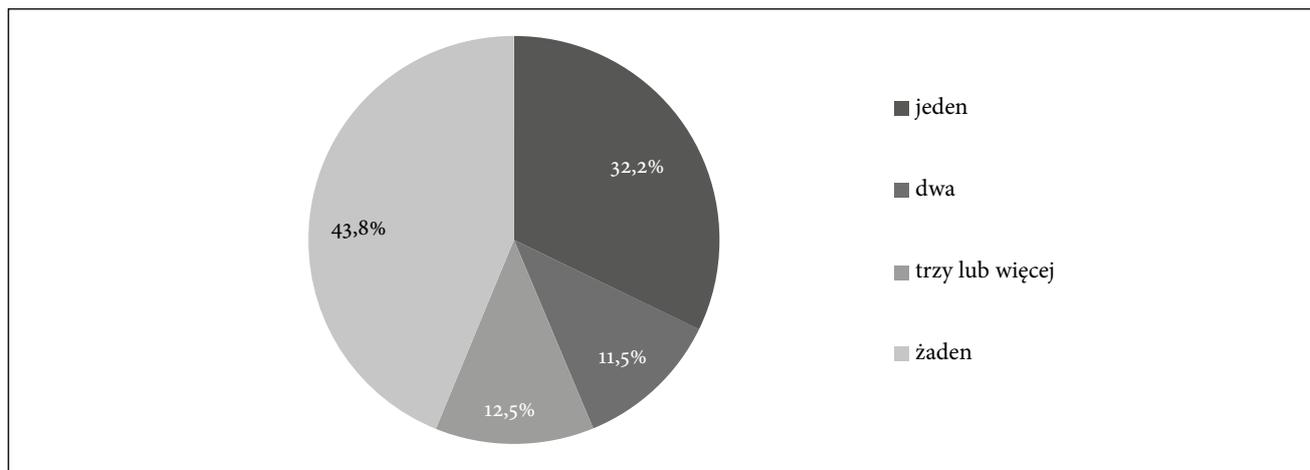
Wykres 8. Jakiego rodzaju teksty czytał(a) Pan(i) wczoraj? (2)



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007; źródło: opracowanie własne.

Osobom, które zadeklarowały czytelnictwo prasy (w dowolnej formie: elektronicznej lub tradycyjnej), zadawano pytanie o rodzaje czytanych periodyków. Najczęściej wymieniano dzienniki lokalne (39,7%), znacznie rzadziej – ogólnopolskie dzienniki informacyjne (14,4%) oraz tabloidy (8,9%).

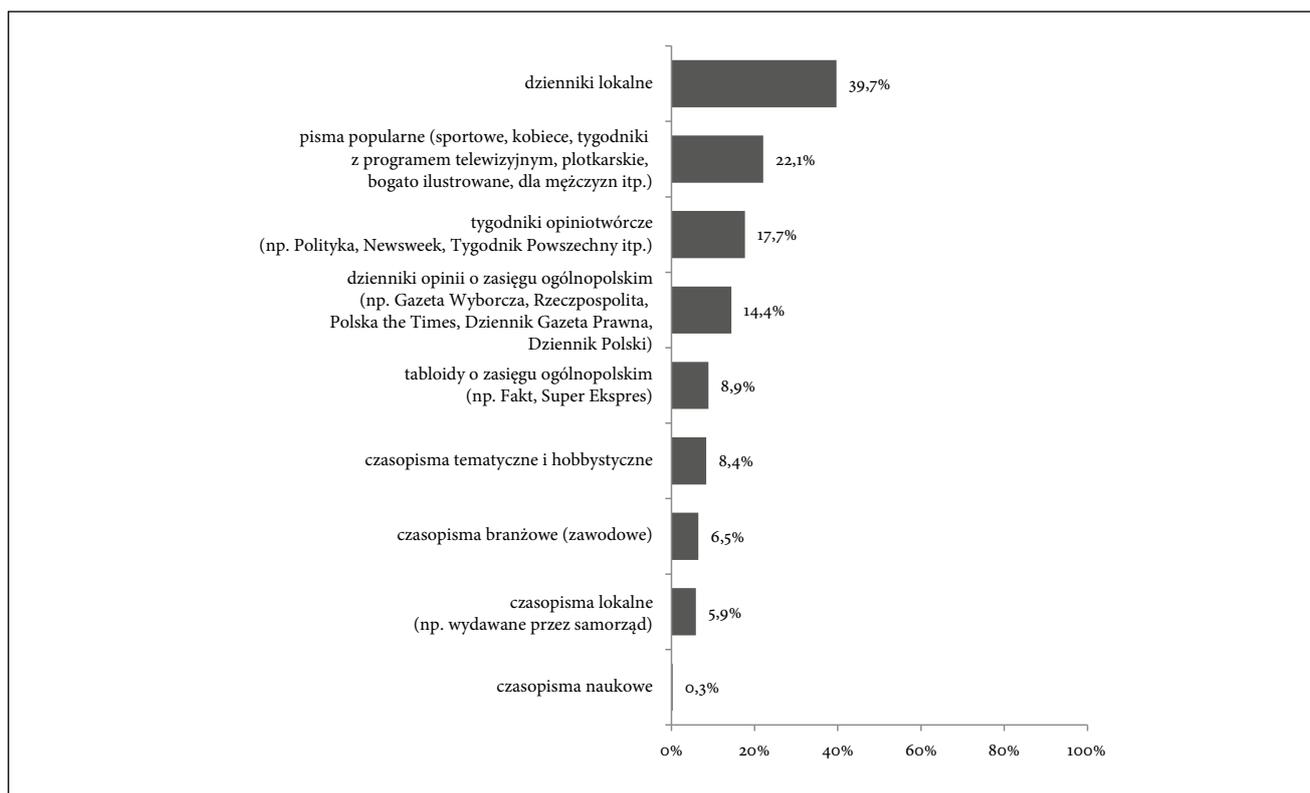
Wykres 9. Jakiego rodzaju teksty czytał(a) Pan(i) wczoraj? (3) – liczba czytanych tekstów



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 10. Proszę wskazać, jakiego rodzaju dzienniki lub czasopisma czytał(a) Pan(i) wczoraj?



Podstawa: respondenci, którzy czytali wczoraj prasę w wersji papierowej lub elektronicznej; N = 226

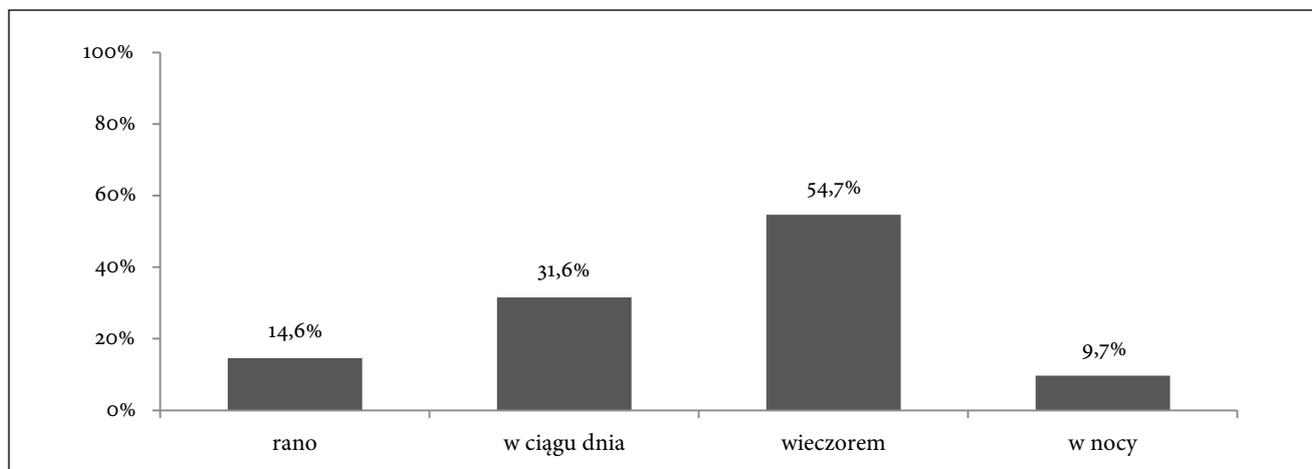
Źródło: opracowanie własne.

Co do ogólnej wymowy obraz ten (przewaga dzienników lokalnych nad ogólnopolską prasą informacyjną i dziennikami bulwarowymi) zgodny jest z wynikami ogólnopolskiego badania czytelnictwa prasy PBC, przy czym w tamtym sondażu różnice pomiędzy zasięgiem czytelnictwa wymienionych kategorii dzienników były znacznie mniejsze (regionalne –

43,3%, ogólnopolskie informacyjne – 37,2%, tabloidy – 35,3% odbiorców prasy codziennej)¹⁰ i jak się wydaje, lepiej odzwierciedlały obraz rzeczywistych praktyk lekturowych. Wynika to z zastosowanej techniki badania. Prezentacja logotypów pism lepiej przemawia bowiem do respondentów niż opisowe charakterystyki tytułów, ułatwiając im poprawną identyfikację czytanych periodyków, zwłaszcza gdy korzystają z egzemplarzy zakupionych przez kogo innego, np. współpracowników czy członków gospodarstwa domowego [zob. wykres 10].

Pytanie o porę lektury książek w dniu poprzedzającym badanie przyniosło zgodną z intuicją odpowiedź, że większość czytelników poświęca się lekturze wieczorem (54,7%) [zob. wykres 11].

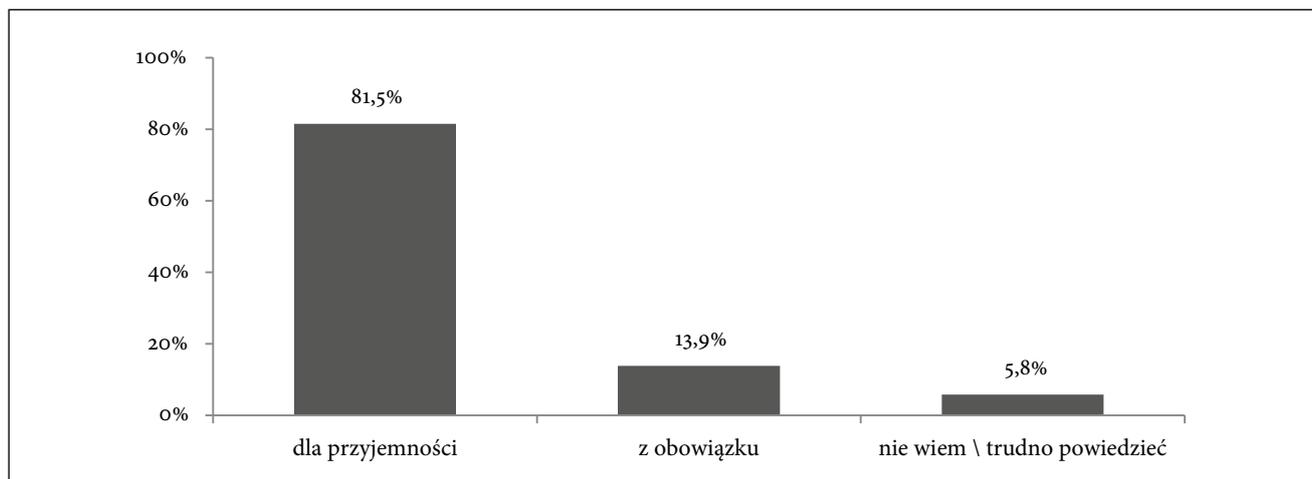
Wykres 11. O jakiej porze /porach wczoraj czytał(a) Pan(i) książkę?



Podstawa: respondenci, którzy czytali wczoraj książkę w jakiegokolwiek formie; N = 87

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 12. Czy czytał(a) Pan(i)...



Podstawa: respondenci, którzy czytali wczoraj książkę w jakiegokolwiek formie; N = 87

Źródło: opracowanie własne.

¹⁰ Dane pochodzą z ogólnopolskiego badania czytelnictwa prasy PBC za okres styczeń – październik 2015. Badanie realizowane jest na zlecenie spółki Polskie Badania Czytelnictwa przez Instytut Millward Brown.

Książki czytano w zdecydowanej większości przypadków dla przyjemności (81,5%), tylko 13,9% czytelników stwierdziło, że robiło to z obowiązku [zob. wykres 12].

Respondentów, którzy czytali książkę w ciągu minionego dnia poproszono o to, by podali jej tytuł i autora. Odpowiedzi otrzymano od ponad 50 spośród 87 pytanych. Pozostali z różnych względów nie potrafili udzielić takich informacji. Mogli się wśród nich znaleźć zarówno ci, którzy nie przykładali do lektury specjalnej wagi (czytali w przelocie, mało intencjonalnie), jak też podchodzący do niej z dużą skrupulatnością, ale unikający podania autora lub tytułu w przypadku jakiegokolwiek wątpliwości, co do ich dokładnego brzmienia. Oczywiście, prośba o podanie informacji o czytanej książce mogła również obnażyć deklaracje bez pokrycia, jednak nie ma podstaw by uznać, że do takich sytuacji istotnie dochodziło.

Wśród wymienianych publikacji znalazły się: popularna beletrystyka, kryminały, książki obyczajowe, a także książki historyczne. Kilkakrotnie wymieniano tytuły z zakresu literatury dziecięcej i młodzieżowej oraz lektury i książki fachowe [zob. tab. 11].

Tabela 11. Jakie książki czytał(a) Pan(i) wczoraj?

Autor i tytuł, typ czytanej wczoraj książki
Aveni A., <i>Rozmowy z planetami</i> , książka popularnonaukowa
Bajki dla dzieci
Baldacci D., <i>Niewinny</i> , książka sensacyjna
Biblia Starego i Nowego Testamentu
Bielecki C., Kieżun W., <i>Patologia transformacji</i> , książka z dziedziny historii najnowszej
Bowen J., <i>Mój kot Bob i ja</i> , powieść
Brown D., <i>Deamon and Angel</i> , dokument fabularyzowany
Coben H., <i>Odnaleziony</i> , kryminał
Coelho P., <i>Weronika postanawia umrzeć</i> , powieść
Dobrowolska M., <i>Przyroda</i> , podręcznik
Falley K., <i>Filary ziemi</i> , powieść
Fallon L., <i>Córka żywiołu</i> , romans
Foley E., <i>Zakochaj się w życiu</i> , poradnik
Green J., <i>Gwiazd naszych wina</i> , powieść
Gumowska A., <i>Seks, betel i czary</i> , książka podróżnicza
Haase M. i G., <i>Encyklopedia praktycznej uprawy roślin</i> , poradnik
Hoag T., <i>Spirala zbrodni</i> , kryminał
Hossein K., <i>Chłopiec z latawcem</i> , powieść
James E.L., <i>Grey. Pięćdziesiąt twarzy Greya oczami Christiana</i> , powieść – 2 wskazania
Język angielski, podręcznik
Jodełka J., <i>Kryminalistka</i> , kryminał
Kaku M., <i>Fizyka przyszłości</i> , książka naukowa
Kryminał
Kutakowski T.A., <i>Kazachstańskie tulipany</i> , książka historyczna
Lacberg C., <i>Ofiara losu</i> , kryminał
Lawrence D.H., <i>Synowie i kochankowie</i> , powieść
Lindgren A., <i>Dzieci z Bullerbyn</i> , książka dla dzieci
Link C., <i>Gra cieni</i> , powieść
Łatyński M., <i>Nie paść na kolana</i> , książka historyczna

Tabela 11 – cd.

Marlewski W., <i>Canvas w Html5</i> , informatyka, programowanie
Marszałek L., <i>Reksio</i> , książka dla dzieci
Meyer S., <i>Zaćmienie</i> , fantasy
Montgomery L., <i>Ania z Zielonego Wzgórza</i> , powieść dla młodzieży
Murphy J., <i>Potęga podświadomości</i> , książka psychologiczna
Nowacka E., <i>Małgosia kontra Małgosia</i> , powieść dla młodzieży
<i>O dzieciach z autyzmem</i> , książka fachowa
Oleksa M., <i>Ciemna strona miłości</i> , powieść obyczajowa
Omilianowicz A., <i>Szpiegowski nokturn</i> , powieść
Orzeszkowa E., <i>Nad Niemnem</i> , powieść
Podchorecki L., <i>Chocim 1621</i> , książka historyczna
Podręcznik
Polese J.M., <i>Uprawa pomidorów</i> , poradnik
Sandemo M., <i>Saga ludzi lodu</i> , fantastyka
Sansom C.J., <i>Rebelia</i> , kryminał
Storożyńska E.J.P., <i>Matka Boża Zwycięska</i> , książka historyczna
Szelburg-Zarębina E., <i>Najmilsi</i> , bajka dla dzieci
Szklarscy K. i A., <i>Złoto Gór Czarnych</i> , powieść przygodowa
Taczanowska E., <i>Architekt zieleni radzi</i> , książka fachowa
Tolkien J.R.R., <i>Silmarillion</i> , książka fantasy
Trefil J., <i>101 spotkań z nauką</i> , książka popularnonaukowa
Valtari N., <i>Czarny anioł</i> , książka historyczna
Woods S., <i>Noc księżycowego pyłu</i> , romans
Zięba J., <i>Ukryte terapie</i> , poradnik
Żeromski S., <i>Przedwiośnie</i> , powieść
Żeromski S., <i>Szyfowe prace</i> , powieść

Podstawa: respondenci, którzy czytali wczoraj książkę w jakiegokolwiek formie

Źródło: opracowanie własne.

Informacje o okolicznościach lektury i książkach czytanych w dniu poprzedzającym badanie można potraktować jako wstęp do bardziej szczegółowego opisu zwyczajów czytelnictwa, czemu poświęcono kolejny rozdział raportu.

Podsumowanie

Najpopularniejszymi rodzajami aktywności respondentów w dniu poprzedzającym badanie były: oglądanie telewizji (66,0%), spędzanie czasu z najbliższą rodziną (54,2%) oraz wspólne posiłki (47,2%). Rozmowy telefoniczne (42,5%) uzyskały podobną liczbę wskazań jak korzystanie z internetu (40,9%) – w obu przypadkach więcej niż spotkania towarzyskie (27,7%). Blisko 28% badanych poświęcało czas na pracę zarobkową poza domem – częściej w dni powszednie (30,3%).

Zaobserwowano wiele istotnych statystycznie związków pomiędzy zmiennymi demograficznymi a rodzajem podejmowanych czynności. Zależności te odzwierciedlają zwyczaje właściwe reprezentantom różnych grup społecznych i ilustrują powszechnie znane różnice

pokoleniowe, jak np. to, że oglądanie telewizji zyskuje na popularności wraz z wiekiem respondentów. W najmłodszej grupie telewizję oglądało 56,6% osób, podczas gdy w najstarszej grupie wiekowej aż 74,8%. Odwrotnie jest w przypadku korzystania z internetu, który jest domeną młodych (65,3%), a wśród osób starszych jest mało popularny (11,5% wśród badanych w wieku 60+).

Czynnościami, które zajmowały najwięcej czasu były: praca zarobkowa (dla 23,0% respondentów), spędzanie czasu z rodziną (14,2%) oraz oglądanie telewizji (12,3%).

Wszystkich respondentów, niezależnie od tego, jakie czynności wykonywali w ciągu dnia poprzedzającego badanie, spytano o czytane wówczas teksty. Blisko 43,8% osób stwierdziło, że nie miały kontaktu ze słowem drukowanym w żadnej formie. Najwięcej, bo ok. 20% osób, czytało SMS-y i powiadomienia z portali społecznościowych, 18,2% – prasę papierową, a 14,8% – krótkie wpisy i wiadomości internetowe.

Istotnie statystycznie mniej osób deklarujących brak styczności z tekstami (32,6%) odnotowano wśród osób zaliczonych do segmentu prowadzących życie towarzyskie i otwartych na komunikację z innymi. Interesujące, że choć w segmencie wykonujących czynności domowe było istotnie więcej osób, które nie zetknęły się z tekstem w żadnej formie (51,5%), było tam też istotnie więcej czytających prasę drukowaną (24,4%).

Z jakąkolwiek formą książki (drukowaną, e-bookiem lub audiobookiem) zetknęło się w ciągu dnia poprzedzającego badanie 8,6% badanych. Większość z nich poświęcała się lekturze wieczorem (54,7%). Respondenci deklarowali z reguły, że czytanie jest dla nich sposobem na przyjemne spędzanie czasu (81,5%).

Czytanie książek

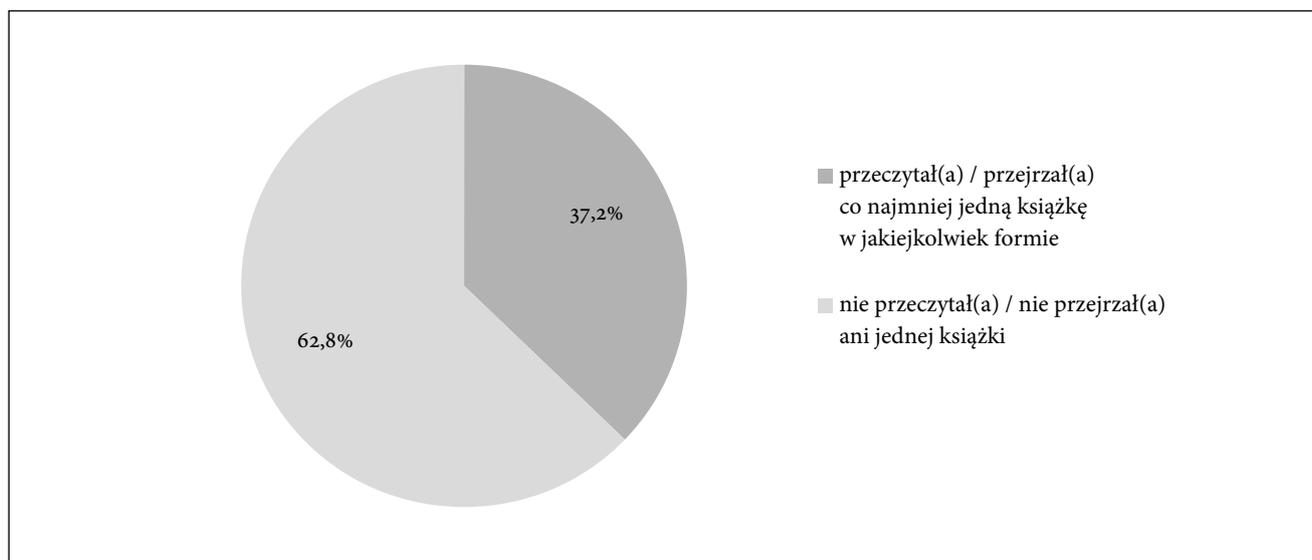
Podstawowe pytanie o czytanie książek zadano, odwołując się do możliwie szerokich doświadczeń respondentów z okresu ostatnich 12 miesięcy, proszono bowiem o uwzględnienie: po pierwsze – kontaktów z książkami w dowolnej formie, a więc papierowej, elektronicznej (e-book) lub dźwiękowej (audiobook); po drugie – zarówno lektury książek w całości, jak też we fragmentach lub choćby ich przeglądania. Pytanie miało zatem charakter inkluzyjny i mierzyło możliwie szeroki kontakt z książkami.

Twierdząco odpowiedziało na nie 37,2% badanych. Oznacza to, że blisko ⅓ respondentów nie miało w ciągu ostatniego roku nawet pobieżnej styczności z książką w jakiegokolwiek postaci [zob. wykres 13].

Zgodnie z intuicją i doniesieniami z innych badań¹¹, zmienną najsilniej różnicującą zasięg czytelnictwa jest wykształcenie. Jest to zależność istotna statystycznie na poziomie istotności $p < 0,01$ (wartość $\chi^2 = 123,9$). Spośród osób z wykształceniem wyższym czytanie książek w ciągu ostatniego roku (rozumiane tak, jak opisano wcześniej) zadeklarowało 62,6%. Można zatem powiedzieć, że proporcja czytających do nieczytających była odwrotna niż w populacji generalnej.

¹¹ Raport Polskiej Izby Książki z projektu badawczego „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce”, Warszawa 2014 (<http://goo.gl/w2qAKO>).

Wykres 13. Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy przeczytała Pan(i) lub przejrzał(a) co najmniej jedną książkę, bez względu na formę?



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Kolejną zmienną pod względem siły różnicowania okazała się płeć, gdyż o lekturze książek w ciągu ostatniego roku poinformowało aż 72,8% kobiet (spośród kobiet z wykształceniem wyższym – 78,7%).

Można również zauważyć, że czytanie istotnie statystycznie częściej deklarowali respondenci oceniający sytuację materialną swojej rodziny jako dobrą i wyróżniający się relatywnie wyższym poziomem dochodów na członka gospodarstwa domowego.

Zasięg czytelnictwa książek jest wyraźnie skorelowany ze zmiennymi opisującymi środowisko rodzinne respondentów, gdyż istotnie częściej czytają osoby, których matki miały co najmniej wykształcenie średnie, oraz te, które w dzieciństwie często słuchały książek czytanych im przez rodziców (61,3%).

Podobnie jest w przypadku obecnego zaangażowania badanych w sprawy publiczne. Zaobserwowano bowiem istotny statystycznie związek pomiędzy udziałem badanych w ostatnich wyborach oraz przekazywaniem przez nich 1% podatku na organizacje pożytku publicznego a lekturą. Zarówno „wyborcy” (41,6%), jak i „darczyńcy” (46,6%) deklarowali kontakt z książką częściej niż pozostałe osoby. Trzeba jednak pamiętać, że są to zmienne skorelowane z wcześniej omawianymi zmiennymi demograficznymi: wykształceniem i sytuacją materialną [zob. tab. 12].

Spośród respondentów, którzy w ciągu ostatniego roku czytali książki, większość (64,4%) zadeklarowała lekturę nie więcej niż sześć publikacji, a tylko niespełna 1/3 przeczytała ich siedem i więcej. Tak więc zbiorowość czytelników składa się w przeważającej części z czytelników okazjonalnych. W całej populacji odbiorcy aktywni stanowią zaledwie 11,6% [zob. wykres 14].

Podobnie jak sam fakt czytania, tak również jego intensywność jest skorelowana z płcią. Siedem i więcej książek przeczytało istotnie statystycznie więcej kobiet (39,1%) niż mężczyzn (20,4%). Natomiast większa aktywność czytelnicza osób z wykształceniem wyższym

Tabela 12. Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy przeczytała Pan(i) lub przejrzał(a) co najmniej jedną książkę, bez względu na formę?

	N =	przeczytał(a) / przejrzał(a) co najmniej jedną książkę w jakiegokolwiek formie	nie przeczytał(a) / nie przejrzał(a) ani jednej książki
Ogółem	1007	37,2%	62,8%
Płeć respondenta			
mężczyzna	494	27,2%*	72,8%*
kobieta	513	46,9%*	53,1%*
Wykształcenie respondenta			
podstawowe	140	27,1%*	72,9%*
zasadnicze zawodowe	269	20,0%*	80,0%*
średnie	356	37,1%	62,9%
wyższe	242	62,5%*	37,5%*
Sytuacja materialna respondenta			
słaba	190	28,9%*	71,1%*
przeciętna	634	36,1%	63,9%
dobra	159	50,8%*	49,2%*
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym			
do 800 zł na osobę	187	30,8%*	69,2%*
801–1600 zł na osobę	227	30,1%*	69,9%*
1601+ zł na osobę	200	42,5%	57,5%
odmowa	393	41,7%*	58,3%*
Wykształcenie matki			
podstawowe	315	23,8%*	76,2%*
zasadnicze zawodowe	298	34,2%	65,8%
średnie	258	53,8%*	46,2%*
wyższe	30	69,8%	30,2%
nie wiem	106	36,1%	63,9%
Zaangażowanie społeczno-polityczne			
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	576	41,6%*	58,4%*
przekazywanie 1% podatku	397	46,6%*	53,4%*
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?			
rodzice (często)	252	61,3%*	38,7%*
tak, w przedszkolu	328	53,6%*	46,4%*
tak, w szkole	406	47,1%*	52,9%*
tak, w bibliotece	230	45,4%*	54,6%*

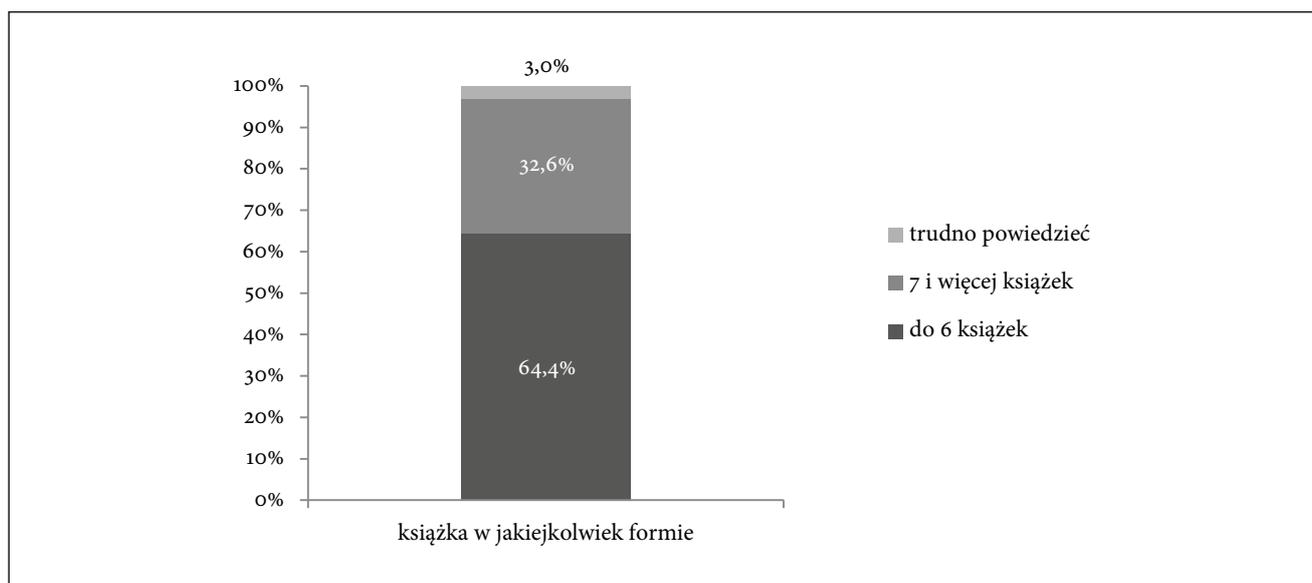
Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

jest widoczna jedynie na poziomie tendencji, a zależności pomiędzy sytuacją materialną – zarówno opisywaną subiektywnie, jak i mierzoną poziomem dochodów – a liczbą przeczytanych książek nie zaobserwowano.

O ile na liczbę czytanych książek nie ma wpływu wykształcenie matki czytelnika (w okresie, gdy miał on 14 lat), o tyle istotnie statystycznie częściej lekturę siedmiu i więcej książek deklarowały osoby, którym czytano je w szkole lub w bibliotece (odpowiednio 38,3% i 42,6%).

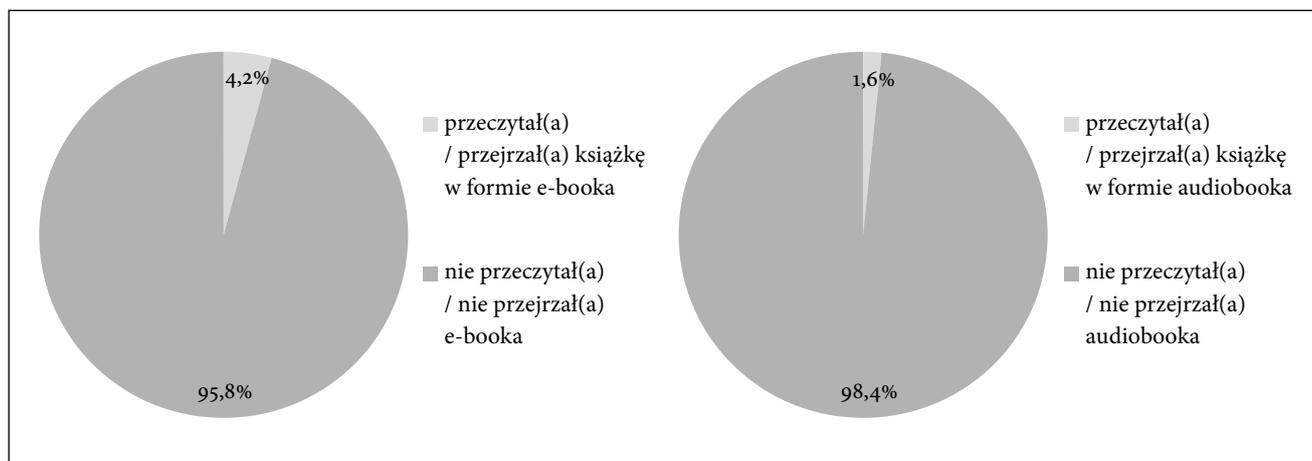
Wykres 14. Ile książek (bez względu na formę) przeczytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu ostatnich 12 m-cy przeczytali książkę w jakiegokolwiek formie; N = 358

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 15. Czy wśród przeczytanych w ciągu ostatnich 12 miesięcy przez Pana(ią) książek były e-booki / audiobooki?



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Wydaje się zatem, że zmienne społeczno-demograficzne lepiej wyjaśniają sam fakt czytania niż jego intensywność. W przypadku tej ostatniej charakterystyki, rysuje się raczej korelacja ze zmiennymi opisującymi funkcjonowanie jednostki w otoczeniu społecznym, zwłaszcza w okresie socjalizacji [zob. tab. 13].

Zasięg czytelnictwa książek w formie e-booków lub audiobooków – wbrew obiegowym opiniom – jest nieznaczny i wynosi odpowiednio 4,2% i 1,6%. Jest tak pomimo upowszechniania się urządzeń mogących służyć do czytania i słuchania tekstów piśmienniczych. Czytanie książek oznacza nadal, w zdecydowanej większości przypadków, lekturę tradycyjnego wydania papierowego [zob. wykres 15].

Tabela 13. Ile książek (bez względu na formę) przeczytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

	N =	do 6 książek	7 i więcej książek	trudno powiedzieć
Ogółem	358	64,4%	32,6%	3,0%
Płeć respondenta				
mężczyzna	124	73,7%*	20,4%*	5,9%
kobieta	234	59,5%*	39,1%*	1,4%
Wykształcenie respondenta				
podstawowe	35	66,0%	29,9%	4,1%
zasadnicze zawodowe	49	70,7%	23,9%	5,3%
średnie	127	64,5%	31,6%	3,8%
wyższe	146	61,9%	37,0%	1,1%
Sytuacja materialna respondenta				
słaba	54	70,1%	27,1%	2,8%
przeciętna	221	61,4%	37,2%*	1,4%
dobra	73	66,9%	26,4%	6,7%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym				
do 800 zł na osobę	58	67,3%	31,7%	1,0%
801–1600 zł na osobę	68	53,6%*	46,4%	0,0%
1601+ zł na osobę	79	73,0%	24,2%	2,9%
odmowa	154	63,8%	31,2%	5,1%
Wykształcenie matki				
podstawowe	73	66,6%	29,7%	3,7%
zasadnicze zawodowe	94	62,8%	36,2%	1,1%
średnie	132	60,1%	36,2%	3,8%
wyższe	20	76,2%	23,8%	0,0%
nie wiem	38	73,4%	21,6%	5,0%
Zaangażowanie społeczno-polityczne				
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	230	66,9%	30,8%	2,3%
przekazywanie 1% podatku	178	59,1%*	38,4%*	2,5%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?				
rodzice (często)	153	62,6%	34,4%	3,0%
tak, w przedszkolu	172	63,2%	35,1%	1,7%
tak, w szkole	186	61,1%	38,3%*	0,6%
tak, w bibliotece	102	57,4%	42,6%*	0,0%

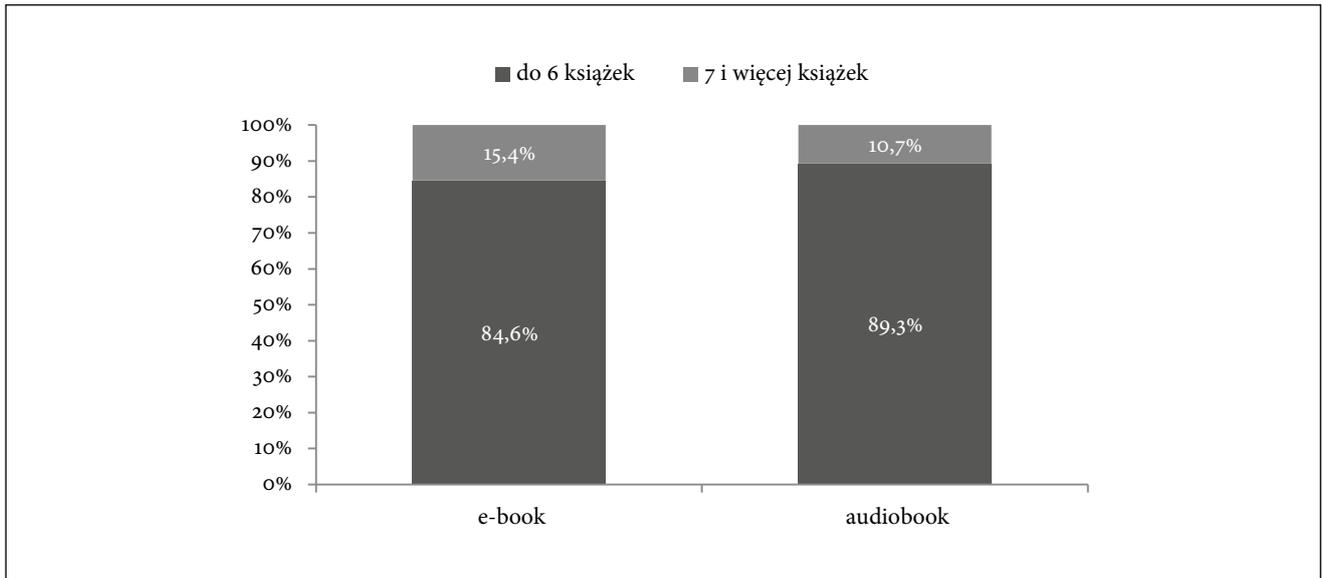
Podstawa: respondenci, którzy w ciągu ostatnich 12 m-cy przeczytali książkę w jakiegokolwiek formie; N = 358

Źródło: opracowanie własne.

Dane na temat liczby przeczytanych e-booków i audiobooków należy traktować pogłędowo ze względu na niewielkie podstawy oprocentowania, można jednak zauważyć – na poziomie tendencji – że na zbiorowość czytelników książek w wydaniu cyfrowym lub dźwiękowym składają się w zdecydowanej większości osoby czytające z małą intensywnością – nie więcej niż sześć książek w ciągu roku [zob. wykres 16].

Jako urządzenie do czytania e-booków lub audiobooków częściej wymieniano laptop niż, lepiej do tego celu przystosowane, tablet lub czytnik. Wynik ten oparty jest jednak na

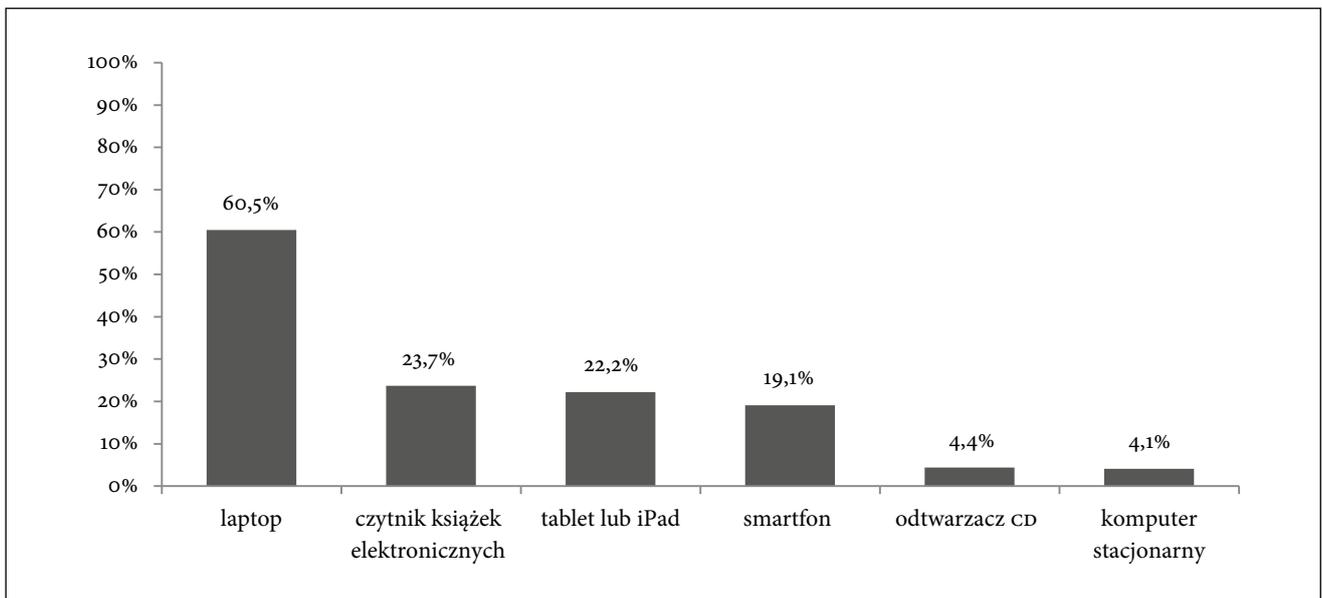
Wykres 16. Ile e-booków / audiobooków przeczytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu ostatnich 12 m-cy przeczytali e-booka [N = 35] / audiobooka [N = 12]

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 17. Z jakich urządzeń korzystał(a) Pan(i), aby czytać książki elektroniczne i/lub słuchać książek dźwiękowych?



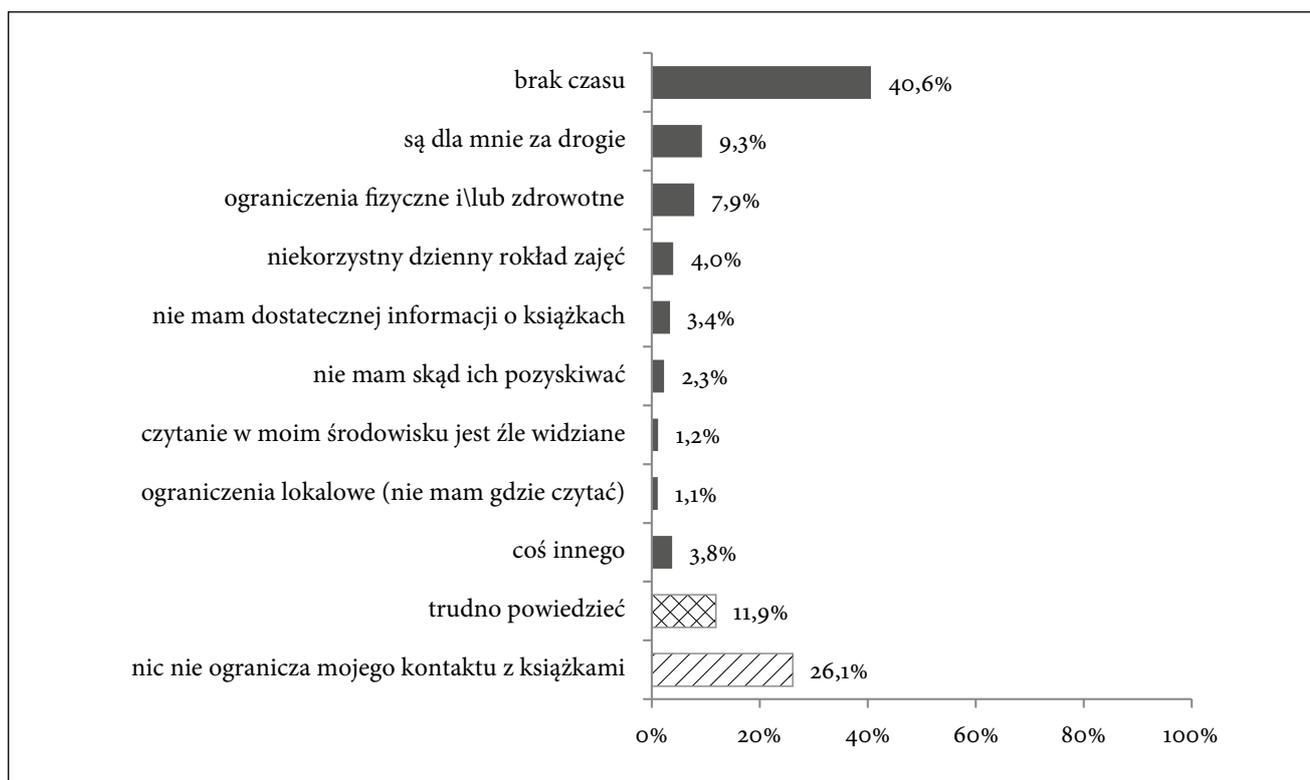
Podstawa: respondenci, którzy w ciągu ostatnich 12 miesięcy przeczytali e-booka i / lub audiobooka; N = 39

Źródło: opracowanie własne.

niewielkiej próbie czytelników i nie może być podstawą do uogólnień, a świadczy jedynie o rysującej się tendencji [zob. wykres 17].

Bardzo ważne wydają się odpowiedzi na pytania dotyczące barier ograniczających kontakt z książkami, zwłaszcza że zauważa je ponad 60% populacji. Choć w większości przypadków odpowiedź jest niespecyficzna – deklarowany brak czasu – to jednak warto zwrócić

Wykres 18. Co ogranicza Pana(i) kontakt z książkami?



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy nie przeczytali żadnej książki; N = 632

Źródło: opracowanie własne.

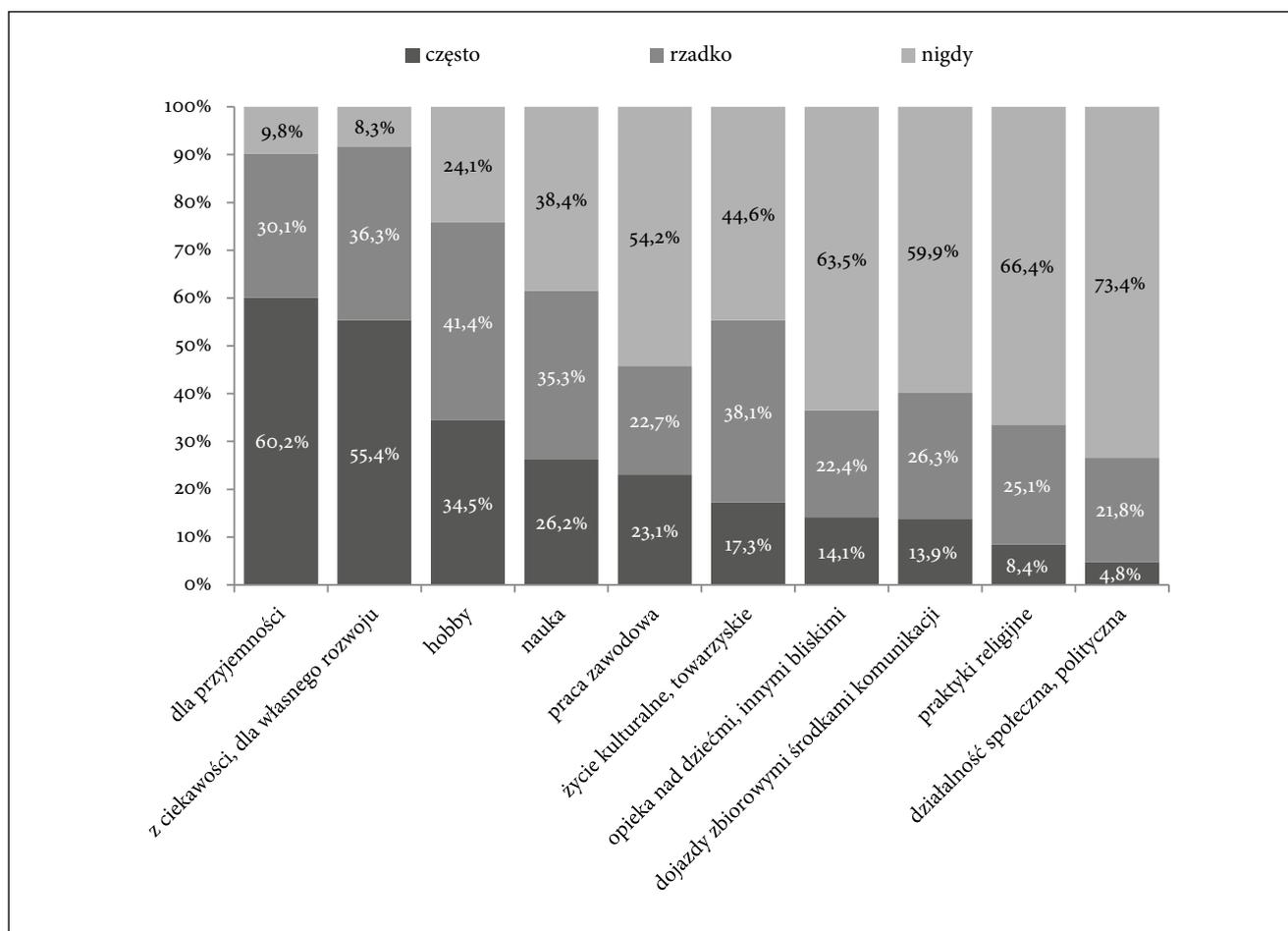
uwagę, że względnie często wskazywano też na cenę książek (9,3%). Jak pamiętamy, mimo że poziom dochodów i sytuacja materialna w gospodarstwie domowym nie różnicowały istotnie intensywności lektury, to rzeczywiście w rodzinach lepiej sytuowanych zasięg czytelnictwa książek był wyższy (50,8%). Około 8% wskazań dotyczyło ograniczeń fizycznych (np. związanych z wiekiem) i złego stanu zdrowia.

Interesujące jest, że 26,1% spośród osób nieczytających książek twierdzi jednocześnie, że nie dostrzega żadnych barier w kontaktach z nimi. Znaczący to, że 16,4% wszystkich respondentów nie sięga po książki, gdyż po prostu nie czuje takiej potrzeby. Niestety odsetek ten może być faktycznie jeszcze wyższy, gdyż pewna część osób udzielających najpopularniejszej odpowiedzi (brak czasu) też może mieścić się w kategorii niezainteresowanych czytaniem. Powoływanie się na brak czasu oznacza bowiem na ogół, że nie przywiązuje się do lektury większej wagi [zob. wykres 18].

Czytając książki zadano pytanie o okoliczności czytania i powody lektury. Dominowały motywy nieutilitarne: dla przyjemności, z ciekawości, ze względu na hobby. Powody pragmatyczne (nauka, praca zawodowa) wymieniano znacznie rzadziej.

Czytanie książek towarzyszy niekiedy także opiece nad dziećmi lub innymi osobami zależnymi (deklaruje to 26,5% osób). Ponieważ w całej próbie 25,0% badanych wspomina, że w dzieciństwie rodzice często czytali im książki, obecnie zaś 20,5% osób mających dzieci przyznaje, że postępuje tak w stosunku do swych potomków, może to pośrednio świadczyć o tym, że zwyczaj czytania dzieciom (relatywnie niezbyt rozpowszechniony) utrzymuje się

Wykres 19. Podczas jakich działań / z jakich przyczyn czyta Pan(i) książki? Do czego są Panu(i) one potrzebne?



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę; N = 358

Źródło: opracowanie własne.

w kolejnych pokoleniach na podobnym poziomie. Gdy bowiem założymy, że rodzice mogą czytać książkę jednocześnie więcej niż jednemu dziecku, wtedy wspomniane wyżej odsetki będą do siebie zbliżone [zob. wykres 19].

Dwa główne motywy czytania książek: dla przyjemności (70,7%) i z ciekawości (61,6%) są istotnie statystycznie popularniejsze wśród kobiet. Czytanie dla przyjemności i ze względu na hobby częściej deklarowały osoby z wykształceniem średnim (odpowiednio 67,2% i 43,3%), osoby z wyższym wykształceniem zaś częściej łączyły lekturę z pracą zawodową (37,3%). Czytanie dla przyjemności wydaje się być charakterystyczne także dla osób o przeciętnej sytuacji materialnej, co może świadczyć, że lektura jest przez nich traktowana jako forma rozrywki niewymagająca wysokich nakładów finansowych [zob. tab. 14].

Respondenci wychowywani przez matki mające wykształcenie średnie obecnie istotnie statystycznie częściej wykorzystują książki w sferach edukacji (32,4%) i pracy zawodowej (30,2%), podczas gdy osoby, których matki miały wykształcenie podstawowe, częściej czytają dla przyjemności (70,6%). Prawdopodobnie matki, które ukończyły szkołę średnią, wpołyły swoim dzieciom przekonanie o roli lektury w zdobywaniu wykształcenia i w doskonaleniu zawodowym.

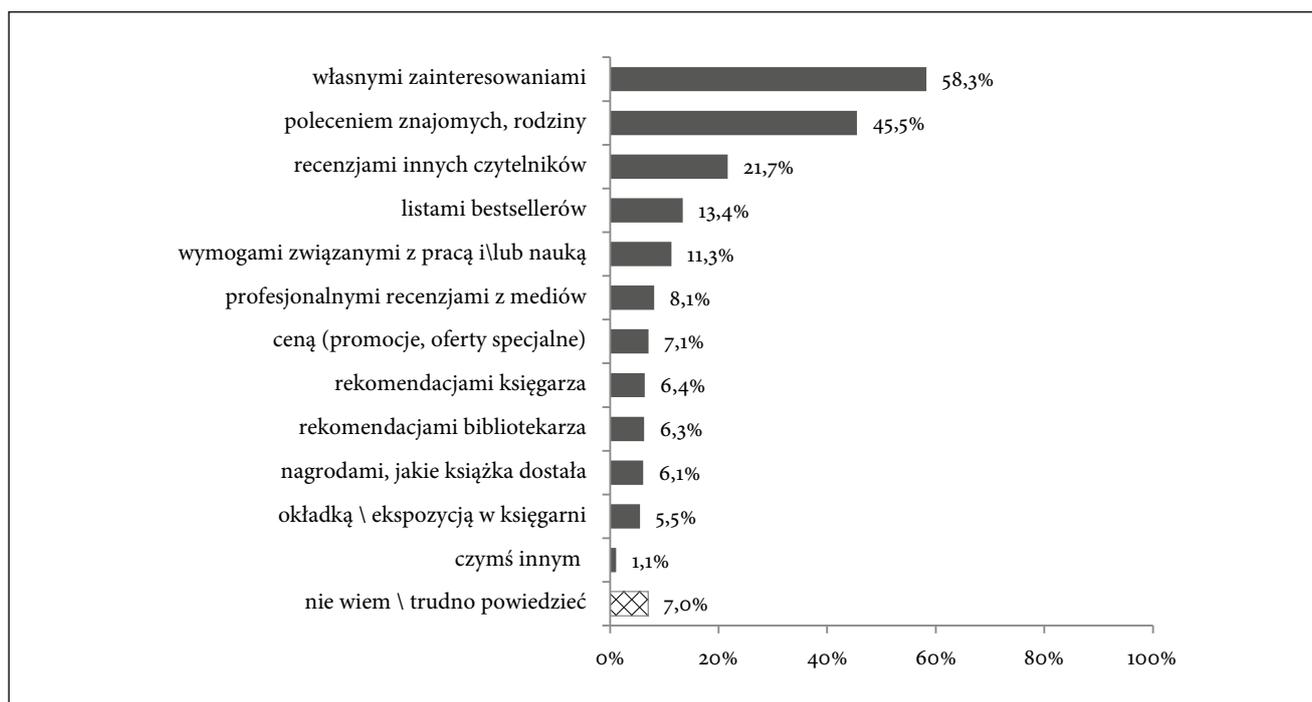
Tabela 14. Podczas jakich działań / z jakich przyczyn „często” czyta Pan(i) książki?

	N =	dla przyjemności	z ciekawości, dla własnego rozwoju	hobby	nauka	praca zawodowa	życie kulturalne, towarzyskie	opieka nad dziećmi, innymi bliskimi	dojazdy zbiorowymi środkami komunikacji	praktyki religijne	działalność społeczna, polityczna
Ogółem	358	60,2%	55,4%	34,5%	26,2%	23,1%	17,3%	14,1%	13,9%	8,4%	4,8%
Płeć respondenta											
mężczyzna	124	40,3%*	44,7%*	28,0%	24,9%	31,3%	11,5%	9,7%	15,5%	4,1%	5,1%
kobieta	234	70,7%*	61,1%*	37,9%	27,0%	18,7%*	20,4%*	16,4%	13,0%	10,8%	4,6%
Wykształcenie respondenta											
podstawowe	35	46,3%	39,2%	27,1%	65,5%	8,4%	9,9%	9,0%	19,4%	9,3%	6,8%
zasadnicze zawodowe	49	46,3%	46,4%	21,4%	5,5%	13,0%	13,4%	10,1%	16,6%	15,4%	3,7%
średnie	127	67,2%*	58,8%	43,3%*	23,9%	14,6%	11,9%	11,2%	12,9%	8,4%	4,2%
wyższe	146	62,1%	59,4%	33,0%	25,7%	37,3%*	25,1%	19,2%	12,5%	6,0%	5,3%
Sytuacja materialna respondenta											
słaba	54	59,7%	46,3%	21,9%	16,1%	14,7%	13,9%	16,6%	16,8%	11,6%	6,6%
przeciętna	221	64,7%*	59,1%	38,0%	27,3%	24,6%	20,8%*	15,0%	14,2%	9,6%	3,9%
dobra	73	50,3%	50,3%	34,7%	25,0%	28,1%	11,8%	11,4%	10,7%	2,0%	6,9%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym											
do 800 zł na osobę	58	78,3%*	66,0%	39,2%	13,5%	11,4%	21,2%	12,4%	9,2%	8,7%	2,3%
801–1600 zł na osobę	68	75,7%*	66,9%*	44,2%	35,4%	29,3%	9,7%	16,5%	11,5%	5,5%	3,9%
1601+ zł na osobę	79	44,2%*	42,4%*	31,0%	23,6%	29,9%	24,4%	15,1%	17,2%	7,3%	11,4%
Odmowa	154	54,7%	53,0%	30,2%	28,3%	21,2%	15,6%	13,1%	14,9%	10,2%	2,8%
Wykształcenie matki											
podstawowe	73	70,6%*	62,8%	43,7%	27,5%	21,7%	12,2%	13,2%	6,4%	12,7%	3,4%
zasadnicze zawodowe	94	58,4%	57,5%	24,6%*	20,9%	20,3%	19,5%	12,4%	15,1%	7,8%	2,5%
średnie	132	57,2%	50,1%	39,4%	32,4%*	30,2%*	18,9%	16,6%	17,8%	5,6%	9,4%
wyższe	20	52,7%	67,3%	14,6%	25,6%	6,9%	8,4%	14,0%	5,7%	5,7%	0,0%
nie wiem	38	58,6%	47,6%	34,7%	15,7%	16,5%	20,9%	11,2%	16,2%	13,1%	0,0%
Zaangażowanie społeczno-polityczne											
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	230	63,1%	59,9%*	37,0%	18,9%*	25,7%	17,4%	13,3%	10,0%*	8,4%	3,5%
przekazywanie 1% podatku	178	62,5%	60,7%*	41,0%*	21,6%*	28,3%*	23,6%*	15,2%	12,5%	6,7%	4,4%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?											
rodzice (często)	153	68,6%*	64,2%*	41,8%*	31,8%*	23,9%	22,3%	13,3%	13,2%	2,8%	5,6%
tak, w przedszkolu	172	62,7%	55,5%	35,7%	26,6%	22,0%	21,3%	15,8%	12,5%	5,6%	6,6%
tak, w szkole	186	65,6%*	61,2%*	41,0%*	28,3%	25,8%	24,2%*	17,1%	15,3%	6,1%	6,1%
tak, w bibliotece	102	62,6%	63,0%	45,8%*	25,7%	24,7%	34,5%	24,3%	18,2%	11,9%	9,4%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę; N = 358

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 20. Czym się Pan(i) kieruje wybierając książki?



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę; N = 375

Źródło: opracowanie własne.

Badani zaangażowani w życie społeczno-polityczne istotnie częściej łączą czytanie z własnymi zainteresowaniami i z samorozwojem, rzadziej ze zdobywaniem wiedzy. Z kolei respondenci, którzy przekazali 1% podatku na cele organizacji pożytku publicznego, częściej sięgają po książkę ze względu na hobby (41,0%), pracę zawodową (28,3%), życie towarzyskie i kulturalne (23,6%), co może współgrać z profilem tych osób jako otwartych w kontaktach, aktywnych zawodowo i towarzysko.

Słuchanie w dzieciństwie książek czytanych przez rodziców sprzyja obecnie istotnie częstszym wskazaniom wszystkich najpopularniejszych powodów lektury: dla przyjemności (68,6%), z ciekawości (64,2%) i ze względu na hobby (41,8%). W podobnym kierunku działa również słuchanie książek w trakcie edukacji szkolnej. Można zatem uznać, że kontakt z książkami na etapie socjalizacji toruje drogę do późniejszego dostrzegania ich wartości autotelicznej. Dodatkowo, badani, którym rodzice często czytali książki, istotnie częściej sięgają po nie także ze względu na naukę (31,8%) [zob. tab. 14].

Przy wyborze książek czytelnicy najczęściej kierują się własnymi zainteresowaniami (58,3%), co dobrze koresponduje z najczęstszymi motywami lektury, o których wspomniano wcześniej. Sugestie znajomych czy rodziny wymienia 45,5% osób, a recenzje czytelników – 21,7%. Widać więc, że przy wyborze książek do czytania dominują nieformalne źródła rekomendacji. Listy bestsellerów (swoista referencja konsumencka), a także profesjonalne recenzje medialne lub recenzje pochodzące od specjalistów bierze się pod uwagę znacznie rzadziej. Warto jednak zaznaczyć, że tylko nieliczni czytelnicy przyznają się do „sądzenia książki po okładce” i wybierania jej na podstawie sposobu ekspozycji lub samego wyglądu (5,5%) [zob. wykres 20].

Tabela 15. Czym się Pan(i) kieruje wybierając książki? (1)

	N =	własnymi zainteresowaniami	połączeniem znajomych, rodziny	recenzjami innych czytelników	listami bestsellerów	wymogami związanymi z pracą i/lub nauką	profesjonalnymi recenzjami z mediów	ceną (promocje, oferty specjalne)	rekomendacjami księgarza	rekomendacjami bibliotekarza	nagrodami, jakie książka dostała	okładką \ ekspozycją w księgarni	czymś innym	nie wiem \ trudno powiedzieć
Ogółem	375	58,3%	45,5%	21,7%	13,4%	11,3%	8,1%	7,1%	6,4%	6,3%	6,1%	5,5%	1,1%	7,0%
Płeć respondenta														
mężczyzna	134	54,4%	35,7%*	13,2%	7,8%	9,0%	6,1%	7,3%	2,9%	5,2%	5,0%	3,1%	0,7%	10,8%
kobieta	241	60,5%	51,0%*	26,5%*	16,6%*	12,6%	9,2%	6,9%	8,4%	6,9%	6,7%	6,9%	1,4%	4,9%
Wykształcenie respondenta														
podstawowe	38	56,5%	26,4%	22,4%	7,1%	28,2%	13,5%	4,6%	1,2%	6,2%	2,9%	3,6%	3,7%	10,5%
zasadnicze zawodowe	54	58,1%	35,3%	7,8%	4,5%	5,0%	2,3%	7,2%	3,0%	9,5%	2,4%	4,7%	0,0%	15,6%
średnie	132	64,0%	46,0%	24,3%	11,6%	4,6%	9,7%	8,3%	4,8%	5,4%	5,5%	5,6%	2,2%	6,5%
wyższe	151	53,9%	53,6%*	24,3%	19,8%	15,2%	7,4%	6,6%	10,4%	5,9%	8,6%	6,2%	0,0%	3,6%
Sytuacja materialna respondenta														
słaba	55	70,5%*	46,9%	20,8%	1,8%	1,3%	5,3%	10,6%	0,0%	9,7%	3,3%	6,6%	0,0%	10,2%
przeciętna	229	60,1%	42,8%	22,3%	13,8%	12,0%	9,0%	7,1%	7,2%	6,8%	6,3%	5,6%	1,4%	6,9%
dobra	81	47,7%*	56,7%*	20,7%	22,0%	13,8%	8,7%	5,6%	9,4%	3,1%	8,1%	5,4%	1,2%	5,3%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym														
do 800 zł na osobę	58	57,4%	57,9%	21,8%	14,8%	7,4%	8,0%	5,0%	2,0%	13,2%	1,8%	3,2%	2,2%	4,8%
801–1600 zł na osobę	68	64,1%	31,4%*	19,4%	4,0%	4,3%	9,6%	8,2%	1,7%	6,1%	5,5%	7,9%	2,3%	7,5%
1601+ zł na osobę	85	39,8%*	52,3%	21,6%	20,9%	23,0%	14,1%	6,5%	14,8%	2,8%	10,3%	5,9%	0,0%	9,2%
odmowa	164	65,9%*	43,6%	22,7%	13,0%	9,5%	4,4%	7,6%	5,6%	5,7%	5,6%	5,1%	0,9%	6,5%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę; N = 375

Źródło: opracowanie własne.

Kobiety, wybierając książki, istotnie częściej korzystają z rekomendacji znajomych (51,0%) i recenzji czytelników (26,5%), a także częściej sugerują się listami bestsellerów (16,6%).

Na nieformalne rekomendacje istotnie częściej wskazują też osoby z wykształceniem wyższym (53,6%), co może wynikać z tego, że częściej mają w swoim otoczeniu znajomych, mogących być źródłem wiedzy na temat książek wartych przeczytania [zob. tab. 15].

Badani wychowywani przez matki z wykształceniem średnim obecnie częściej (52,7%) wybierają książki na podstawie opinii innych (znajomych, rodziny) niż kierując się własnymi zainteresowaniami. Ta istotna statystycznie zależność nie występuje w przypadku innych kategorii respondentów. Jak wynika z wcześniej przedstawianych danych, wspomniane osoby wyniosły z domu atencję do czytania i przekonanie o jego pragmatycznej funkcji, prawdopodobnie jednak wpojono im jednocześnie, że wybierając konkretne teksty, powinny opierać się na autorytetach zewnętrznych. Zwyczaj kierowania się nieformalną rekomendacją istotnie częściej deklarowali także badani, którzy jako dzieci słuchali czytanych książek w bibliotece, oraz ci, którzy przeznaczają 1% podatku na cele charytatywne. Można

Tabela 16. Czym się Pan(i) kieruje wybierając książki? (2)

	N =	własnymi zainteresowaniami	połączeniem znajomych, rodziny	recenzjami innych czytelników	listami bestsellerów	wymogami związanymi z pracą i/lub nauką	profesjonalnymi recenzjami z mediów	ceną (promocje, oferty specjalne)	rekomendacjami księgarza	rekomendacjami bibliotekarza	nagrodami, jakie książka dostała	okładką \ ekspozycją w księgarni	czymś innym	nie wiem \ trudno powiedzieć
Ogółem	375	58,3%	45,5%	21,7%	13,4%	11,3%	8,1%	7,1%	6,4%	6,3%	6,1%	5,5%	1,1%	7,0%
Wykształcenie matki														
podstawowe	75	79,0%*	43,0%	19,3%	13,5%	7,3%	5,2%	1,1%	3,2%	8,4%	5,2%	7,2%	2,9%	3,5%
zasadnicze zawodowe	102	58,0%	42,4%	22,0%	8,8%	10,0%	11,2%	13,7%	1,0%	12,5%	4,0%	2,9%	0,0%	8,9%
średnie	139	48,7%*	52,7%*	25,7%	17,0%	16,5%	8,2%	6,7%	13,5%	2,0%	8,6%	7,9%	1,2%	3,4%
wyższe	21	65,3%	28,8%	10,3%	18,3%	17,9%	13,2%	11,8%	9,6%	0,0%	0,0%	6,4%	0,0%	0,0%
nie wiem	38	49,8%	41,9%	17,4%	10,1%	0,0%	2,4%	0,0%	0,0%	4,4%	7,2%	0,0%	1,2%	26,2%
Zaangażowanie społeczno-polityczne														
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	239	60,3%	47,9%	21,3%	14,8%	10,0%	7,8%	7,1%	5,7%	6,4%	7,8%	5,9%	1,2%	6,7%
przekazywanie 1% podatku	185	58,3%	54,7%*	25,0%	18,7%	13,3%	11,5%	6,7%	6,8%	7,2%	10,7%	6,7%	1,5%	6,8%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?														
rodzice (często)	154	60,5%	48,1%	25,4%	20,7%	14,0%	11,1%	4,6%	4,5%	8,7%	6,3%	7,2%	1,1%	6,8%
tak, w przedszkolu	176	55,2%	48,4%	22,8%	19,3%	15,5%	11,4%	4,1%	9,5%	5,6%	7,2%	4,7%	1,2%	4,6%
tak, w szkole	191	60,2%	50,1%	23,5%	18,3%	10,1%	11,3%	6,2%	9,5%	6,9%	6,1%	5,4%	1,7%	5,3%
tak, w bibliotece	104	60,1%	53,8%*	28,8%	19,7%	12,3%	11,1%	6,4%	14,3%	10,4%	11,8%	8,7%	0,0%	4,0%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę; N = 375

Źródło: opracowanie własne.

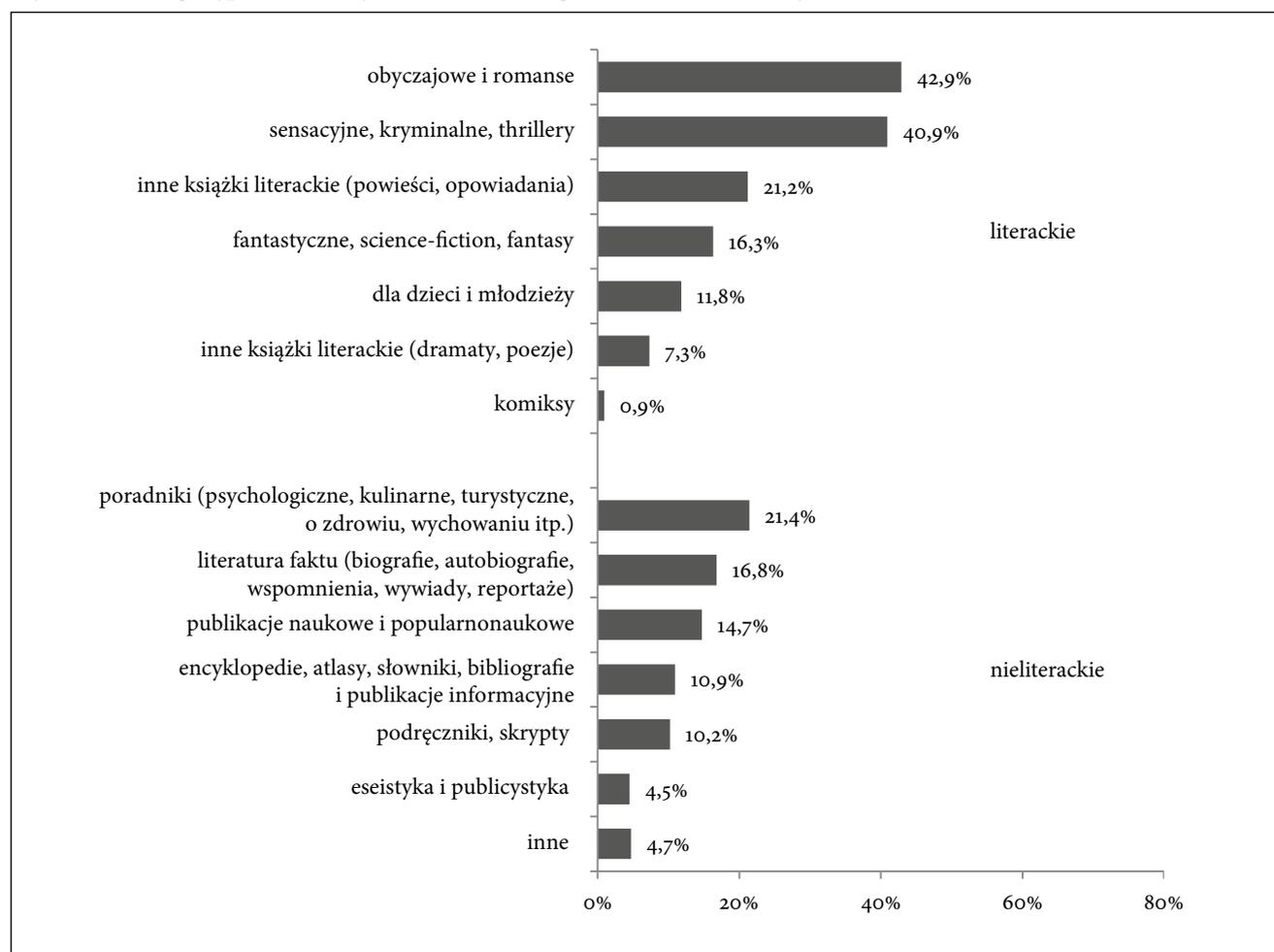
to tłumaczyć z jednej strony ugruntowanym zwyczajem rozmów o książkach, a z drugiej – obracaniem się w gronie osób, z którymi takie rozmowy można prowadzić [zob. tab. 16].

Pytanie o typy czytanych książek przynosi łatwą do przewidzenia odpowiedź, że dominują wśród nich publikacje literackie. Najczęściej są to książki „gatunkowe”: obyczajowe i romanse (42,9%), w następnej kolejności sensacyjne, kryminalne i thrillery (40,9%). Wśród książek nieliterackich najpopularniejsze są poradniki (21,4%) oraz literatura faktu (16,8%). Obie te kategorie wyprzedzają tę część „innych książek literackich”, którą stanowią powieści i opowiadania pozbawione wyraźnych cech gatunkowych (21,2%) [zob. wykres 21].

Ranking typów czytanych książek jest diametralnie różny wśród kobiet i mężczyzn. Czytelniczki istotnie częściej wybierają teksty obyczajowe i romanse (61,4%), pozbawione cech gatunkowych powieści i opowiadania (27,6%), rzadziej zaś książki fantasy i science-fiction (11,1%) oraz publikacje naukowe (9%). Wśród mężczyzn najpopularniejsze są powieści sensacyjne, kryminalne i thrillery (37,2%) oraz z gatunku fantastyka (26,3%). Zgodnie z intuicją, mężczyźni istotnie rzadziej sięgają po książki obyczajowe i romanse (8%) [zob. tab. 17].

Osobom, które przeczytały w ciągu ostatniego roku przynajmniej jedną książkę literacką, zadano pytanie, czy przy wyborze kierowały się tym, czy była to książka autora polskiego

Wykres 21. Jakiego typu książki czytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę; N = 358

Źródło: opracowanie własne.

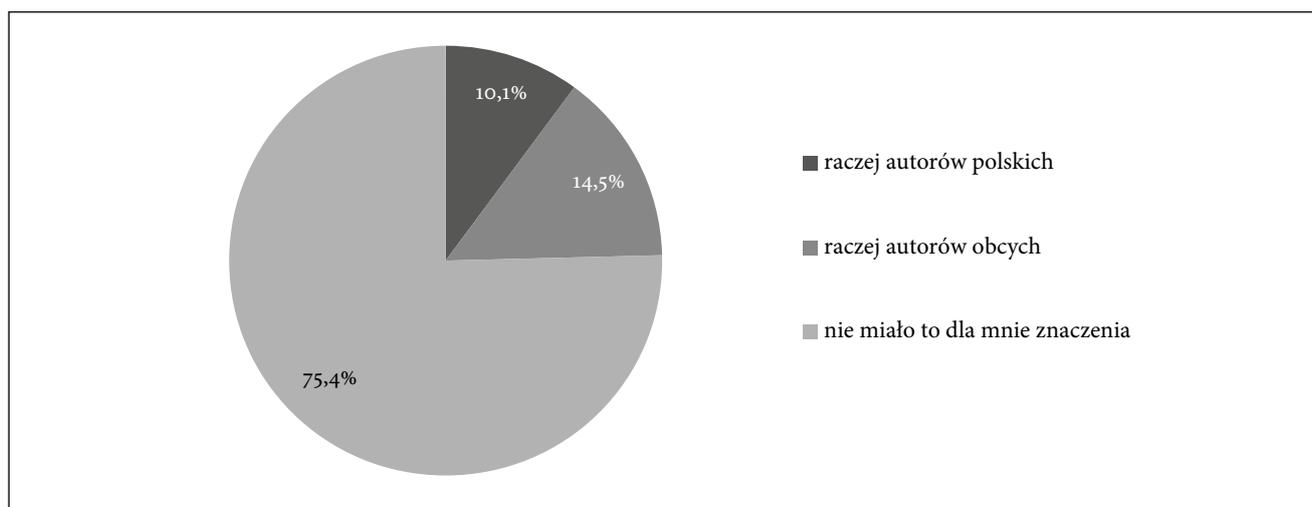
Tabela 17. Jakiego typu książki czytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

	N =	obyczajowe i romanse	sensacyjne, kryminalne, thrillery	inne książki literackie (powieści, opowiadania)	fantastyczne, science-fiction, fantasy	dla dzieci i młodzieży	inne książki literackie (dramaty, poezje)	komiksy	poradniki (psychologiczne, kulinarne, turystyczne, o zdrowiu, wychowaniu itp.)	literatura faktu (biografie, autobiografie, wspomnienia, wywiady, reportaże)	publikacje naukowe i popularnonaukowe	encyklopedie, atlasy, słowniki, bibliografie i publikacje informacyjne	podręczniki, skrypty	eseistyka i publicystyka
Ogółem	358	42,9%	40,9%	21,2%	16,3%	11,8%	7,3%	0,9%	21,4%	16,8%	14,7%	10,9%	10,2%	4,5%
Płeć respondenta														
mężczyzna	124	8,0%*	37,2%	9,3%	26,3%	8,3%	2,3%	0,8%	18,0%	20,1%	25,3%	12,4%	9,2%	2,6%
kobieta	234	61,4%*	42,9%	27,6%*	11,1%*	13,7%	10,0%	0,9%	23,2%	15,1%	9,0%*	10,1%	10,8%	5,5%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę; N = 358

Źródło: opracowanie własne.

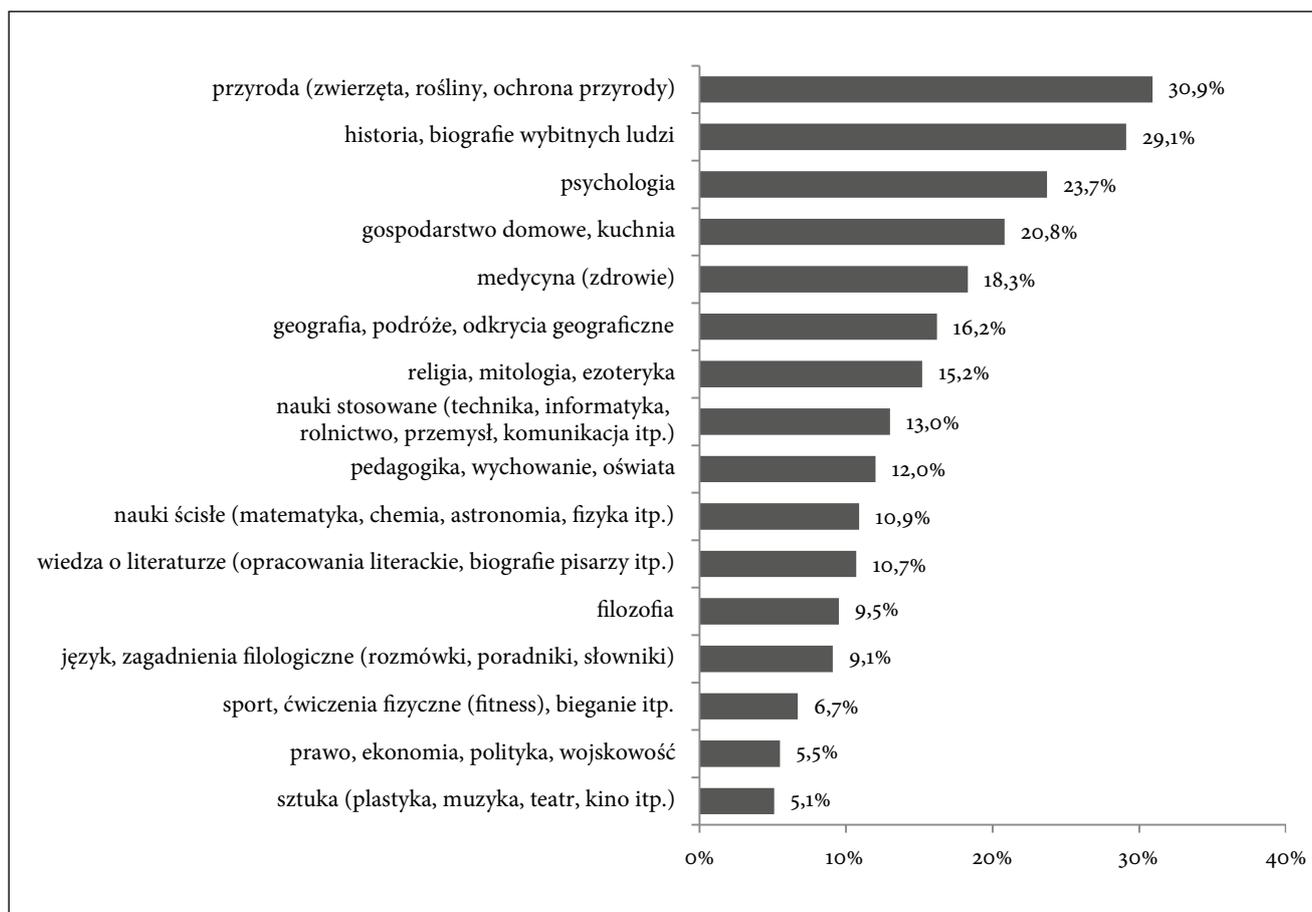
Wykres 22. Czy wybierał(a) Pan(i) książki literackie...



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę literacką; N = 290

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 23. Jakich tematów dotyczyły czytane przez Pana(i) książki nieliterackie?



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę nieliteracką; N = 188

Źródło: opracowanie własne.

czy zagranicznego. Zdecydowana większość czytelników stwierdziła, że nie miało to dla nich znaczenia (75,4%). Pozostali częściej wskazywali autorów zagranicznych (14,5%) niż polskich (10,1%) [zob. wykres 22].

Sięgając po książki nieliterackie, respondenci najczęściej wybierają publikacje o tematyce przyrodniczej (30,9%), a więc głównie wszelkiego rodzaju poradniki dotyczące uprawy roślin lub hodowli zwierząt. Niemal tak samo popularne są książki historyczne oraz biografie (29,1%). Dużym zainteresowaniem – znacznie większym niż publikacje dotyczące sportu i ćwiczeń fizycznych – cieszą się opracowania o tematyce psychologicznej (23,7%). Książki dotyczące kulinariów oraz innych aspektów prowadzenia gospodarstwa domowego uzyskały 20,8% wskazań, a medycyny / zdrowia – 18,3% [zob. wykres 23].

Podsumowanie

Zasięg czytelnictwa książek, rozumianego jako przeczytanie (w całości lub w części) bądź choćby przejrzanie jakiegokolwiek książki (drukowanej, elektronicznej lub dźwiękowej), wynosi 37,2%.

Czytelnictwo najsilniej skorelowane jest z wykształceniem oraz z płcią. Zasięg czytelnictwa jest wyższy wśród osób lepiej wykształconych oraz kobiet. Istotnie częściej czytają także badani, których matki miały co najmniej wykształcenie średnie, oraz ci, którzy w dzieciństwie mieli częsty kontakt z książkami czytany im przez rodziców.

Wśród czytających książki znaczną większość stanowią osoby, które sięgają w ciągu roku po nie więcej niż sześć publikacji.

Zasięg czytelnictwa książek w formie e-booków i audiobooków jest niski (odpowiednio 4,2% i 1,6%).

Wśród przyczyn utrudniających kontakt z książkami przeważa brak czasu na lekturę, co może świadczyć o niewielkim znaczeniu, jaki przypisuje jej znaczna część respondentów. Ponad 26% osób nieczytających książek przyznaje, że nie istnieją bariery powstrzymujące ich przed lekturą, należy więc traktować ich nieczytanie jako intencjonalny wybór.

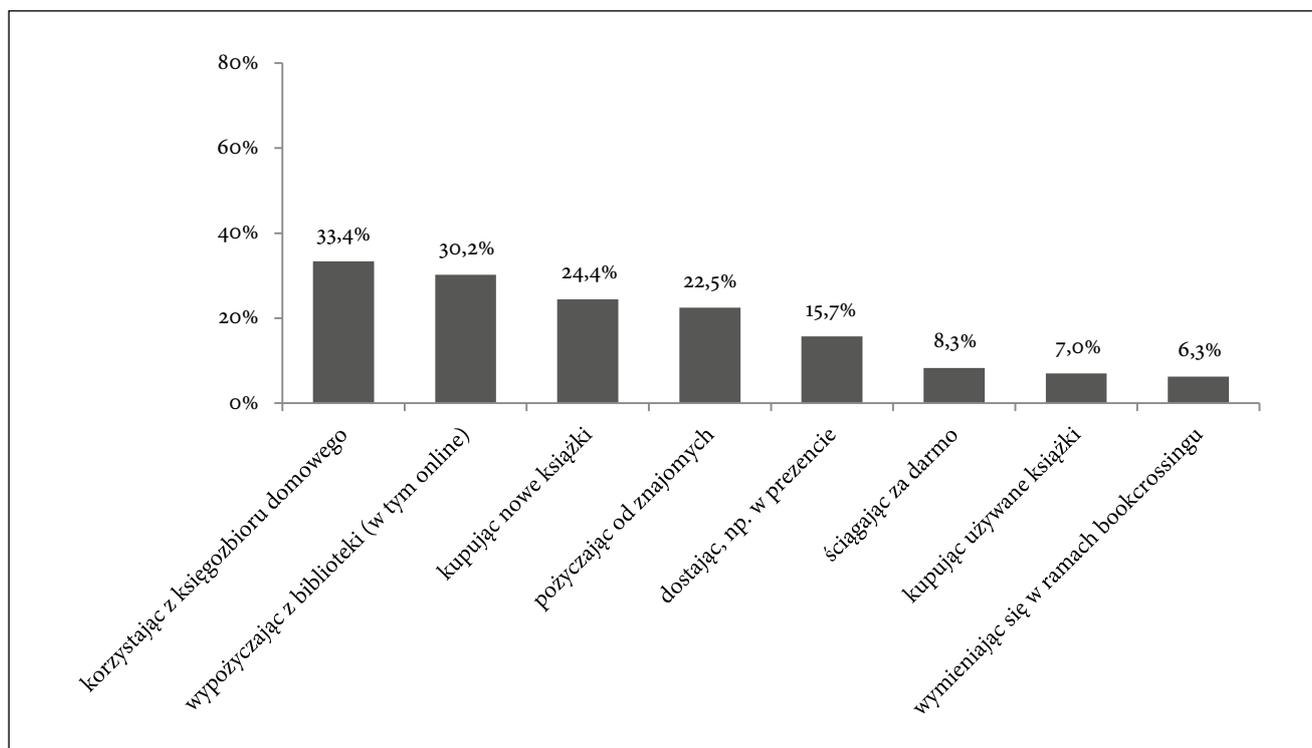
Z informacji na temat okoliczności i motywów sięgania po książki wyciera obraz czytelników poszukujących w nich rozrywki, zaspokajających zainteresowania i realizujących hobby. Wybierając konkretne teksty, kierują się oni własnym gustem lub opiniami znajomych, zdecydowanie rzadziej zaś korzystają z formalnych, specjalistycznych rekomendacji.

Typowy czytelnik sięga głównie po powieści obyczajowe, romanse, książki sensacyjne czy fantastyczne, a spośród publikacji nieliterackich przede wszystkim po poradniki oraz biografie. Tematyka czytanych książek jest silnie zróżnicowana ze względu na płeć.

Pozyskiwanie książek

Osoby, które zadeklarowały czytanie książek w ciągu ostatniego roku (37,2% całej próby) lub powiedziały, że – nie czytając – weszły jedynie w ich posiadanie w tym okresie (dodatkowe 5,9%), pytano o sposoby pozyskiwania książek.

Wykres 24. Źródła częstego pozyskiwania książek (w tym e-booków i audiobooków) do czytania lub słuchania dla respondentów lub innych domowników w ciągu ostatnich 12 miesięcy



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę lub ją pozyskali; $N = 417$

Źródło: opracowanie własne.

Ponad 1/3 badanych jako źródło częstego pozyskiwania książek wskazała zasoby domowe, a tylko nieco mniej respondentów (30,2%) wymieniło biblioteki. Blisko 1/4 badanych dokonała zakupu nowych publikacji, a dalsze 15,7% stwierdziło, że otrzymywało książki w prezencie. Ponieważ z reguły darowuje się egzemplarze nieużywane, można założyć, że w ciągu ostatniego roku w posiadanie nowych książek weszło 34,7% osób, czyli nieco więcej niż tych, które korzystały z księgozbioru domowego.

Ponad 22,5% badanych często pożyczało książki od znajomych, a 6,3% korzystało z bookcrossingu. Łącznie w posiadanie książek z wykorzystaniem sieci kontaktów społecznych wchodziło 26% respondentów (nieco mniej niż pozyskało je z bibliotek) [zob. wykres 24].

Kobiety istotnie częściej pożyczały książki z bibliotek (35,9%) i od znajomych (26,5%), a także otrzymywały je w prezencie (21,2%), co można tłumaczyć nie tylko ich większą aktywnością czytelniczą, ale również większą otwartością na kontakty społeczne.

Czerpanie z księgozbiorów domowych jest istotnie częstsze wśród osób powyżej 40 roku życia niż z przedziału 25–39 lat, gdyż młodszy respondenci wciąż mogą być na etapie wyposażania swoich gospodarstw (grupa ta rzadko korzysta też z bibliotek – 19,9%). Z kolei badani w wieku 40–59 lat nie tylko częściej korzystają z księgozbiorów domowych, ale również istotnie częściej uzupełniają je, kupując nowe książki (31,8%). Kupowanie nowych książek jest także popularniejsze wśród osób z wykształceniem wyższym (30,5%), a korzystanie z bibliotek – wśród respondentów oceniających swoją sytuację materialną jako przeciętną (34,8%) [zob. tab. 18].

Tabela 18. Źródła częstego pozyskiwania książek (w tym e-booków i audiobooków) do czytania lub słuchania dla respondenta lub innych domowników w ciągu ostatnich 12 miesięcy (1)

	N =	korzystając z księgozbioru domowego	wypożyczając z biblioteki (w tym online)	kupując nowe książki	pożyczając od znajomych	dostając, np. w prezencie	ściągając za darmo	kupując używane książki	wymieniając się w ramach bookcrossingu
Ogółem	417	33,4%	30,2%	24,4%	22,5%	15,7%	8,3%	7,0%	6,3%
Płeć respondenta									
mężczyzna	147	33,1%	19,7%*	23,5%	15,1%*	5,7%	8,6%	9,7%	7,4%
kobieta	270	33,5%	35,9%*	24,9%	26,5%*	21,2%*	8,1%	5,5%	5,7%
Wiek respondenta									
15–24 lata	75	31,1%	43,2%	18,8%	20,1%	11,6%	10,0%	3,2%	2,2%
25–39 lat	130	17,9%*	19,9%*	25,5%	27,1%	16,9%	11,7%	8,2%	7,2%
40–59 lat	140	41,2%*	26,6%	31,8%*	19,1%	13,4%	7,9%	7,4%	9,2%
60 lub więcej	72	48,4%	42,1%	13,9%	23,2%	22,3%	1,0%	7,9%	3,3%
Wykształcenie respondenta									
podstawowe	43	36,2%	45,1%	14,9%	20,3%	13,2%	7,3%	4,0%	1,1%
zasadnicze zawodowe	62	25,6%	30,7%	15,0%	23,1%	16,9%	8,0%	8,5%	3,6%
średnie	155	38,6%	28,4%	24,7%	21,3%	13,5%	8,3%	7,7%	6,2%
wyższe	157	30,5%	27,7%	30,5%*	24,0%	18,1%	8,7%	6,4%	8,9%
Sytuacja materialna respondenta									
słaba	62	38,8%	32,5%	15,7%	17,3%	16,3%	3,3%	9,6%	3,4%
przeciętna	258	32,3%	34,8%*	22,1%	26,8%*	16,1%	10,3%	7,3%	6,4%
dobra	83	34,4%	15,0%	35,3%	15,9%	13,4%	7,2%	5,0%	9,1%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym									
do 800 zł na osobę	69	39,2%	35,9%	22,6%	26,3%	19,0%	4,0%	7,4%	1,4%
801–1600 zł na osobę	82	31,7%	29,3%	22,2%	21,5%	11,5%	12,2%	10,6%	1,2%
1601+ zł na osobę	89	21,6%	26,9%	28,6%	22,8%	17,0%	11,1%	10,5%	17,3%
odmowa	177	37,7%	30,0%	24,1%	21,3%	15,7%	6,7%	3,3%	5,1%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę lub ją pozyskali; N = 417

Źródło: opracowanie własne.

Istotnie statystycznie częściej nowe książki kupują badani wychowywani przez matki z wykształceniem średnim (30,8%), prawdopodobnie więc mieli książki w domu i starają się kontynuować tradycję. Podobnie jest w przypadku osób przekazujących 1% podatku na cele organizacji dobroczynnych (30,1%), które dodatkowo częściej pożyczają książki od znajomych (28,8%) oraz dostają je w prezencie (22,3%). Może to wynikać z aktywniejszego życia towarzyskiego, jakie prowadzą.

Księgozbiory domowe są istotnie statystycznie częściej źródłem książek dla tych respondentów, którym w dzieciństwie rodzice często czytali, co pokazuje znaczenie tradycji domu rodzinnego. Z kolei te osoby, które w dzieciństwie słuchały czytania w bibliotekach, obecnie istotnie statystycznie częściej pozyskują książki z tego rodzaju instytucji (38,6%) [zob. tab. 19].

Tabela 19. Źródła częstego pozyskiwania książek (w tym e-booków i audiobooków) do czytania lub słuchania dla respondenta lub innych domowników w ciągu ostatnich 12 miesięcy (2)

	N =	korzystając z księgozbioru domowego	wypożyczając z biblioteki (w tym online)	kupując nowe książki	pożyczając od znajomych	dostając, np. w prezencie	ściągnąc za darmo	kupując używane książki	wymieniając się w ramach bookcrossingu
Ogółem	417	33,4%	30,2%	24,4%	22,5%	15,7%	8,3%	7,0%	6,3%
Wykształcenie matki									
podstawowe	87	49,7%	40,1%	22,2%	24,0%	15,4%	5,9%	8,2%	4,1%
zasadnicze zawodowe	115	23,4%*	28,5%	25,1%	25,6%	9,8%	3,5%	7,7%	5,6%
średnie	149	33,5%	26,3%	30,8%*	19,7%	20,2%	14,2%	7,4%	8,8%
wyższe	20	38,9%	19,7%	17,1%	15,8%	7,9%	5,2%	2,3%	10,7%
nie wiem	46	24,4%	32,7%	9,2%	23,9%	20,2%	6,8%	3,3%	2,0%
Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne									
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	270	36,2%	30,0%	26,1%	20,3%	14,5%	8,0%	6,4%	6,9%
przekazywanie 1% podatku na organizację pożytku publicznego	198	34,2%	29,1%	30,1%*	28,8%*	22,3%*	6,7%	6,3%	8,5%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?									
rodzice (często)	172	42,4%*	30,9%	27,4%	26,1%	21,2%	13,6%	6,1%	5,3%
tak, w przedszkolu	199	32,0%	29,7%	24,4%	21,3%	16,0%	10,5%	6,9%	9,4%
tak, w szkole	221	36,3%	29,5%	28,0%	22,6%	18,5%	10,2%	6,3%	8,7%
tak, w bibliotece	117	35,1%	38,6%*	32,3%	32,5%	27,2%	18,0%	10,2%	13,0%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę lub ją pozyskali; N = 417

Źródło: opracowanie własne.

Badanych, którzy w ciągu ostatniego roku kupowali książki (nowe lub używane) bądź wypożyczali je z biblioteki, zapytano, z usług jakiej placówki w tym celu korzystali. Najczęściej wymieniano biblioteki publiczne – były one źródłem publikacji dla 38,0% respondentów. Nowe książki pochodziły nieco częściej z księgarni niezależnych (27,7%) niż z ich sieciowych odpowiedników (26,6%), trzeba jednak pamiętać, że księgarnie sieciowe są zlokalizowane jedynie w większych miastach.

Ogólnie jednak księgarnie stacjonarne okazały się znacznie popularniejsze niż wirtualne: księgarnie internetowe wymieniło bowiem 8,5%, a serwisy aukcyjne – zaledwie 6,0% osób.

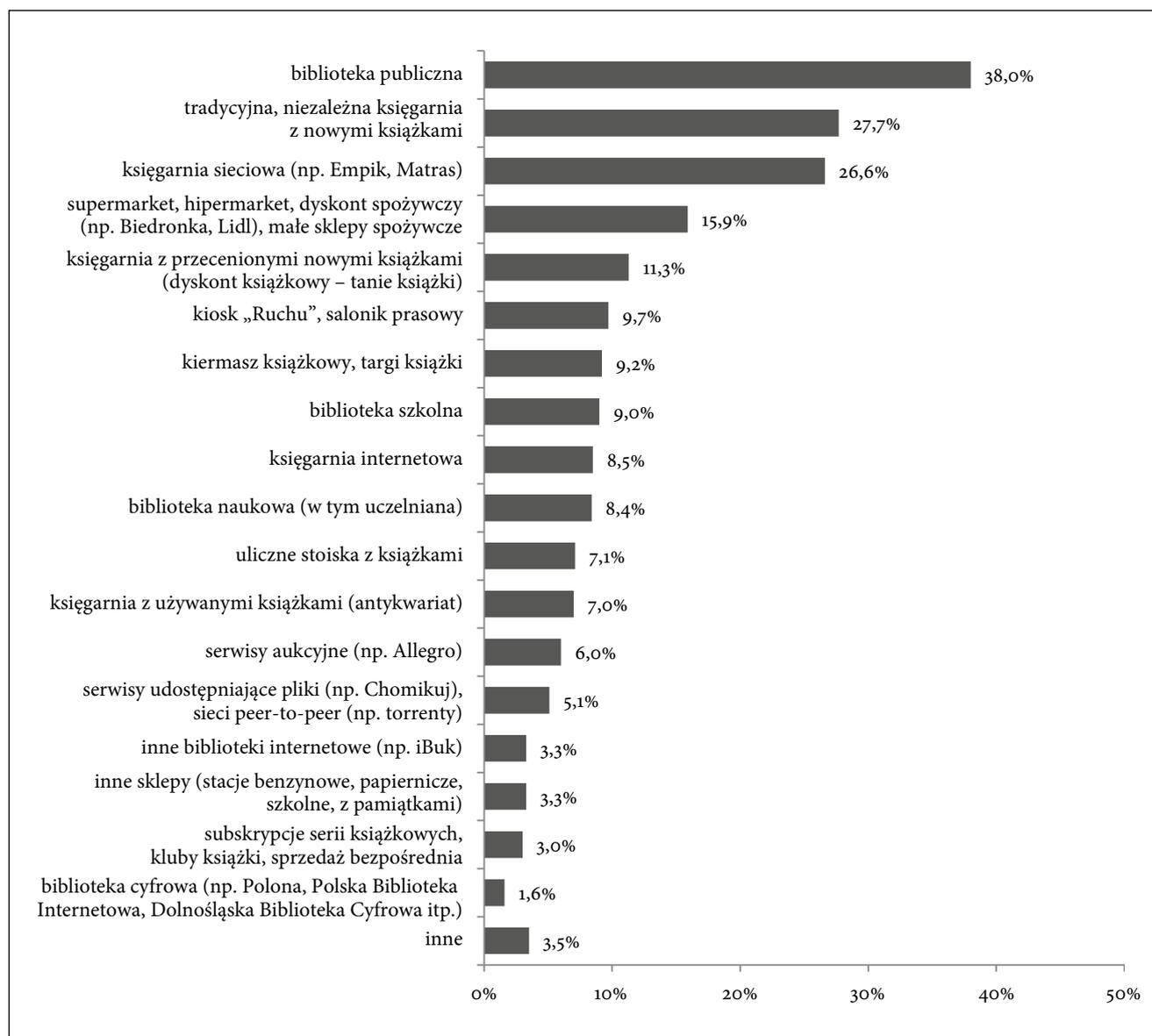
Wyraźnie niższe wskazania uzyskały też niespecjalistyczne sklepy, w których można kupować książki: supermarkety (15,9%), kioski (9,7%) czy inne punkty sprzedaży (3,3%).

Pewną popularnością cieszą się miejsca, gdzie można nabyć książki po niższych cenach (także używane): 11,3% badanych wymieniło dyskonty książkowe, 9,2% kiermasze, 7,1% stoiska uliczne, 7,0% antykwariaty. Łącznie przynajmniej z jednego z tych źródeł skorzystało aż 25,2% respondentów [zob. wykres 25].

Zgodnie z wcześniejszą obserwacją o popularności bibliotek wśród kobiet, nie dziwi, że istotnie częściej pozyskiwały one książki z bibliotek publicznych (42,9%).

Osoby z wykształceniem średnim częściej korzystały z księgarni niezależnych (34,1%), a osoby z wykształceniem wyższym z sieciowych (41,6%).

Wykres 25. Z jakiego źródła pozyskiwał(a) Pan(i) książki w ciągu ostatnich 12 miesięcy?



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy pozyskali książki dla siebie lub innych domowników; N = 368

Źródło: opracowanie własne.

Kupowanie książek w księgarniach (zarówno niezależnych jak i sieciowych) jest popularniejsze wśród respondentów, którzy wzięli udział w ostatnich wyborach i przekazali 1% podatku na organizacje pożytku publicznego, co wynika z ogólnej charakterystyki tych osób jako lepiej wykształconych i aktywniejszych zawodowo [zob. tab. 20].

Jakiegolwiek wydatki na książki (poza podręcznikami) w ciągu ostatniego roku deklaruje 37,0% ogółu badanych, przy czym co dziewiąty respondent (11,1%) podał, że przeznaczył na nie w tym czasie ponad 100 zł.

Spośród osób czytających książki lub przynajmniej pozyskujących je dla członków rodziny, kwotę tę (tj. powyżej 100 zł) wydatkowała na zakup prawie co czwarta (24,0%). Najliczniejszą kategorię stanowili ci, którzy wyasygnowali na ten cel do 50 zł, co jednak –

Tabela 20. Z jakiego źródła pozyskiwał(a) Pan(i) książki w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

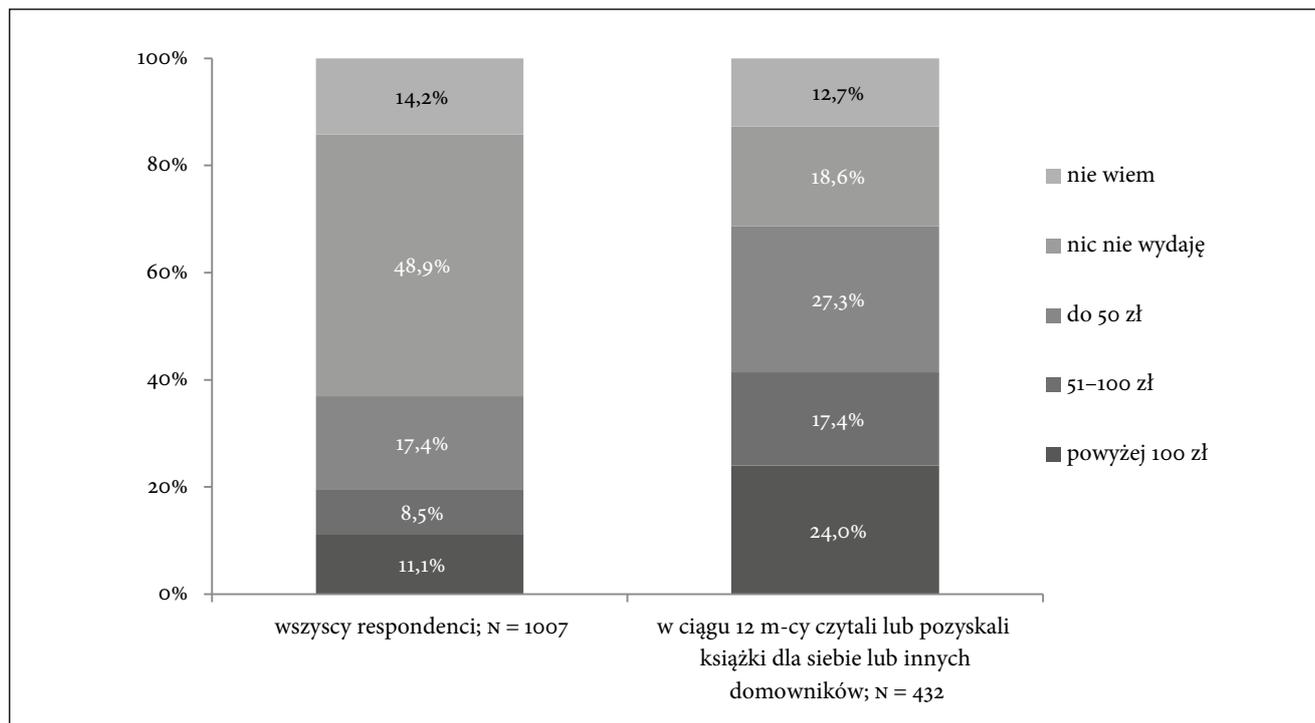
	N	biblioteka publiczna	tradycyjna, niezależna księgarnia z nowymi książkami	księgarnia sieciowa (np, Empik, Matras)	supermarket, hipermarket, dyskont spożywczy (np, Biedronka, Lidl), małe sklepy spożywcze	księgarnia z przecenionymi nowymi książkami (dyskont książkowy – tanie książki)	kiosk „Ruch”, salonik prasowy	kiernasz książkowy, targi książki	biblioteka szkolna	księgarnia internetowa	biblioteka naukowa (w tym uczelniana)	uliczne stoiska z książkami	księgarnia z używanymi książkami (antykwarjat)	serwis aukcyjny (np, Allegro)	serwis udostępniający pliki (np, Chomikuj), sieci <i>peer-to-peer</i> (np, torrenty)	inne sklepy (stacje benzynowe, papiernicze, szkolne, z pamiatkami)	inne biblioteki internetowe (np, Ibk)	subskrypcje serii książkowych, kluby książki, sprzedaż bezpośrednia	biblioteka cyfrowa (np, Polona, Polska Biblioteka Internetowa, Dolnośląska Biblioteka Cyfrowa, itp.)	inne
Ogółem	368	38,0%	27,7%	26,6%	15,9%	11,3%	9,7%	9,2%	9,0%	8,5%	8,4%	7,1%	7,0%	6,0%	5,1%	3,3%	3,3%	3,0%	1,6%	3,5%
Płeć respondentów																				
mężczyzna	129	28,9*	27,5%	26,3%	13,9%	8,4%	6,9%	10,1%	6,0%	7,4%	4,6%	5,7%	7,0%	5,3%	7,8%	2,1%	4,8%	5,7%	1,3%	2,0%
kobieta	240	42,9*	27,8%	26,8%	17,0%	12,9%	11,3%	8,6%	10,6%	9,0%	10,5%	7,8%	7,1%	6,3%	3,6%	4,0%	2,5%	1,5%	1,7%	4,4%
Wykształcenie respondentów																				
podstawowe	38	43,5%	13,2%	5,9%	11,4%	14,2%	4,9%	3,5%	38,4%	6,0%	7,9%	5,8%	6,7%	4,8%	4,9%	6,2%	3,7%	1,3%	0,0%	3,8%
zasadnicze zawodowe	53	38,0%	20,8%	11,4%	9,6%	5,9%	8,5%	8,2%	2,9%	0,0%	3,2%	14,3%	2,5%	1,8%	1,2%	0,0%	3,8%	1,5%	3,6%	11,5%
średnie	139	40,5%	34,1*	23,1%	16,0%	9,5%	9,0%	9,4%	4,3%	5,2%	5,7%	4,1%	9,2%	1,9%	4,6%	4,6%	1,5%	0,9%	1,4%	1,5%
wyższe	139	34,0%	28,0%	41,6*	19,4%	14,5%	12,3%	10,9%	8,0%	15,6%	13,3%	7,7%	6,8%	12,0%	7,1%	2,4%	4,8%	6,2%	1,4%	2,4%
Sytuacja materialna respondentów																				
słaba	57	42,6%	25,1%	15,9%	14,3%	11,5%	17,4%	6,1%	12,8%	7,9%	3,9%	8,7%	6,3%	0,0%	1,1%	3,3%	3,4%	3,1%	0,0%	2,4%
przeciętna	229	41,6%	25,2%	29,4%	16,1%	9,9%	7,9%	8,1%	8,2%	7,5%	9,2%	7,4%	8,5%	5,9%	5,2%	3,6%	2,6%	2,9%	1,6%	3,5%
dobra	70	26,7%	34,9%	30,9%	18,0%	17,0%	9,9%	15,2%	3,7%	13,4%	11,0%	6,0%	4,2%	12,0%	8,8%	1,4%	5,9%	3,8%	2,9%	2,8%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym																				
do 800 zł na osobę	62	31,1%	27,7%	26,2%	15,6%	3,4%	4,6%	4,3%	18,5%	6,9%	6,1%	8,1%	3,0%	6,3%	3,9%	0,0%	1,5%	3,6%	1,1%	8,2%
801–1600 zł na osobę	76	40,0%	24,2%	25,1%	13,1%	15,8%	11,2%	7,9%	6,7%	11,2%	12,2%	7,6%	5,5%	9,6%	7,0%	3,8%	2,0%	2,3%	0,0%	1,2%
1601+ zł na osobę	76	23,0%	27,8%	33,9%	17,0%	20,4%	17,8%	9,2%	4,8%	12,1%	10,7%	9,1%	13,6%	5,0%	8,6%	3,7%	7,8%	5,0%	5,4%	0,0%
odmowa	154	47,1*	29,4%	24,0%	16,9%	7,9%	7,1%	11,7%	8,4%	5,9%	6,4%	5,4%	6,1%	4,6%	2,9%	4,2%	2,4%	2,2%	0,7%	4,6%

	N	biblioteka publiczna	tradycyjna, niezależna księgarnia	księgarnia sieciowa (np, Empik, Matras)	supermarket, hipermarket, dyskont spożywczy (np, Biedronka, Lidl), małe sklepy spożywcze	księgarnia z przecenionymi nowymi książkami (dyskont książkowy – tanie książki)	kiosk „Ruch”, salonik prasowy	klernasz książkowy, targi książki	biblioteka szkolna	księgarnia internetowa	biblioteka naukowa (w tym uczeliana)	uliczne stoiska z książkami	księgarnia z używanymi książkami (antykwarjat)	serwis aukcyjne (np, Allegro)	serwisy udostępniające pliki (np, Chomikuj), sieci <i>peer-to-peer</i> (np, torrenty)	inne sklepy (stacje benzynowe, papirnicze, szkolne, z pamiatkami)	inne biblioteki internetowe (np, iBuk)	subskrypcje serii książkowych, kluby książki, sprzedaż bezpośrednia	biblioteka cyfrowa (np, Polona, Polska Biblioteka Internetowa, Cyfrowa, itp.)	inne
Ogółem	368	38,0%	27,7%	26,6%	15,9%	11,3%	9,7%	9,2%	9,0%	8,5%	8,4%	7,1%	7,0%	6,0%	5,1%	3,3%	3,3%	3,0%	1,6%	3,5%
Wykształcenie matki																				
podstawowe	76	46,1%	26,7%	17,9%	9,1%	10,4%	3,7%	8,2%	6,1%	7,1%	7,4%	7,3%	0,0%	5,4%	0,0%	0,0%	1,6%	4,0%	0,9%	7,7%
zasadnicze zawodowe	107	36,2%	27,9%	23,6%	14,6%	12,6%	9,9%	8,5%	8,6%	7,0%	4,8%	9,4%	5,0%	6,3%	0,4%	2,8%	2,0%	3,2%	0,7%	4,7%
średnie	137	31,6%	30,0%	37,3%*	19,1%	13,1%	14,4%	8,4%	10,5%	12,6%	12,0%	5,6%	14,1%	6,9%	13,3%	6,0%	6,3%	2,8%	3,2%	0,5%
wyższe	15	40,1%	39,0%	35,0%	16,6%	13,1%	8,9%	11,5%	23,4%	3,2%	7,7%	8,9%	9,2%	11,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
nie wiem	34	50,3%	15,8%	9,4%	21,9%	1,7%	4,1%	15,3%	4,6%	1,7%	8,1%	4,3%	0,0%	0,0%	0,0%	2,8%	0,0%	2,3%	0,0%	4,7%
Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne																				
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	244	39,8%	33,6%*	29,4%	15,5%	10,7%	10,9%	9,0%	5,3%	9,9%	8,2%	5,3%	5,1%	8,8%	6,1%	2,2%	3,4%	3,3%	1,1%	3,9%
przekazywanie 1% podatku na organizację pożytku publicznego	180	38,0%	36,9%*	36,0%*	21,6%	13,5%	11,5%	11,8%	4,7%	11,7%	8,9%	6,9%	7,3%	9,7%	2,9%	2,2%	1,1%	4,5%	1,5%	5,4%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?																				
rodzice (często)	154	37,0%	32,7%	28,2%	19,4%	9,3%	6,6%	14,3%	8,3%	11,3%	9,7%	6,5%	9,9%	8,7%	9,1%	2,6%	4,9%	4,4%	1,0%	2,0%
tak, w przedszkolu	180	32,9%*	31,9%	31,1%	15,7%	12,9%	13,0%	9,7%	9,5%	12,4%	6,4%	6,2%	5,3%	8,6%	4,0%	2,4%	4,3%	1,7%	0,8%	1,2%
tak, w szkole	203	35,0%	31,8%	29,8%	17,8%	13,1%	12,6%	12,2%	10,3%	11,9%	8,6%	6,6%	9,8%	10,1%	6,6%	4,2%	4,2%	4,8%	1,8%	1,8%
tak, w bibliotece	110	34,8%	36,3%*	30,8%	22,1%	20,7%	14,2%	12,1%	10,0%	15,0%	7,8%	6,8%	4,1%	6,8%	8,0%	3,5%	4,6%	5,3%	3,4%	2,1%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy pozyskali książki dla siebie lub innych domowników; N = 368

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 26. Proszę ocenić, ile – w przybliżeniu – wydaje Pan(i) średnio w ciągu roku na zakup książek innych niż podręczniki?



Źródło: opracowanie własne.

zważywszy na dość powszechny zwyczaj kupowania w miejscach oferujących tanią książkę – mogli im pozwolić na wejście w posiadanie nawet kilku tytułów.

Należy zauważyć, że – pomimo popularności bibliotek – zdecydowana większość (68,7%) czytających lub choćby pozyskujących książki, przeznaczają na nie pieniądze [zob. wykres 26].

Najwyższy poziom wydatków na książki istotnie częściej deklarują badani z wykształceniem wyższym (39,1%) oraz w wieku 40–59 lat (33%). Z kolei respondenci w wieku 25–39 lat istotnie częściej mówią o wydatkach do 50 zł (38,6%). Co interesujące, wysokość kwot wydatkowanych na książki nie zależy ani od sytuacji materialnej, ani od dochodów, co może wskazywać, że kupowanie książek to bardziej kwestia zwyczaju, świadomego wyboru niż możliwości finansowych.

Osoby wychowywane przez matki z wykształceniem średnim obecnie istotnie statystycznie częściej deklarują roczne wydatki na książki powyżej 100 zł (31,2%). Podobnie jest w przypadku badanych zaangażowanych w życie polityczne i społeczne (odpowiednio 27,2% i 32,0%) oraz słuchających w dzieciństwie czytania w szkole (32,4%) [zob. tab. 21].

O jakichkolwiek wydatkach na specyficzny rodzaj książek, jakim są podręczniki, poinformowało 21,8% respondentów.

Wśród osób czytających lub pozyskujących książki dla domowników odsetek ten wynosi 30,9%. Największa część z nich (14,4%) deklaruje roczne nakłady w granicach 101–500 zł, a 7,5% – powyżej 500 zł. Tymczasem w przypadku zakupu książek innych niż podręczniki, wydatki w tej drugiej wysokości deklarowali tylko nieliczni respondenci (0,4%; włączono ich do łącznej kategorii wydających powyżej 100 zł) [zob. wykres 27].

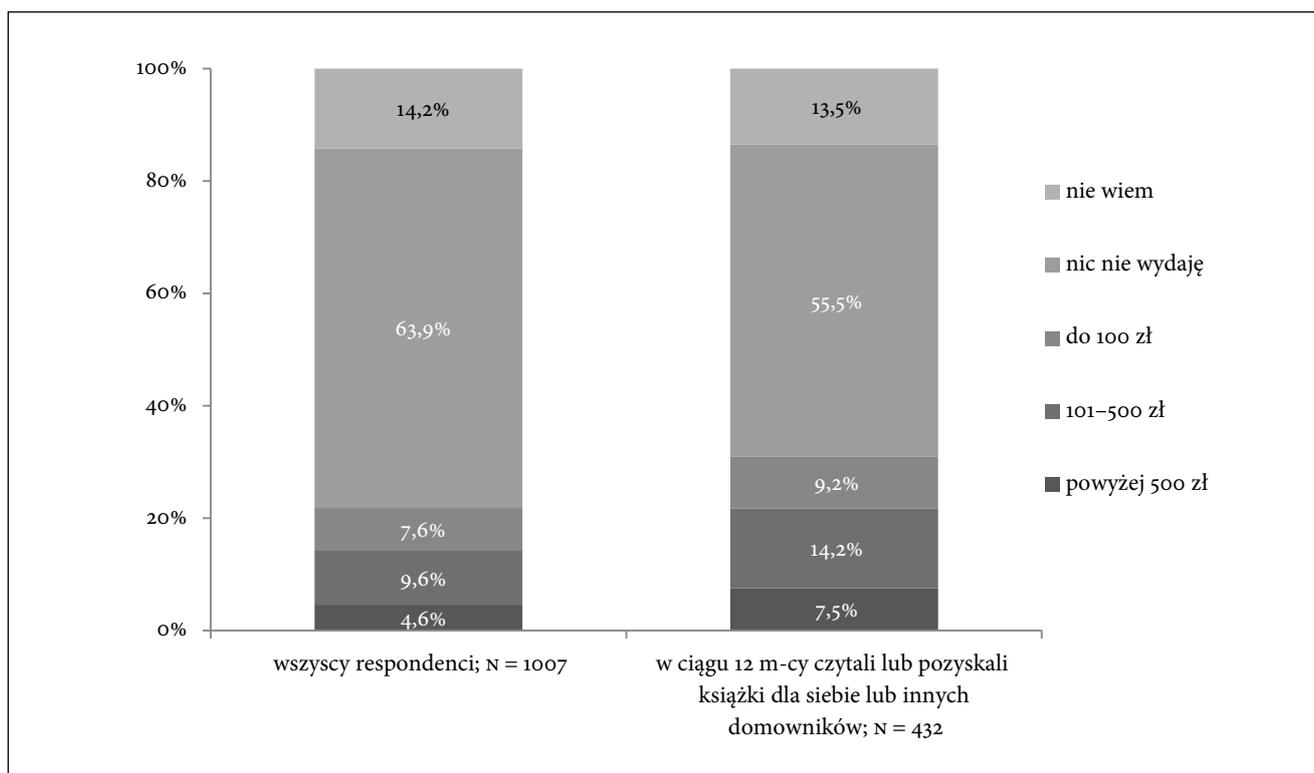
Tabela 21. Proszę ocenić, ile – w przybliżeniu – wydaje Pan(i) średnio w ciągu roku na zakup książek innych niż podręczniki?

	N =	do 50 zł	51–100 zł	powyżej 100 zł	nic nie wydaję	nie wiem
Ogółem	432	27,3%	17,4%	24,0%	18,6%	12,7%
Płeć respondenta						
mężczyzna	158	31,7%	16,0%	19,0%	20,0%	13,3%
kobieta	275	24,8%	18,2%	26,9%	17,8%	12,3%
Wiek respondenta						
15–24 lata	75	25,5%	15,6%	11,0%	30,0%	17,9%
25–39 lat	140	38,6%*	17,1%	24,5%	10,9%	8,8%
40–59 lat	142	19,8%*	19,3%	33,0%*	16,2%	11,6%
60 lub więcej	76	22,1%	16,0%	19,1%	26,2%	16,7%
Wykształcenie respondenta						
podstawowe	45	29,8%	9,6%	6,7%	37,5%	16,3%
zasadnicze zawodowe	66	26,1%	18,2%	13,0%	24,3%	18,5%
średnie	160	22,2%	23,9%	18,2%*	20,2%	15,5%
wyższe	161	32,1%	12,8%	39,1%*	9,4%*	6,6%
Sytuacja materialna respondenta						
słaba	63	28,8%	18,0%	17,6%	19,3%	16,4%
przeciętna	265	24,0%	16,4%	26,9%	19,6%	13,1%
dobra	91	32,5%	20,3%	23,6%	14,3%	9,3%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym						
do 800 zł na osobę	69	21,5%	19,2%	30,7%	24,8%	3,8%
801–1600 zł na osobę	83	31,0%	15,6%	22,1%	21,8%	9,5%
1601+ zł na osobę	94	31,3%	17,2%	28,3%	16,2%	7,0%
odmowa	186	25,8%	17,6%	20,2%	16,1%	20,3%
Wykształcenie matki						
Podstawowe	89	19,9%	15,9%	17,9%	30,4%	16,0%
zasadnicze zawodowe	121	32,7%	14,8%	25,8%	13,6%	13,2%
Średnie	155	24,9%	19,5%	31,2%*	13,8%	10,6%
Wyższe	21	37,3%	18,0%	15,6%	13,3%	15,9%
nie wiem	46	30,8%	19,9%	11,0%	27,9%	10,5%
Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne						
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	277	26,2%	18,7%	27,2%*	16,9%	11,0%
przekazywanie 1% podatku na organizację pożytku publicznego	205	25,5%	18,6%	32,0%*	11,7%*	12,2%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?						
rodzice (często)	173	27,1%	24,7%*	25,8%	14,2%	8,2%
tak, w przedszkolu	203	31,6%	16,9%	24,0%	19,0%	8,5%
tak, w szkole	225	27,2%	16,0%	32,4%*	14,2%*	10,2%
tak, w bibliotece	118	24,7%	15,9%	39,7%	8,7%	11,0%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy czytali lub pozyskali książki dla siebie lub innych domowników; N = 432

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 27. Proszę ocenić, ile – w przybliżeniu – wydaje Pan(i) średnio w ciągu roku na zakup podręczników?



Źródło: opracowanie własne.

Tabela 22. Proszę ocenić, ile – w przybliżeniu – wydaje Pan(i) średnio w ciągu roku na zakup podręczników?

	N =	do 100 zł	101–500 zł	powyżej 500 zł	nic nie wydaję	nie wiem
Ogółem	432	9,2%	14,2%	7,5%	55,5%	13,5%
Płeć respondenta						
mężczyzna	158	10,3%	15,0%	9,2%	48,9%*	16,6%
kobieta	275	8,6%	13,8%	6,6%	59,2%*	11,8%
Wiek respondenta						
15–24 lata	75	8,6%	31,6%	3,1%	34,9%*	21,8%
25–39 lat	140	11,1%	15,2%	4,6%	56,6%	12,5%
40–59 lat	142	5,9%	10,5%	16,7%	57,7%	9,2%
60 lub więcej	76	12,7%	2,3%	0,0%	69,5%*	15,4%

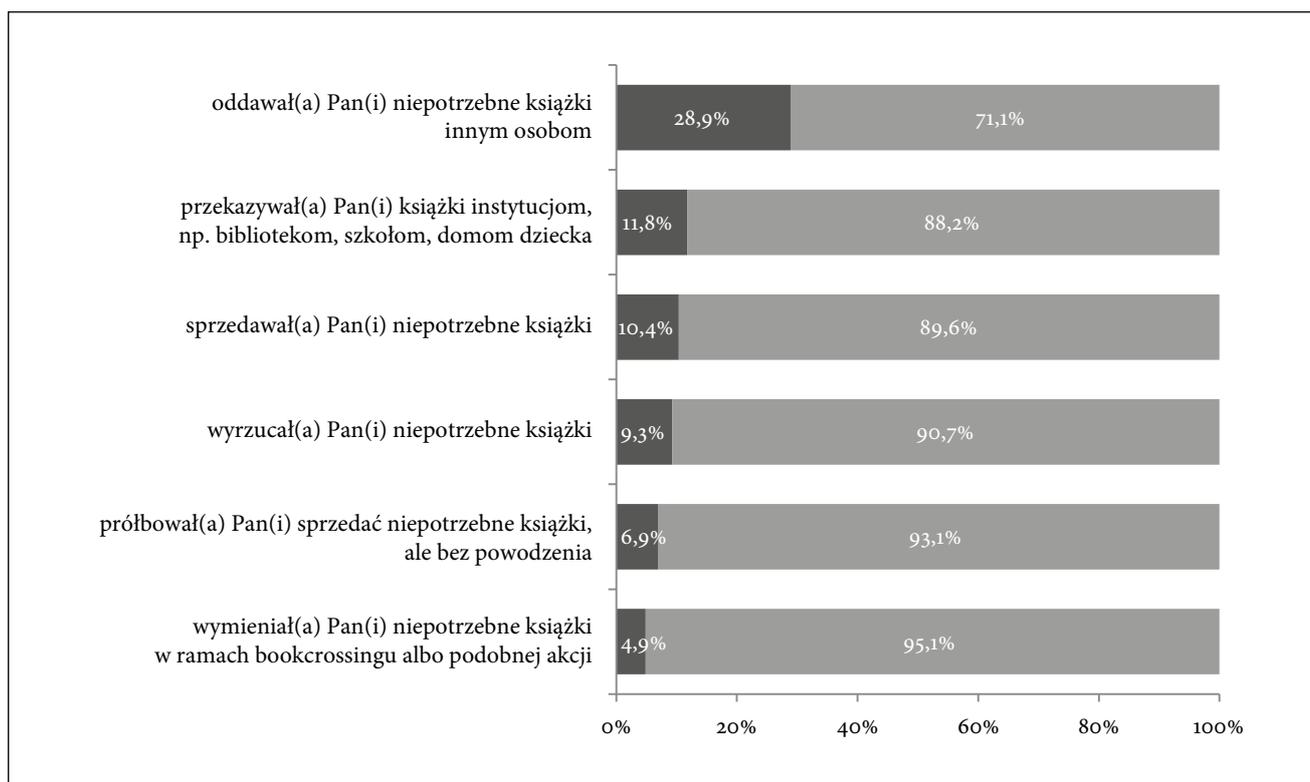
Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy czytali lub pozyskali książki dla siebie lub innych domowników; N = 432

Źródło: opracowanie własne.

Brak wydatków na podręczniki rzadziej deklarują osoby z najmłodszej grupy wiekowej (15–24 lata), co jest zrozumiałe, gdyż to one najczęściej jeszcze się uczą [zob. tab. 22].

Blisko 30% ogółu badanych deklaruje, że zdarza się im oddawać niepotrzebne książki innym osobom, a 11,8% mówi, że przekazuje je różnym instytucjom. Nieco powyżej 10% sprzedaje czasem zbędne druki, a 6,9% czyniło takie próby, ale bez powodzenia. Około 5% badanych brało też udział w akcjach typu bookcrossing, wymieniając się publikacjami.

Wykres 28. Czy zdarzało się, że...



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

W sumie – podejmując jakiegokolwiek z wymienionych działań – we wtórnym obiegu książki uczestniczyło 33,8% respondentów [zob. wykres 28].

Praktyka oddawania książek innym ludziom istotnie częstsza jest wśród kobiet (34,3%), podobnie jak przekazywanie książek instytucjom (15,4%). Oddawanie książek jest najpopularniejsze wśród osób z wykształceniem wyższym (robiło tak 44,7% z nich), a także w zbiorowości dobrze oceniających swoją sytuację materialną (42,2%).

Istotnie statystycznie rzadziej pozbywali się książek respondenci z wykształceniem zawodowym: tylko 5,2% z nich przekazywało je do bibliotek lub innych instytucji, a 16,5% – innym osobom. Jest to zrozumiałe, gdyż badani ci ogólnie mniej czytają i rzadko znajdują się w sytuacji, gdy dysponują wykorzystaną publikacją.

Respondenci, których matki miały wykształcenie średnie istotnie częściej deklarowali oddawanie niepotrzebnych książek innym (34,4%), wychowywani zaś przez matki z wykształceniem zawodowym – istotnie rzadziej (23,6%). Ci pierwsi powielali prawdopodobnie wzór zachowań wyniesiony z domu, a poza tym dysponowali odpowiednim zasobem druków, ci drudzy nie spotykali się często z takimi praktykami, a poza tym niewiele mieli do zaoferowania.

Zwyczaj przekazywania publikacji kolejnym czytelnikom jest istotnie częstszy wśród osób zaangażowanych w podstawowe przejawy życia politycznego i społecznego, a także wśród wychowywanych w kulturze czytania książek: zarówno przez rodziców, jak i w różnych typach placówek edukacyjnych [zob. tab. 23].

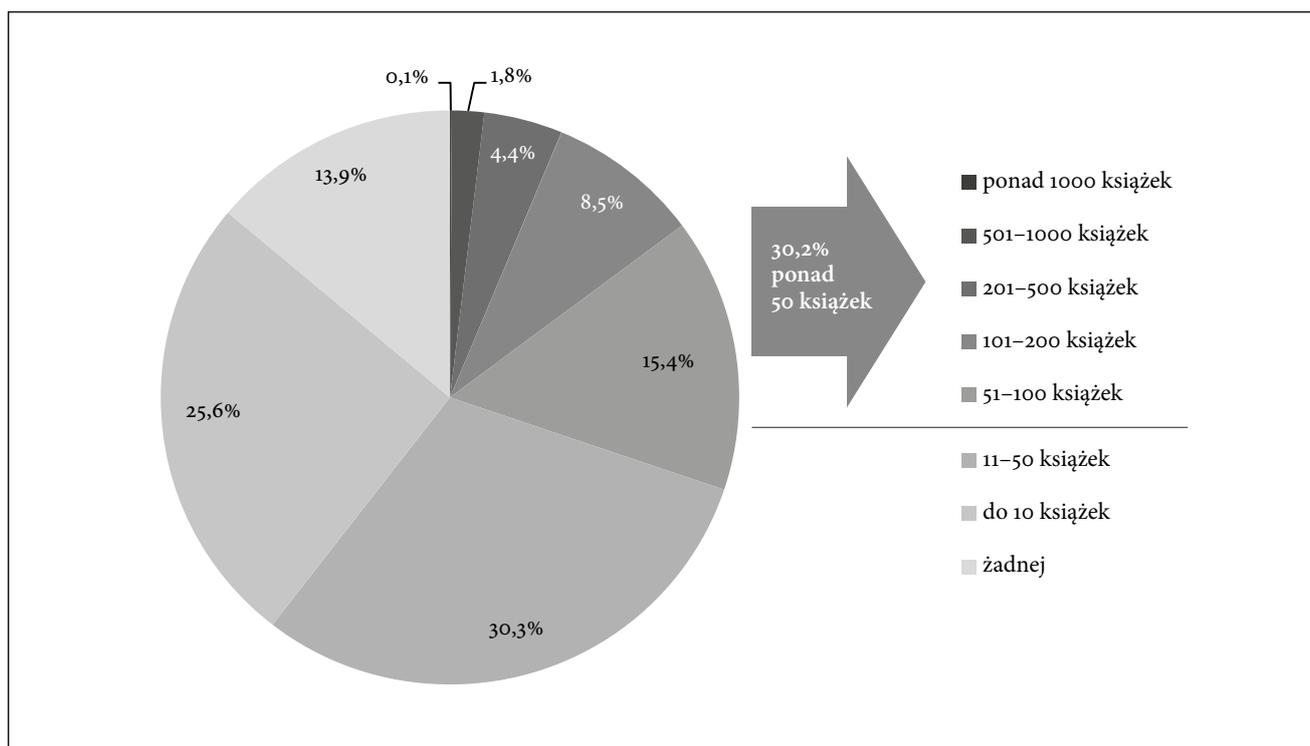
Tabela 23. Czy zdarzało się, że...

	N =	oddawał(a) Pan(i) niepotrzebne książki inym osobom	przekazywał(a) Pan(i) książki instytucjom, np. bibliotekom, szkołom, domom dziecka	sprzedawał(a) Pan(i) niepotrzebne książki	wyrzucał(a) Pan(i) niepotrzebne książki	próbował(a) Pan(i) sprzedać niepotrzebne książki, ale bez powodzenia	wymieniał(a) Pan(i) niepotrzebne książki w ramach bookcrossingu albo podobnej akcji
Ogółem	1007	28,9%	11,8%	10,4%	9,3%	6,9%	4,9%
Płeć respondenta							
mężczyzna	494	23,3%*	8,2%*	8,6%	10,6%	4,7%*	2,9%
kobieta	513	34,3%*	15,4%*	12,0%	8,0%	8,9%*	6,7%
Wiek respondenta							
15–24 lata	159	34,1%	11,1%	19,3%	11,4%	11,3%	5,7%
25–39 lat	297	27,6%	11,9%	10,8%	6,1%	7,3%	5,7%
40–59 lat	355	28,1%	11,0%	8,5%	11,5%	6,1%	4,2%
60 lub więcej	196	28,4%	13,7%	5,9%	8,3%	3,9%	4,2%
Wykształcenie respondenta							
podstawowe	140	23,8%	7,3%	12,7%	9,6%	9,0%	3,2%
zasadnicze zawodowe	269	16,5%*	5,2%*	3,6%	8,7%	3,7%	2,2%
średnie	356	29,6%	11,0%	11,2%	11,3%	8,5%	5,1%
wyższe	242	44,7%*	22,9%	15,4%	6,8%	6,7%	8,5%
Sytuacja materialna respondenta							
słaba	190	21,6%*	5,8%	5,8%	6,3%	2,5%	2,8%
przeciętna	634	28,6%	11,3%	9,8%	9,5%	6,9%	4,1%
dobra	159	42,2%*	22,9%	19,4%	12,2%	12,9%	11,0%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym							
do 800 zł na osobę	187	31,6%	6,3%	10,1%	9,9%	5,5%	3,6%
801–1600 zł na osobę	227	24,7%	10,0%	6,1%	10,1%	4,3%	4,9%
1601+ zł na osobę	200	31,1%	16,5%	14,5%	11,4%	10,7%	7,5%
odmowa	393	29,0%	13,2%	10,9%	7,4%	7,1%	4,1%
Wykształcenie matki							
podstawowe	315	26,6%	8,0%*	7,6%	10,3%	4,4%	2,3%
zasadnicze zawodowe	298	23,6%*	9,7%	9,2%	8,2%	3,8%	4,2%
średnie	258	34,4%*	18,4%*	11,5%	6,9%	10,6%	6,9%
wyższe	30	38,9%	15,0%	34,3%	9,8%	14,1%	14,0%
nie wiem	106	34,8%	12,6%	12,1%	14,8%	11,4%	6,8%
Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne							
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	576	34,3%*	14,0%*	11,7%	9,7%	7,0%	5,8%
przekazywanie 1% podatku	397	36,3%*	17,6%*	11,5%	9,3%	6,9%	8,1%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?							
rodzice (często)	252	45,6%*	18,3%	18,7%	10,7%	8,6%	8,5%
tak, w przedszkolu	328	40,5%*	17,2%*	14,9%*	8,9%	9,2%	5,7%
tak, w szkole	406	40,9%*	15,3%*	15,8%*	11,1%	9,2%	7,7%
tak, w bibliotece	230	44,7%*	19,1%	15,5%	8,4%	12,2%	9,1%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 29. Proszę oszacować, ile – w przybliżeniu – posiada Pan(i) książek papierowych?



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Posiadanie księgozbioru liczącego powyżej 50 tomów deklaruje 30,2% wszystkich respondentów, ale imponującymi kolekcjami książek – liczącymi ponad 500 pozycji – może pochwalić się niespełna 2% badanych.

Aż 13,9% osób nie ma w domu ani jednej książki, a dalsze 25,6% dysponuje skromnym zbiorem – do 10 tomów [zob. wykres 29].

Do najmniejszej liczby książek (a nawet do ich braku) istotnie częściej przyznawali się mężczyźni. Z kolei kobiety istotnie statystycznie częściej informowały, że dysponują większymi bibliotekami: 51–100 tomów (17,6%) i ponad 100 tomów (18,4%).

Posiadanie ponad 100 książek istotnie częściej deklarowały osoby: w wieku 40–59 lat (18,7%), biorące udział w ostatnich wyborach prezydenckich (17,8%) i przekazujące 1% podatku na organizacje pożytku publicznego (19,9%), a także te, którym czytano książki w dzieciństwie – zarówno w domu (26,4%), jak w przedszkolu (21,3%) lub szkole (20,0%).

Istotnie częściej liczniejsze kolekcje deklarowali też badani wychowywani przez matki z wykształceniem średnim. Odwrotne zjawisko wystąpiło wśród respondentów, których matki ukończyły tylko szkołę podstawową – ci istotnie statystycznie częściej nie posiadają w tej chwili żadnej książki (19,7%) [zob. tab. 24].

W subiektywnej ocenie badanych ich księgozbiory są umiarkowanie liczne – najwięcej osób (44,0%) stwierdziło, że ma ani dużo, ani mało książek. Dużymi bibliotekami szczyci się co prawda 15,8% respondentów, ale dwukrotnie więcej (31,7%) przyznaje, że posiada w domu mało druków. Oprócz tych, którzy nie mają ich w ogóle, opinię taką wyraża też część badanych, którzy zgromadzili do 10 tomów [zob. wykres 30].

Tabela 24. Proszę oszacować, ile – w przybliżeniu – posiada Pan(i) książek papierowych?

	N =	żadnej	do 10 książek	11–50 książek	51–100 książek	ponad 100 książek
Ogółem	1007	13,9%	25,6%	30,3%	15,4%	14,7%
Płeć respondenta						
mężczyzna	494	16,4%*	30,4%*	29,2%	13,1%*	10,9%*
kobieta	513	11,5%*	21,0%*	31,4%	17,6%*	18,4%*
Wiek respondenta						
15–24 lata	159	9,6%	29,4%	33,1%	15,2%	12,6%
25–39 lat	297	10,4%*	30,0%*	33,2%	15,3%	11,1%*
40–59 lat	355	13,9%	21,9%*	28,4%	17,1%	18,7%*
60 lub więcej	196	22,7%	22,7%	27,1%	12,8%	14,7%
Wykształcenie respondenta						
podstawowe	140	23,0%	34,0%*	26,5%	9,3%	7,2%
zasadnicze zawodowe	269	20,4%*	35,7%*	28,2%	9,7%*	5,9%*
średnie	356	14,3%	19,8%*	32,8%	17,2%	15,9%
wyższe	242	1,0%*	18,1%*	31,2%	22,4%*	27,3%*
Wykształcenie matki						
podstawowe	315	19,7%*	26,8%	28,3%	11,2%*	13,9%
zasadnicze zawodowe	298	11,8%	29,6%	31,3%	15,7%	11,7%
średnie	258	7,7%*	19,5%*	32,2%	21,6%*	19,0%*
wyższe	30	0,0%	7,0%	39,7%	20,3%	33,1%
nie wiem	106	21,8%	31,1%	26,4%	10,8%	9,9%
Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne						
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	576	9,8%*	22,1%*	34,5%*	15,9%	17,8%*
przekazywanie 1% podatku na organizację pożytku publicznego	397	7,9%*	25,1%	30,0%	17,1%	19,9%*
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?						
rodzice (często)	252	7,5%*	16,5%*	28,8%	20,7%*	26,4%*
tak, w przedszkolu	328	6,0%*	22,2%	27,9%	22,6%*	21,3%*
tak, w szkole	406	5,0%*	21,9%*	30,5%	22,5%*	20,0%*
tak, w bibliotece	230	7,0%*	23,9%	30,0%	23,2%*	16,0%

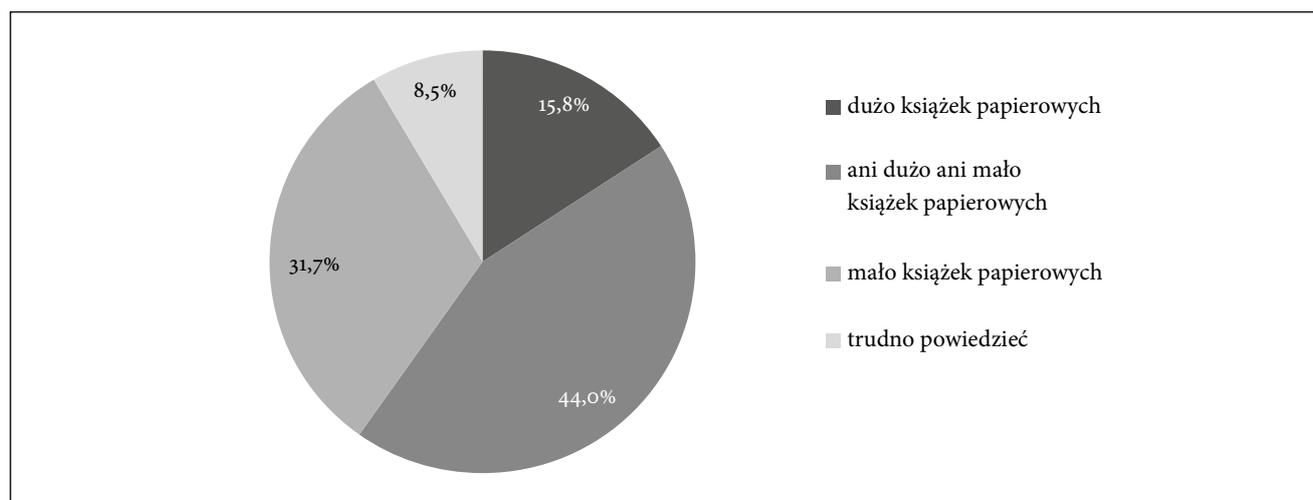
Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

W odpowiedzi na prośbę o opisowe oszacowanie wielkości księgozbioru, o tym, że jest on duży istotnie statystycznie częściej informowały kobiety (18,3%), a także osoby: w wieku 40–59 lat (19,2%), z wykształceniem wyższym (22,9%), biorące udział w ostatnich wyborach prezydenckich, przeznaczające 1% podatku na organizacje pożytku, słuchające w dzieciństwie książek czytanych przez rodziców i w placówkach typu przedszkole, szkoła, biblioteka. Są to prawidłowości zbieżne z tymi, które wystąpiły przy pytaniu o liczbę zgromadzonych druków.

Zbiory książek, subiektywnie oceniane jako małe, istotnie częściej deklarowali badani w gorszej sytuacji materialnej (45,7%), z wykształceniem zasadniczym zawodowym (42,6%) i osiągający niższe dochody. Można więc zauważyć, że posiadanie skromnego księgozbioru jest skorelowane z niższym statusem społecznym, choć sytuacja przeciwna – współzależność między wysokim statusem i dużym księgozbiorem – nie jest aż tak ewidentna (brak

Wykres 30. Czy, w Pana(i) odczuciu, ma Pana(i) w domu...



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 25. Czy, w Pana(i) odczuciu, ma Pana(i) w domu... (1)

	N =	dużo książek papierowych	ani dużo ani mało książek papierowych	mało książek papierowych	trudno powiedzieć
Ogółem	1007	15,8%	44,0%	31,7%	8,5%
Płeć respondenta					
mężczyzna	494	13,2%*	43,5%	33,6%	9,7%
kobieta	513	18,3%*	44,4%	29,8%	7,4%
Wiek respondenta					
15–24 lata	159	16,5%	47,4%	28,2%	7,8%
25–39 lat	297	12,2%*	47,2%	34,0%	6,6%
40–59 lat	355	19,2%*	42,9%	29,7%	8,1%
60 lub więcej	196	14,7%	38,2%	34,5%	12,7%
Wysztalcenie respondenta					
podstawowe	140	12,8%	32,9%*	38,2%	16,1%
zasadnicze zawodowe	269	9,3%*	37,6%*	42,6%*	10,4%
średnie	356	17,0%	44,7%	29,3%	9,0%
wyższe	242	22,9%*	56,5%*	19,3%*	1,3%
Sytuacja materialna respondenta					
słaba	190	9,6%*	35,2%*	45,7%*	9,5%
przeciętna	634	16,8%	45,2%	29,1%*	8,9%
dobra	159	19,6%	50,9%	26,1%	3,3%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym					
do 800 zł na osobę	187	14,3%	36,2%*	43,4%*	6,2%
801–1600 zł na osobę	227	11,6%*	43,1%	38,4%*	6,9%
1601+ zł na osobę	200	12,7%	56,8%*	25,5%*	5,0%
odmowa	393	20,6%*	41,6%	25,4%*	12,4%*

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

jest istotnej korelacji pomiędzy liczbą posiadanych książek a dochodem oraz oceną sytuacji materialnej) [zob. tab. 25].

Istotnie statystycznie częściej posiadanie nielicznych zbiorów książkowych deklarują respondenci wychowywani przez matki z wykształceniem podstawowym (39,0%). Przeciwna tendencja występuje w przypadku badanych, których matkami były kobiety z wykształceniem średnim. Ci o małej liczbie książek w domu informują istotnie statystycznie rzadziej (25,6%), częściej zaś określają księgozbiór jako „ani duży ani mały” (52,8%) [zob. tab. 26].

Niezgodność pomiędzy samooceną wielkości księgozbioru a szacowaną liczbą posiadanych książek występowała rzadko. Tylko nieliczni badani udzielali odpowiedzi niespójnych. Przykładowo, 5,2% osób oceniających swoją kolekcję jako dużą, wcześniej przyznało, że nie ma w domu żadnej książki. Mogło to wynikać z tego, że za pierwszym razem mieli na myśli

Tabela 26. Czy, w Pana(i) odczuciu, ma Pana(i) w domu... (2)

	N =	dużo książek papierowych	ani dużo ani mało książek papierowych	mało książek papierowych	trudno powiedzieć
Ogółem	1007	15,8%	44,0%	31,7%	8,5%
Wykształcenie matki					
podstawowe	315	15,0%	33,0%*	39,0%*	13,0%
zasadnicze zawodowe	298	14,9%	48,6%	29,5%	7,0%
średnie	258	17,6%	52,8%*	25,6%*	4,0%
wyższe	30	34,2%	53,4%	10,1%	2,3%
nie wiem	106	11,5%	39,2%	37,0%	12,3%
Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne					
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	576	18,0%*	44,9%	28,8%*	8,3%
przekazywanie 1% podatku na organizację pożytku publicznego	397	21,3%*	46,1%	26,7%*	5,8%*
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?					
rodzice (często)	252	30,7%*	44,7%	22,1%*	2,5%
tak, w przedszkolu	328	22,5%*	47,4%	25,9%*	4,2%
tak, w szkole	406	21,3%*	48,8%*	24,4%*	5,5%*
tak, w bibliotece	230	23,9%*	45,6%	25,1%*	5,4%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

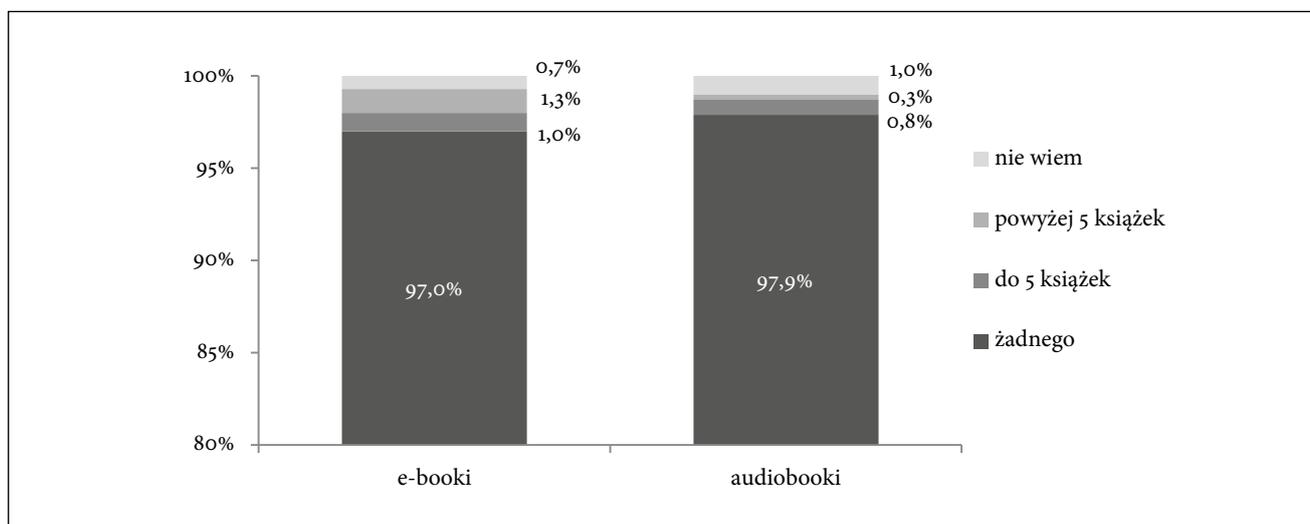
Tabela 27. Szacunkowa liczba książek papierowych a samoocena wielkości księgozbioru

	N =	żadnej	do 10 książek	11–50 książek	51–100 książek	ponad 100 książek
Ogółem	1007	13,9%	25,6%	30,3%	15,4%	14,7%
Samoocena wielkości księgozbioru domowego						
dużo książek papierowych	159	5,2%	5,6%*	18,8%*	24,7%	45,7%
ani dużo ani mało książek papierowych	443	4,0%*	20,7%*	39,9%*	20,1%*	15,2%
mało książek papierowych	319	22,7%*	43,3%*	24,5%*	7,0%*	2,5%*
nie wiem \ trudno powiedzieć	86	48,4%	22,3%	24,1%	5,2%	0,0%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 31. Ile – w przybliżeniu – posiada Pan(i) (bez względu na miejsce przechowywania, np. komputer, tablet, czytnik, smartfon, płyta CD, półka w e-księgarni) e-booków / audiobooków?



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

sytuację w aktualnie zajmowanym mieszkaniu (np. wynajmowanym lub nowym), natomiast za drugim – w domu rodzinnym, z księgozbiorem gromadzonym przez lata [zob. tab. 27].

Wielkość kolekcji audiobooków czy e-booków jest trudna do oszacowania ze względu na niewielką liczbę respondentów w ogóle je posiadających. Co do tendencji, wydaje się, że zbiory e-booków są liczniejsze niż audiobooków (1,3% mających powyżej pięciu książek w formie e-booka vs 0,3% w postaci audio) [zob. wykres 31].

Podsumowanie

W posiadanie nowych książek – w wyniku samodzielnego zakupu lub w formie otrzymanego prezentu – weszło w ciągu ostatniego roku blisko 35% osób. Jako źródło częstego pozyskiwania druków księgozbiory domowe wskazało ponad 33% badanych, biblioteki – 30,2%, a sieci kontaktów społecznych (pozyskiwanie od znajomych lub bookcrossing) – łącznie 26%.

Osoby w wieku 40–59 lat nie tylko częściej korzystają z zasobów domowych, ale również istotnie częściej uzupełniają je, kupując nowe książki (31,8%). Nabywanie nowych książek jest także popularniejsze wśród respondentów z wykształceniem wyższym (30,5%) oraz wychowywanych w dzieciństwie przez matki z wykształceniem średnim (30,8%).

Nowe publikacje pochodziły nieco częściej z księgarni niezależnych (27,7% badanych kupujących lub wypożyczających książki) niż z sieciowych (26,6%). Księgarnie internetowe i serwisy aukcyjne wskazał wyraźnie mniejszy odsetek takich osób (odpowiednio 8,5% i 6,0%).

Popularnością cieszą się miejsca, gdzie można kupić książki po niższych cenach – dyskonty książkowe, kiermasze, stoiska uliczne, antykwariaty. Łącznie, z tego rodzaju źródeł pozyskało książki 25,2% respondentów (wskazali przynajmniej jedno z tych źródeł).

Wydatki na książki – inne niż podręczniki – w ciągu ostatniego roku deklarowało 37,0% badanych. Ponad 11% przeznaczyło na nie powyżej 100 zł, a 0,4% – przeszło 500 zł. Z kolei o przeznaczeniu pieniędzy na podręczniki poinformowało 21,8% respondentów, przy czym aż 4,6% – czyli znacząco więcej niż w przypadku innych książek – wydatkowało na nie powyżej 500 zł.

W sumie 33,8% osób wprowadzało książki do obiegu wtórnego, a więc podejmowało przynajmniej jedno z następujących działań: oddawało przeczytane druki innym, sprzedawało je, darowywało instytucjom publicznym, czy korzystało z bookcrossingu.

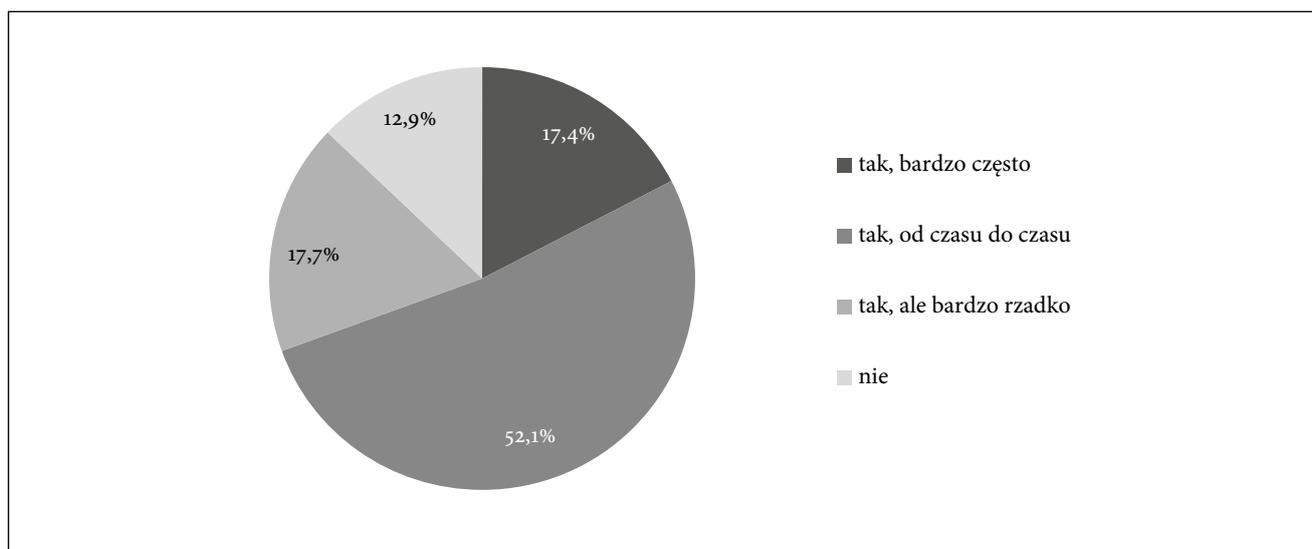
Choć 30,2% respondentów deklaruje posiadanie księgozbioru liczącego powyżej 50 książek drukowanych, to dużymi kolekcjami – liczącymi ponad 500 pozycji – może pochwalić się niespełna 2% badanych. Księgozbiory liczące ponad 100 tomów istotnie częściej posiadają osoby: w wieku 40–59 lat, z wyższym wykształceniem, wychowywane przez matki z wykształceniem średnim oraz respondenci, którym w dzieciństwie czytano (zarówno w domu, jak i w placówkach edukacyjnych).

13,9% respondentów nie ma w domu ani jednej książki, a 25,6% dysponuje jedynie skromnym zbiorem – do 10 tytułów.

Konteksty

Osobom deklarującym czytanie książek zadano pytanie, czy zdarza się, że czynność ta staje się dla nich tematem do rozmów lub dyskusji. Większość odpowiedziała twierdząco – przynajmniej od czasu do czasu o przeczytanej książce rozmawia ponad 52% czytelników, a 17,4% robi to bardzo często. Dowodzi to, że lektura – będąca aktywnością indywidualną – posiada jednocześnie potencjał budowania kontaktów społecznych [zob. wykres 32].

Wykres 32. Czy zdarza się Pan(i) z kimś rozmawiać o przeczytanej książce?



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę; N = 375

Źródło: opracowanie własne.

Do bardzo częstych rozmów o przeczytanych książkach istotnie statystycznie częściej przyznają się kobiety (21,5%) i jest to w zasadzie jedyna spośród podstawowych charakterystyk demograficznych, która istotnie różnicuje ten zwyczaj. Jest on podobnie popularny wśród osób w różnym wieku, nie zależy też ani od wykształcenia, ani od dochodu [zob. tab. 28].

Skłonność do dyskusowania o książkach jest za to dyspozycją, na której wykształcenie się mogą mieć wpływ kontakty z książką w instytucjach edukacyjnych, gdyż istotnie częściej z dużą intensywnością rozmowy o odbytych lekturach prowadzą osoby, którym czytano w szkole (22,7%), a przynajmniej od czasu do czasu istotnie częściej dyskutują o nich respondenci, którym czytano książki w bibliotece (62,9%).

Zaobserwowano również, że zwyczaj ten jest istotnie częstszy wśród przekazujących 1% podatku na cele organizacji pożytku publicznego [zob. tab. 29].

Partnerami do dyskusji o książkach najczęściej są przyjaciele i znajomi (68,4%), a w następnej kolejności członkowie rodziny (55,6%). Ponieważ niektórzy (24,7%) rozmawiają o nich także ze współpracownikami, oznacza to, że łącznie dla 77,8 % dyskutujących o książkach lektura jest tematem do rozmów towarzyskich poza rodziną. Pokazuje to potencjał

Tabela 28. Czy zdarza się Pan(i) z kimś rozmawiać o przeczytanej książce? (1)

	N =	tak, bardzo często	tak, od czasu do czasu	tak, ale bardzo rzadko	nie
Ogółem	375	17,4%	52,1%	17,7%	12,9%
Płeć respondenta					
mężczyzna	134	10,2%	48,4%	24,9%	16,6%
kobieta	241	21,5%*	54,1%	13,6%*	10,8%
Wiek respondenta					
15–24 lata	65	22,9%	44,2%	20,8%	12,1%
25–39 lat	117	18,4%	48,4%	16,0%	17,2%
40–59 lat	126	17,8%	56,1%	15,4%	10,7%
60 lub więcej	66	9,4%	58,6%	21,9%	10,1%
Wykształcenie respondenta					
podstawowe	38	19,8%	44,1%	22,4%	13,6%
zasadnicze zawodowe	54	9,2%	49,7%	25,5%	15,6%
średnie	132	17,6%	52,3%	18,2%	11,9%
wyższe	151	19,5%	54,7%	13,2%	12,6%
Sytuacja materialna respondenta					
słaba	55	5,0%	59,1%	24,1%	11,8%
przeciętna	229	20,8%*	50,5%	15,5%	13,2%
dobra	81	15,9%	51,7%	19,0%	13,5%
trudno powiedzieć	10	19,8%	52,7%	20,9%	6,7%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym					
do 800 zł na osobę	58	19,0%	48,5%	16,6%	15,9%
801–1600 zł na osobę	68	13,9%	48,7%	23,9%	13,6%
1601+ zł na osobę	85	19,7%	57,6%	11,3%	11,4%
odmowa	164	17,1%	51,9%	18,8%	12,2%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę; N = 375

Źródło: opracowanie własne.

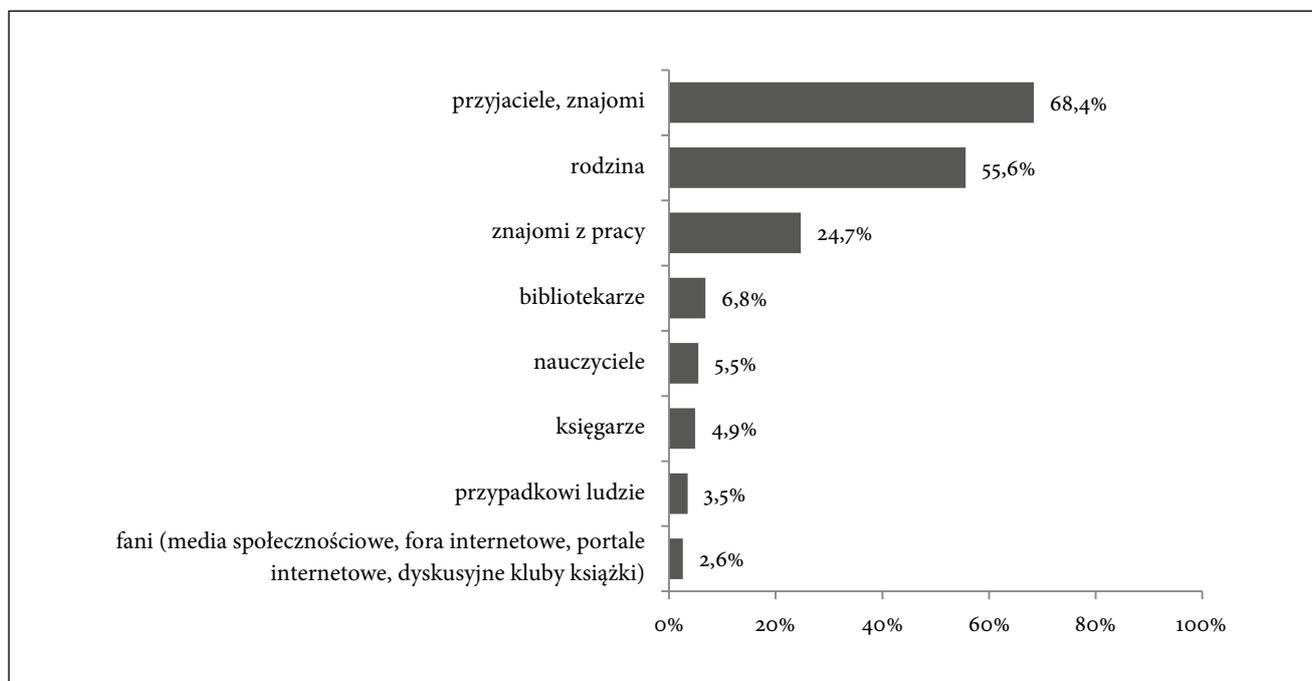
Tabela 29. Czy zdarza się Pan(i) z kimś rozmawiać o przeczytanej książce? (2)

	N =	tak, bardzo często	tak, od czasu do czasu	tak, ale bardzo rzadko	nie
Ogółem	375	17,4%	52,1%	17,7%	12,9%
Wykształcenie matki					
podstawowe	75	15,4%	49,8%	16,1%	18,7%
zasadnicze zawodowe	102	18,8%	49,0%	19,4%	12,7%
średnie	139	15,8%	55,7%	17,1%	11,5%
wyższe	21	10,2%	44,5%	28,1%	17,2%
nie wiem	38	27,4%	55,5%	12,5%	4,6%
Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne					
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	239	16,7%	53,8%	14,9%	14,7%
przekazywanie 1% podatku na organizację pożytku publicznego	185	19,2%	57,8%*	11,5%*	11,4%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?					
rodzice (często)	154	27,0%	41,2%*	18,1%	13,7%
tak, w przedszkolu	176	20,5%	48,2%	15,9%	15,4%
tak, w szkole	191	22,7%*	52,4%	12,6%*	12,3%
tak, w bibliotece	104	25,6%	62,9%*	6,1%	5,4%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę; N = 375

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 33. Z kim zdarza się Panu(i) rozmawiać o przeczytanej książce?



Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę i zdarza im się rozmawiać z innymi o przeczytanych książkach; N = 327

Źródło: opracowanie własne.

książki do budowania dyskursu, stawania się tematem wymiany poglądów i to nie tylko w gronie najbliższych [zob. wykres 33].

Skłonność do rozmów o książkach z przyjaciółmi jest istotnie bardziej powszechna wśród kobiet (73,8%) i osób z wykształceniem wyższym (76,6%). Ci ostatni zresztą w ogóle częściej rozmawiają o książkach także z członkami rodziny (62,5%) lub współpracownikami (37,7%). Może to odzwierciedlać generalny charakter kontaktów towarzyskich osób z wykształceniem wyższym – częściej opartych na wymianie poglądów, konfrontacji opinii itp. [zob. tab. 30].

Czytelnicy uczestniczący w wyborach, czy przekazujący 1% podatku na organizacje pożytku publicznego istotnie częściej rozmawiają o lekturze i z członkami rodziny, i z innymi osobami z najbliższego otoczenia. Zwyczaj dyskusowania o książkach z przyjaciółmi

Tabela 30. Z kim zdarza się Panu(i) rozmawiać o przeczytanej książce? (1)

	N =	przyjaciele, znajomi	rodzina	znajomi z pracy	bibliotekarze	nauczyciele	księgarze	przypadkowi ludzie	fani (media społecz- nościowe itp.)
Ogółem	327	68,4%	55,6%	24,7%	6,8%	5,5%	4,9%	3,5%	2,6%
Płeć respondenta									
mężczyzna	112	58,0%*	52,3%	23,8%	5,3%	8,4%	6,2%	3,3%	3,2%
kobieta	215	73,8%*	57,3%	25,2%	7,6%	4,0%	4,3%	3,6%	2,3%
Wiek respondenta									
15–24 lata	57	77,0%	42,3%*	23,6%	11,9%	25,3%	7,2%	5,8%	1,5%
25–39 lat	97	75,7%	48,9%	32,7%	2,7%	3,1%	3,9%	2,2%	2,3%
40–59 lat	113	57,5%*	62,3%	26,0%	5,5%	0,4%	7,2%	4,5%	2,1%
60 lub więcej	59	68,7%	66,9%	10,4%	10,9%	0,0%	0,0%	1,6%	4,9%
Wykształcenie respondenta									
podstawowe	33	84,3%	21,6%	9,6%	6,5%	31,2%	10,0%	0,0%	4,1%
zasadnicze zawodowe	45	60,7%	53,1%	9,6%	8,2%	2,9%	3,8%	6,1%	2,2%
średnie	116	57,5%*	58,3%	20,2%	8,0%	4,0%	4,6%	6,0%	4,1%
wyższe	132	76,6%*	62,5%*	37,7%*	5,3%	1,4%	4,3%	1,3%	1,0%
Sytuacja materialna respondenta									
słaba	48	75,4%	51,4%	12,3%	13,4%	10,4%	5,5%	4,7%	1,0%
przeciętna	199	69,2%	58,2%	24,8%	5,7%	3,6%	3,0%	2,8%	3,0%
dobra	70	66,5%	50,8%	34,6%	6,3%	5,9%	10,6%	3,1%	2,8%
trudno powiedzieć	10	28,5%	58,2%	14,2%	0,0%	17,9%	0,0%	14,7%	0,0%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym									
do 800 zł na osobę	48	81,0%*	60,3%	18,1%	11,2%	4,8%	0,0%	0,0%	2,7%
801–1600 zł na osobę	59	66,5%	54,7%	22,2%	6,9%	2,6%	2,9%	2,9%	0,8%
1601+ zł na osobę	75	66,2%	47,7%	43,5%	5,0%	8,1%	11,2%	4,0%	3,8%
odmowa	144	65,9%	58,6%	18,2%*	6,2%	5,6%	4,1%	4,7%	2,6%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę i zdarza im się rozmawiać z innymi o przeczytanych książkach; N = 327

Źródło: opracowanie własne.

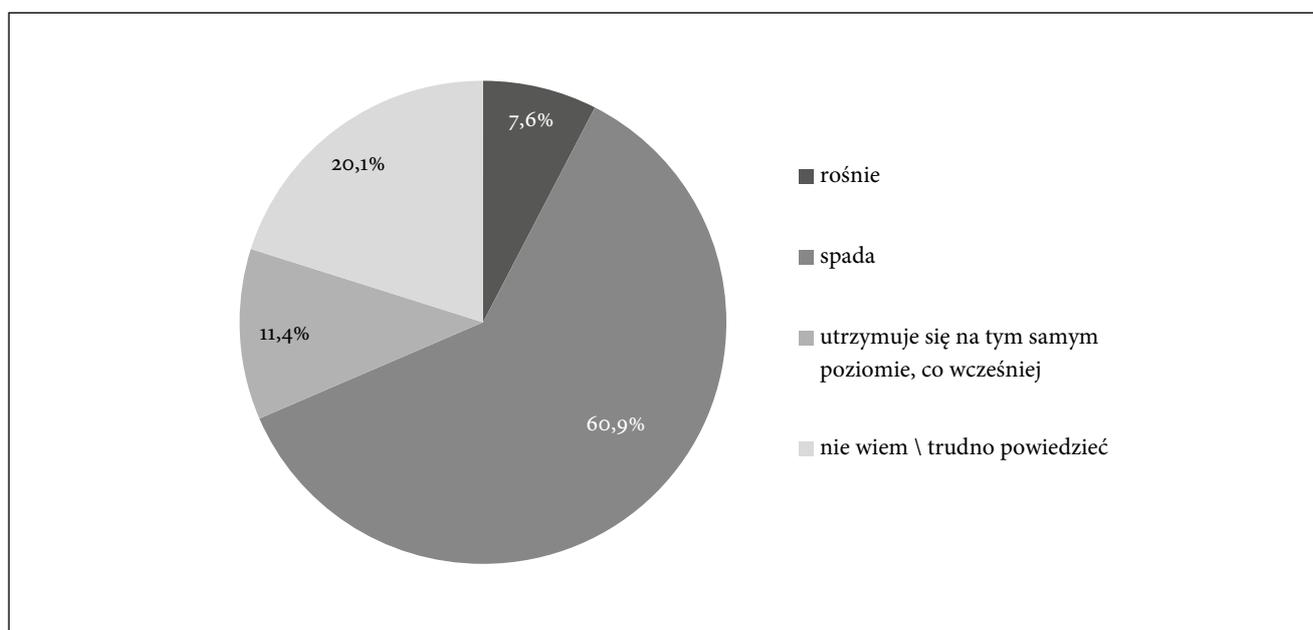
Tabela 31. Z kim zdarza się Panu(i) rozmawiać o przeczytanej książce? (2)

	N =	przyjaciele, znajomi	rodzina	znajomi z pracy	bibliote- karze	nauczy- ciele	księgarze	przypadko- wi ludzie	fani (media spo- łecznościowe itp.)
Ogółem	327	68,4%	55,6%	24,7%	6,8%	5,5%	4,9%	3,5%	2,6%
Wykształcenie matki									
podstawowe	61	74,9%	61,3%	9,5%	8,6%	0,8%	0,8%	0,0%	0,8%
zasadnicze zawodowe	89	68,1%	57,3%	15,5%	7,1%	6,3%	0,9%	3,6%	2,2%
średnie	123	69,6%	50,2%	38,4%*	5,8%	8,2%	6,7%	4,8%	4,5%
wyższe	17	80,9%	76,0%	36,5%	20,1%	2,1%	25,2%	0,0%	2,7%
nie wiem	37	47,7%	50,5%	21,0%	0,0%	4,3%	5,8%	6,5%	0,0%
Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne									
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	204	64,8%	63,3%*	28,4%*	7,6%	2,3%	4,8%	2,9%	2,6%
przekazywanie 1% podatku na organizację pożytku publicznego	164	74,0%*	61,8%*	32,3%*	8,8%	2,8%	6,0%	2,5%	2,9%
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?									
rodzice (często)	133	75,9%*	54,6%	24,5%	7,7%	3,5%	2,4%	3,2%	1,1%
tak, w przedszkolu	149	73,2%	51,3%	30,1%*	5,9%	4,9%	5,5%	2,8%	2,7%
tak, w szkole	168	78,1%*	52,6%	30,8%*	8,9%	4,8%	6,2%	3,0%	3,0%
tak, w bibliotece	99	73,6%	49,8%	28,3%	10,1%	3,1%	6,3%	3,4%	3,9%

Podstawa: respondenci, którzy w ciągu 12 m-cy przeczytali przynajmniej jedną książkę i zdarza im się rozmawiać z innymi o przeczytanych książkach; N = 327

Źródło: opracowanie własne.

Wykres 34. Jak Pan(i) sądzi, czy czytelnictwo książek (rozumiane jako liczba osób czytających książki) w ostatnich latach w Polsce...



Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

jest również istotnie statystycznie bardziej popularny wśród osób, którym w dzieciństwie czytano – zarówno w domu (75,9%), jak i w szkole (78,1%) [zob. tab. 31].

Wszystkim respondentom zadano pytanie o ich opinię na temat tendencji w czytelnictwie książek w Polsce na przestrzeni ostatnich lat. Zdecydowana większość (60,9%) stwierdziła, że liczba czytających książki zmniejsza się. Jedynie 7,6% badanych skłonnych było uznać, że liczba ta rośnie, a 11,4% – że utrzymuje się na tym samym poziomie [zob. wykres 34].

Pogląd o malejącym zasięgu czytelnictwa najczęściej wyrażali respondenci z wykształceniem wyższym (72,5%), a więc członkowie zbiorowości, która czyta książki istotnie częściej niż ogół populacji (dla przypomnienia: 62,5% vs 37,2%). Może to świadczyć o kompetencjach tych osób (gdyż diagnoza ta jest trafna), ale także wynikać z tego, że chcą one postrzegać swoje praktyki lekturowe jako wyjątkowe, ekskluzywne, co pomaga im budować prestiż we własnych oczach [zob. tab. 32].

Tabela 32. Jak Pan(i) sądzi, czy czytelnictwo książek (rozumiane jako liczba osób czytających książki) w ostatnich latach w Polsce... (1)

	N =	rośnie	spada	utrzymuje się na tym samym poziomie, co wcześniej	nie wiem \ trudno powiedzieć
Ogółem	1007	7,6%	60,9%	11,4%	20,1%
Płeć respondenta					
mężczyzna	494	6,9%	60,4%	11,3%	21,5%
kobieta	513	8,3%	61,4%	11,6%	18,7%
Wiek respondenta					
15–24 lata	159	9,9%	54,3%	16,5%	19,2%
25–39 lat	297	7,2%	64,1%	10,7%	18,0%
40–59 lat	355	7,3%	62,6%	10,4%	19,7%
60 lub więcej	196	6,9%	58,4%	10,1%	24,5%
Wykształcenie respondenta					
podstawowe	140	6,2%	46,7%*	12,4%	34,7%
zasadnicze zawodowe	269	7,9%	58,0%	10,1%	24,0%
średnie	356	7,9%	61,1%	11,8%	19,2%
wyższe	242	7,7%	72,5%*	11,7%	8,1%*
Sytuacja materialna respondenta					
słaba	190	5,7%	50,2%*	13,9%	30,1%*
przeciętna	634	7,8%	62,5%	11,1%	18,7%
dobra	159	9,8%	68,7%*	10,0%	11,5%*
trudno powiedzieć	25	4,4%	53,6%	8,3%	33,7%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym					
do 800 zł na osobę	187	4,2%	61,1%	9,9%	24,7%
801–1600 zł na osobę	227	8,2%	56,7%	15,0%	20,1%
1601+ zł na osobę	200	11,3%	63,8%	12,6%	12,3%*
odmowa	393	7,0%	61,8%	9,4%	21,8%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 33. Jak Pan(i) sądzi, czy czytelnictwo książek (rozumiane jako liczba osób czytających książki) w ostatnich latach w Polsce... (2)

	N =	rośnie	spada	utrzymuje się na tym samym poziomie, co wcześniej	nie wiem \ trudno powiedzieć
Ogółem	1007	7,6%	60,9%	11,4%	20,1%
Wykształcenie matki					
podstawowe	315	4,2%	59,7%	8,1%*	28,0%*
zasadnicze zawodowe	298	11,2%	59,5%	10,6%	18,7%
średnie	258	10,0%	60,9%	16,4%	12,7%*
wyższe	30	6,0%	75,8%	11,5%	6,7%
nie wiem	106	2,2%	64,4%	11,6%	21,8%
Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne					
udział w ostatnich wyborach prezydenckich	576	9,5%*	63,0%	11,6%	16,0%*
przekazywanie 1% podatku na organizację pożytku publicznego	397	9,7%*	65,3%*	12,2%	12,9%*
Czy respondentowi jako dziecku czytano książki?					
rodzice (często)	252	11,8%	64,2%	13,5%	10,5%*
tak, w przedszkolu	328	9,3%	61,8%	16,5%*	12,4%*
tak, w szkole	406	9,3%	62,1%	16,4%*	12,2%*
tak, w bibliotece	230	14,0%	59,6%	15,5%	11,0%*

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Jedynymi respondentami, których optymizm odnośnie kondycji czytelnictwa w Polsce jest istotnie statystycznie wyższy niż ogółu, wydają się być osoby zaangażowane w podstawowe przejawy życia politycznego i społecznego: uczestnicy wyborów (9,5%) i wpłacający 1% podatku na rzecz organizacji pożytku publicznego (9,7%). Jednakże osoby te również najczęściej wyrażały opinię o spadającej liczbie czytelników książek. Ich relatywnie wyższy optymizm wynikał po prostu z tego, że częściej miały wyrobioną opinię na temat czytelnictwa i istotnie statystycznie rzadziej udzielały odpowiedzi: nie wiem / trudno powiedzieć.

Do braku opinii na temat kondycji czytelnictwa znacznie rzadziej przyznawali się też respondenci, którym w dzieciństwie czytano książki w szkole lub w przedszkolu. Choć oni z kolei częściej niż inni skłonni byli wyrażać wiarę, że zasięg czytelnictwa utrzymuje się na stałym poziomie, to w większości także byli przekonani o tym, że spada [zob. tab. 33].

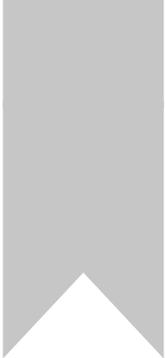
Podsumowanie

Książki są tematem rozmów większości respondentów deklarujących czytanie. Przynajmniej od czasu do czasu rozmawia o lekturze ponad 52% takich osób, a 17,4% robi to bardzo często (istotnie statystycznie częściej kobiety – 21,5%).

Skłonność do dyskusowania o książkach jest dyspozycją względnie niezależną od pozostałych (poza płeć) cech demograficznych, a na jej wykształcenie się mogą mieć wpływ kontakty z książką w instytucjach edukacyjnych w wieku szkolnym.

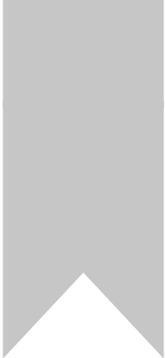
Choć częstymi partnerami do wymiany opinii o książkach są członkowie rodziny (55,6%), to łącznie dla 77,8% czytelników dyskutujących o książkach lektura jest tematem do rozmów towarzyskich z osobami spoza tego kręgu – ze znajomymi, przyjaciółmi, współpracownikami. Książki mają zatem potencjał do budowania dyskursu, stawania się tematem wymiany poglądów i to nie tylko w gronie najbliższych.

Zdecydowana większość (60,9%) wszystkich badanych wyznaje pesymistyczny pogląd, że w ciągu ostatnich lat zbiorowość osób czytających książki w Polsce kurczy się. Jedyne 7,6% respondentów skłonnych było uznać, że zasięg czytelnictwa rośnie, a 11,4% – że utrzymuje się na tym samym poziomie.



Część druga

PRZEGLĄD I ANALIZA
BADAŃ CZYTELNICTWA W POLSCE
ZREALIZOWANYCH
W LATACH 2010–2014 (2015)



Prezentowany przegląd składa się z trzech modułów o różnej objętości. Ze względu na to, że sondaż Polskiej Izby Książki miał być przeprowadzony na ogólnopolskiej próbie reprezentatywnej, najwięcej uwagi poświęcono badaniom o tym właśnie charakterze¹. Omówiono je w części pierwszej. Następnie (w części drugiej) opisano te reprezentatywne sondaże o charakterze ogólnopolskim, w których czytelnictwo książek stanowiło problem marginalny, oraz (w części trzeciej) – badania jakościowe i marketingowych (w znacznej mierze poświęconych funkcjonowaniu „nowych mediów”). Wnioski z całości przeprowadzonych analiz przedstawiono we wstępie poprzedzającym prezentację wyników tegorocznego sondażu PIK.

Wykaz 36 inicjatyw badawczych, które wzięto pod uwagę, wraz z ich krótką charakterystyką zamieszczono w Aneksie na końcu opracowania. Jak się wydaje, uwzględniono wszystkie ważniejsze rozpoznania dotyczące czytelnictwa osób w wieku 15+ (a więc będących przedmiotem zainteresowania planowanych badań PIK)², które przeprowadzono w Polsce w latach 2010–2014 (2015).

¹ Są one prowadzone w Polsce – z różną częstotliwością – od początku lat 70. XX wieku. Ich omówienie zob. J. Kostecki, *Potencjał poznawczy współczesnych ogólnopolskich badań czytelnictwa w Polsce*, [w:] *Na co dzień i od święta. Książka w życiu Polaków w XIX–XXI wieku*, red. nauk. A. Chamera-Nowak, D. Jarosz, Warszawa: Oficyna Wydawnicza ASPRA-JR 2015, s. 665–687 (także „Biblioteka Analiz” 2015, nr 410).

² Świadomie pominięto więc badania dotyczące czytelnictwa uczniów szkół podstawowych i gimnazjów (np. Zofii Zasackiej z Instytutu Badań Edukacyjnych), jako dotyczące nieco innej problematyki i prowadzone odmiennymi metodami.

OGÓLNOPOLSKIE BADANIA CZYTELNICTWA NA PRÓBACH REPREZENTATYWNYCH

Janusz Kostecki

A. KWESTIONARIUSZE

1. Instytut Książki i Czytelnictwa Biblioteki Narodowej – ewolucja zakresu zainteresowań

1.1. Liczba i charakter pytań

Przeanalizowano kwestionariusze wywiadów przeprowadzonych w latach 2010, 2012 i 2014 na ogólnopolskich próbach reprezentatywnych, liczących odpowiednio: 2008, 3001 i 3000 respondentów.

We wszystkich kwestionariuszach zdecydowanie przeważały pytania zamknięte, najczęściej jednokrotnego, rzadziej – wielokrotnego wyboru. Pytania otwarte dotyczyły tylko autorów i tytułów (rodzajów) książek przeczytanych w ciągu 12 miesięcy poprzedzających badania (w 2014 r. także czytanych tytułów prasy papierowej i/lub internetowej).

Liczba pytań systematycznie rosła. W 2010 r. zrąb główny liczył ich 12, w 2012 – 35, w 2014 – 40. Zmieniała się także objętość metryczki: za rok 2010 nie dysponujemy informacjami, w 2012 r. zadano nominalnie 10 pytań (ale z podpunktami było ich 22), a w 2014 – nominalnie 12 (z podpunktami – 17).

Zasygnalizowane zwiększanie objętości kwestionariusza nie oddaje istoty zmian wprowadzanych w kolejnych badaniach, gdyż polegały one nie tylko na dodawaniu nowych pytań, ale także na pomijaniu wielu użytych wcześniej oraz na licznych modyfikacjach. W niezmienionej formie we wszystkich badaniach w zrębie głównym wystąpiły tylko dwa pytania, ośmiu dalszych użyto w formie zmodyfikowanej (na ogół bardzo nieznacznie zmieniając kafeterię). W 2012 r. usunięto dwa pytania z kwestionariusza z roku 2010, dodano zaś 24 (jedno zmodyfikowano); w 2014 r. w porównaniu z rokiem 2012 – pominięto 12 pytań, dodano 20 nowych, bez zmian pozostawiono 14, resztę mniej lub bardziej zmodyfikowano (wielkości te są nieco umowne, bo niektóre pytania łączono, inne zaś rozdzielano). Licznych zmian dokonywano też w metryczce, choć tu trend był odwrotny – w roku 2014 w porównaniu z rokiem 2012 mimo wszystko ją ograniczono. Zdarzało się, że pytania zadawano w innej kolejności niż w pozostałych edycjach.

1.2. Obszary badań

Niezmiennie podstawowym przedmiotem zainteresowań było funkcjonowanie przekazów piśmienniczych (zarówno w formie papierowej, jak i elektronicznej), przy czym koncentrowano się zwłaszcza na obiegu książek. O ile jednak w 2012 r. dodano wiele pytań dotyczących: a) ich nowych form, b) sposobów lektury, c) obecności książki w otoczeniu respondenta, o tyle w 2014 r. – zainteresowanie pierwszym obszarem znacznie spadło, rozbudowano zaś znacznie obszar trzeci (zwłaszcza jeśli chodzi o dzieciństwo badanych), wprowadzono też kilka nowych pytań (odpowiedzi na nie posłużyły potem jako zmienne).

Mimo wprowadzanych modyfikacji Instytutowi udało się zachować ciągłość i powtarzalność zasadniczych wątków. Niewątpliwie duża część przeróbek albo była wynikiem reakcji na zmiany cywilizacyjne i kulturowe, albo służyła doprecyzowaniu odpowiedzi respondentów. Jednak przede wszystkim rezygnowano z drażenia problemów, których znaczenie wcześniej przeszacowywano (zwłaszcza pod wpływem wypowiedzi publicystycznych), co raz więcej uwagi zaczęto zaś poświęcać praktykom towarzyszącym lekturze oraz mogącym wyjaśnić ich występowanie i charakter.

1.2.1. Książka

1.2.1.1. Pytania pozostawione w formie niezmienionej

We wszystkich edycjach w ten sam sposób pytano tylko o przeczytanie w ciągu ostatniego miesiąca dowolnego tekstu o objętości większej niż trzy strony maszynopisu³ oraz o przeczytanie lub przejrzenie (w całości albo we fragmentach) w ciągu ostatniego roku dowolnej książki (papierowej lub elektronicznej; w tym albumu, poradnika, encyklopedii, słownika, podręcznika). Należy zwrócić uwagę zwłaszcza na formę drugiego z tych pytań, wpływającą niewątpliwie na – budzący największe emocje społeczne – rozkład odpowiedzi. Po pierwsze, niczego niesugerujący (pozbawiony elementu wartościującego) zwrot „czy” pozwalał w miarę obiektywnie wydzielić zbiorowość deklarujących lekturę (o liczbę czytanych książek – stosując konsekwentnie te same przedziały – pytano w następnej kolejności)⁴; po drugie, dopowiedzenie zwracające uwagę na „peryferyjne” kategorie książek i traktujące ową lekturę w sposób maksymalnie szeroki – choć być może prowadzące do zbytnej inkluzyjności – zapewniało niewątpliwie to, że pojęcia „książka” i „czytanie” były rozumiane przez badaczy i respondentów w sposób możliwie jednakowy.

1.2.1.2. Pytania (bloki pytań) w formie modyfikowanej

Przy zachowaniu istoty sprawy modyfikowano pytanie o **książki czytane** w ciągu ostatniego roku. O ile w 2010 r. pytano tylko o to, „jakie to były książki”, prosząc o podanie ich autorów, tytułów, ewentualnie rodzaju i tematyki⁵, o tyle w kolejnych edycjach – znów prawdopodobnie po to, by uniknąć rozbieżności w rozumieniu zagadnienia – przypomniano, że chodzi

³ Co prawda pytanie to miało tę samą formę, ale w rzeczywistości w 2014 r. zilustrowano je dodatkowo skanem przykładowego tekstu o tej objętości, co być może spowodowało mniejszy odsetek odpowiedzi pozytywnych.

⁴ W latach 2012 i 2014 oprócz pytania o aktywność czytelnictwa (liczbę książek przeczytanych w ciągu roku) zadano też pytanie o częstotliwość (systematyczność) lektury, nie uwzględniając jednak zjawiska sezonowości kontaktów z książką.

⁵ Kafeteria do pytania o treści czytane w internecie (zob. dalej) pozwalała jednak wydzielić także książki czytane w formie e-booka oraz ustalić ich autora, tytuł lub tematykę.

o książki zarówno papierowe, jak i w formatach elektronicznych, a poza tym (co traktować można jako inne sformułowanie dopowiedzenia w pytaniu o to „czy...”), że badaczy interesują nie tylko publikacje czytane w „czasie wolnym”, ale także „w ramach obowiązków zawodowych lub szkolnych”⁶. Z jednej strony zwiększano w ten sposób inkluzyjność pytania, z drugiej – w 2012 r. ograniczono liczbę wymienianych książek do 15, a dwa lata później – do 10. Indagowanie respondentów o konkretnie przeczytane książki stanowi stałą cechę wszystkich badań IKICZ i pozwala (choć niewątpliwie w ograniczony sposób) weryfikować prawdziwość deklaracji w pytaniach typu „czy”? oraz „ile”? Ważniejsze wydają się jednak dwie inne kwestie. Po pierwsze, lektury – inaczej niż w badaniach Eurostatu lub CBOS⁷ – instytucja ta nie traktuje jako praktyki wyłącznie autotelicznej (rozumianej jako nieobowiązkowa aktywność w czasie wolnym), sposobu „uczestnictwa w kulturze”, lecz jako sposób uczestnictwa w życiu społecznym w ogóle⁸. Po drugie, rezygnuje z zamieszczania w kafeterii gotowych kategorii książek sporządzonych przez znawców, które mogą być niezrozumiałe lub rozumiane przez respondentów inaczej niż przez badaczy. Oczywiście, ma to swoje konsekwencje. Opracowanie takiego pytania wymaga najpierw sporządzenia *ex post* wyczerpującej kategoryzacji wyborów, a następnie zatrudnienia na tyle wykwalifikowanych koderów, by umieli zidentyfikować i przydzielić wymieniane książki do odpowiednich grup.

Istotne jest również to, że przy zastosowaniu tego sposobu indagowania respondenta, ankieter ma potem szansę pytać o inne sprawy dotyczące lektury nie „w ogóle”, ale odnosząc się do konkretnych aktów czytania. Postąpiono tak w edycjach z lat 2012 i 2014, gdy prezentując badanym kartę odpowiedzi, pytano go następnie o to: a) w jakiej formie była wymieniona książka, b) jakie było źródło jej pochodzenia; c) w jaki sposób ją czytał?⁹.

Trudno dociec dlaczego w przeciwnym kierunku modyfikowano główne pytanie o **zakup książek** w ciągu ostatniego roku (zadawano je wszystkim respondentom, nie tylko tym, którzy deklarowali czytanie). Najbardziej inkluzyjną formę miało ono w 2010 r., gdy badaczy interesowało nabywanie wszystkich książek (także słowników, albumów, podręczników, lektur szkolnych oraz publikacji w formie elektronicznej). Dwa lata później z owych dopowiedzeń zrezygnowano (niekonsekwentnie licząc, że respondenci na trwałe zapamiętali uwagi zamieszczone w pytaniu „czy...?”), a w 2014 r. – z niezrozumiałych względów – ograniczono zainteresowanie do zakupu książek „innych niż podręczniki szkolne”¹⁰. W każdym wypadku zachowano jednak te same przedziały liczby nabytych książek. Jednocześnie w ostatnich

⁶ Inną drobną modyfikacją było zastąpienie w obu wypadkach prośby o podanie „rodzaju i tematyki”, prośbą „lub jakoś inaczej je opisać”.

⁷ PIK pytał respondentów o to, „czy w ciągu ostatnich 30 dni mieli czas i okazję, by dla własnej przyjemności przeczytać jakąś książkę (opowiadanie, powieść itp.) niezwiązaną z nauką lub pracą zawodową?”

⁸ Próbę ustalenia „sensów” konkretnych aktów lektury poprzez pytanie o ich związki z innymi formami aktywności podjęto jednak tylko w badaniach z 2012 r., pytając o „najważniejszy powód lektury”. Potem z pytania tego zrezygnowano. Faktem jednak jest, że zastosowana w nim kafeteria budzić może wiele zastrzeżeń.

⁹ W 2012 r. były to trzy kolejne, osobne pytania; w 2014 r. – trzy „podpunkty” do pytania zasadniczego o przeczytane książki. W 2010 r. pytań „a” i „c” nie zadano, natomiast o źródła przeczytanych książek zapytano zbiorczo w pytaniu wielokrotnego wyboru.

¹⁰ W związku z tym, że w 2014 r. władze rozpoczęły akcję zaopatrywania uczniów w bezpłatne podręczniki, i stopniowo będzie ona rozwijana, istotne wydaje się osobne pytanie o kwoty wydawane na podręczniki oraz na pozostałe książki. Pozwoli to oszacować, na ile akcja ta odciążała rodziny finansowo i jak zmieniają się proporcje środków przeznaczanych na kupno różnych typów publikacji.

badaniach do kafeterii dodano możliwość: „nie, ale książki kupują rodzice/inni członkowie gospodarstwa domowego”. Ogólnie rzecz biorąc sposób indagowania na temat zakupu książek budzi niejaki wątpliwości. Nie chodzi przy tym o to, że – być może z uwagi na pracochłonność opracowania zebranych materiałów – w latach 2012 i 2014 zrezygnowano z pytania o autorów, tytuły (ewentualnie rodzaj i tematykę) nabytych książek. Należy jednak zwrócić uwagę na uchybienia „techniczne”. Po pierwsze, w 2014 r. w pytaniu podstawowym nie uwzględniono częstej sytuacji, gdy zarówno respondent, jak i jego bliscy kupują książki. Po drugie, pytanie to zadano przed blokiem pytań o książki w innej formie niż papierowe, co mogło spowodować, że badani pominęli w deklaracjach zakupy książek elektronicznych. Po trzecie, zarówno w 2012, jak i w 2014 r. respondentom, którzy twierdzili, że nie nabyli ani jednej książki, zadano potem pytanie (nowe) nie tylko o to, czy otrzymali w tym czasie jakąś książkę w prezencie, ale także o to, czy kupili komuś książkę¹¹. Po czwarte, w innym pytaniu towarzyszącym – o miejsce zakupu książek – choć nieznacznie zmieniano kafeterię, to nigdy nie uwzględniono wszystkich narzucających się źródeł.

1.2.1.3. Pytania (bloki pytań) nowe (nieobecne w 2010 r.)

Jak już wspomniano, w kolejnych edycjach badań poszerzano obszar zainteresowań badawczych.

Już w 2012 r. pojawiło się po raz pierwszy pytanie dotyczące „**biografii czytelniczej**” respondentów (wówczas adresowane jednak tylko do aktualnych „nieczytelników”) brzmiące „A czy kiedykolwiek czytał(-a) Pan(-i) książki?” (utrzymane dwa lata później), lecz prawdziwy wzrost zainteresowania przeszłością (w tym głównie czytaniem i działaniami mogącymi je stymulować) nastąpił w 2014 r. Wszystkich badanych indagowano wówczas o to, czy kiedy byli dziećmi, rodzice (domownicy, opiekunowie): a) czytali im książki; b) kupowali im książki do czytania; c) zachęcali ich do samodzielnego czytania książek; d) zwracali dużą uwagę na oceny i wyniki osiągnięte w nauce; e) posyłali na dodatkowe zajęcia pozaszkolne?, a także czy w owym czasie: a) dorośli w domu czytali książki; b) respondenci czytali lektury lub inne książki wymagane w szkole?¹²

W 2012 r. zadawano też pytania pozwalające usytuować respondentów w ich aktualnym „**środowisku lekturowym**”. Pierwsze z nich dotyczyło źródeł informacji „na temat tego, co warto przeczytać”¹³, drugie tego, czy i jak często zdarzało się respondentowi „rozmawiać o książkach z innymi”¹⁴, trzecie – wspomniane już – darowywania i otrzymywania prezentów książkowych (wszystkie utrzymano w kolejnej edycji). W 2014 r. zestaw ten uzupełniono o pytania o charakterze „świadomościowym”: dwa odnoszące się do oceny przez

¹¹ Rodzą się wątpliwości, czy nawet przy maksimum dobrej woli można to pytanie traktować jako sprawdzające wcześniejszą deklarację. Zabezpieczając się przed tym błędem można było inaczej sformułować pytanie główne, dodając np. formułę ograniczającą (typu: „sobie”, „na własne potrzeby”).

¹² Trudno powiedzieć dlaczego jednak nie zapytano respondentów o to, czy czytali wówczas także z własnego wyboru (a więc czy zachęty najbliższych były skuteczne)? Pominęto też wpływ grup rówieśniczych oraz „innych dorosłych”.

¹³ W świetle wspomnianego sposobu traktowania lektury sformułowanie „warto” wydaje się jednak nieco zbyt wąskie.

¹⁴ Niestety, nie próbowano się dowiedzieć, kim ewentualnie byli ci „inni”. Być może też sformułowanie „rozmawiać”, a nie np. „wymieniać opinie” mogło eliminować relacje inne niż twarzą w twarz.

badanych aktywności lekturowej najbliższej rodziny oraz przyjaciół i znajomych oraz jedno dotyczące wiedzy na temat tego, czy owi znajomi oraz rodzina (bez dodatkowych określeń) „mają w swoich domach/mieszkaniach książki?”

Ostatnim elementem wspomnianego „środowiska lekturowego”, o który indagowano w latach 2012 i 2014, były księgozbiory w domach respondentów. Niestety nawet w obrębie jednego badania pytano o nie w sposób niekonsekwentny, poza tym w obu edycjach pytania miały nieco inną formę, co w zasadzie uniemożliwia porównania w czasie. Kafeteria do zasadniczego pytania o to, czy w domu badanego „znajdują się jakieś książki?” (bez zaznaczenia ich formy) z niezrozumiałych względów eliminowała za każdym razem pewne kategorie publikacji, i to nie tylko te, o których czytanie pytano, ale także te, o które pytano, interesując się w danym roku nabywaniem książek. W 2012 r. były to podręczniki szkolne, natomiast dwa lata później także „inne książki na potrzeby dzieci” (w innej wersji – „dziecięce”). Choć w obu wypadkach pytano też o wielkość zbiorów, to w 2012 r. odpowiedź miała dotyczyć liczby książek, a w 2014 r. – liczby półek z książkami. Konsekwentnie interesowano się już przy tym tylko książkami papierowymi, eliminując z nich jednak odpowiednio: podręczniki szkolne oraz podręczniki szkolne i „ilustrowane książeczki dla małych dzieci” (a przecież jest to kategoria znacznie węższa niż „inne książki na potrzeby dzieci”).

Jak się wydaje, najwięcej trudności sprawiły jednak badaczom pytania dotyczące **niekonwencjonalnych form książek**. W 2012 r. pojawiło się ich od razu aż 11, w 2014 r. pozostało z nich cztery, w tym jedno (o to, czy zdarza się respondentowi czytać „dłuższe teksty w formie elektronicznej”) w zasadzie niepotrzebnie, gdyż odpowiedzi na nie można było udzielić, wybierając jedną z możliwości wymienionych w kafeterii do innego pytania (nr 26). Wątpliwość budzi też forma dwóch innych powtórzonych pytań: pierwszego o czytanie książek w formie e-booka, drugiego o słuchanie audiobooka (w 2014 r. – audiobooków, z dopowiedzeniem: „książek do słuchania”). Oba – w kwestionariuszu oddalone bardzo od zasadniczego pytania o czytanie w ciągu ostatniego roku – zaczynają się od formuły: „czy zdarzyło się Panu/i kiedykolwiek”, a więc nie pozwalają ustalić, czy odbyło się to w ciągu 12 miesięcy poprzedzających wywiad, a więc ocenić roli, jaką w aktualnym czytelnictwie odgrywają różne postaci książek¹⁵. Ostatnie pozostawione pytanie dotyczyło urządzeń wykorzystywanych do czytania „książek i tekstów w formie elektronicznej” (lepiej byłoby „książek lub innych tekstów...”) – przestawiono w nim jednak kolejność w kafeterii, częściowo zmieniono w nawiasach przykłady urządzeń, a także dodano możliwość „inne urządzenie: jakie?”. Z niewiadomych przyczyn w 2014 r. usunięto jednak bliźniacze pytanie o rodzaj sprzętu wykorzystywanego do słuchania audiobooków.

Jak już wspomniano, pytając w latach 2012 i 2014 o wielkość księgozbiorów domowych, interesowano się tylko książkami papierowymi. Ponieważ w 2012 r. osobno pytano też o to, czy respondent posiada jakieś e-booki oraz audiobooki, a także o to, ile zdołał ich zgromadzić (łącznie były to cztery pytania), wspomniane ograniczenie było całkowicie uzasadnione. Gdy jednak w 2014 r. wszystkie te pytania usunięto, pozbawiono się szansy wnioskowania na temat charakteru księgozbiorów domowych.

¹⁵ We wspomnianym już pytaniu nr 26 w kafeterii znów co prawda pojawia się w 2014 r. pojęcie e-booka, ale jako podklasy szerszego terminu „tekst w formacie cyfrowym”, a poza tym nie uwzględniono w nim wyboru możliwości „w ciągu ostatniego roku”.

Usprawiedliwione za to wydaje się pominięcie w ostatniej edycji badań pytań o to: „jakie książki czyta Pan/i w formie e-booków?” i „jakich książek słucha Pan/i w formie audiobooków” (w obu proszono o ich wymienienie lub inną charakterystykę), gdyż przynajmniej o książki w wersji elektronicznej pytano już w omówionym wcześniej pytaniu ogólnym¹⁶.

By wyczerpać problem książek należy jeszcze wspomnieć o czterech pytaniach. W 2014 r. usunięto (chyba słusznie) pytanie o to, co respondenci robią z książkami (zakupionymi lub otrzymanymi w prezencie), wprowadzono zaś trzy nowe. Pierwsze dotyczyło ceny ostatnio zakupionej (zakupionych) książki (książek), drugie tego, czy respondent czytał „kiedykolwiek na głos książki swoim dzieciom lub innym domownikom”, trzecie zaś tego, co badany rozumie pod pojęciem „dobrej książki”. Ten ostatni problem jest niewątpliwie ważny, jednak możliwości uwzględnione w kafeterii, odnoszą się w przeważającej części tylko do tekstów literackich.

1.2.2. Inne środki przekazu

1.2.2.1. Prasa

Problem korzystania z prasy po raz pierwszy pojawił się w kwestionariuszu z roku 2010. Zadano tylko jedno, w miarę jasno sformułowane pytanie o to, czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy zdarzyło się badanemu „czytać lub przeglądać dzienniki, tygodniki, magazyny (także ich wydania internetowe)?”¹⁷ Mógł on na nie odpowiedzieć albo przecząco, albo twierdząco, precyzując czy robi to „sporadycznie”, czy „regularnie” (przynajmniej jeden tytuł) (cokolwiek miałyby te określenia znaczyć). Czytelników „regularnych” proszono dodatkowo o wymienienie tytułów „najczęściej czytanej prasy”. Sformułowanie to trudno niestety uznać za jednoznaczne. Jak się wydaje, badaczom chodziło o określenie stopnia regularności lektury, ale rozumiejąc użytą formułę literalnie częściej czytamy dziennik, sięgając po jego co trzeci numer, niż tygodnik, korzystając z każdego numeru.

W 2012 r. najpierw proszono o deklarację, czy w ciągu ostatniego roku „zdarzyło się Panu(i) czytać lub przeglądać prasę, tj. dzienniki, tygodniki lub magazyny?”. W pytaniu kolejnym, zadawanym tym respondentom, którzy odpowiedzieli „tak”, indagowano ich o tytuły czytanych „gazet, tygodników lub magazynów” (z zaznaczeniem, czy były to „tradycyjne wydania papierowe” czy „internetowe”) oraz regularność ich czytania. Można było wymienić do 10 tytułów. Uwagę zwraca niespójność tych pytań: w pierwszym pytano o czytanie i przeglądanie, w drugim tylko o czytanie; dopiero w drugim pytaniu zwracano uwagę respondentów na to, że mają brać pod uwagę różne (tradycyjne i nietradycyjne) formy prasy. Wątpliwości budzą też kwestie terminologiczne: w pytaniu pierwszym mówi się o „dziennikach”, w drugim o „gazetach”; nie wyjaśnia się (tak zresztą jak i w roku 2010) pojęcia „magazyny”, które przecież na ogół ukazują się w rytmie tygodniowym (pojęcie „tygodnik” nie pojawia się zresztą w pytaniu o częstotliwość lektury). Poza tym nie uwzględnia się czasopism o mniejszej częstotliwości (i nie chodzi tylko o czasopisma naukowe, ale także np. o dwutygodniki czy miesięczniki specjalistyczne, w tym hobby-styczne, np. „Brydż”).

¹⁶ O książki czytane w formie e-booka pytano już w inny sposób w roku 2010 (zob. przyp. 5, s. 94).

¹⁷ Problem czytania prasy w internecie pojawił się powtórnie (trudno powiedzieć czy celowo) w kafeterii do pytania „Co w ciągu ostatnich 12 miesięcy czytał(a) Pan(i) w internecie?”. (por. przyp. 5, s. 94).

W 2014 r. sposób pytania o czytanie prasy całkowicie zmieniono, rozdzielając ją na „prasę w wydaniu papierowym, tj. dzienniki, tygodniki i magazyny” oraz na „wiadomości/prasę” w internecie. Nie ustrzeżono się jednak usterek z poprzedniego badania, co więcej pojawiły się nowe. Jeśli chodzi o prasę papierową, to znów w pytaniu głównym mamy „dzienniki, tygodniki, magazyny”, a w podrzędnym „gazetę, magazyn”, a nawet tylko „gazetę”. Tym razem można było wymienić „max 5 pozycji”, a w kafeterii do pytania dotyczącego częstotliwości czytania (ale znów nie przeglądania) wprowadzono dwie nowe możliwości (przy czym jej konstrukcja nie jest jednolita). Podobnego typu wątpliwości budzi sposób indagowania o „wiadomości/prasę” w internecie, przy czym w pytaniu głównym (inaczej niż w wypadku prasy papierowej) nie uwzględnia się możliwości ich/jej przeglądania. Zakres pytania wyjaśnia się dopiero w pytaniu podrzędnym, prosząc o wymienienie czytanych „gazet internetowych, nazw portali informacyjnych lub innych stron z bieżącymi wiadomościami” (znów „max 5 pozycji”), przy czym pytając o częstotliwość (kafeteria taka sama jak przy prasie papierowej) formułę opisującą zakres ogranicza się do „strona/portal” (pojęcie „gazeta” niespodziewanie znika). Trudno nie dostrzec wad tego rozwiązania, zakładając nawet optymistycznie, że wszyscy badani rozumieją co oznacza np. termin „portal”. Równie ważne jest jednak co innego – w obu grupach pytań o prasę uwzględnia się w zasadzie inny zakres problematyki, gdyż prasę internetową ogranicza się wyraźnie do wiadomości bieżących, a więc do tego, co stanowi główną (choć nie jedyną) zawartość dzienników drukowanych.

1.2.2.2. Telewizja

Oglądaniem telewizji zainteresowano się dopiero w badaniach z 2014 r. Jedyne pytanie poświęcone tej problematyce sformułowano jednak w sposób sprzeczny z zasadą stosowaną w pytaniach o czytanie książek i prasy. Pytania szczegółowego o ilość czasu poświęcanego dziennie „przeciętnie w minionym tygodniu na oglądanie telewizji” nie poprzedzono bowiem pytaniem o to, czy respondent w ogóle korzysta z telewizji (możliwość wyboru tej opcji daje dopiero kafeteria).

1.2.2.3. Internet

Problem korzystania z internetu sprawiał badaczom najwięcej problemów¹⁸. Główną przyczyną był jego gwałtowny rozwój polegający: po pierwsze – na wzroście zasięgu oddziaływania; po drugie – na wzbogaceniu oferty, w tym także dzięki zjawisku konwergencji (transferu treści pomiędzy różnymi nośnikami); po trzecie – na zjawisku remediacji (stosowaniu przez użytkowników poszczególnych środków przekazu metod korzystania charakterystycznych dla innych nośników). Zasygnalizowane zmiany nie stanowią jednak dostatecznego usprawiedliwienia dla dokonanych modyfikacji w sposobie pytania o funkcjonowanie internetu.

W 2010 r. dwa spośród czterech pytań dotyczących korzystania z internetu słusznie otwierały kwestionariusz (wszak zaraz potem pytano o korzystanie z prasy internetowej i książek w wersji elektronicznej). Interesowano się, po pierwsze, czy badany ma dostęp do

¹⁸ Po raz pierwszy pojawił się on w badaniach IKICZ w 2006 r. Zob. S. Wierny, *Użytkowanie internetu i czytelnictwo internetowe w Polsce w 2006 r.*, [w:] G. Straus, K. Wolff, S. Wierny, *Czytanie, kupowanie, surfowanie. Społeczny zasięg książki w Polsce w 2006 r.*, Warszawa: Biblioteka Narodowa 2008, s. 118–169.

internetu, a po drugie, gdzie najczęściej z niego korzysta (uwzględniając przy tym w kafeterii możliwość, że ma dostęp, ale nie korzysta). W 2012 r. pytanie o dostęp i korzystanie z internetu (tym razem codzienny) przesunięto – z niezrozumiałych względów – niemal na koniec kwestionariusza (choć przedtem interesowano się lekturą tekstów w nim udostępnianych, uwzględniano go jako źródło informacji o książkach, które warto przeczytać oraz jako źródło zakupu książek), a z pytania o miejsce korzystania z internetu – chyba zbyt pochopnie – zrezygnowano. Poza tym konstrukcja pytania, które pozostawiono, eliminowała osoby mające dostęp do internetu, ale z niego niekorzystające oraz internautów mniej aktywnych. W 2014 r. dokonano kolejnej niezrozumiałej modyfikacji, pytając tylko (mniej więcej w połowie kwestionariusza, ale także po pytaniach, których kafeterie uwzględniały korzystanie w różnych celach z internetu)¹⁹ o to „Czy w ciągu ostatniego miesiąca korzystał(a) Pan(i) z internetu?”. Trudno oczywiście powiedzieć dlaczego wybrano taki przedział czasowy, gdyż na ogół pytano o ostatni rok, a w przypadku telewizji – o ostatni tydzień. Wszystko to spowodowało, że niemożliwe stały się zarówno porównania w czasie, jak i pomiędzy sposobami korzystania z poszczególnych środków przekazu.

W poszczególnych edycjach badań interesowano się także – co prawda znów stosując różne pytania – sposobami korzystania z internetu. Było ich kolejno: dwa, trzy i jedno. W 2012 r. powtórzono obydwie pytania zadane w 2010 r., nieznacznie modyfikując kafeterię²⁰. Jedno z nich (wielokrotnego wyboru) dotyczyło tego, „co” respondent w ciągu ostatnich 12 miesięcy czytał w internecie (chodziło o gatunki tekstów), drugie – jakich treści przede wszystkim poszukuje (chodziło o ich tematykę). Wówczas też zadano pytanie (wielokrotnego wyboru) o cele korzystania z internetu. W 2014 r. pominięto je i zastąpiono pytaniem o „sposoby korzystania z internetu”, w którym znacznie zmieniono metryczkę, akcentując sferę „kulturowo-komunikacyjną”²¹.

1.2.3. Czytanie „w ogóle” i w kontekście innych czynności codziennych

W kwestionariuszu do badań z 2014 r. IKICZ zamieścił też pytanie – wyraźnie inspirowane badaniem PIK z 2013 r. – o tzw. dietę tekstową, a więc o rodzaj tekstów czytanych „wczoraj”, „w ciągu ostatniego miesiąca”, „dawniej” i „nigdy”²², przy czym polecenie skonstruowano wyjątkowo nieporadnie²³ (także do kafeterii można by sformułować wiele szczegółowych uwag krytycznych).

¹⁹ Można oczywiście przyjąć, że zarówno w tym badaniu, jak i w edycji z 2012 r. takie usytuowanie pytania miało na celu sprawdzenie prawdziwości wcześniejszych deklaracji.

²⁰ W pytaniu o gatunki dodano „strony fachowe poświęcone określonej tematyce” i „serwisy internetowe instytucji publicznych”, a zamiast e-booków dano biblioteki cyfrowe (choć nie są to pojęcia ekwiwalentne). W pytaniu o tematy wprowadzono kategorię „ciekawostki z życia innych ludzi”, „bieżące informacje o świecie i ludziach” zamieniono na „bieżące informacje na tematy społeczne, polityczne i ekonomiczne”, a „treści edukacyjne, szkolne, naukowe” ograniczono z niewiadomych względów do „edukacyjnych i szkolnych”.

²¹ Usunięto np. „cele praktyczne” (kupowanie, zdobywanie informacji o produktach, bankowość internetową, załatwianie spraw urzędowych, a nawet korzystanie z poczty), wprowadzono zaś korzystanie z wyszukiwarek (innych niż Google) oraz ściąganie (bezpłatne i płatne) treści w rodzaju książki, muzyka, filmy. Do każdego sposobu badany musiał się odnieść poprzez odpowiedź „tak” lub „nie”.

²² W badaniu PIK pytano tylko o teksty czytane poprzedniego dnia. IKICZ zmienił też nieznacznie metryczkę.

²³ Brak logiki jest tu na tyle widoczny, że wystarczy je po prostu przytoczyć: „Aby podsumować temat książek i czytania, prosimy o uzupełnienie poniższej tabeli. **Książki lub gazety** to tylko jedna z rzeczy „do czytania”

Poprzedzono je innym nowym pytaniem dotyczącym preferowanych form aktywności (poza pracą zawodową i codziennymi obowiązkami domowymi), sugerując – chyba niezbyt zasadnie – że główną przyczyną ich niepodjęcia jest brak czasu wolnego. Wśród owych form znalazło się także „czytanie książek i/lub gazet” (dlaczego nie prasy w ogóle?)²⁴. Zadając to pytanie badacze porzucili jednak – jak się zdaje – „antropologiczną” perspektywę patrzenia na działania ludzkie na rzecz „wąskokulturowej” (autotelicznej).

1.2.4. Konteksty (pytania w zasadzie „metryczkowe”)

Wartą podkreślenia cechą kolejnych edycji badań IKICZ jest dążenie do szukania coraz większej liczby zmiennych (wykraczających nawet poza szeroko rozumiany zestaw tzw. zmiennych środowiskowych), mogących pomóc w wyjaśnieniu (zrozumieniu) praktyk lekturowych. Pytania na te tematy zamieszczano nie w metryczce, a na końcu głównego zrzębu kwestionariusza.

Tylko w 2012 r. interesowano się tym, czy praca wykonywana przez respondenta wymaga samodzielnego pisania dłuższych tekstów, natomiast w obu ostatnich edycjach pytano badanych o stosunek do wiary i stopień zainteresowania polityką. W 2014 r. wątki „uczestnictwa/udziału” rozszerzono, pytając też o podejmowanie konkretnych działań nie tylko zresztą w sferze życia religijnego (przynależność do organizacji kościelnej lub religijnej) i politycznego (udział w różnego typu wyborach, przynależność do partii), ale także społecznego (przynależność do stowarzyszeń i klubów, angażowanie się w życie wspólnoty lokalnej, udział w akcjach dobroczynnych itp.).

1.3. Metryczka

Wprowadzanie tego typu pytań dokonało się kosztem skrócenia metryczki. Zarówno w roku 2012, jak i w 2014 pytano o: płeć, rok urodzenia, stan cywilny, obecność w gospodarstwie domowym dzieci do lat 15, o poziom wykształcenia (ostatnio ukończoną szkołę), profil wykształcenia²⁵, poziom wykształcenia matki, poziom wykształcenia ojca, poziom wykształcenia osoby mającej największy wkład w budżet domowy²⁶, obecną sytuację zawodową²⁷, sytuację zawodową w przeszłości²⁸, ocenę własnej (lub swojej rodziny) sytuacji materialnej, łączne dochody netto w ubiegłym miesiącu wszystkich członków gospodarstwa domowego, miesięczne dochody netto respondenta oraz wielkość miejscowości zamieszkania. W 2014 r.

– w ciągu dnia znajduje się sporo okazji do czytania **różnych tekstów**. Proszę przypomnieć sobie **wczorajszy dzień** i wskazać, jakie rodzaje krótszych i dłuższych tekstów czytał Pan(i) wczoraj, **w ciągu ostatniego miesiąca lub dawniej** (podkr. – J.K.).

²⁴ Pytanie to potraktować można jako swoistą „odповідź” na pytania w kwestionariuszu PIK o to, co na ogół respondent robi w wolnym czasie i które formy lubi, a które uważa za stratę czasu.

²⁵ W 2014 r. zrezygnowano z podawania przykładów (być może dlatego, że poprzednio niektóre z nich oznaczały konkretne zawody).

²⁶ W pytaniu tym nieznacznie zmodyfikowano metryczkę.

²⁷ W 2014 r. usunięto kategorię „bezrobotny”, wprowadzono natomiast nieekwiwalentną „nigdy nie pracowałem zawodowo”.

²⁸ Pojęcie „w przeszłości” trudno uznać za precyzyjne. W kwestionariuszu z 2012 r. znalazły się też pytania o sytuację zawodową osoby mającej największy wkład w budżet gospodarstwa domowego oraz o jej sytuację zawodową w przeszłości, w 2014 r. – być może na skutek niedopatrzenia – zachowano tylko drugie z nich.

pominięto pytania dotyczące: liczebności gospodarstwa domowego, roku urodzenia i płci wszystkich jego członków²⁹, ponoszenia opłat na którymkolwiek etapie edukacji, trybu studiów i typu ukończonej uczelni, wprowadzono zaś pytanie o biegłą znajomość języków obcych.

2. Polska Izba Książki

2.1. Liczba i charakter pytań

Przeanalizowano kwestionariusz badania założycielskiego w projekcie „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce” przeprowadzonego w październiku i listopadzie 2013 r. na próbie 2616 osób.

Kwestionariusz ów był znacznie obszerniejszy niż w którymkolwiek badaniu IKICZ, gdyż zrąb główny liczył 68 pytań, metryczka zaś (trudno powiedzieć dlaczego podzielona na dwie części, umieszczone na początku i na końcu kwestionariusza) pytań 14³⁰, przy czym nie pytano nawet o płeć, rok urodzenia i wielkość miejscowości, gdyż dane te zaczerpnięto z próby. Podobnie jak w badaniach IKICZ przeważały pytania zamknięte (otwartych było jednak aż 13), przy czym w analizowanym badaniu miały one często znacznie bardziej skomplikowaną budowę, gdyż respondent poza wyborem (często wielokrotnym) kategorii z kafeterii, aż w 17 wypadkach musiał do nich dopasować kategorię ze skali dołączonej do danego pytania³¹. Owa znaczna objętość kwestionariusza stanowi niewątpliwie jeden z najważniejszych jego mankamentów.

Zasadniczą cechą badania było (inaczej niż w wypadku IKICZ) – głęboko osadzone w polskiej tradycji badawczej – traktowanie praktyk, o które pytano respondentów, jako możliwych sposobów spędzania przez nich czasu wolnego, elementów względnie autonomicznej sfery tzw. uczestnictwa w kulturze, a nawet tylko rozrywki (w niektórych pytaniach pojawiało się nawet ograniczające określenie robienia czegoś „dla przyjemności”). Podejście takie jest słusznie krytykowane w nowszej literaturze przedmiotu jako zbyt ekskluzywne, a także sztucznie izolujące praktyki odbiorcze od innych form aktywności ludzkiej i ignorujące ich aspekt instrumentalny. Z drugiej jednak strony w badaniu tym – reagując na zachodzące w ostatnich latach przemiany form komunikowania się – czytelnictwo potraktowano niezwykle szeroko, obejmując tym pojęciem kontakty z wszelkimi tekstami piśmienniczymi, a nie tylko przenoszonymi przez książkę w formie papierowego kodeksu (ewentualnie papierowego periodyku). Na taką skalę zabieg ten zastosowano w Polsce po raz pierwszy.

Kwestionariusz składał się z kilku modułów o różnej objętości. Były to:

²⁹ Pytania te z niewiadomych względów umieszczono na początku kwestionariusza, jeszcze przed głównym zrębem pytań.

³⁰ Liczba ta była większa niż numer ostatniego pytania (10), gdyż dwa pytania oznaczono cyfrą „6”, a pytania 7–9 składały się z dwóch części.

³¹ W rzeczywistości sytuacja była bardziej skomplikowana niż w owym wyliczeniu, gdyż oczywiście nie wszystkie pytania zadawano wszystkim respondentom (odpowiedzi na pytania wcześniejsze wykluczały możliwość zadania niektórych pytań późniejszych), a to ile razy zadawano pytania 28–33 zależało od tego, ile możliwości wybrał badany w pytaniu 27.

1. Stan posiadania: media i książki (pytania 1–10; 10 pytań);
2. Konsumpcja mediów i rozrywka (11–15; 5 pytań);
3. Konsumpcja tekstów (16–26; 11 pytań);
4. Dieta tekstowa (27–40; 15 pytań);
5. Subiektywne znaczenie książek (41; 1 pytanie);
6. Otoczenie normatywne czytelnictwa (42–55; 14 pytań);
7. Kupowanie, wypożyczanie i współdzielenie książek i innych tekstów (56–68; 13 pytań).

Nazwy poszczególnych modułów nie zawsze były najszcześniejsze (przeciwstawienie sobie mediów i książki; użycie terminu „konsumpcja”, akcentujące bierny charakter praktyk odbiorczych), nie zawsze też wiernie oddawały ich zawartość (zwłaszcza „Konsumpcja tekstów”, „Otoczenie normatywne czytelnictwa”), pozwoliły jednak ułożyć pytania w ciąg pod wieloma względami bardziej logiczny niż było to w dwóch ostatnich badaniach IKICZ. Nie oznacza to jednak, że konstrukcja, zawartość kwestionariusza i budowa poszczególnych pytań nie budzą zastrzeżeń. Przeciwnie – liczne usterki starano się wypunktować w dalszej części analizy. Ogólnie rzecz biorąc kwestionariusz sprawia nieco wrażenie „koncertu życzeń” – próby osiągnięcia w jednym badaniu wielu, nie zawsze zbieżnych celów poznawczych³², bez specjalnej troski o ujednoczenie sposobu zadawania pytań (i o to, czy się nie powtarzają), stosowanych terminów oraz kategorii i miar używanych w kafeteriach.

2.1.1. Stan posiadania: media i książki

Spośród 10 pytań pierwszego modułu, „stanu posiadania” dotyczyła zaledwie połowa. Najpierw (1) interesowano się obecnością w gospodarstwie domowym urządzeń umożliwiających dostęp do: tekstów piśmienniczych rozpowszechnianych w formie elektronicznej, muzyki oraz przekazów multimedialnych. Pytaniu temu towarzyszyły dwa inne (2–3), dość specjalistyczne (zadawane tylko respondentom, którzy wskazali dane urządzenie) o to, do czego podłączony jest telewizor (skąd odbierany jest sygnał), oraz o typ łącza internetowego. O księgozbiory domowe (8–9) pytano – chyba niepotrzebnie – na dwa sposoby: najpierw o liczbę półek z książkami, a potem o liczbę (osobno) posiadanych książek drukowanych, elektronicznych i audiobooków (nie wyjaśniając jednak znaczenia dwóch ostatnich terminów i nie uwzględniając możliwości, że można je mieć nie tylko na nośniku fizycznym).

Cztery inne pytania (4–7) dotyczyły już nie posiadania, a korzystania przez respondenta z każdego ze wspomnianych urządzeń (z jednoczesnym określeniem częstotliwości, przy czym „rzadko” oznaczało raz w tygodniu lub rzadziej), a przede wszystkim korzystania z internetu (od kiedy, za pośrednictwem jakiego urządzenia, a gdy miało ono charakter przenośny w jaki sposób?³³). W pytaniu ostatnim (10) prosiło się respondenta o ocenę, czy w jego odczuciu ma (jest?) w domu dużo czy mało książek. Nie sprecyzowano jednak ich rodzaju.

Niewątpliwie zamieszczenie tego bloku na początku zasadniczego zrębu pytań było zabiegiem szczęśliwym, gdyż od razu sugerowało szeroki zakres badanej problematyki,

³² Wrażenie to potwierdza lektura *Raportu Polskiej Izby Książki z projektu badawczego „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce”*, Warszawa 2014 (<http://goo.gl/w2qAKO>).

³³ I to pytanie miało charakter dość specjalistyczny (chodziło o sieci WiFi i komórkową). Nie wydaje się, by przeciętny użytkownik zdawał sobie z tego dokładnie sprawę.

a poza tym pozwoliło zorientować się w dostępie respondentów do poszczególnych urządzeń i zasięgu ich wykorzystania, co niewątpliwie determinowało zakres tekstów czytanych przez badanych.

2.1.2. Konsumpcja mediów i rozrywka

Nie ulega wątpliwości, że fraza „konsumpcja mediów” jest z punktu widzenia poprawności językowej co najmniej niefortunna, a cały tytuł modułu jest mylący, gdyż w zasadzie – wbrew intencjom autorów kwestionariusza – przeciwstawia ową „konsumpcję” rozrywce. Blok rozpoczyna pytanie (11) o to, co respondent „na ogół robi w czasie wolnym”, przy czym zakres tego pojęcia nie jest ostry³⁴, w kafeterii wymieniono bowiem także wybrane czynności przymusowe lub przynajmniej mające charakter powinnościowy (zaległe prace w domu, naprawy i remonty w domu, naukę, doskonalenie kwalifikacji zawodowych)³⁵. Nie wiadomo też specjalnie, dlaczego z jednej strony połączono w jedną kategorię chodzenie „do kina, teatru, na koncert, wystawę itp.”, z drugiej zaś rozdzielono słuchanie muzyki „np. z radia, kaset, płyt, mp3” od słuchania jej „w internecie”³⁶. Poznanie różnych stylów życia (ale rozumianych maksymalnie szeroko) respondentów jest ważne, ale należałoby to robić w sposób bardziej przemyślany, zwłaszcza w sytuacji, gdy „czas wolny” w tradycyjnym rozumieniu tego terminu ulega obecnie destrukcji.

Wiele wątpliwości budzą też pytania następne (12–14), dotyczące kolejno tego, „kiedy ostatnio” respondent korzystał z wybranych środków przekazu (między innymi), co „najbardziej lubi” w niektórych czynnościach, a także które z wymienionych w kafeterii rodzajów aktywności kojarzą się „ze stratą czasu, a które z dobrze wykorzystanym czasem”? W pierwszym z nich: a) w tym samym pytaniu – trudno dociec dlaczego – wymienia się w kafeterii zarówno korzystanie z rozmaitych instytucji kultury, jak też z różnych środków przekazu, a wreszcie z wybranych (nie wiadomo na jakiej zasadzie) typów treści (audycji); b) w przypadku części z owych środków przekazu oraz typów treści (nie wiadomo dlaczego nie wszystkich, dlaczego właśnie tych) uwzględnia się tylko kontakty „dla przyjemności”³⁷; c) z niezrozumiałych względów pyta się respondenta o termin ostatniego kontaktu, podczas gdy w dalszej części kwestionariusza przedmiotem zainteresowania jest liczba kontaktów w rozmaitych odcinkach czasu. Jak się wydaje, odwrotna powinna być kolejność dwóch pytań następnych, ale zastrzeżenia można mieć również do tego, dlaczego kafeteria w pytaniu o ocenę różnych „aktywności” różni się od kafeterii wykonywanych „czynności” (przy telewizji pominięto nie tylko teatr, ale także gatunek typowo telewizyjny, jakim jest serial,

³⁴ Nie wiadomo „od czego” jest to czas wolny, prawdopodobnie od pracy zarobkowej.

³⁵ Brakuje natomiast innych podobnych, pracochłonnych działań (wykonywanych głównie przez kobiety, w tym pracujące zawodowo), jak: gotowanie, pranie, prasowanie, sprzątanie, opieka nad dziećmi (w tym pomaganie w nauce). Nie ma też mowy o czynnościach związanych z ochroną zdrowia, pielęgnacją urody, kontaktami z różnego typu urzędami itd.

³⁶ Nawiasem mówiąc, z aktywności internetowych wzięto pod uwagę jeszcze tylko „przeglądanie stron” (jakby nie można było zastosować frazy „korzystam z internetu”, tym bardziej, że pojęcie „strony” nie jest jednoznaczne), a z gier – tylko „komputerowe” (choć później pyta się także o „planszowe lub karciane gry fabularne”).

³⁷ W konsekwencji w tym samym porządku występują m.in.: wizyta w teatrze, słuchanie radia dla przyjemności, oglądanie serialu telewizyjnego. Nie wiadomo też np. dlaczego badaczy interesuje każde oglądanie filmu w telewizji ale oglądanie filmu w internecie już tylko dla przyjemności. Trudno dociec, dlaczego wśród popularnych typów treści oglądanych w telewizji zabrakło np. widowisk sportowych.

który uwzględniono natomiast w pytaniu poprzednim; opuszczono słuchanie radia; zmieniono kolejność możliwości; zrezygnowano z określenia „dla przyjemności”). Nie wiadomo czego spodziewali się badacze po pytaniu, co respondent „najbardziej lubi w”³⁸; dlaczego wybrali tylko pięć z 16 kategorii z pytania poprzedniego i dlaczego właśnie te; dlaczego w poleceniu nie ograniczono zadawania owego pytania tylko do osób, które wskazały na daną możliwość?

Ostatnie pytanie w segmencie (15) do „konsumpcji mediów” nie odnosiło się już zupełnie. Można przypuszczać, że chodziło w nim o zbadanie, jak częste jest wśród badanych nastawienie na „czynne”, „intelektualne”, nie zaś bierne i bezrefleksyjne korzystanie z różnych przekazów (treści) kultury. Jak się wydaje, postawy te (o ile dałoby się je rzeczywiście zrekonstruować) mogłyby jednak posłużyć jako zmienne wyjaśniające niektóre praktyki lekturowe (np. preferowanie poszczególnych typów czy rodzajów tekstów książkowych). W takim jednak razie powinno się znaleźć w szóstym segmencie kwestionariusza.

Sumując, drugi blok pytań, choć jego miejsce w kwestionariuszu jest prawidłowe, a cel (rekonstrukcja zestawu praktyk komunikacyjnych respondentów) niewątpliwie ważny, przygotowano w sposób mało profesjonalny. Pytania sprawiają wrażenie przypadkowych i nieprzemyślanych.

2.1.3. Konsumpcja tekstów

Wbrew tytułowi, trzeci moduł nie był poświęcony „konsumpcji tekstów” lecz korzystaniu z niektórych środków przekazu, a w zasadzie – poza pytaniem pierwszym – wyłącznie różnych postaci książek. Owo pytanie wstępne (16) dotyczyło częstotliwości oraz przyczyn czytania „różnego rodzaju tekstów – książek, a także magazynów, czasopism, gazet i treści w internecie”. Miało ono dwa zasadnicze mankamenty, z których jeden (łącznie interesowanie się stosunkiem do wszystkich wymienionych „rodzajów tekstów”) w zasadzie pozbawiało go wartości wskaźnikowej. Mankament drugi był równie istotny – pytano o częstotliwość czytania zanim ustalono, czy respondent w ogóle czyta. Trzeba przy tym zwrócić uwagę, że tym razem czytanie dla przyjemności nie było – jak przedtem – możliwością jedyną, a tylko jedną z przyczyn, spośród których respondent mógł wybierać.

Kolejne sześć pytań (17–22) dotyczyło liczby książek: papierowych, elektronicznych (e-booków) i audiobooków przeczytanych (wysłuchanych) do końca lub prawie do końca w ciągu najpierw ostatnich 12 miesięcy, a następnie – czytanych w ciągu ostatniego miesiąca (30 dni). W przeciwieństwie do badań IKICZ, pytań „ile” nie poprzedzono pytaniami „czy”, co (mimo uwzględnienia w kafeterii możliwości „ani jednej”) powoduje wzrost odsetka deklaracji pozytywnych i prowadzi do tego, że wyniki stają się nieporównywalne³⁹. Ową nieporównywalność pogłębia konstrukcja kafeterii – otóż nie uwzględniono w niej przedziału sześciu książek przeczytanych w ciągu roku, co od dziesiątków lat przyjmuje się jako konwencjonalną granicę oddzielającą czytelników sporadycznych od aktywnych. Nie bardzo wiadomo dlaczego uwzględniono dwa różne przedziały czasowe. Za okresem miesięcznym przemawia oczywiście взгляд na pamięć respondentów, przeciwko – sezonowość

³⁸ Prowadziło ono do sytuacji groteskowej, gdy np. respondentów pytano o to, co najbardziej lubią w czytaniu książek dla przyjemności (w wypadku gazet i czasopism formułę „dla przyjemności” jednak pominięto).

³⁹ Choć być może lepiej satysfakcjonujące zleceniodawców.

praktyk lekturowych. Poza tym jest to już kolejny przedział czasowy wprowadzony do pytań kwestionariusza, a trudno znaleźć sposób, żeby owe odcinki sensownie sprowadzić jedno do drugich⁴⁰. Pozytywnie należy jednak ocenić konsekwencję w osobnym pytaniu o każdą postać książki.

W pewnym oddaleniu od powyższych pytań, bo na końcu omawianego segmentu, zamieszczono pytanie (26) o częstotliwość „czytania, przeglądania fragmentów książek” i miejsce, gdzie respondent to czyni (znów nie zastosowano filtra „czy”). W zasadzie trudno się zorientować, jakie znaczenie przypisują badacze tym informacjom. Jak pamiętamy, IKICZ traktuje wymienione czynności jako formę lektury (choć jak się wydaje autorzy badań napotykać na niej jakąś trudność w rozróżnieniu „przeglądania” rozumianego jako kartkowanie od czytania typowego np. dla korzystania z encyklopedii czy słowników), tu chyba jednak chodzi raczej o traktowanie owego „czytania, przeglądania fragmentów” jako jednego ze źródeł informacji o książkach, które warto kupić lub przeczytać w całości. Bez względu na to, który wariant przyjmiemy, pytanie to powinno się znaleźć w innym otoczeniu (np. poprzedzone pyt. 51, albo w segmencie ostatnim, dotyczącym zaopatrywania się w książki).

Bezpośrednio po pytaniach o liczbę czytanych (słuchanych) książek indagowano respondentów (23) o to, z jakich urządzeń korzystali czytając książki elektroniczne (dlaczego nie zadano podobnego pytania w wypadku audiobooków?), a następnie (24) o źródła książek (wszelkich ich form) „do czytania lub słuchania dla siebie lub innych domowników”. Pytając o owe źródła, interesowano się jednocześnie częstotliwością ich wykorzystania, przy czym – inaczej niż w pytaniach wcześniejszych – w kafeterii nie podawano przedziałów czasu, a tylko określenia subiektywne (dość często, rzadko, nigdy). Być może uczyniono tak dlatego, że w kolejnym pytaniu (25) podjęto karkołomną próbę ustalenia (nie wiadomo zresztą w jakiej intencji), czy rok wcześniej badani zachowywali się podobnie czy inaczej. Wątpliwości budzi jednak sam pomysł pytania w tym miejscu o źródła książek, gdyż w dalszej części kwestionariusza zawarto cały segment pytań poświęconych kupowaniu, wypożyczeniu i współdzieleniu się publikacjami w ogóle⁴¹.

2.1.4. Dieta tekstowa

Pomysł „diety tekstowej” to – jak już pisano – najciekawszy element omawianych badań. Badani poproszeni zostali o wskazanie wszystkich tekstów⁴² czytanych w dniu poprzedzającym badanie (27). Zastrzeżenia budzi jedynie to, że nie sposób odróżnić, czy relacje respondentów dotyczą dnia powszedniego czy świątecznego, a przecież sposoby ich spędzania często bardzo się różnią. Niewątpliwie modyfikacji wymaga też zawartość kafeterii.

Kolejne pięć pytań (28–32) służyło ustaleniu: liczby tekstów czytanych poprzedniego dnia, ilości czasu poświęconego tej praktyce, nośnika na którym były owe teksty (nie zachowano jednak wiernie kafeterii z pytań wcześniejszych), miejsca lektury i pory dnia, w której

⁴⁰ Zob. np. K. Milczarek, *Czytelnictwo książek*, [w:] *Aktywność kulturalna Polaków*, red. L. Adamczuk, Warszawa: Instytut Kultury 1988, s. 178–203.

⁴¹ Podobny problem pojawi się w segmencie następnym (pyt. 36–38).

⁴² Pojęcia tekstu używa się tu w innym (właściwym) znaczeniu niż w omawianym wcześniej pytaniu otwierającym moduł trzeci.

je czytano. Nieco inny charakter miało pytanie następne (33), w którym proszono o określenie znaczenia dla respondenta poszczególnych typów tekstów przeczytanych wczoraj. Jaką wartość informacyjną może mieć takie pytanie, jeśli nie wiemy czego owe teksty dotyczyły? Wydaje się przy tym, że nie pomyślano o jakimś skorelowaniu treści tej kafeterii z kafeterią do pytania 15 z modułu drugiego.

Niezrozumiały wydaje się cel kolejnych pytań (34–38), które dotyczą książek czytanych poprzedniego dnia (przy czym nie uwzględniono wszystkich ich kategorii wymienionych w kafeterii do pytania 27). Interesowano się autorami i tytułami owych publikacji, źródłem pozyskania, a w wypadku zakupu tym, czy była to książka nowa, czy używana oraz miejscem jej nabycia. Oczywiście można zrozumieć, że w sytuacji, gdy badanie dotyczące bądź co bądź czytelnictwa nie pozwala na identyfikację książek czytanych przez respondentów w całym okresie objętym obserwacją (co stanowi jedną z najsilniejszych stron sondaży IKICZ), pierwsze z wymienionych pytań ma tę lukę przynajmniej częściowo zapełnić, ale przypadkowość tytułów będzie jeszcze większa niż we wspomnianych sondażach⁴³. Po co jednak (trzeci raz w obrębie tego samego kwestionariusza) pytać o źródła pozyskania książki (w tym wypadku zresztą na ogół jednej, czyli przypadkowej)? Trudno też pojąć dlaczego kafeterie w pytaniach o te same problemy nie są jednolite (zob. pyt. 24, 36, 56). Z kolei jako jeszcze bardziej karkołomne niż pyt. 25 należy ocenić pytanie 39, w którym tym razem proszono badanych o podanie jakie rodzaje tekstów czytali oni rok temu (zastosowano kafeterię z pyt. 27). Jak się wydaje niewiele warte będą też deklaracje badanych na pytanie, czy w sytuacji gdy „książki, gazety i czasopisma są od jakiegoś czasu dostępne w formie elektronicznej i cyfrowej”, czytają oni więcej, mniej lub tyle samo książek oraz gazet i periodyków. Dlaczego zresztą pytanie to znalazło się w segmencie poświęconym diecie tekstowej, z założenia poświęconemu lekturom z dnia poprzedniego?

2.1.5. Subiektywne znaczenie książek

Segment ten zawiera tylko jedno pytanie – zadawane zresztą (nie wiadomo dlaczego) jedynie osobom, które czytały książkę w ciągu ostatnich 12 miesięcy – o tytuły trzech książek, które miały wpływ na ich życie.

2.1.6. Otoczenie normatywne czytelnictwa

Jak już pisano, tytuł tego segmentu obiecuje zdecydowanie zbyt wiele, gdyż pytania w nim zawarte dotyczą w zasadzie jedynie charakterystyki czytelniczych i około czytelniczych praktyk otoczenia respondenta (rodziny i znajomych) oraz samego badanego, przy czym zdecydowana większość pytań (12 z 14) poświęcona jest wyłącznie praktykom związanym z książką (pozostałe dwa – z prasą). Niemniej omawiany blok należy uznać za ważny, choć poszczególne pytania budzą czasem zastrzeżenia. Respondenci indagowani byli kolejno o to: czy, jak często, komu i w jakiej sytuacji czytają na głos (42–43)⁴⁴; do jakiej grupy pod

⁴³ Nawet w badaniach IKICZ (gdzie pytano o wszystkie książki, z którymi badani zetknęli się w ciągu ostatniego roku) liczba powszechników, a więc książek wskazanych przez minimum 1% badanych jest bardzo mała i na dodatek stale się zmniejsza.

⁴⁴ Oczywiście w pyt. 42 trzeba by ujednoczyć metryczkę (jeśli używa się formuły „mniej więcej raz w tygodniu”, to logicznie zamiast „raz w miesiącu” należałoby zastosować frazę „mniej więcej raz w miesiącu”).

względem aktywności lekturowej zaliczyliby większość z członków najbliższej rodziny i znajomych (44–45); czy i jak często wśród osób, z którymi respondent ma codzienny kontakt rozmawia się na różne sposoby o książkach (46); gdzie respondent wymienia informacje i rozmawia o książkach (47)⁴⁵; czy i jak często zdarzyło się badanemu w ciągu ostatnich 12 miesięcy rozmawiać dłuższy czas o książce, którą czytał (48)⁴⁶; z kim respondent na ogół rozmawia o książkach (50)? Niespodziewanie zaraz potem (51) badanych zapytano jednak o to, czym „kieruje się wybierając książki do czytania dla przyjemności?”, choć wydaje się, że pytanie to powinno się raczej znaleźć przed pytaniem 26. Trudno też dociec, dlaczego znów (jak w segmencie drugim) ograniczono zakres zainteresowań do „czytania dla przyjemności”?

Segment zamykały dwie pary pytań: pierwsza (52–53) o to, czy znajomi i rodzina mają w swych domach książki oraz ile ich jest w porównaniu z księgozbiorem respondenta⁴⁷; druga o tytuły gazet i czasopism czytanych w domu badanego (54) oraz przez przyjaciół i znajomych (55). Tajemnicą autorów kwestionariusza jest, dlaczego interesowali się tym, jaką prasę czytają ludzie z otoczenia respondentów, a nie interesowali się tym, po jaką sięgają badani.

2.1.7. Kupowanie, wypożyczanie i współdzielenie książek i innych tekstów

Ważną rolę w badaniu pełni niewątpliwie blok pytań poświęcony źródłom pozyskiwania książek, choć – jak wspomniano – niektóre wątki obecne w tym segmencie pojawiały się już we wcześniejszych częściach kwestionariusza⁴⁸.

Interesowano się najpierw tym skąd respondenci biorą książki poza internetem (56–57) oraz w internecie i czy płacą za nie, czy ściągają za darmo (58)⁴⁹, a w kolejnych pytaniach (59–63) – różnymi aspektami „ściągania książek z internetu za darmo”, pochopnie przy tym (w pyt. 59) utożsamiając tę praktykę z piractwem. Część z nich (61–63) nie dotyczyła przy tym rzeczywistych, a tylko potencjalnych praktyk respondentów (co zrobiliby, gdyby...?).

Nie wiadomo w jakim celu pytano badanych najpierw o średnie kwoty wydawane na zakup książek w ciągu roku, a następnie miesiąca (65–66)⁵⁰ i czy obejmowały one także zakup podręczników (co jest wydatkiem sezonowym).

Ostatnie dwa pytania, o których trzeba wspomnieć, dotyczyły dzielenia się książkami z innymi: zamieszczania ich w internecie (64) a także przekazywania, sprzedaży i wymienia publikacji papierowych (68). W drugim z nich z niewiadomych przyczyn w kafeterii

⁴⁵ Pytając o to, zakłada się niezasadnie, że jeśli w otoczeniu respondenta rozmawia się o książkach, to on też w tych rozmowach uczestniczy, poza tym w kafeterii wymieniono także formy kontaktu za pośrednictwem internetu.

⁴⁶ Bezpośrednio potem (49) spytano o ten sam problem – raczej niepotrzebnie – w nieco inny sposób.

⁴⁷ Jak pamiętamy, wcześniej (pyt. 44–45) o te dwie kategorie pytano osobno (podobnie będzie w pytaniach 54–55). Trudno dociec skąd ta niekonsekwencja.

⁴⁸ Zob. też przyp. 81, s. 114.

⁴⁹ Tradycyjnie już żadnego z tych pytań nie poprzedzono pytaniem „czy” (odpowiedź przecząca znajduje się tylko w kafeteriach). Co więcej w uwadze do pytania 58 zawarto polecenie, by pytanie to zadać tylko osobom zaopatrującym się w książki w internecie. Tylko skąd ankietier miałby o tym wiedzieć? Trudno też wyobrazić sobie możliwość, by na Allegro można pozyskać książkę za darmo. Pytanie zostało zbudowane wadliwie.

⁵⁰ W kwestionariuszu nie zamieszczono przy tym polecenia, czy pytania te należy zadawać wszystkim, czy tylko tym, którzy wybrali określone odpowiedzi w pyt. 56 i 58.

zawarto niespotykane dotąd w kwestionariuszu przedziały czasowe (oprócz ostatniego roku także dwa lata, trzy lata oraz dawniej niż trzy).

2.2. Metryczka

Jak wspomniano, metryczkę podzielono w kwestionariuszu na dwie części. We fragmencie zamieszczonym na początku pytano o: wykształcenie respondenta; czy pracuje zarobkowo i w jakim wymiarze czasu⁵¹; grupę zawodową; podwyższanie kwalifikacji; liczebność gospodarstwa domowego; liczbę dzieci w gospodarstwie mających nie więcej niż 14 lat. We fragmencie znajdującym się na końcu znalazły się pytania o ocenę warunków materialnych „swojego gospodarstwa domowego”; miesięczne dochody netto respondenta oraz „przeciętne miesięczne” dochody netto na jedną osobę w gospodarstwie domowym badanego⁵²; poziom wykształcenia ojca i matki w chwili, gdy respondent miał 14 lat. Ostatnie pytanie, które niewątpliwie powinno się jednak znaleźć w segmencie pytań o „Otoczenie normatywne czytelnictwa”, dotyczyło tego, czy i jak często badanemu czytano w dzieciństwie.

B. WYNIKI BADAŃ

Ze względu na zasygnalizowane różnice w założeniach, metodologii i zakresie zainteresowań, a także z uwagi na to, że opracowania dotyczące omówionych badań są niejednorodne, gdyż rezultaty dwóch pierwszych sondaży IKICZ opublikowano w postaci obszernych książek liczących odpowiednio 416 i 432 strony⁵³, trzeciego zaś w formie raportu o objętości 64 stron i zamieszczonego na stronie Biblioteki Narodowej⁵⁴, natomiast efekty sondażu PIK (w interesującym nas zakresie)⁵⁵ znane są jedynie z krótkiego internetowego raportu zawierającego zaledwie 27 stron oraz z tabel marginesowych, opisanie i ocena osiągniętych wyników sprawia trudności, a bezpośrednie porównywanie informacji czerpanych z opracowań wymienionych instytucji z reguły nie prowadzi do sensownych ustaleń. Oto przykłady:

1. Rezultaty badań prowadzonych przez IKICZ pozwalają niewątpliwie prześledzić zmiany najprostszych wskaźników charakteryzujących czytelnictwo książek w Polsce, a mianowicie:

1.1. Jego deklarowanego zasięgu w skali ogólnopolskiej. W latach 2010–2014 utrzymywał się on na zbliżonym poziomie (2010 – 44%, 2012 – 39%, 2014 – 42%), wyższym niż w 2008 r.,

⁵¹ W wypadku rolników pracujących na własnym gospodarstwie na pytanie to odpowiedzieć w zasadzie nie sposób. Nie uwzględniono też nowych form zatrudnienia.

⁵² Każdemu z obu problemów poświęcono dwa nieco inaczej sformułowane pytania z odmiennymi kafeteriami. Trudno powiedzieć jaki był cel tego zabiegu.

⁵³ Są to: I. Koryś, O. Dawidowicz-Chymkowska, *Społeczny zasięg książki w Polsce w 2010 roku. Bilans dwudziestolecia*, Warszawa: Biblioteka Narodowa 2012; O. Dawidowicz-Chymkowska, D. Michalak, *Stan czytelnictwa w Polsce w 2012 roku. Transmisja kultury pisma*, Warszawa: Biblioteka Narodowa 2015. Cele obu opracowań są przy tym odmiennie. W pierwszym autorkom zależało nie tylko na prezentacji wyników sondażu z roku 2010, ale także na rekonstrukcji pewnych procesów zachodzących od początku transformacji ustrojowej.

⁵⁴ I. Koryś, D. Michalak, R. Chymkowski, *Stan czytelnictwa w Polsce w 2014 roku* (<http://goo.gl/s6QNZH>).

⁵⁵ *Raport Polskiej Izby Książki...*, s. 68–95.

ale znacząco niższym niż w okresie 1994–2004, nie mówiąc już o okresie wcześniejszym. Proporcje czytających i nieczytających odwróciły się. O ile w latach 70. i 80. XX w. lekturę książek deklarowało $\frac{3}{5}$ osób powyżej 15 roku życia, o tyle na początku drugiej dekady XXI w. – $\frac{3}{5}$ odpowiadało, że w ciągu ostatniego roku nie miało w ręku ani jednej książki. W tym samym czasie (koniec 2013 r.) w badaniach PIK odsetek czytelników wyniósł 68%, a więc był odpowiednio o 29 i 26 punktów procentowych wyższy niż w sondażach IKICZ z lat 2012 i 2014⁵⁶.

1.2. Zróżnicowania aktywności lekturowej w skali ogólnopolskiej. W latach 2010–2014 odsetek czytelników aktywnych był w zasadzie stały (2010 r. – 12%, lata 2012 i 2014 – po 11%)⁵⁷, dwukrotnie niższy niż w latach 1994–2004 i ponad trzykrotnie, a nawet blisko czterokrotnie niższy niż wcześniej. O ile na początku lat 90. XX w. zbiorowość czytelników utrzymujących systematyczny kontakt z książką była znacznie liczniejsza od zbiorowości stykającej się z nią sporadycznie, o tyle obecnie jest od niej prawie trzykrotnie mniejsza. I znów wyniki otrzymane w badaniach PIK są odmienne – otóż w 2013 r. przeczytanie co najmniej 6 książek zadeklarowało w nich około 32% respondentów, a więc blisko trzy razy więcej niż w sondażach IKICZ⁵⁸.

1.3. Zmian owych wskaźników w obrębie kategorii respondentów wydzielonych ze względu na podstawowe zmienne społeczno-demograficzne. Tego typu informacji raport PIK nie zawiera; są w nim tylko dane na temat praktyk lekturowych poszczególnych grup badanych w dniu poprzedzającym badania. Z tego względu o bezpośrednich porównaniach nie może być mowy, trzeba jednak zaznaczyć, że projekty badawcze obu instytucji wykazały ten sam typ zróżnicowań.

1.3.1. Płeć. Czytelnictwo książek znacząco częściej deklarują kobiety: w latach 2010 i 2014 – po 50%, w 2012 r. – 46%. W wypadku mężczyzn w 2010 r. przynajmniej jednorazowy kontakt z książką w ciągu ostatniego roku zgłaszało 38% respondentów, a w latach 2012 i 2014 – po 32%. Podobny rozrzew zanotowano w sondażu PIK – odpowiednio 37% i 22%.

1.3.2. Wiek. Wiadomo, że najwyższy (choć podlegający okresowym zmianom) odsetek czytelników znajduje się wśród ludzi najmłodszych (15–19 lat): w 2010 r. było to 75%, w 2012 r. – 62%, w 2014 r. – 71%⁵⁹; najniższy (i stabilny) zaś wśród najstarszych (60+): odpowiednio 35%, 32% i 34%. Jeszcze większe zróżnicowanie zanotował PIK: 72% i 19%, ale trzeba pamiętać, że stosował on inne przedziały wieku niż IKICZ, a mianowicie 15–17 lat oraz 65+.

1.3.3. Miejsce zamieszkania. Niewątpliwa jest znaczna różnica zasięgu książki w dużych, a zwłaszcza największych miastach (500 tys.+), gdzie w latach 2010 i 2012 czytanie książek deklarowało 50%, a w 2014 r. – 53% respondentów, oraz na wsi, gdzie po książkę w każdych z tych lat sięgało po 34% badanych. W badaniach PIK rozrzew był jeszcze bardziej widoczny (odpowiednio 50% i 22%).

⁵⁶ Jak już wspomniano, tak dużą rozbieżność w odpowiedziach na kluczowe pytanie tłumaczy się jego innym sformulowaniem.

⁵⁷ Sporadycznych wynosił więc kolejno: 32%, 28% i 29%.

⁵⁸ Prawdopodobnie różnica byłaby mniejsza, gdyby – jak już pisano – w badaniach obu instytucji stosowano w kafeteriach te same kategorie.

⁵⁹ 26% respondentów w tym wieku stanowią czytelnicy aktywni.

1.3.4. Wykształcenie. Choć w kolejnych badaniach IKICZ różnie wydzielano kategorie wykształcenia⁶⁰, nie ulega wątpliwości, że jest to czynnik różnicujący najsilniej. O ile wśród osób z wykształceniem wyższym czytanie zawsze deklarowała znaczna większość badanych (w 2010 r. – 75%, w 2012 r. – 65%, w 2014 r. – 67%⁶¹), o tyle wśród absolwentów szkół podstawowych – zdecydowana mniejszość (w 2010 r. – 32%⁶², w 2012 r. – 17%, w 2014 r. – 14%)⁶³. Podobnie było w sondażu PIK, choć tu gorzej niż osoby z wykształceniem podstawowym (24%) wypadli absolwenci zasadniczych szkół zawodowych (14%). Spośród osób z wykształceniem wyższym czytanie książek w dniu poprzedzającym badanie zadeklarowało 52%.

1.3.5. Przynależność do określonej grupy zawodowej. Tak jak i w poprzednim wypadku, w tym także nie zdołano w badaniach IKICZ utrzymać jednolitej kategoryzacji grup zawodowych. Nie ulega jednak wątpliwości, że zawsze największy zasięg książki obserwowano wśród uczniów i studentów (w 2010 r. – 67%, w 2012 r. – 71%, w 2014 r. – 77%) oraz wśród kierowników i specjalistów⁶⁴ (w 2010 r. – 64%, w 2012 r. – 63%, w 2014 r. – 64%)⁶⁵, najmniej zaś wśród rolników (odpowiednio 16%, 26% i 23%)⁶⁶, a w latach 2012 i 2014 – także robotników (po 24%)⁶⁷. W raporcie PIK danych na ten temat nie opublikowano.

1.3.6. Sytuacja materialna. Miesięczne dochody badanego lub przeciętny miesięczny dochód netto na jednego członka rodziny stają się w ostatnich latach standardowymi zmiennymi używanymi do tłumaczenia zasięgu książki i aktywności lekturowej respondentów. Jednak w analizowanych opracowaniach brak jest kompletu danych dotyczących tej zależności⁶⁸. Można jednak pokazać relację o zbliżonym charakterze, związek między subiektywną oceną sytuacji materialnej badanego a jego praktykami. W badaniach IKICZ jest ona wyraźna. W 2010 r. wśród osób uważających, że powodzi im się dobrze, przeczytanie co najmniej jednej książki deklarowało 57%; wśród tych, którzy uważali, że średnio – 43%; wśród tych, którzy uważali, że źle – 27%. W 2012 r. zasięg czytania w tych zbiorowościach wynosił kolejno: 54%, 38% i 28%, a w 2014 r.: 52%, 41% i 29%⁶⁹. Sondaż PIK pokazuje ten sam

⁶⁰ Przykładowo, w 2010 r. osoby, które ukończyły szkołę podstawową i gimnazjum zaliczono do jednej grupy, natomiast później rozdzielano je do dwóch odrębnych; w latach 2010 i 2012 jako osoby z wykształceniem wyższym traktowano zarówno absolwentów studiów licencjackich (inżynierskich), jak magisterskich; w 2014 r. utworzono już dwie różne kategorie.

⁶¹ Obliczenia własne.

⁶² Zob. przyp. 57, s. 110.

⁶³ Sądem, który warto by starannie zweryfikować byłoby jednak twierdzenie, że szkoła – jeśli chodzi o praktyki lekturowe – nie wyrównuje różnic wynikających z socjalizacji w grupach pierwotnych (I. Koryś, D. Michalak, R. Chymkowski, dz. cyt.). Liczba pytań, które zadano odnośnie rodziny i grup towarzyskich była nieproporcjonalnie duża w stosunku do liczby pytań dotyczących instytucji kształcenia (w tym także przedszkola).

⁶⁴ W 2010 r. kategoria ta nazywała się „kierownicy/specjaliści”, a w latach 2012 i 2014 były to dwie grupy, odpowiednio: „kadra zarządzająca” i „specjaliści, wolne zawody” oraz „kadra zarządzająca” i „specjalista, samodzielny pracownik o wysokich kwalifikacjach, z wyższym wykształceniem, wolny zawód”.

⁶⁵ Za lata 2012 i 2014 obliczenia własne.

⁶⁶ Obliczenia własne.

⁶⁷ Obliczenia własne (w tym roku kategorię „robotnicy” podzielono na dwie: „robotnik wykwalifikowany” oraz „robotnik niewykwalifikowany lub rolny”).

⁶⁸ Nie zawiera ich ani raport IKICZ z badań w 2014 r., ani raport PIK. Poza tym w poszczególnych badaniach przyjmowano różne przedziały dochodów, co uniemożliwia bezpośrednie porównywanie.

⁶⁹ Obliczenia własne, gdyż kafeteria w tym pytaniu w 2014 r. była bardziej rozbudowana niż poprzednio. Widać wyraźną tendencję do zmniejszania się różnic między wydzielonymi grupami.

kierunek zależności (w kolejnych grupach czytanie książek w dniu poprzedzającym badanie deklarowało: 39%, 24% i 15% respondentów).

1.3.7. Inne zmienne. Jak wynika to już z uwag zawartych w rozdziale poświęconym budowie kwestionariuszy, katalog zmiennych, które wykorzystuje się do objaśniania praktyk lekturowych i – co równie istotne – odmiennych sposobów zaopatrywania się w książki przez respondentów, jest oczywiście obszerniejszy. Co ważne, ulega on stałemu poszerzaniu, choć jednocześnie niektóre czynniki zaczyna się pomijać. Przykładowo, w badaniu PIK oraz w pierwszym z analizowanych sondaży IKICZ obserwowano „wpływ” korzystania z internetu na praktyki lekturowe. Potem słusznie z tego zrezygnowano, zauważając, że oba te rodzaje aktywności warunkowane są tymi samymi czynnikami społeczno-demograficznymi.

Wzbogacanie listy zmiennych przynosiło zróżnicowane rezultaty. Zdarzało się, że nie wszystkie z nich okazały się znaczące. Na przykład w badaniu IKICZ z 2012 r. (za rok 2014 – brak danych), gdy analizowano oddziaływanie czynnika „wykształcenie”, nie zaobserwowano statystycznie istotnego związku pomiędzy czytaniem książek a typem uzyskanego dyplomu, rodzajem ukończonej szkoły wyższej (państwowa – prywatna) i trybem studiów. Ważny okazał się tylko profil wykształcenia. Zdarzało się też jednak, że czynniki wcześniej pomijane, okazywały się jednymi z najważniejszych. Tak stało się w wypadku tych z nich, które traktować można jako wskaźniki kapitału kulturowego wyniesionego z domu rodzinnego: wykształcenia rodziców, słuchania w dzieciństwie głośnej lektury⁷⁰. Zaobserwowano też wyraźny związek między czytelnictwem a zainteresowaniem polityką⁷¹.

1.4. Przy okazji warto wspomnieć, że począwszy od 2012 r. w badaniach IKICZ wzbogacono też metody analizy zebranego materiału. Oprócz tradycyjnych rozkładów warunkowych, zaczęto też stosować analizę CHAID, która umożliwia wyeliminowanie zależności – z punktu widzenia statystyki – pozornych, „tj. takich, które wyjaśniają zmienność jakiejś cechy w populacji tylko dlatego, że silnie korelują z inną zmienną determinującą rozkład tej cechy w populacji”⁷².

2. Jak już wspomniano, wyniki rozpoznań podejmowanych przez IKICZ pozwalają też na śledzenie zmian wyborów lekturowych respondentów. Autorki badań zdają sobie oczywiście sprawę, że odpowiedzi na pytanie o książki czytane w ciągu ostatnich 12 miesięcy nie odzwierciedlają w pełni zakresu dokonywanych wyborów⁷³, pokazują jednak – co równie istotne – „jak wygląda książkowy świat zapisany w świadomości społecznej”⁷⁴. Podstawowym problemem, z jakim od początku systematycznych rozpoznań czytelnictwa Polaków borykali się badacze, była kategoryzacja wymienianych tekstów, zwłaszcza, że sposób typologizowania książek przez czytelników potocznych i przez znawców jest różny, a przecież chodzi o to, by kategorie stworzone przez profesjonalistów oddawały w jakiś sposób punkt widzenia rzeczywistych odbiorców. Nie wydaje się, by można znaleźć rozwiązanie idealne, będące wynikiem zastosowania spójnego systemu kryteriów, trzeba jednak przyznać, że

⁷⁰ Tak więc rozbudowanie tego bloku pytań w badaniu z 2014 r. nie było przypadkowe.

⁷¹ Podobne zależności mogą też wystąpić w wypadku angażowania się respondentów w inicjatywy obywatelskie bądź niektóre formy aktywności stymulowane przez Kościół.

⁷² O. Dawidowicz-Chymkowska, D. Michalak, dz. cyt., s. 44.

⁷³ To samo ograniczenie charakteryzuje oczywiście także odpowiedzi na pytanie o publikacje kupowane przez badanych.

⁷⁴ I. Koryś, O. Dawidowicz-Chymkowska, dz. cyt., s. 145.

autorki analizowanych opracowań włożyły sporo wysiłku, by udoskonalić system kategorii stosowanych wcześniej⁷⁵. Co ważne, w ostatnim roczniku „Ruch Wydawniczy w Liczbach”⁷⁶, typologizując bieżącą produkcję wydawniczą, zastosowano podobne kategorie, co umożliwia w pewnym zakresie porównywanie aktualnej podaży oraz zainteresowań czytelników.

Na pierwszym poziomie analizy wszystkie wymienione teksty podzielono na beletrystyczne i niebeletrystyczne. W obrębie tych pierwszych wyróżniono następnie cztery grupy utworów o wyraźnych cechach gatunkowych: literaturę obyczajowo-romansową, sensacyjno-kryminalną, fantastyczną oraz dla dzieci i młodzieży⁷⁷ – łącznie tworzą one zbiór, który można określić jako literaturę popularną. Pozostałe teksty określono terminem „literatura wysokoartystyczna”, w której obrębie wprowadzono rozróżnienie na literaturę dawną (klasycę) i współczesną (pierwodruk po drugiej wojnie światowej)⁷⁸. Ze zbioru tego wyłączono lektury szkolne, traktowane jako przeznaczone dla młodych czytelników. Do charakterystyki literatury niebeletrystycznej wykorzystano rozłącznie dwie kategoryzacje: według typów (literatura faktu, eseistyka i publicystyka, poradniki, encyklopedie i słowniki, podręczniki, literatura naukowa i popularnonaukowa) i według tematyki (literatura religijna i ezoteryczna, historyczna⁷⁹, podróżniczo-geograficzna, psychologiczna, związana z ciałem (zdrowie, jedzenie, sport, fitness), ekonomiczno-prawnicza, przyrodnicza i techniczna).

Niestety, dostępne opracowania nie pozwalają na porównanie wyborów lekturowych dokonywanych w poszczególnych latach. W raporcie za 2014 r. wątek ten w zasadzie pominięto, a w tabeli zamieszczonej w pracy omawiającej rezultaty z sondażu przeprowadzonego w 2012 r. nie uwzględniono kwestii tematycznych zainteresowań czytelników.

W opracowaniach sondaży z lat 2010 i 2012 (za rok 2014 brak danych) pokazywano też rozkład zainteresowania literaturą obcą: odpowiednio 50% i 56%) i polską (33% i 38%), a także opublikowaną po raz pierwszy w różnych okresach: przed 1945 r. (w roku 2010 – 16%, w 2012 – 19%), w latach 1945–1989 (odpowiednio: 12% i 14%), w latach 1989–2011 [?] (44% i 52%), później (10% i 11%). Tworzono również rankingi⁸⁰ autorów wymienianych najczęściej (powszechniki lekturowe), wskazujące na dużą stabilność hierarchii nazwisk [zob. tab. 1].

3. Trzecią grupę problemów wokół których koncentrowała się uwaga badaczy, stanowiły rozmaite formy aktywności respondentów towarzyszące lekturze, w tym sposoby zaopatrywania się w książki, zwłaszcza ich zakup. Zagadnienia te w różny sposób starał się rozpoznać zarówno IKICZ, jak i PIK. Tradycyjnie jednak wyniki tych dociekań są nieporównywalne,

⁷⁵ Jak wspomniano, PIK nie badała tego problemu w skali roku. Pytając o teksty czytane w dniu poprzedzającym badanie, w kafeterii umieszczono sześć kategorii książek, ale na jakiej zasadzie wyodrębniono takie a nie inne, trudno dociec. Nie dokonano też typologii tekstów wymienianych w odpowiedzi na pytanie otwarte odnoszące się także do dnia poprzedniego.

⁷⁶ Rocznik 2013 dostępny pod adresem <http://www.bn.org.pl/download/document/1423045683.pdf>.

⁷⁷ Bez wątplenia nie są to kategorie rozłączne, ale autorki wyjaśniają, jak postępowały nатыkając się na trudności. W tabelach rozdzielano literaturę dla dzieci i literaturę dla młodzieży, literaturę dla młodzieży dzielono też z czasem na obyczajową, fantastyczną i przygodową.

⁷⁸ O trudnościach, jakie napotkano przy takiej kategoryzacji świadczy fakt, że dla twórczości Williama Whartona i Paulo Coelho (potem tylko tego drugiego) zdecydowano się utworzyć osobną podgrupę.

⁷⁹ Dla tej kategorii autorki zrobiły wyjątek, zaliczając do niej zarówno teksty niebeletrystyczne, jak i literackie.

⁸⁰ Należy pamiętać, że kryteria, które trzeba było spełnić, by znaleźć się na liście, nie były w poszczególnych latach jednakowe.

Tabela 1. Najpopularniejsi autorzy w badaniach IKICZ w latach 2010–2014

2010	2012	2014
<i>Małgorzata Kalicińska</i>	Henryk Sienkiewicz	Henryk Sienkiewicz
Dan Brown	<i>Stephanie Meyer</i>	Dan Brown
<i>Stephanie Meyer</i>	J.K. Rowling	Stephen King
Paulo Coelho	Dan Brown	<i>Andrzej Sapkowski</i>
Adam Mickiewicz	Paulo Coelho	Harlan Coben
Danielle Steel	Stephen King	<i>George R.R. Martin</i>
Henryk Sienkiewicz	<i>Stieg Larsson</i>	Paulo Coelho
Stephen King	<i>Małgorzata Kalicińska</i>	Agata Christie
<i>Stieg Larsson</i>	<i>George R.R. Martin</i>	Joanna Chmielewska
Harlan Coben	Harlan Coben	E.L. James
Wojciech Cejrowski	Maria Czubaszek	Danielle Steel
Robert Ludlum	<i>Katarzyna Grochola</i>	<i>Katarzyna Grochola</i>
Graham Masterton	<i>Andrzej Sapkowski</i>	Camilla Lackberg
	Danielle Steel	Katarzyna Michalak
	<i>J.R.R. Tolkien</i>	<i>J.R.R. Tolkien</i>
	Danuta Wałęsa	

Uwaga: nazwiska wyróżnione pismem pogrubionym powtarzają się we wszystkich zestawieniach; wyróżnione kursywą – w dwóch kolejnych; niewyróżnione – występują jednokrotnie.

Tabela 2. Źródła czytanych książek (w % czytelników)

Źródło	2010	2012	2014
Zakup	38	38	31
Biblioteka, w tym:	b.d.	32	b.d.
– publiczna	30	23	15
– szkolna	8	10	5
– inna	4	b.d.	2
Księgozbiór domowy	28	16	30
Księgozbiór znajomych	30	26	32
Prezent	b.d.	15	16
Internet (legalne pobranie)	2	2	2
Internet (nieformalne pobranie)	2	1	1
Inne	5	1	1

co wynika ze sposobu formułowania pytań⁸¹. Tabela 2 pokazuje źródła zaopatrywania się w czytane potem książki w latach 2010–2014 (według IKICZ).

Wskaźniki podawane przez PIK (rozdzielano częste i rzadkie korzystanie z poszczególnych źródeł) są oczywiście znacznie wyższe. Najczęściej respondenci deklarowali korzy-

⁸¹ Przykładowo, PIK pytała o problem trzykrotnie (za każdym razem w inny sposób): „Skąd **na ogół** bierze Pan(i) książki (w tym e-booki i audiobooki) do czytania lub słuchania dla siebie lub innych domowników?” (pyt. 24), „Skąd Pan(i) miała tę [kupioną wczoraj] książkę?” (pyt. 36), wreszcie: „Skąd pozyskuje Pan(i) książki poza internetem” (pyt. 56). Natomiast IKICZ dociekał źródeł wszystkich wymienionych wcześniej przez respondenta książek (nie uwzględniał więc sytuacji, gdy ktoś nieczytający kupował jednak książki).

stanie z księgozbioru domowego – 70% (31% często), zakup nowych książek – 57% (17%), prezenty – 53% (9%), pożyczanie od znajomych – 51% (17%), korzystanie z bibliotek – 47% (25%), najrzadziej pobieranie z internetu – 11% (3%). Trzeba przy tym zaznaczyć, że dane te w raporcie znalazły się w miejscu sugerującym, że dotyczą praktyk z ostatniego miesiąca⁸².

Ciekawym zabiegiem zastosowanym w opracowaniu wyników badań IKICZ z 2012 r. była rekonstrukcja kompozycji wybieranych źródeł książki, która pozwoliła wyodrębnić wśród czytelników dwie różne zbiorowości: tych, dla których miejscem spotkania z książką jest krąg rodziny i znajomych, oraz tych, dla których funkcje tę pełni instytucje. Wydaje się, że podobną perspektywę dałoby się też z powodzeniem zastosować w wypadku analizy innych praktyk związanych z czytaniem książek: korzystania z rozmaitych źródeł informacji o książce, miejsca prowadzenia rozmów o książkach, osób z którymi się owe rozmowy prowadzi, sposobów postępowania z książkami, które respondenci uznali w domu za zbędne itd. Inną obserwacją, którą warto by potwierdzić lub sfalsyfikować, jest istnienie barier towarzyskich oddzielających osoby czytające i nieczytające.

Szczególnym zainteresowaniem, jeśli chodzi o źródła czytanych książek, cieszył się ich zakup, a zwłaszcza korzystanie w tym celu przez nabywców z oferty poszczególnych instytucji. Tabela 3 pokazuje ich popularność w latach 2010–2014 (według IKICZ).

Tabela 3. Źródła zakupu książek w latach 2010–2014 (w % nabywców)

Źródło zakupu	2010	2012	2014
Księgarnia tradycyjna	58	55	49
Salon multimedialny (np. Empik)	22	29	21
Księgarnia internetowa	15	12	16
Supermarket	4	5	12
Kiosk lub salonik prasowy	6	6	10
Punkt sprzedaży taniej książki	6	6	9
Antykwariat	7	6	6
Klub książki	12	4	4
Inne źródła	8	4	2

Tradycyjnie już wyniki PIK są nieporównywalne, także dlatego, że nie pytano osobno o zakup książek.

4. Ostatnią istotną grupą zagadnień podejmowanych w analizowanych opracowaniach jest funkcjonowanie tzw. nowych mediów⁸³. W wypadku internetu chodzi zwłaszcza o jego zasięg, typy wybieranych komunikatów, relacje między korzystaniem z internetu a lekturą książek i prasy (papierowych); w wypadku niekonwencjonalnych postaci książek: e-booków

⁸² Tymczasem brzmienie pytania bynajmniej nie sugerowało takiego ograniczenia.

⁸³ Oczywiście, wymienione bloki zagadnień nie wyczerpują bogactwa podejmowanych tematów. We wszystkich analizowanych opracowaniach IKICZ ważnym problemem było sięganie przez respondentów w ciągu miesiąca poprzedzającego badania po teksty o objętości przynajmniej trzech stron maszynopisu, traktowane jako wskaźnik pozostawania w kulturze druku (pisma – pojęcia tego nie używa się konsekwentnie). Interesowano się także czytelnictwem prasy. Dla PIK ważnymi problemami były wzory spędzania czasu wolnego i wspomniana już „dieta tekstowa”.

i audiobooków – o rejestrację zmian ich popularności (mniejszej niż wynikałoby to z opinii publicystycznych, formułowanych z reguły na podstawie obserwowania zachowań ludzi młodych i mieszkańców dużych miast). Jak się wydaje, wyzwaniem dla badaczy jest w tym wypadku znalezienie takiego języka pytań, który byłby zrozumiały dla respondentów.

OGÓLNOPOLSKIE BADANIA NA PRÓBACH REPREZENTATYWNYCH Z POJEDYNCZYMI PYTANIAM DOTYCZĄCYMI CZYTELNICTWA

Monika Ligęza, Michał Wysocki

Aktualne problemy i wydarzenia

Fundacja Centrum Badania Opinii Społecznej (CBOS) co najmniej 12 razy w roku realizuje sondaż „Aktualne problemy i wydarzenia” na reprezentatywnej, ok. 1000-osobowej próbie dorosłych mieszkańców Polski⁸⁴. Począwszy od 1989 r., w noworocznej edycji badania respondentom zadaje się pytanie dotyczące czytania dla przyjemności. Sondaż przeprowadzany jest metodą wywiadów bezpośrednich (*face-to-face*) wspomaganym komputerowo (CAPI). Wyniki ostatnich rozpoznawień prezentuje tabela 4.

Tabela 4. Czy w minionym roku przeczytał(a) Pan(i) książkę dla przyjemności? (% wskazań)

Częstotliwość	2010	2011	2012	2013	2014
Tak, wiele razy	19	22	21	21	21
Tak, kilka razy	29	25	28	29	27
Tylko raz	10	10	10	9	12
Nie	42	43	41	41	40
Ogółem co najmniej jedną książkę przeczytało:	58	57	59	59	60

Źródło: opracowanie własne na podstawie komunikatów z badań CBOS (zob. Aneks).

Odsetek osób dorosłych (18+), które w ciągu roku przeczytały co najmniej jedną książkę dla przyjemności, wahał się w latach 1988–2014 w granicach 54–64%⁸⁵. Ze względu m.in. na dobór próby oraz ograniczenie funkcji książki (do czytanej „dla przyjemności”), niemożliwe jest porównanie uzyskanych wyników z wynikami badań IKICZ oraz PIK⁸⁶.

W niektórych edycjach badania CBOS temat książek potraktowano szerzej⁸⁷. Pytania w sondażu z 2011 r. dotyczyły tego, czy Polacy lubią czytać książki, jakie książki czytają, czy

⁸⁴ Trendy, <http://www.cbos.pl/PL/trendy/trendy.php> [dostęp: 3 VIII 2015].

⁸⁵ R. Boguszewski, *Aktywności i doświadczenia Polaków w 2014 roku*, Warszawa: CBOS 2015, s. 5.

⁸⁶ Metodologię tych badań (edycji z lat 2010, 2012 i 2014 w przypadku IKICZ oraz 2013 w przypadku PIK omówiono w części I tego opracowania.

⁸⁷ Zob. M. Falkowska, *Książka w życiu codziennym Polaków*, Warszawa: CBOS 1998; M. Falkowska, *Cała Polska czyta dzieciom?*, Warszawa: CBOS 2001; M. Feliksiak, *O różnych aspektach czytania książek*, Warszawa: CBOS 2007; B. Badora, *Polacy i książki*, Warszawa: CBOS 2011.

i ile książek przeczytali dla własnej przyjemności w ciągu 30 dni poprzedzających sondaż oraz czytelnictwa w czasie wakacji lub urlopu. Pytano także o źródła pozyskiwania książek. W sondażach z lat wcześniejszych pojawiały się też pytania dotyczące czytania małym dzieciom (1998, 2001), darowywania i otrzymywania książek w prezencie (1998), liczby i rodzajów książek w księgozbiorze domowym (1998), oglądania filmów jako alternatywy dla ekranizowanych powieści (1998, 2001) oraz wpływu przeczytanych książek na sposób myślenia, podejmowane decyzje itp. (1998, 2007).

Od 2007 r. w styczniowej edycji badania pojawia się również pytanie o korzystanie z internetu w celach innych niż zawodowe. Udział odpowiedzi twierdzących – podobnie jak w wypadku korzystania z internetu w ogóle⁸⁸ – systematycznie rośnie, od 35% w 2006 do 67% w 2014 r. Wyniki obejmujące lata 2010–2014 prezentuje tabela 5.

Tabela 5. Czy w minionym roku korzystał(a) Pan(i) z internetu w celach pozazawodowych*? (% wskazań)

Częstotliwość	2010	2011	2012	2013	2014
Tak, wiele razy	48	50	56	55	60
Tak, kilka razy	5	5	6	7	7
Tylko raz	1	0	1	1	0
Nie	46	45	37	37	33
Ogółem co najmniej raz z internetu korzystało:	54	55	63	63	67

* W 2015 r. sformułowanie brzmiało „niezwiązanych z pracą zawodową”.

Źródło: opracowanie własne na podstawie komunikatów z badań CBOS (zob. Aneks).

Z jednej strony świadczą one o rosnących kompetencjach użytkowników technologii wśród Polaków, z drugiej zaś – w konfrontacji z odpowiedziami dotyczącymi czytania dla przyjemności – dowodzą, że „czytelnictwo książek – wbrew obawom związanym z coraz silniejszą ingerencją w codzienne życie nowych technologii elektronicznych, które miałyby wypierać tradycyjne formy spędzania wolnego czasu – od początku lat dziewięćdziesiątych utrzymuje się na zbliżonym poziomie”⁸⁹.

Diagnoza społeczna. Warunki i jakość życia Polaków

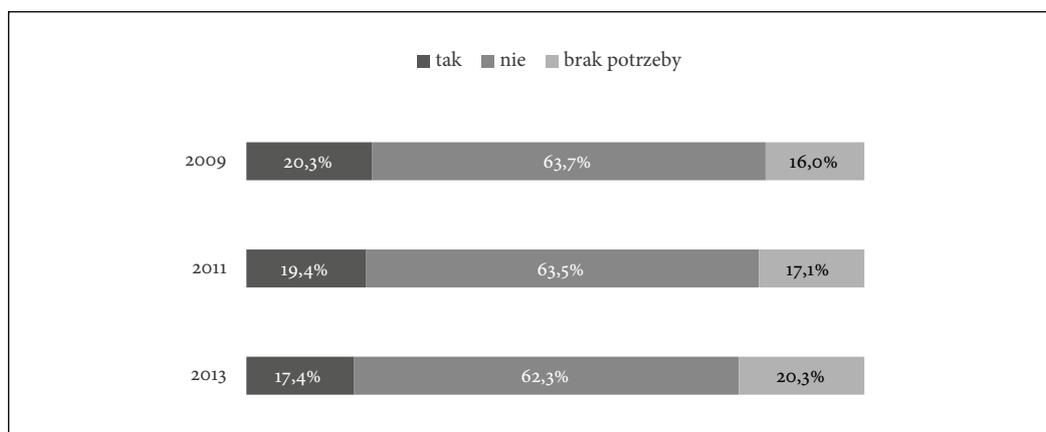
Celem „Diagnozy społecznej” realizowanej od 2000 r. (do 2013 r. odbyło się siedem edycji) przez Radę Monitoringu Społecznego oraz Biuro Badań i Analiz Statystycznych przy Polskim Towarzystwie Statystycznym jest zbieranie danych na temat „gospodarstw domowych oraz postaw, stanu ducha i zachowań osób tworzących te gospodarstwa”⁹⁰. W dłuższej perspektywie diagnoza ukazuje obraz społeczeństwa polskiego oraz zachodzące w nim zmiany dotyczące m.in. uczestnictwa w kulturze.

⁸⁸ M. Feliksiak, *Internauci 2015*, Warszawa: CBOS 2015, s. 1.

⁸⁹ R. Boguszewski: dz. cyt. s. 4.

⁹⁰ J. Czapiński, *Wstęp*, [w:] *Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków – raport*, Warszawa: Rada Monitoringu Społecznego 2013 s. 13.

Wykres 1. Czy ktokolwiek z członków Pana(i) gospodarstwa domowego musiał z powodu braku pieniędzy zrezygnować w ciągu ostatniego roku z zakupu książki?



Źródło: opracowanie własne na podstawie T. Panek, J. Czapiński, *Warunki życia gospodarstw domowych. Kultura i wypoczynek. Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków – raport*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2013, s. 102.

Badanie ma charakter panelowy. Uczestniczą w nim wszystkie dostępne gospodarstwa domowe z wcześniejszych edycji oraz gospodarstwa dobrane z nowej próby reprezentatywnej. Aby uniknąć efektu sezonowości, ankieta każdorazowo przeprowadzana jest w marcu lub marcu i kwietniu⁹¹. W 2013 r. przebadano 12 355 gospodarstw domowych z 36 293 członkami i indywidualnie 26 307 członków tych gospodarstw w wieku 16 i więcej lat. Podstawą badania są dwa kwestionariusze: jeden dla gospodarstwa domowego, drugi do samodzielnego wypełnienia przez indywidualnych respondentów⁹².

Czytelnictwo w „Diagnozie społecznej” traktuje się w aspekcie ekonomicznym, pytając o przypadki rezygnacji z zakupów książek: „Czy ktokolwiek z członków Pana(i) gospodarstwa domowego musiał z powodu braku pieniędzy zrezygnować w ciągu ostatniego roku z: [...] zakupu książki [...]”⁹³. W 2009 r. z zakupu książki zrezygnowało z powodów finansowych 20,3% badanych, w 2011 – 19,4%, w 2013 – 17,4% (zob. wykres 1).

Niepokojący jest jednak fakt, że wzrasta jednocześnie odsetek osób deklarujących brak potrzeby zakupu książek. W 2009 r. respondenci tacy stanowili 16%, w 2011 – 17,1%, w 2013 – 20,3%⁹⁴. Wzrost braku zainteresowania kupnem książek nie zależy przy tym od poziomu wykształcenia głowy gospodarstwa domowego (zob. tab. 6).

Jeśli w kolejnych edycjach badania wzrost takich zachowań utrzyma się, może to świadczyć o wypieraniu z gospodarstw tradycyjnie rozumianych książek i księgozbiorów przez inne formy uczestnictwa w kulturze i/lub nowe technologie oraz zdobyte kompetencje.

W „Diagnozie społecznej” poruszono także kwestię korzystania z internetu. Liczba jego użytkowników stale rośnie, chociaż – jak podkreślono w raporcie – nie tak szybko jak w po-

⁹¹ Tamże.

⁹² T. Panek, J. Czapiński, I.E. Kotowska, *Metoda badania*, [w:] tamże, s. 30–31.

⁹³ *Aneks 1. Kwestionariusze i instrukcja dla ankierów*, [w:] tamże, s. 419.

⁹⁴ T. Panek, J. Czapiński, *Warunki życia gospodarstw domowych. Kultura i wypoczynek*, [w:] tamże, s. 102.

Tabela 6. Odsetek gospodarstw niezainteresowanych zakupem książek a poziom wykształcenia głowy gospodarstwa domowego w latach 2009, 2011 i 2013

Poziom wykształcenia głowy gospodarstwa domowego	Brak zainteresowania zakupem książek		
	2009	2011	2013
Podstawowe i niżej	41,6	43,3	45,2
Zasadnicze zawodowe/gimnazjum	18,1	17,9	21,6
Średnie	9,0	10,0	13,3
Wyższe i pomaturalne	3,2	4,0	4,5

Źródło: opracowanie własne na podstawie T. Panek, J. Czapiński, *Warunki życia gospodarstw domowych. Kultura i wypoczynek. Diagnoza społeczna 2013. Warunki i jakość życia Polaków – raport*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2013 s. 106; T. Panek, J. Czapiński, *Warunki życia gospodarstw domowych. Kultura i wypoczynek. Diagnoza społeczna 2011. Warunki i jakość życia Polaków*, Rada Monitoringu Społecznego, Warszawa 2011, s. 117.

przednich latach⁹⁵. Odsetek osób korzystających z internetu w 2013 r. wyniósł 63% (w 2011 r. – 60%, w 2009 r. – 50,9%). Obserwuje się natomiast bardzo dynamiczny wzrost liczby użytkowników smartfonów (w 2011 r. – 2,8%, w 2013 r. – 25,1%)⁹⁶. Poziom wykształcenia oraz wiek są silnie związane z użytkowaniem internetu. W 2013 r. z sieci korzystało tylko 14,1% osób w wieku 65 lat i więcej (ale w 2011 r. – 10,6%, a w 2009 r. – 5,8%) oraz 11,8% osób z wykształceniem podstawowym i niższym (ale w 2011 r. – 10,2%, a w 2009 r. – 7,2%). Z sieci korzystają prawie wszystkie osoby uczące się: w 2013 r. – 98,6%, w 2011 r. – 96,9%, w 2009 r. – 93,7⁹⁷.

World Internet Project Polska

Badanie w latach 2010–2013 pod patronatem Agory SA oraz Orange (wcześniej TP SA) zrealizował Ipsos. Głównym celem było poznanie roli internetu w codziennym życiu Polaków. Polskie badanie jest częścią międzynarodowego projektu World Internet Project (WIP) prowadzonego od 1999 r.⁹⁸. W 2011 r. w projekcie uczestniczyło 30 państw⁹⁹. Zastosowano metodologię CAPI na losowej próbie około 2000 Polaków w wieku od 15 roku życia. Pytano o uczestnictwo w kulturze w tradycyjnym znaczeniu, między innymi o czytanie książek („Ile książek przeciętnie czyta Pan(i) w ciągu roku?”¹⁰⁰; pytanie nie pojawiło się w edycji z 2013 r.). W 2010 r. ani jednej książki nie przeczytało 29% respondentów, w 2011 r. – 33%, w 2012 r. – 29%. W edycjach z lat 2012 i 2013 2% Polaków zadeklarowało posiadanie czytników książek elektronicznych (np. Kindle, Nook)¹⁰¹.

⁹⁵ D. Batorski, *Polacy wobec technologii cyfrowych – uwarunkowania dostępności i sposobów korzystania*, [w:] tamże, s. 325.

⁹⁶ Tamże. W badaniach wcześniejszych o problem ten nie pytano.

⁹⁷ Tamże, s. 328–329.

⁹⁸ *About World Internet Project*, <http://www.worldinternetproject.net/#about> [dostęp: 3 VIII 2015].

⁹⁹ W.H. Dutton, *Wstęp*, [w:] *World Internet Project Polska 2011*, Warszawa: Agora SA i Grupa TP 2011, s. 5.

¹⁰⁰ *Kwestionariusz WIP Polska 2011*. W: tamże s. 94.

¹⁰¹ *Kultura. World Internet Project Poland 2012*, Warszawa: Agora SA i Orange Polska 2012, s. 54; *Cyfrowe gospodarstwa domowe. World Internet Project Poland 2013*, Warszawa: Agora SA i Orange Polska 2013, s. 15.

BADANIA JAKOŚCIOWE I MARKETINGOWE

Monika Ligęza, Michał Wysocki

Badania uczestników targów książki w Warszawie i Krakowie

W 2014 r. firma Communication Service przeprowadziła badanie uczestników Międzynarodowych Targów Książki w Krakowie. Podobne badania odbyły się w latach 2014 i 2015 w czasie Warszawskich Targów Książki (WTK)¹⁰². Stosując metodę CAPI, w wywiadach bezpośrednich wykorzystano urządzenia mobilne¹⁰³. Podczas targów krakowskich przeprowadzono 1007 wywiadów, podczas WTK w 2014 r. – 500, w 2015 r. – 501 wywiadów. Dobór próby był przypadkowy, nie stosowano ograniczeń wiekowych. Głównym celem badań było poznanie praktyk oraz doświadczeń czytelnich uczestników targów (tradycyjnych i cyfrowych). Pytania w trzech edycjach sondaży brzmiały tak samo i dotyczyły liczby czytanych w ciągu ostatniego miesiąca książek papierowych, elektronicznych (e-booków) i liczby słuchanych w ciągu ostatniego miesiąca audiobooków.

Tabela 7. Liczba czytanych w ciągu ostatniego miesiąca książek papierowych, elektronicznych (e-booków) i liczba słuchanych w ciągu ostatniego miesiąca audiobooków (WTK 2014 i 2015; % wskazań)

Liczba	Książki		E-booki		Audiobooki	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
0	6	4	62	56	75	75
1	23	21	15	24	15	15
2-3	46	42	14	14	8	8
4-5	16	21	5	3	1	1
6-10	5	5	2	2	0	0
Więcej niż 10	5	6	1	1	0	0
Trudno powiedzieć	0	0	0	0	0	0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych udostępnionych przez Sport People.

¹⁰² Badania uczestników WTK przeprowadziła firma Sport People na zlecenie Polskiej Izby Książki w ramach projektów „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce” (2013–2014) oraz „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce – analiza i kontynuacja” (2015).

¹⁰³ *Badanie opinii uczestników 6 Warszawskich Targów Książki*, Warszawa: Sport People 2015, s. 3.

Książki – kupowanie, preferencje, opinie

Badanie, którego celem było poznanie zwyczajów związanych z kupowaniem książek, zrealizowała firma Millward Brown na zlecenie Polskiej Izby Książki (PIK) na próbie 1003 dorosłych Polaków metodą wywiadu telefonicznego z zastosowaniem techniki CATI. Analizie poddano przede wszystkim 482 (48%) respondentów, którzy zadeklarowali, że w ciągu ostatnich 12 miesięcy kupili jakąkolwiek książkę. Sondaż przeprowadzono w kwietniu 2015 r.¹⁰⁴.

Ankiety internetowe i inne badania marketingowe

Badania czytelnictwa lub postaw związanych z czytelnictwem od kilku lat przeprowadza się również z wykorzystaniem ankiet udostępnianych na stronach internetowych. Większość badań tego typu dotyczy zachowań czytelników w internecie, ich preferencji nie tylko co do wyboru literatury, ale też sposobu czytania. Sondaże te nie mają wartości naukowej, zwykle nie są w żaden sposób reprezentatywne (ankiety dobrowolnie wypełniają osoby zainteresowane), ich wyników nie można więc odnosić do całej populacji mieszkańców Polski. Niemniej jest to źródło ciekawe, dające pewne wskazówki zwłaszcza na temat praktyk osób czytelniczo aktywnych.

Na potrzeby niniejszej analizy ankiety podzielono na dotyczące: a) książek papierowych, b) książek elektronicznych i e-czytników oraz c) audiobooków.

Czytelnictwo książek

Z opublikowanego w 2014 r. przez Instytut Monitorowania Mediów raportu na temat książek w mediach społecznościowych wynika, że najpopularniejszym miejscem dyskusji o przeczytanych książkach jest Facebook. Pochodzi z niego 37% wzmianek o książkach¹⁰⁵. Komunikatory takie, jak Facebook czy Twitter służą do informowania o przeczytanych tekstach, natomiast na forach internetowych najczęściej pojawiają się wątki dotyczące autorów oraz służące do poszukiwania książek o podobnej tematyce lub dyskusowania o tym, co będzie w kolejnej części ulubionej powieści. Według autorów raportu najbardziej popularnym forum do wymiany opinii na temat książek jest wizaz.pl. Zastanawiające jest to, że fora internetowe poświęcone *stricto* książkom, np. lubimyczytac.pl, w raporcie nie pojawiły się [zob. wykres 2].

Liczba wzmianek o przeczytanych książkach ulegała sezonowym wahaniom: rosła w styczniu i wrześniu, wraz z rozpoczęciem nowego semestru w szkołach i na uczelniach.

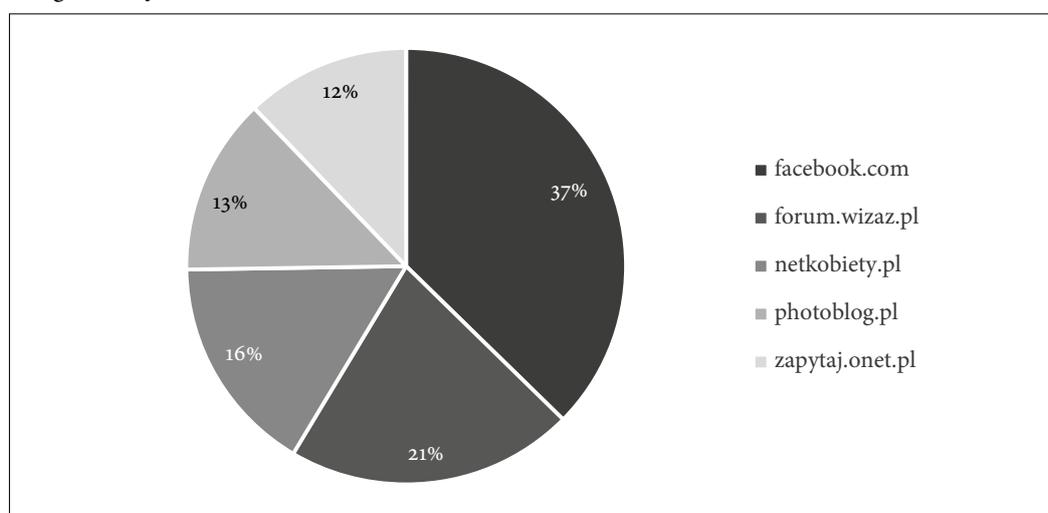
W innym badaniu ankietowym, przeprowadzonym w maju 2015 r. wśród klientów portalu merlin.pl¹⁰⁶, na pytania dotyczące roli książki w życiu codziennym odpowiedziało 1013 osób. Okazało się, że 93% z nich sięga po książkę codziennie lub kilka razy w tygodniu. Z większą częstotliwością czytają kobiety, osoby z wyższym wykształceniem, będące w związku i posiadające dzieci. Najczęściej czytają w łóżku i w wolnym czasie. Czytanie

¹⁰⁴ Na podstawie materiałów udostępnionych przez Polską Izbę Książki.

¹⁰⁵ *Co czyta Facebook, czyli książki w social mediach*, <http://goo.gl/AwTrMC> [dostęp: 3 VIII 2015].

¹⁰⁶ *Pokaż jak czytasz. raport merlin.pl*, <http://goo.gl/yirszs> [dostęp: 3 VIII 2015].

Wykres 2. Najpopularniejsze miejsca dyskusji w mediach społecznościowych na temat wszystkich kategorii książek



Źródło: opracowanie własne na podstawie *Co czyta Facebook, czyli książki w social mediach*, <http://goo.gl/AwTrMC> [dostęp: 3 VIII 2015].

tradycyjnej książki wciąż jest na pierwszym miejscu, ale na uwagę zasługuje również odpowiedź wskazująca na wymiennosc czytania książki papierowej i e-booka. Jako źródło pochodzenia książek internauci wskazali na pierwszym miejscu księgarnie internetowe, na drugim – tradycyjne. Wyniki te pokrywają się z rezultatami innych badań, przeprowadzonych przez sw Research na zlecenie Legimi jesienią 2014 r.¹⁰⁷. Wynika z niego, że respondenci potrafią czytać w każdej wolnej chwili, dostosowując się do tempa dnia.

Generalnie większość internautów odpowiadających na ankiety zamieszczone w sieci, jako źródło pochodzenia książek wskazuje internet. Jak wynika z badania IAB Polska „E-konsumenci. Consumer journey online” zrealizowanego w 2013 r., w wypadku książek internet jest nie tylko najczęstszym miejscem zakupów, ale też źródłem informacji i opinii¹⁰⁸. Jednakże oceniając wiarygodność źródeł informacji o książkach, jako najbardziej wiarygodnych wymieniono bliskich i ekspertów¹⁰⁹. Internet jako jedyne źródło zakupów książek częściej wymieniali mężczyźni (55%). Kobiety dokonywały raczej zakupów zarówno w sieci, jak i poza nią.

Czytelnictwo e-booków

Jak pokazują wyniki badania PIK „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce 2013–2014”, czytelnicy książek elektronicznych stanowią tylko 9% społeczeństwa¹¹⁰.

Jako bariery czytania e-booków wymieniano:

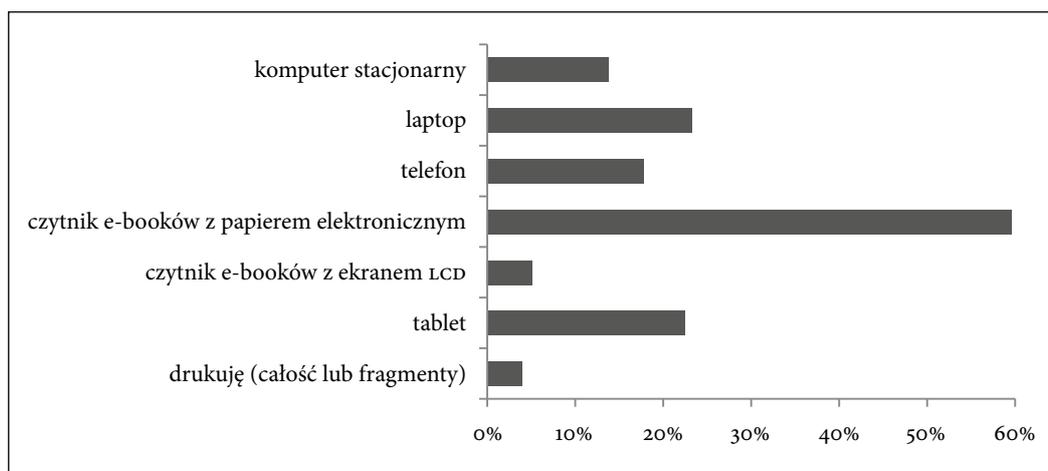
¹⁰⁷ Raport z badania czytelników książek i ebooków, Poznań: Legimi 2014.

¹⁰⁸ E-konsumenci. Consumer journey online. Cz. VII: Książki, <http://goo.gl/Hh3AB3> [dostęp: 3 VIII 2015].

¹⁰⁹ Tamże.

¹¹⁰ Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce. Prezentacja wyników Badania Założycielskiego, Warszawa: CBOS 2013.

Wykres 3. Na jakim urządzeniu czytasz e-booki?



Źródło: opracowanie własne na podstawie R. Drózd: *Jak e-czytają Polacy? Wyniki ankiety Publio i Świata Czytelników*, <http://goo.gl/H3tf6f> [dostęp: 3 VIII 2015].

- brak nawyku czytania dłuższych tekstów na ekranie,
- względy fizjologiczne – męczenie się wzroku podczas czytania, trudności w skupieniu się¹¹¹,
- zbyt drogie czytniki – brak możliwości korzystania z wyspecjalizowanych czytników e-booków,
- brak kompetencji w użytkowaniu komputera lub internetu,
- cenę e-booków – „ponad 10% mieszkańców miast pobiera z sieci tylko darmowe książki, głównie klasykę, co świadczy o tym, iż przy zakupie książki w wersji papierowej lub elektronicznej wciąż bardzo istotna jest cena”¹¹²,
- błędy korektorskie i złe przygotowanie plików e-booków.

Czytelnicy e-booków korzystają przede wszystkim z czytników książek¹¹³ (zob. wykres 3).

Większość czytelników e-booków deklaruje również czytanie książek papierowych oraz stwierdza, że rola książek elektronicznych będzie rosła. Co ciekawe, posiadacze czytników i korzystający z nich deklarują, że od czasu nabycia czytnika kupili więcej książek¹¹⁴ (zob. wykres 4).

„Czytelnictwo” audiobooków

Audiobooki wciąż nie są popularną formą kontaktu z książką. Wyniki wspomnianego sondażu „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce 2013–2014” pokazują, że

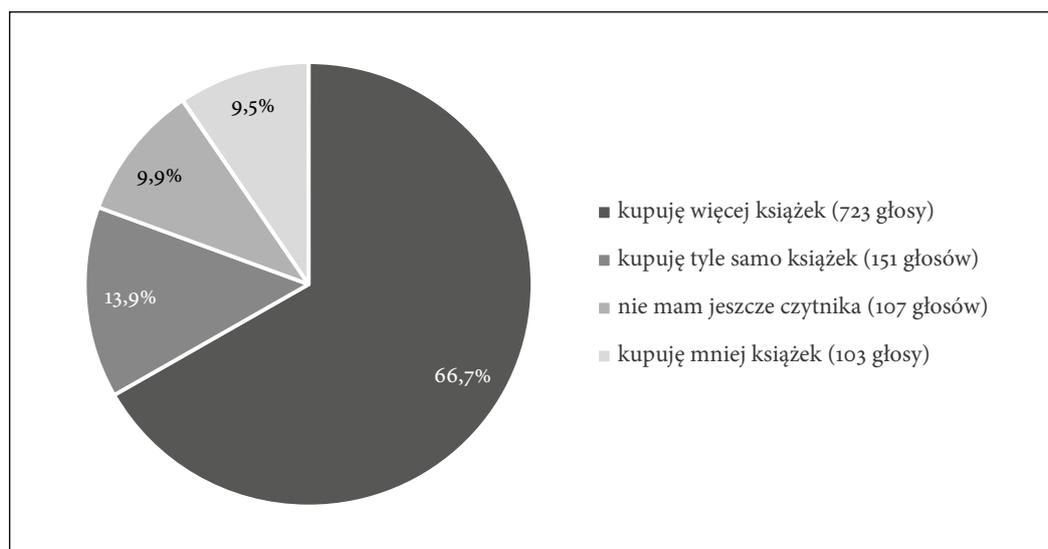
¹¹¹ *Raport z badania czytelników książek...*

¹¹² „E-czytelnik w wielkim mieście” czyli co i w jaki sposób czytają mieszkańcy stolicy. Wyniki badania Virtualo, Virtualo 2013, <http://goo.gl/UM5vSG> [dostęp: 3 VIII 2015].

¹¹³ R. Drózd, *Jak e-czytają Polacy? Wyniki ankiety Publio i Świata Czytelników*, <http://goo.gl/H3tf6f> [dostęp: 3 VIII 2015].

¹¹⁴ Nie sprecyzowano, czy chodzi tylko o książki elektroniczne czy również papierowe.

Wykres 4. Od czasu kupienia czytnika...



Liczba głosów: 1084

Źródło: opracowanie własne na podstawie R. Drózd, *Jak to się dzieje, że kupujemy więcej e-booków...?*, <http://goo.gl/oIpb05> [dostęp: 3 VIII 2015].

w ciągu roku poprzedzającego badanie książki dźwiękowej słuchało tylko 8% Polaków¹¹⁵. Wyniki te pokrywają się z rezultatami badań przeprowadzonych przez PBS we współpracy z serwisem audiobook.pl. Co ciekawe, jest to jedno z nielicznych badań reprezentatywnych, przeprowadzonych na próbie losowej liczącej 2000 mieszkańców Polski w wieku 15 lat i więcej. Badanie przeprowadzono w pierwszym kwartale 2014 r.¹¹⁶. Wynika z niego, że ponad połowa Polaków wie o istnieniu książek dźwiękowych, ale tylko 9% deklaruje, że korzysta z tej formy czytelnictwa (zob. wykres 5).

Ci, którzy wiedzą o istnieniu książek dźwiękowych, ale ich nie słuchają, jako powód niekorzystania najczęściej (44%) wskazywali na preferowanie lektury książek papierowych. Inaczej niż w przypadku e-booków bariery merytoryczne w dostępie do audiobooków stanowiły tylko 5%.

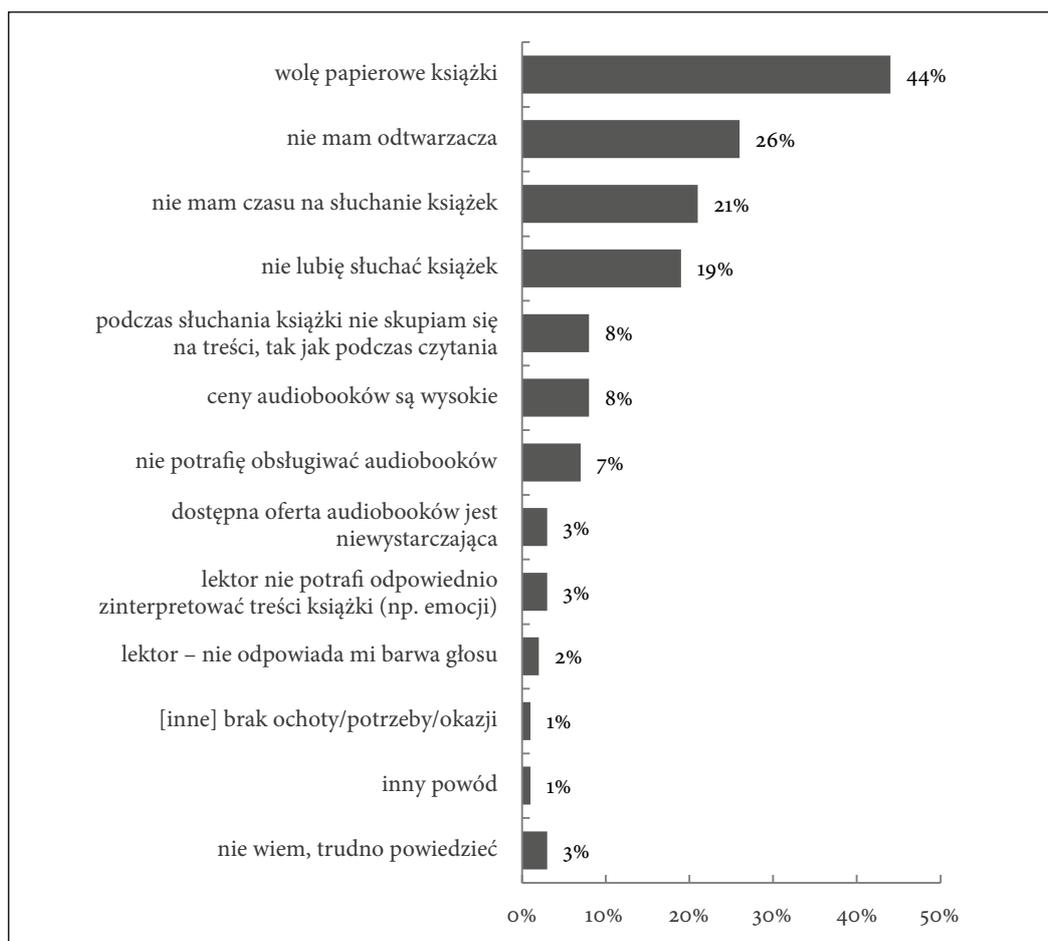
Słuchaczami są przede wszystkim ludzie młodzi, z wyższym wykształceniem, mieszkańcy dużych miast. Warto zauważyć, że korzystanie z audiobooków jest silnie skorelowane z zaawansowaniem technologicznym użytkowników, a w szczególności z umiejętnością korzystania z urządzeń mobilnych. Najczęściej audiobooków słuchamy w domu (69%), rzadziej w środkach transportu publicznego (35%) oraz w samochodzie (14%).

Wydawać się może, że wraz z rosnącymi kompetencjami technologicznymi Polaków, zwłaszcza ludzi młodych, rynek zarówno audiobooków jaki i e-booków będzie systematycznie rósł.

¹¹⁵ *Kierunki i formy transformacji czytelnictwa...*

¹¹⁶ Badanie przeprowadzone przez PBS w ramach cyklicznego, syndykatowego projektu ilościowego omniPBS techniką CATI na ogólnopolskiej, losowej próbie Polaków w wieku 15 lat i więcej, reprezentatywnej ze względu na płeć, wiek, wykształcenie oraz wielkość miejscowości zamieszkania. Zob. *Ponad 2,8 mln Polaków słucha audiobooków!*, <http://goo.gl/5SHIzC> [dostęp: 3 VIII 2015].

Wykres 5. „Dlaczego nie słucha Pan(i) audiobooków?”*



* Pytanie z możliwością wskazania wielu odpowiedzi, odsetki nie sumują się do 100. Odpowiadający: badani świadomi istnienia audiobooków, którzy obecnie z nich nie korzystają; N = 1065.

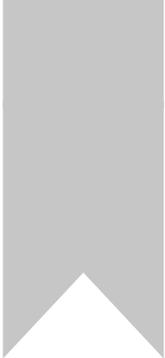
Źródło: opracowanie własne na podstawie *Ponad 2,8 mln Polaków słucha audiobooków!*, <http://goo.gl/5SHIzC> [dostęp: 3 VIII 2015].

Wnioski

- Ogólnopolskie sondaże na próbach reprezentatywnych, zawierające „przy okazji” pytania o czytanie książek, nie dają dużych możliwości porównawczych. Nie znając kontekstu całego badania, można dojść do odmiennych wniosków. Różnice w deklaracjach dotyczących czytania książek w ciągu roku wynikają z budowy kwestionariusza, konstrukcji pytań (np. w badaniu CBOS-u respondenci pytani są o czytanie „dla przyjemności”) oraz wiekowych granic próby (15+ lub 18+ lat). Trendy można śledzić jedynie w obrębie jednego badania (o ile jest ono powtarzane, a pytania nie ulegają zasadniczym zmianom).
- Oczywiście, także z tych sondaży wynika, że z większą częstotliwością czytają kobiety, osoby z wyższym wykształceniem, pochodzące z większych miejscowości i będące w lepszej sytuacji materialnej.
- Badania jakościowe i marketingowe oraz ankiety i sondaże internetowe są niewątpliwie ciekawym źródłem wiedzy na temat praktyk wybranej grupy respondentów, ale na ich

podstawie nie można wnioskować o całej populacji Polaków. Niemniej dostarczają one ważnych informacji, zwłaszcza na temat kompetencji użytkowników nowych technologii (są one najwyższe w najmłodszych grupach wiekowych). Wraz ze wzrostem zasięgu użytkowania smartfonów, rośnie również konsumpcja treści (są to przede wszystkim krótkie formy tekstowe).

- Na podstawie analizy badań dotyczących użytkowania internetu i poruszania się w świecie cyfrowym należy stwierdzić, że do młodzieży i młodych ludzi najszybciej i najskuteczniej można dotrzeć dzięki umiejętności wykorzystania ich kompetencji w tym zakresie, tym bardziej, że media społecznościowe są w ich życiu niezmiernie ważne.
- Czyelnicy audiobooków i e-booków czytają książki również w formie tradycyjnej, papierowej. Nie zauważa się efektu zastępowania jednej postaci książki przez inną, mamy raczej do czynienia ze zjawiskiem komplementarności.



Część trzecia

UWAGI KOŃCOWE

ROZMAITE ASPEKTY BADANIA CZYTELNICTWA KSIĄŻEK: OD KWESTII WARSZTATOWYCH PO ODBIÓR SPOŁECZNY

Izabella Anuszevska

Raport z badania pt. „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce. Jak czytamy?” dostarcza wielu informacji na temat aktualnego stanu czytelnictwa książek w Polsce. Interpretację uzyskanych wyników da się jednak wzbogacić, uwzględniając społeczny kontekst tego sondażu. Kontekst ów można analizować z kilku perspektyw: zarówno bliskiej, charakteryzując interakcje respondenta z ankieterem, jak i odleglejszej, opisując odbiór i społeczne znaczenie publikowanych wyników. Uwzględnienie kontekstu społecznego pozwala przy tym na uzupełnienie diagnozy stanu czytelnictwa książek w Polsce oraz spojrzenie na to zjawisko, jako odzwierciedlające ogólne mechanizmy komunikacji.

Sytuacja badania, interakcja ankietera z respondentem

Specyfika badań poświęconych czytaniu książek na tle innych badań społecznych (a zwłaszcza marketingowych) wynika z tego, że te pierwsze dotyczą tematu, który w naszej kulturze nie jest neutralny. Fakt lektury ma wpływ na wizerunek danej osoby, zarówno na to, jak ona sama postrzega siebie, jak i na to, jak może być postrzegana przez innych. Pytanie o czytelnictwo uruchamia często u respondentów potrzebę aprobaty społecznej, przekładającą się na bardziej lub mniej uświadomioną skłonność do udzielenia takiej odpowiedzi, która spotka się z akceptacją ankietera. Im silniejsza tendencja do budowania przez badanych określonego wizerunku, tym otrzymany obraz staje się mniej prawdziwy.

Badanie czytelnictwa to, w sensie warsztatowym, rozmowa, interakcja ankietera z respondentem, która odbywa się z wykorzystaniem wystandaryzowanego kwestionariusza. Jak wiadomo, konstrukcja tego narzędzia ma bardzo duże znaczenie dla uzyskiwanych wyników¹. Znane są rezultaty eksperymentów, dowodzące, że nawet niewielka zmiana w treści pojedynczego pytania może wpłynąć na charakter odpowiedzi. Równie ważna jest kolejność

¹ Przegląd badań mówiących o wpływie kwestionariusza na uzyskiwane wyniki zob. np. A. Sułek, *Sondaż polski. Przygarść rozpraw o badaniach ankietowych*, Warszawa: Wydawnictwo IFIS PAN 2000 (rozdz. pt. „Jak działa kwestionariusz? Forma pytania jako źródło zmienności odpowiedzi ankietowych”).

poruszanych kwestii, zastosowanie tzw. filtrów, czyli zadawanie określonych pytań lub ich pomijanie w zależności od wcześniejszych deklaracji badanego².

Ponieważ sytuacja rozmowy z ankierem zawsze jest do pewnego stopnia niecodzienna, to budując narzędzie do omawianego sondażu, starano się, by jak najbardziej przypominała ona naturalną konwersację³. Zadbano zwłaszcza, aby kwestionariusz nie przybrał formy odpytywania, egzaminowania respondenta, gdyż mógłby się on poczuć niekomfortowo i przyjąc określone strategie radzenia sobie z sytuacją, w jakiej się znalazł (np. konfabulując lub unikając odpowiedzi). Wydaje się, że zastosowana kolejność pytań pozwoliła zbudować atmosferę zaufania, gdyż każda z osób mogła swobodnie opowiadać o sobie i o swoich zwyczajach, np. o planie minionego dnia. W ten sposób – zbierając informacje merytorycznie ważne – zapewniono badanym komfort mówienia o sprawach, które ich dotyczą, na których dobrze się znają, co nie jest ani poznawczo, ani emocjonalnie wymagające, a wręcz dostarcza nagrody (wszak ludzie lubią mówić o sobie). Nie zadawano na wstępie pytań rozstrzygnięcia (czyli zakładających jednoznaczna odpowiedź: tak lub nie), mogących sugerować, że dalsza część wywiadu dotyczy wyłącznie osób spełniających określony warunek, np. tylko posiadających określone urzędy lub kompetentnych w zakresie technologii.

Pytania o sprzęty elektroniczne stwarzały sposobność do wskazania tych, do których badany ma dostęp, a więc dotyczyły zwyczajów korzystania, stając się niejako prośbą o opinię, a nie – bardziej zagrażającym – indagowaniem o stan posiadania. Dobrą atmosferę rozmowy podtrzymywało pytanie kolejne, umożliwiający badanemu wymienienie urządzeń, z których korzysta, nawet jeśli nie jest ich bezpośrednim dysponentem. Całą sekwencję skonstruowano więc w taki sposób, by każdy – niezależnie od stopnia zamożności czy kompetencji technologicznych – mógł poinformować o swojej osobistej sytuacji bez ryzyka utraty dobrego wizerunku w oczach ankiera (i swoich własnych).

W następnej kolejności skoncentrowano się na dniu poprzedzającym badanie, prosząc, by respondent wymienił te czynności, które wówczas wykonywał. Pytanie to dobrze realizuje postulat zapewnienia badanym komfortu poznawczego, gdyż każdemu łatwo jest odtworzyć fakty z tak nieodległej przeszłości zwłaszcza, gdy prezentuje mu się szczegółową listę obejmującą szerokie spectrum aktywności. Wspomniane pytanie stworzyło kontekst dla kolejnych: o czytane minionego dnia teksty, a wśród nich zawarte w książkach (zarówno drukowanych, jak i przeznaczonych do lektury na ekranie oraz audiobookach). Deklaracje czytania książek zbierano dwukrotnie – za drugim razem odwołując się do dłuższej perspektywy: ostatniego roku. Zastosowany układ pytań z jednej strony minimalizował ryzyko pojawienia się oświadczeń bez pokrycia, gdyż w żaden sposób nie sugerował, że to czytelnictwo książek stanowi główny temat badania, z drugiej zaś pozwolił uniknąć niedo-

² Wszystkie elementy składające się na statyczną i dynamiczną strukturę kwestionariusza są przedmiotem studiów metodologicznych, na których podstawie formułuje się zalecenia, co do optymalnego sposobu budowania narzędzi badawczych. Wiele praktycznych zaleceń, co do tworzenia kwestionariusza zawarto w książce pod red. Z. Sawińskiego, P.B. Sztabińskiego, F. Sztabińskiego *Podręcznik ankiera* (Warszawa: Wyd. IFIS PAN 2000). Jest to o tyle dobre źródło informacji, że uwzględnia w pełni polskie realia prowadzenia sondaży, a autorzy opierali się na wieloletnim doświadczeniu przy realizacji badań o zróżnicowanej tematyce i przeprowadzonych różnymi typami respondentów.

³ Kwestionariusz do badania pt. „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce. Jak czytamy?” stworzył zespół kierowany przez Janusza Kosteckiego, z udziałem Moniki Ligezy i Michała Wysockiego.

szacowania zasięgu występowania zjawiska, ponieważ do kwestii lektury powracano i nie mogła ona umknąć nikomu z badanych.

Kolejne bloki kwestionariusza zbudowano zgodnie z tymi samymi zasadami i w efekcie powstało narzędzie pozwalające zbierać informacje, o których z dużym przekonaniem można powiedzieć, że odzwierciedlają fakty a nie jedynie opinie o faktach (choć zawsze element subiektywizmu pozostaje, podobnie zresztą jak w przypadku każdego zdarzenia relacjonowanego przez innych).

Analizując „bliski” kontekst badania, należy wziąć pod uwagę także okoliczności towarzyszące aranżacji wywiadu i jego przebieg. Ze względu na fakt, że w pytaniach odwoływano się do wydarzeń z dnia minionego, zadbano o to, aby badanie prowadzić względnie równomiernie we wszystkie dni tygodnia, zarówno świąteczne (wolne od pracy), jak i powszednie. W tym drugim przypadku aranżacja bywa trudniejsza, gdyż ludzie są mniej skłonni poświęcić czas na dodatkową, nieplanowaną czynność. Kluczowe są zatem argumenty, do jakich odwoła się ankieter stojący w drzwiach mieszkania. Mają one też wpływ na to, o czym pisano już wcześniej, a mianowicie, w jakich kategoriach respondent będzie definiował sobie sytuację badania. Jeśli – przykładowo – ankieter przedstawi się jako współpracownik instytucji publicznej przeprowadzający sondaż dotyczący różnych przejawów uczestnictwa w kulturze, wówczas – z dużym prawdopodobieństwem – uruchomi u badanego skłonność do autoprezentacji uwzględniającej właśnie te elementy, które pojawiły się w aranżacji⁴. Tak więc, w celu uzyskania trafnych wyników sondażu, ważne jest, by definicja sytuacji⁵, jaką konstruuje sobie respondent nie była oparta na elementach, które następnie będą tematem rozmowy z ankieterem.

Korzystną okoliczność stanowiło to, że omawiane badanie było częścią większego sondażu, na który składały się również pytania dotyczące zupełnie innych zagadnień niż czytanie (głównie konsumenckich). Aranżacja przed wywiadem uwzględniała zatem w sposób naturalny całą różnorodność tematów poruszanych potem w trakcie rozmowy, odsuwając na plan dalszy czytelnictwo książek⁶ i ograniczając ewentualność, że badani już na wstępie przyjmą pewną z góry założoną, niekoniecznie autentyczną rolę (np. aktywnych czytelników). Mówiąc słowami Ervinga Goffmana, minimalizowano ryzyko, że czytelnictwo stanie się fasadą a książka rekwizytem przy definiowaniu sytuacji rozmowy z ankieterem⁷.

⁴ Pojawi się więc pokusa, by przedstawić siebie np. jako aktywnego widza / kinomana / amatora spektakli teatralnych)

⁵ Według Ervinga Goffmana (*Człowiek w teatrze życia codziennego*, Kraków: Wydawnictwo KR, 2000) termin „definicja sytuacji” oznacza określenie przez partnerów reguł zachowania w sytuacji społecznej oraz uświadomienie sobie własnego położenia. Na zdefiniowanie sytuacji wpływa to, w jaki sposób jest ona postrzegana przez jednostkę oraz to, jakie wartości dana jednostka wyznaje. Twórcą tego pojęcia był William I. Thomas, współautor (wraz z Florianem Znanieckim) pracy *Chłop polski w Europie i Ameryce* (wyd. polskie: Warszawa: Ludowa Spółdzielnia Wydawnicza 1976, t. 1–5).

⁶ Ankieter mówił więc, że jest zainteresowany opiniami jakie ludzie mają na wiele kwestii, po to, by później firmy i instytucje mogły jak najlepiej dostosowywać ofertę swoich produktów, usług lub rozwiązań do oczekiwań społeczeństwa.

⁷ Goffman przedstawia interakcje międzyludzkie w perspektywie dramaturgicznej (interakcje to występy). Wedle tej koncepcji, podczas występów jednostki wybierają dla siebie odpowiednie fasady i korzystają z rekwizytów w celu definiowania sytuacji.

Podsumowując, wydaje się, że zarówno to, jak zaplanowano przebieg badania, jak i to, jak skonstruowano jego kwestionariusz, pozwala traktować uzyskane wyniki jako wiarygodne i trafnie odzwierciedlające nie tylko klimat opinii na temat czytelnictwa książek w Polsce, ale również jego faktyczny zasięg.

Spółeczny odbiór badania

Znaczenie rezultatów omawianego sondażu nie ogranicza się tylko do tego, że mogą one posłużyć interesariuszom rynku książki jako przesłanki do planowania polityki wspierającej czytelnictwo. Opublikowane wyniki badań (niezależnie od tematu) pełnią bowiem także ważną funkcję społeczną, gdyż dostarczają ludziom wiedzy o nich samych, pozwalają zrozumieć w jakim społeczeństwie żyją i jak na tym tle wyglądają ich indywidualne przekonania⁸. Kształtują zatem tzw. opinię publiczną. Oczywiście funkcja ta zaznacza się tym silniej, im ważniejszej lub wyrazistszej kwestii dotyczy sondaż. Z tej perspektywy czytelnictwo książek jest tematem ważnym, gdyż powiązany – nawet w świadomości potocznej – z kompetencjami kulturowymi⁹. Ludzie są zainteresowani zasięgiem występowania praktyk lekturowych, by na podstawie tej wiedzy wyrobić sobie pogląd na temat kondycji całego społeczeństwa, przynajmniej częściowo odpowiedzieć na pytanie: jacy – jako Polacy – jesteśmy? Dopiero na tym tle – w naturalny sposób – można definiować własną tożsamość: od pełnej identyfikacji (jestem taki jak inni) do zupełnego wyobcowania (jestem zupełnie inny). Dzieje się to w kilku wymiarach: poznawczym, emocjonalnym i behawioralnym.

Dzięki określeniu pozycji własnej osoby w relacji do społeczeństwa możliwe staje się interpretowanie różnych aspektów rzeczywistości. Przykładowo, pozostawanie czytelnikiem ułatwia lepsze rozumienie różnych zjawisk na rynku wydawniczym. Z kolei dla osób, które nie czytają, wiedza o tym, że należą do większości, może stanowić argument usprawiedliwiający ich styl życia i preferowane formy spędzania czasu. Ważny jest emocjonalny wymiar dookreślenia własnej tożsamości. Jak wykazują liczne eksperymenty psychologiczne¹⁰, ludzie poszukują grup, z którymi dzielą poglądy i style życia. Zaspokajanie takich potrzeb jest związane z pozytywnymi emocjami, stąd częste poczucie dumy czy entuzjazmu płynące z przynależności i przeciwnie – frustracji, wynikające z wyobcowania.

Z tego względu wiedza o relatywnie niewielkim zasięgu czytelnictwa w Polsce (książkę w jakiegokolwiek formie czytało w ciągu roku 37,2% osób) wielu czytelników może rozczarowywać, tych zaś, którzy książek nie czytają – przeciwnie, uwalniać od ewentualnego zawstyżenia. Już bowiem Jean Jacques Rousseau twierdził, że „człowiek [...] umie żyć tylko

⁸ O funkcji sondaży, jako narzędziu samowiedzy społecznej zob. I. Anuszevska, *Sondaże – zwierciadło społeczeństwa. Rytuały komunikacyjne a kreowanie wiedzy wspólnej*, Warszawa: CEDEWU 2010.

⁹ Można przyjąć, że czytelnictwo książek spełnia definicję kwestii publicznej, gdyż dotyczy sfery norm zbiorowych w społeczeństwie.

¹⁰ Np. znany eksperyment Henry'ego Tajfela i Johna Turnera z 1979 r. pokazuje tzw. minimalny paradygmat grupowy, czyli efekt polegający na postrzeganiu danych osób, jako członków własnej grupy dzięki podobieństwu w zakresie jakiegokolwiek, nawet zupełnie nieistotnej cechy. Zob. P.G. Zimbardo, *Psychologia i życie*, Warszawa: PWN 2004.

w opinii drugich i z ich to oceny czerpie cele, poczucie swego istnienia”¹¹. Owa złożona mozaika myśli i odczuć przekłada się przy tym na konkretne decyzje – ludzie zmieniają swoje zwyczaje (i to nie koniecznie w najbardziej oczywistym kierunku), a także modyfikują sposób mówienia o nich, przyznając się lub nie do określonych zachowań. Osoby czytające książki mogą zatem zacząć z większą otwartością mówić o swoich praktykach lekturowych, dostrzegając ich prestiżowy charakter, lub przeciwnie – nie przyznawać się do nich z obawy przed tym, że będą postrzegani jako np. staroświeccy czy niemodni. James Madison, jeden ze współtwórców konstytucji amerykańskiej zauważył, że: „stopień, w jakim opinie kształtują praktyczne zachowanie, postępowanie jednostki zależy w dużej mierze od tego, ilu innych ludzi – jej zdaniem – myśli tak samo”¹². W tym kontekście widać znaczenie publikowanych danych o zasięgu czytelnictwa i ich możliwy wpływ na faktyczne zachowania zarówno czytelników, jak i osób nieczytających książek.

John Locke¹³ wśród praw rządzących stosunkami międzyludzkimi wymieniał – oprócz prawa boskiego i państwowego – tzw. prawo opinii, mówiące o tym, że poszczególne działania czy sposoby postępowania podlegają ocenie ze strony otoczenia, spotykają się ze społeczną akceptacją lub jej brakiem¹⁴. Z tej perspektywy, zasięg czytelnictwa książek, poznany dzięki opublikowaniu wyników badania, staje się punktem odniesienia do oceny i wartościowania praktyk lekturowych. Zgodnie z koncepcją Locka większość ludzi w swoich wyborach kieruje się tym, co zapewni im dobre imię w najbliższym otoczeniu. Choć, na szczęście, czytanie książek nie wiąże się z narażeniem na sankcje społeczne, to jednak jego spadająca popularność może w coraz większym stopniu stawać się wyznacznikiem swojej „staroświeckości”. Z kolei według scenariusza konkurencyjnego, w którym czytelnictwo kojarzy się z ekskluzywnością, lektura książek może stanowić wyznacznik prestiżu. Przekonanie takie wspierałaby informacja o relatywnie małym zasięgu czytelnictwa, a dodatkowo wzmacniała wiedza o nadreprezentacji wśród czytelników osób o wysokim statusie. Niezależnie od tego, który ze scenariuszy ma większe szanse by się ziścić, obydwa zakładają zepchnięcie czytelnictwa do pewnej niszy (zachowań niemodnych lub wyjątkowych), co nie sprzyja rozszerzaniu jego zasięgu.

Wiedza o ważnych cechach całej wspólnoty stanowi niezbędny budulec społeczeństwa obywatelskiego. We wszystkich koncepcjach jego dotyczących¹⁵ obecny jest też motyw podejmowania współpracy na rzecz dobra jednostek, które w tym celu nawiązują dyskurs i wymieniają między sobą informacje, co oczywiście wymaga interakcji (niekoniecznie bezpośrednich). To w ich trakcie partnerzy wytwarzają sobie intuicje na temat innych.

¹¹ J.J. Rousseau, *Rozprawa o pochodzeniu i podstawach nierówności między ludźmi*, [w:] Tenże. *Trzy rozprawy o z filozofii społecznej*, Warszawa: Wyd. PWN 1956.

¹² Cyt. za E. Noelle-Neumann, *Spirala milczenia*, Poznań: Zysk i S-ka 2004.

¹³ J. Locke, *Rozważania dotyczące rozumu ludzkiego*, t. 1–2, Warszawa: PWN 1955.

¹⁴ Współcześnie, terminy Locka doczekały się nowych interpretacji. I tak zamiast o prawie boskim mówi się o ideale etycznym, przyzwoitości lub wartościach uniwersalnych, a o prawie opinii – jako o reputacji czy modzie. W tym kontekście jedną z funkcji prawa państwowego jest swoiste pogodzenie tych dwóch wcześniejszych rodzajów norm. Więcej na temat funkcji, jakie pełni opinia publiczna (wynoszona jako wiedza z badań społecznych) zob. E. Noelle-Neumann, dz. cyt.

¹⁵ O różnych podejściach do fenomenu społeczeństwa obywatelskiego zob. M. Magoska, *Obywatel w procesie zmian*, Kraków: Księgarnia Akademicka 2001; Z. Sokolewicz *Obywatelstwo a narodowość. Uwagi w związku z ustanowieniem obywatelstwa Unii Europejskiej*, „Studia Europejskie” 1997, nr 1.

Niewątpliwie wiedza o zasięgu czytelnictwa także przyczynia się do budowania sobie obrazu zbiorowości, w jakiej żyjemy. W uproszczeniu: dzisiejsi czytelnicy mają niewątpliwie świadomość, że należą do społeczeństwa, w którym praktyki lekturowe są relatywnie mało popularne i mają bardzo różny charakter. Nie zawsze więc mogą odwoływać się do wspólnoty doświadczeń czy wartości, które przypisywaliby innym. Jednakże upowszechnienie czytelnictwa miałyby szanse taką wspólnotę budować i tym sposobem stwarzać platformę, na której wymiana opinii i podejmowanie skoordynowanych działań odbywa się efektywniej.

Ogólna diagnoza zasięgu czytelnictwa

W zrealizowanym badaniu umiejscowiono lekturę książek na tle czytelnictwa rozumianego możliwie szeroko, gdyż pytano o kontakty z najróżniejszymi formami tekstów, uwzględniając zarówno tradycyjne, jak i cyfrowe metody ich udostępniania. Wzięto więc pod uwagę: a) krótkie wiadomości tekstowe (sms), posty na portalach społecznościowych, wiadomości typu *push* wysyłane przez aplikacje, wpisy i wiadomości na platformach internetowych (takich jak czaty, fora dyskusyjne), wiadomości e-mail; b) dłuższe teksty w internecie, takie jak artykuły na blogach, stronach internetowych, hasła znalezione w wyszukiwarkach; c) krótkie teksty zamieszczane w reklamach typu OOH (*out of home*), czyli m.in. na tablicach reklamowych, w formie plakatów, w środkach komunikacji zbiorowej itp.; d) inne materiały reklamowe lub promocyjne, np. gazetki czy ulotki; e) prasę (zarówno tradycyjną, jak i dostępną w wersji elektronicznej). Choć telewizja kojarzy się głównie z przekazem wizualnym, uwzględniono także paski informacyjne, jakie pojawiają się w trakcie audycji. Osobną uwagę poświęcono oczywiście książkom (w formie drukowanej, e-booków, oraz audiobooków). Intencją autorów kwestionariusza było sporządzenie możliwie wyczerpującego wykazu form tekstów, z jakimi można się zetknąć na co dzień.

Okazało się jednak, że aż 43,8% respondentów nie miało – w dniu poprzedzającym sondaż – styczności z tekstem w jakiegokolwiek postaci. Nie zaobserwowano przy tym dużych wahań deklaracji w zależności od dnia tygodnia, w którym przeprowadzono badanie. Ponieważ listę możliwych odpowiedzi wyświetlano każdemu z respondentów w kolejności losowej, nie może też być mowy o ewentualnych zaburzeniach z powodu sposobu zadawania pytania. Wyjaśnienie tak małego odsetka deklaracji pozytywnych wydaje się następujące.

Jak już wspomniano, człowiek funkcjonuje w środowisku innych ludzi, a kluczową rolę w tym systemie odgrywa informacja. Ponieważ stanowi ona warunek skutecznego działania, staje się obiektem przechowywania (kumulacji), przetwarzania i przekazywania¹⁶. Pomimo obiegowych opinii o dominacji w świecie współczesnym tzw. kultury obrazkowej, wciąż podstawowym nośnikiem informacji są teksty piśmiennicze. Nie może więc dziwić, że kon-

¹⁶ Koncepcja specyficznego dla ludzkiego gatunku środowiska informacyjnego przewija się w pracach wielu autorów, m.in. P. Boyer, *I człowiek stworzył bogów. Jak powstała religia*, Warszawa: Prószyński i S-ka 2002; J. Tooby i L. Cosmides, *The Psychological Foundations of Culture*, [w:] J. Barkow, L. Cosmides, J. Tooby (red.), *The Adapted Mind. Evolutionary Psychology and the Generation of Culture*, Nowy Jork: Oxford University Press 1992; S. Pinker, *The Language Instinct*, Penguin Books 1994. Zob. też I. Anuszevska, dz. cyt.

takt z nimi ma charakter czynności bezwiednej, wręcz instynktownej¹⁷, albo nieco inaczej – powszedniej, niewyróżnianej jako odrębna aktywność. Motywem czytania w większości przypadków są dziś okoliczności sytuacyjne, praktyczna potrzeba, a nie intencjonalna decyzja poświęcenia czasu na lekturę¹⁸. To właśnie dlatego wielu badanych nie wskazywało czytania jako czynności, w którą angażowali się w dniu poprzedzającym badanie. Nie musi to jednak oznaczać, że faktycznie nie zetknęli się oni wówczas z żadną z wymienionych postaci tekstu. Po prostu traktowali zapewne czytanie jako instrumentalne względem innych czynności, które podejmowali.

Efekt wszechobecności tekstu piśmienniczego wzmacnia dodatkowo rozwój technologii, zwłaszcza zmierzający w kierunku wprowadzania i upowszechniania nowych funkcji w urządzeniach mobilnych. Możliwość przesyłania wiadomości sms, powiadomień z serwisów społecznościowych czy używania komunikatorów jest w istocie przełamaniem największego problemu, jaki zawsze towarzyszył komunikacji za pomocą pisma, a mianowicie niejednoczesności, czy też odroczenia pomiędzy nadaniem a otrzymaniem przekazu (jak w przypadku listów czy depezy). Obecnie czytanie staje się integralną częścią niemal wszystkich aktów komunikacyjnych, w tym rozmowy, która coraz częściej jest uzupełniana (a nawet zastępowana) wiadomościami przesyłanymi w czasie rzeczywistym. Dzieje się tak, że „Używanie sms-ów do kontaktu z członkiem rodziny znajdującym się w tym samym mieszkaniu, to już norma. Wysyłanie maili do kolegi przy sąsiednim biurku też”¹⁹.

Upowszechnienie tekstu piśmienniczego nie zwiększa jednak intencjonalnego czytelnictwa ani książek, ani prasy. Lekturę książki (w jakiegokolwiek formie) w dniu poprzedzającym badanie zadeklarowało 8,6% respondentów, a prasy (zarówno dzienników, jak i czasopism) – 22,4%, choć w przypadku periodyków wiadomo skądinąd²⁰, że wizerunkowa przewaga profesjonalnie redagowanych tytułów nad bezpłatnymi źródłami internetowymi jest niepodważalna. Prasę płatną darzy się szacunkiem i autorytetem, a na taki jej wizerunek wpływa wiarygodność publikowanych informacji oraz profesjonalny warsztat. W oczach czytelników wyróżnia ją także uczciwość i szczerść w prezentowaniu informacji oraz wiele innych korzystnych konotacji.

O ile więc dane z badania dotyczące niespecyficznych kontaktów z ogółem tekstów piśmienniczych można uznawać za niedoszacowane, o tyle – niestety – obserwacja innych tendencji w obrębie komunikacji społecznej nie pozwala na optymizm co do wzrostu zasięgu czytelnictwa tekstów tworzonych przez profesjonalistów z myślą o szerokim gronie odbiorców, a rozpowszechnianych za pośrednictwem książek czy prasy.

¹⁷ W podobny sposób można ujmować uniwersalną, posiadaną przez wszystkich ludzi zdolność do posługiwania się mową, językiem. Jest to również „instynkt” konieczny do życia w środowisku informacyjnym. Pinker w przywoływanej pracy przytacza wyczerpującą argumentację za takim ujęciem, powołując się na prekursorów tego podejścia, takich jak Noam Chomsky.

¹⁸ Według Grażyny Straus (*Powszechność i powszedniość lektury*, Warszawa: Biblioteka Narodowa 1993) czytanie stało się jedną z czynności dnia codziennego.

¹⁹ S. Bolcman, *sms a sztuka rozmowy*, <http://interia360.pl/moim-zdaniem/artukul/sms-a-sztuka-rozmowy,11270>

²⁰ „Diagnoza społecznych zachowań czytelniczych w obrębie prasy papierowej i cyfrowej Nowe platformy dostępu do treści. Transformacja prasy” – badanie zrealizowane na zlecenie Izby Wydawców Prasy przez Millward Brown. Projekt dofinansowano ze środków Narodowego Centrum Kultury w ramach Programu Narodowego Centrum Kultury – Kultura – Interwencje.

Podsumowanie

Badanie pt. „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce. Jak czytamy?” oprócz danych na temat zasięgu czytelnictwa i jego uwarunkowań, dostarcza również wielu informacji o charakterze społecznym dotyczących sposobu gromadzenia danych oraz skutków ich późniejszego funkcjonowania w postaci opublikowanych wyników. Ważne wydają się też próby interpretacji opisanych zjawisk w szerszej perspektywie – procesów komunikacji oraz lektury różnorodnych form tekstów.

Można zaryzykować stwierdzenie, że pełen sens prowadzenia takich sondaży ujawnia się w momencie, gdy stają się one inspiracją do wielowątkowych dyskusji nie tylko nad konkretnymi wynikami, ale również szerzej – nad fenomenem czytelnictwa książek i koniecznością systematycznego namysłu nad tym zjawiskiem. Niniejszy tekst jest jedynie przyczynkiem i zaproszeniem do takiej dyskusji.

PRZYJEMNOŚĆ CZYTANIA

Paweł Kuczyński

„Wszyscy ludzie muszą od czasu do czasu uciekać od morderczego rytmu własnych myśli. Jest to część procesu życiowego istot rozumnych”¹. Tak skomentował Raymond Chandler fenomen czytania książek „dla przyjemności”. Jego zdaniem każda książka umożliwia to, co nazywa „ucieczką”. Chandler – autor kryminałów czytanych na całym świecie – wie, o czym mówi. Jego książki należą do kategorii „coś do poczytania”. Choć należą do najlepszych w swoim rodzaju, to pełnią w naszym życiu podobną rolę jak kolorowe czasopisma, aczkolwiek wymagają od czytelnika skupienia i linearnie angażują uwagę, „aż się zapomina o bożym świecie”. Zapewniają przyjemność czytania. Mocno upraszczając tezę tego komentarza, naszkicowanego na marginesie raportu z badania PIK, zakładamy, że każda książka może być źródłem przyjemności.

Jeśli mówimy o „książce do czytania”, to na ogół nie mamy na myśli podręczników, traktatów filozoficznych lub religijnych ani opracowań naukowych. „Książka do czytania” to książka obiecująca przyjemność czytania. Zgoła inne są motywy czytania książek, aby mieć informacje albo zdobyć wiedzę, choć przyjemności ich czytania wykluczyć się (na szczęście) nie da.

Jestem tym co jem i co czytam

Chcę zwrócić uwagę na przyjemność czytania, choć fenomen ten nieczęsto jest uznawany za wart analizy. „Przyjemności” nie sposób nadać statusu terminu naukowego. Liczyliśmy się z tym i unikaliśmy posługiwania się tym pojęciem, tak w pierwszym, jak i w drugim badaniu PIK². Raczej powszechnie „przyjemność” jest uważana za mało użyteczne narzędzie analityczne. W refleksji filozoficznej również trudno znaleźć wartę uwagi tropy, poza tymi,

¹ R. Chandler, *Mówi Chandler*, Warszawa: Czytelnik 1983, s. 328.

² Budując blok pytań odnoszących się do czytelnictwa, posłużyliśmy się neutralną konwencją stosowaną przez IKICZ Biblioteki Narodowej. W przeciwieństwie do tego CBOS regularnie pyta o „prze czytanie książki dla przyjemności”. Pomimo zmian, jakie wprowadziliśmy do kwestionariusza w 2015 r. w porównaniu do roku 2013 – o których informujemy w rozdziale „Założenia badania” – dwa pytania zachowały sprawozdawczy styl: pyt. 9 „Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy przeczytał(a) Pan(i), od początku do końca, we fragmentach lub przejrzał(a) co najmniej jedną książkę, bez względu na formę – papierową, elektroniczną czytaną na ekranie (e-book) lub

które prowadzą do Epikura lub Nietzschego. Powód wydaje się prosty: gama doświadczeń czy doznań niosących ludziom przyjemność jest tak szeroka i zróżnicowana, że rzecz będzie zawsze wymykać się próbom definicji. A czy bez definicji możliwa jest naukowa dyskusja? Oczywiście, nie. Nie wyklucza to jednak ogólnej dyskusji o naturze przyjemności, dopuszczalnej na gruncie filozofii, choć nie będziemy się w nią tu zapuszczać. Podejmujemy skromniejsze zadanie i koncentrujemy się na jednym rodzaju doświadczenia „przyjemnościowego”, które nazywam „przyjemnością czytania”. Może ją sprawiać każda bez wyjątku książka, to zależy od czytelnika. Komiks, przewodnik po Beskidzie Niskim albo ostatnia powieść Murakami – może być „książką do czytania”, czyli czytaną dla przyjemności.

Najnowsze badanie Polskiej Izby Książki, omawiane w tym opracowaniu, przynosi mało budujące wyniki, jeśli idzie o czytelnictwo. Z drugiej strony, wyniki regularnego pomiaru – jak choćby najczęściej cytowany, prowadzony przez IKICZ Biblioteki Narodowej – przekonują, że czytelnictwo książek w Polsce ustabilizowało się na stosunkowo niskim poziomie, zbliżonym do 40%. Pociuszające jest to, że nie mamy do czynienia ze spadającym czytelnictwem książek. Są więc podstawy, aby powiedzieć, że książka ma się względnie dobrze – „stan pacjenta jest stabilny” – choć jest wiele powodów, aby narzekać na zbyt mały zasięg czytelnictwa w Polsce. Chcielibyśmy, aby Polacy czytali więcej.

Teza, którą chcę tu rozwijać, wychodzi poza dane statystyczne, które na przykład mówią, że więcej czytają ludzie wykształceni. Nasze badanie, podobnie jak inne, pozwala określić społeczne kręgi, życiodajne dla książki: kobiety, rodziny czytające dzieciom, uczniowie. A jednak ta przydatność książek, poddających temat zajmującej rozmowy, budujących relacje z dziećmi czy zawierających podręcznikowe treści, nie wyjaśnia wszystkiego. Książka służy czytelnikom na różne sposoby, ale ten jeden jest stały i niezmienny: zapewnia przyjemność czytania temu, kto ją czyta.

Moim zdaniem dobra wiadomość dla wydawców jest niezmiennie ta sama: egoistyczne czytanie dla przyjemności pozostaje motywem, któremu nie zagrażają nawet tasiemcowe seriale. Przynajmniej na razie. Warto zwrócić uwagę na jeszcze jeden trudny do zdefiniowania „faktor”, tym razem po stronie autora, a nie czytelnika. Dodajmy od razu, że ów czynnik, przesądzający o poczytności książki, nie wyróżnia tylko autorów o uznanym dorobku³. Twierdzę, że warunkiem powstawania większości tekstów czytanych dla przyjemności jest umowne „porozumienie stron”, czyli rodzaj milczącego kontraktu pomiędzy autorem i odbiorcą tekstu. Regułą tego porozumienia jest przyjemność pisania, która w taki sposób daje o sobie znać poprzez tekst, że generuje przyjemność czytania. Skład chemiczny tego czynnika można określić na różne sposoby: dar pisania, lekkie pióro, talent, pasja, wytrwałość, wyobraźnia, wiedza, przenikliwość. Autora i czytelnika łączy to, że robią coś dla przyjemności. Ostatecznym „dowodem” jest sam tekst, który przemawia bądź nie do czytelnika. Autorzy, choć cierpią, mają przyjemność pisania. Czytelnicy, choć „nie mają czasu”, mają przyjemność czytania. Podobnie jak z dobrą kuchnią: przyjemność gotowania,

dźwiękową, czytaną przez lektora (audiobook)?” i pyt. 10 „Ile książek (bez względu na formę) przeczytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?”

³ Są wszakże autorzy, którzy nigdy nie znajdują uznania krytyków literackich, ale mogą liczyć na uznanie czytelników. Pouczająca jest także kariera blogów, którym daleko do tekstów wysokich lotów. Nasuwa się skojarzenie z muzyką disco polo, na którą miłośnicy wyrafinowanych gatunków muzyki patrzą z góry, co nie przeszkadza, że ma się dobrze, dzięki swoim liczny odbiorcom.

o którą podejrzewa się dobrych kucharzy, jest uważana za warunek przyjemności jedzenia czegoś dobrego. I nie musi to być kuchnia rekomendowana przez przewodnik Michelina.

Ludzie jedzą różne rzeczy, co najlepiej widać oczywiście wtedy, gdy porównamy ze sobą różne kultury. Nie musimy w tym celu nawet podróżować po świecie, choć to jest najlepsza wersja poznawania nieskończonego bogactwa kulinarnych kultur. Wystarczy zauważyć, jak wiele zmieniło się w Polsce w ciągu ostatnich 20, 30 lat. Przy czym zróżnicowanie praktyk kulturowych związanych z jedzeniem wykracza daleko poza kwestie smaku potraw. W Gdańsku, w Łopusznej, gdziekolwiek ludzie jedzą, robią to „na swój sposób” i poszerzają swój repertuar umiejętności społecznych związanych z przygotowywaniem jedzenia i samym jedzeniem.

O tym, co jemy i jak jemy, decydują ciekawość, okazja, towarzystwo. W mniejszym stopniu proste zaspokojenie głodu, o ile mówimy o tych, którzy mają wybór tego, co będą jedli. Jedyna różnica, jeśli idzie o dietę w sensie właściwym i dietę tekstową, polega na tym, że w przypadku tekstów nie ma przymusu jedzenia. Można nic nie czytać, gdy nie sposób nie jeść w ogóle. O czytaniu możemy mówić w obrębie pojemnej metafory gastronomicznej w obrazowy sposób, który pozwala zilustrować dane statystyczne. W ten sposób widzimy lepiej, o czym mówimy, kiedy mówimy o czytaniu.

Dieta tekstowa jest ramą dla naszej wyobraźni, kiedy mówimy o czytaniu. Ma wartość heurystyczną. Jeśli przyjrzymy się, co i jak ludzie czytają, to uderza nas podobieństwo do zróżnicowanych nawyków żywieniowych. Jemy to, co podano. Jemy to, co na stole. Jemy to, co sobie sami przyrządzimy. Nie jemy, kiedy pościmy. Jemy z kimś lub samemu. Jemy w domu, na ulicy, w restauracji, stołówce pracowniczej, przy biurku, w czasie przerwy śniadaniowej w fabryce o 9-tej rano. Teksty konsumujemy planowo i przypadkowo. Jedne wybieramy, inne narzucają się same. Te teksty, które nas najbardziej interesują, chcemy mieć ze sobą, więc książki towarzyszą nam rzeczywiście wszędzie. Czytamy je dla zaspokojenia „głodu wiedzy” i informacji. Czytamy je dla przyjemności, smakując każde słowo. Jeśli wybieramy *slow food* zamiast *fast food*, to idziemy w ślad zachęty Rolanda Barthesa, kiedy powiada: „Pora przestać połykać i pożerać, a zacząć skubać i drobiazgowo przeżuwać, powrócić przy czytaniu dzisiejszych autorów do niepróżnującego próżnowania dawniejszych lektur – wstąpić do klanu *arystokratycznych czytelników*”⁴.

Zawarta w naszym opracowaniu analiza wyników badań ilościowych jest bogatym zestawem zależności statystycznych, z których część została zinterpretowana w języku kategorii czy też grup w rozumieniu socjologicznym. Dzięki takim danym polityki społeczne mają empiryczne uzasadnienie. Statystycznie ujęte czytelnictwo książek jest niezbędne dla rządowych i samorządowych programów rozwoju czytelnictwa. Jednak warto zauważyć, że dane takie mają znacznie mniejsze znaczenie dla różnego rodzaju społecznych czy obywatelskich inicjatyw mających podobny cel co programy rządowe, także promujących czytanie. W niewielkiej odległości od najczęściej przytaczanych danych statystycznych – zarówno „twardych”, opartych na wynikach sprzedaży⁵ i „miękkich”, wynikających z badań opinii, takich jak badanie PIK – znajdujemy wnioski z badań jakościowych. Dane obserwacyjne, zebrane w drodze wywiadów pogłębionych czy zogniskowanych wywiadów grupowych,

⁴ R. Barthes, *Przyjemność tekstu*, Warszawa: Wydawnictwo KR 1997, s. 21.

⁵ Dla przykładu warto wskazać raporty „Biblioteki Analiz” dostępne również na stronie www.pik.org.pl.

pozwalają na wgląd w nastawienia, emocje czy ukryte potrzeby czytelników. Potrzebujemy ich, gdy podejrzewamy, że nasza wiedza o czytelnikach wymaga aktualizacji, której dane statystyczne nie są w stanie zarejestrować. Konieczne jest zainteresowanie się czytelnikiem, ale nie tym, którego znamy, tylko tym, którego nie znamy. Choć w drugim badaniu PIK ten wątek naszych poszukiwań był słabiej zaznaczony niż w pierwszym, to również w drugiej edycji towarzyszyło nam przekonanie, że czytelnik, bez którego nie ma „czytelnictwa”, zmienia się szybciej niż w nieodległej przeszłości. W nadchodzących latach nie unikniemy pytania: kim jest czytelnik książek? Jak dalece się zmienił, gdy internet przeobraził każde ogniwo procesu tworzenia, produkowania i dystrybuowania tekstów?

Choć wiemy o nich nadal zbyt mało, to nasze badanie pozwoliło ustalić, że czytelnicy książek są czujni w pewnej ważnej kwestii. Nie zapominają o autorach, skoro trzech na czterech uczestników Targów Książki w Warszawie (2015) zgadza się, że twórcom należy płacić honoraria, aczkolwiek wielu czytelników przyznaje się do naruszania praw autorskich⁶. Generalnie miłośnicy książek, których spotykamy na targach w Warszawie i Krakowie, są świadomi, że to autorzy znajdują się u początków „systemu książki”⁷ i należy o nich dbać. Dyskusja o prawach autorskich ma fundamentalne znaczenie, nie tylko dlatego, że prowadzi do rozwiązań prawnych, mniej lub bardziej radykalnych. Pokazuje ścieranie się dwóch światopoglądów, a może formacji kulturowych dających się określić mianem aktywnych ruchów społecznych, w których jedna opowiada się po stronie autora i jego praw, a druga, po stronie czytelnika i jego praw⁸. Przy czym, po stronie konsumentów tekstów, lub – precyzyjniej mówiąc – użytkowników końcowych „systemu książki” (których nazywam „end users / czytelnicy”), wydłuża się katalog możliwych nieautoryzowanych użyczeń chronionych prawem, albo też mówiąc wprost – ich nadużyć.

Autorzy książek, co do zasady, pozostają tym, kim byli, albo, że nie zmienili się tak dalece jak czytelnicy. Rewolucja cyfrowa najmniej wpłynęła na sam akt tworzenia książki. Autorzy książek nadal piszą dla przyjemności. Niewątpliwie także przyjemne jest zarabianie na pisaniu książek. Fenomen twórczości trwa nieprzerwanie.

Na ile zmienia się użytkownik książki, tradycyjnie nazywany „czytelnikiem” (choć jest to określenie mylące w przypadku audiobooków)? Książka jest mu nadal potrzebna, do czytania, do słuchania, do przeglądania, do zaglądania, do opowiadania innym, do pisania własnych tekstów, do kopiowania, do cytowania. Mamy wachlarz różnych działań, mniej lub bardziej podobnych do tradycyjnych praktyk lekturowych rozwijanych niegdyś w oparciu o wyłącznie książki drukowane, a współcześnie również dostępne cyfrowo. Przybór tekstów cyfrowych jest tak duży, że nie sposób je pominąć, jeśli pytamy o to „jak czytamy?”. Z tego powodu w pierwszym badaniu PIK (2013–2014) postanowiliśmy spojrzeć na czytelnika inaczej, niż się to praktykuje w empirycznych sondażowych badaniach czytelnictwa. Z pozycji konsumenta treści zrównaliśmy tekst książkowy z każdym innym tekstem, z newsem prasowym, e-mailem, sms-em czy wpisem na Facebooku. Z kolei z pozycji użytkownika

⁶ Dane z badań cytowanych w naszym raporcie, przeprowadzonych wśród gości targów książki, pokazują, że około 35% (2014) i 43% (2015) z nich deklaruje, że nigdy nie korzysta z bezpłatnych kopii książek dostępnych w internecie. Większość gości targów książek sięga po bezpłatne kopie często lub sporadycznie.

⁷ Określenie to przyjmujemy w znaczeniu zaproponowanym w „Rekomendacjach”.

⁸ Por. raport z badania polskiego ruchu protestu w 2012 r.: Ł. Jurczyszyn, J. Kołtan, P. Kuczyński, M. Rakusa-Suszczewski (red.), *Obywatele ACTA*, Gdańsk: Europejskie Centrum Solidarności 2014.

nośników treści książce cyfrowej drukowanej nadaliśmy równorzędny status jak książce drukowanej.

Choć nasze raporty poświęcamy przede wszystkim analizie wyników badań, których nie brakuje w tym opracowaniu, to w komentarzu świadomie oddalam się od obowiązującego języka analizy statystycznej. Nie mogę wiele dodać do tego, że analiza ta nie myli się, mówiąc, że w Polsce mieszkańcy wielkich miast czytają więcej książek niż mieszkańcy wsi. Interesuje mnie co innego? Mianowicie to, w jaki sposób fenomen czytelnictwa książek jest wspierany nie przez powołane do tego centralne instytucje, ale przez rozproszone inicjatywy obywatelskie i ruchy społeczne. Czytający dla przyjemności, czyli – jak ich określa Chandler – „istoty rozumne”, są wszędzie. Wszakże czytelników „książek do czytania” napotykamy we wszystkich kategoriach społecznych. Choć będą to różne praktyki lekturowe, gdy jedni lubią „dobrze zjeść”, a inni przywiązują wagę do rozmów prowadzonych przy stole, to warto pamiętać, że rozmowy o dobrym jedzeniu i o dobrych książkach toczą się pomiędzy znajomymi i nieznanymi. Bywamy zaskoczeni, że ludzie czytają dla przyjemności bez względu na wiek, płeć i wykształcenie.

Jak jeszcze inaczej możemy zmienić i rozszerzyć nasze myślenie o „czytelnictwie”? Czy wystarczy, aby badacze bardziej interesowali się czytelnikiem książek jako konsumentem treści, który codziennie (mniej lub bardziej świadomie) „komponuje” swoją dietę tekstową? Okazuje się, że można pójść jeszcze dalej. Zamiast lepszego zrozumienia kim są współcześni i przyszli użytkownicy końcowi systemu książki, można przyjąć postawę, którą zaproponował Roland Barthes, gdy czterdzieści lat temu napisał esej „Przyjemność tekstu”. Czytając tę lekturę ponadobowiązkową, warto pamiętać, że pisał o pewnym rodzaju tekstów książkowych, a mianowicie tych, które sam zwykł był czytać lub pisać. Można powiedzieć, że dieta tekstowa Barthesa była mało reprezentatywna tak dla ówczesnej Francji⁹, jak i dla współczesnych polskich czytelników. Choć ta niebłaha różnica ogranicza wymowę „przyjemności tekstu”, to esej Barthesa jest wart uwagi badacza czytania i czytelnictwa.

Książka „Przyjemność tekstu”, która ukazała się we Francji w 1973 r., była, i pozostaje nadal, prowokacją intelektualną. Nie chodzi bynajmniej o to, że Roland Barthes, bardzo świadomie operował skojarzeniami erotycznymi. To było naturalne, skoro mowa o przyjemności. Przede wszystkim przeprowadził pozanaukowy eksperyment z udziałem czytelnika. Zaaranżował grę z tekstem, która nie miała być grą z nim samym jako autorem tekstu. Pozostawił czytelnika sam na sam z „Przyjemnością tekstu”: „Na scenie tekstu brak rampy: za tekstem nie stoi ktoś aktywny (pisarz), a przed nim ktoś pasywny (czytelnik); nie ma podmiotu i przedmiotu¹⁰”. Skierował uwagę czytelnika tekstu w stronę relacji, jaka wytwarza się w czasie lektury. Przy czym udało mu się nie odsyłać czytelnika do metajęzyka, choć w jego repertuarze, jako semiologa, nie brakowało użytecznych do tego celu pojęć. Związek pomiędzy tekstem a czytelnikiem obrazował jako intymny stosunek, pełen sprzeczności i powikłań, w którym jest miejsce również na relacje czytelnika z samym sobą. Metafora zmysłowości, związku erotycznego była świetnie dobrana, mając przy tym tę zaletę lub wadę, że była niejednoznaczna.

⁹ Znamienne to, co pisze Barthes o Francji lat siedemdziesiątych: „Co drugi Francuz chyba nie czyta; połowa Francji jest pozbawiona – pozbawia się – przyjemności tekstu”, op. cit. s. 65.

¹⁰ Ibidem, s. 21.

Związek tropiony w „Przyjemności tekstu” jest pełen budzących ciekawość niejasności i zaciemnień. Tekst Barthesa prowadzi nas w kierunku rozdzielenia, rozumianego na wiele sposobów, choćby tak: „Przyjemność tekstu to chwila, w której moje ciało rusza w ślad za własnymi myślami – bo moje ciało nie ma tych samych myśli co ja¹¹”.

Patrząc z oddalenia, z perspektywy blisko pół wieku, który nas dzieli od czasu napisania tego eseju, lepiej widać sens prowokacji Barthesa. Udało mu się zbudować dystans zarówno wobec języka nauki jak i języka filozofii. Konkurencja pomiędzy nimi, nasilająca się od początku XX wieku, została w tym tekście zgrabnie przezwyciężona. Co warte ponownego podkreślenia: „Przyjemność tekstu” przemawia do czytelnika bez sięgania po sprawdzony fortel polegający na powołaniu nowej metadyscypliny, za którą z powodzeniem mogła uchodzić semiologia w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych XX wieku. Nic prostszego, niż przemawiać z pozycji interdyscyplinarnego uczonego i przywoływać (własny) autorytet jako semiologa. Barthes wybrał inne rozwiązanie. Nie wywyższył ani autora ani mędrca. Stał po stronie czytelnika, a ściślej prawa czytelnika do przyjemności czerpanej wprost z tekstu. Postawił na jednostkowego i niepowtarzalnego czytelnika, z jego nieskrępowanym niczym prawem do przyjemności.

„Przyjemność tekstu” jest przekornym traktatem, który ma jedno przesłanie: z tekstu każdy może brać to, co chce, w imię przyjemności. Doprowadzenie tego rozumowania do końca jest o tyle obrazoburcze, że odmawia się w ten sposób wartości interesującym nas badaniom odbiorców tekstów. A nawet więcej – wedle wykładni Barthesa traci sens zajęcie, którym parają się literaturoznawcy, psychologowie, lingwiści, socjologowie, o ile zajmują się czytaniem i czytelnikami. Nie ma reguł, jeśli idzie o wymowę, interpretację, znaczenie tekstu, skoro czytelnikowi wszystko wolno w imię zasady przyjemności. Broni się tylko przyjemność tekstu. Pozostaje zaproszenie do lektury, prowokacja, a może uwiedzenie, jak chciałby Barthes. Skoro tak jest, to o czytelniku nie mamy nic ciekawego do powiedzenia. W przeciwieństwie do tego czytelnik ma coś do powiedzenia o tekście, który przeczytał. W ten sposób wracamy do tekstu. Staje się oczywiste, dlaczego ludzie rozmawiają chętniej o książkach niż o czytelnikach książek.

Barthes rzucił wyzwanie utrwalonym schematom poznawczym, a nie obyczajowości swoich czasów. W imieniu pojedynczego czytelnika rzecze tak: „(...) tekst (tak samo bywa z głosem, gdy śpiewa) wyzwala we mnie jedyną ocenę, zawsze bez przymiotników: *to jest to!* Więcej nawet: *to jest to dla mnie!*”¹². A od strony tekstu: „objawia społeczną naturę przyjemności (tylko rekreacja bywa społeczna), pozwala zgłębić skandaliczną prawdę rozkoszy: otóż byłaby ona, gdyby pozbawić ją słownego imaginarium, *neutralna*”¹³.

Wartość tego eseju jest trudna do przecenienia, bowiem – jak wspominałem – przeciwstawia się dwóm siłom, które od dawna zajmują się tekstem i zarazem są tekstami. Tekst jest przedmiotem zainteresowania zarówno nauki, jak filozofii. Barthes nie chce opowiadać się po żadnej ze stron tego sporu, w którym pomimo wysiłków Husserla, nauka może liczyć na większy posłuch niż filozofia. Barthes staje po stronie pojedynczego czytelnika. Dla swojego eseju wybrał tytuł „Le plaisir du texte” oczywiście nieprzypadkowo. Wszakże mógł wyrazić

¹¹ Ibidem, s. 22.

¹² Ibidem, s. 26.

¹³ Ibidem, s. 30.

się bardziej przyjemnie, pisząc o przyjemności czytania lub przyjemności lektury. Jednak mówiąc o „zwykłych przyjemnościach”, utracilibyśmy uwagę dla tekstu jako takiego, a co za tym idzie również dla tekstu, który przedkłada nam do czytania Barthes¹⁴. Mówilibyśmy o przyjemności czytania dzieciom wieczorem przed snem albo czytania solo na głos. Nie mamy więc na myśli przyjemności (płynącej z) lektury jakiejś książki, wywołującej wzruszenie lub mogącej zaspokoić naszą ciekawość. Nie chodzi także o ten jakże przyjemny moment, kiedy owijamy się w koc i w takim kokonie oddalamy się od zgiełku, zagłębiając się w inny świat. Barthes ma na myśli zasadniczą cechę tekstu, który przyciąga do siebie. Jak to działa? Tekst „robi to z nami” przez niedopowiedzenie, pomieszenie, sprzeczności. Kim jest ten, kto – jak powiada – „znosi w milczeniu każde oskarżenie o nielogiczność”? „Taki człowiek będzie niegodny naszego społeczeństwa: sądy, szkoły, szpital psychiatryczny, konwersacja zrobią zeń wyrzutka: kto wytrzyma sprzeczność nie czując wstydu? Jednak taki antybohater istnieje: jest nim czytelnik tekstu w chwili odczuwania przyjemności”¹⁵.

Badanie czytania i czytelnictwa

Do formalnej nazwy badania „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce”, tak w pierwszej jak drugiej edycji, zwykliśmy dodawać na zasadzie podtytułu frazę: „Jak czytamy”. Chodzi o podkreślenie próby wyjścia poza praktykowany w Polsce latami wzorzec badań czytelnictwa. Zanim przystąpiliśmy do budowania narzędzi badawczych, przyjęliśmy dwa założenia. Po pierwsze chcieliśmy zajmować się czytaniem, a nie czytelnictwem. Po drugie, braliśmy pod uwagę doświadczenie czytelnika wszystkich tekstów, a nie tylko książek. Choć bohaterem naszego badania nadal pozostawał czytelnik książek, to docieraliśmy do niego inną, okrężną drogą, niż robili to badacze zainteresowani czytelnictwem.

Novum projektu PIK polega na poddaniu obserwacji czytania jako kulturowego wzoru zachowania, o którym zakładamy, że nie jest tym, czym był dziesięć, dwadzieścia lat temu. Takie podejście różni się od badań społecznego zasięgu książki, a więc od badań czytelnictwa. Wyzwanie polega na tym, że nie polegamy na dociekaniach teoretycznych, tylko usiłujemy zmieścić się w ramach ogólnopolskich sondażowych badań opinii. Wysiłek włożony w budowanie nowego kwestionariusza ankietowego jako narzędzia, które nie powtórzy błędów wcześniejszych badań pozostaje jednym z wektorów tego projektu. Drugim, jest chęć uwzględnienia obszarów, które wcześniej nie były badane, jak dieta tekstowa. W tym względzie skazani jesteśmy na eksperymentowanie w poszukiwaniu nowych pojęć i wskaźników. Przy czym warto pamiętać, że nasze narzędzie kwestionariuszowe należy do socjologii empirycznej przywiązanej do metod ilościowych. Jesteśmy jak najdalej od testów psychologicznych, psychometrycznych czy też neurologicznych, które na pewno są przydatne w badaniach percepcji, linearności, zapamiętywania.

Czy badaczom zaproszonym do dwóch edycji tego badania udało się poszerzyć tradycję badań czytelnictwa i nie powtarzać jedynie tych samych pytań badawczych: ile książek

¹⁴ Ilustracją i dowodem rzeczowym głównej tezy Barthes uczynił własny tekst. Pytanie, czy udało mu się sprawić przyjemność czytelnikowi *Przyjemności tekstu*, która jest książką traktującą o czytaniu z przyjemnością.

¹⁵ R. Barthes, op. cit., s. 8.

w Polsce czytamy, jakie to są książki, jakie grupy społeczne składają się na obraz czytelnictwa w naszym kraju? Na to pytanie nie ma jednoznacznej odpowiedzi, bowiem wiele zależy od recepcji wyników tego badania. Z jednej strony oczywiste zainteresowanie społecznym zasięgiem książki jest silne w związku z obawami przed spadkiem czytelnictwa w Polsce. Nie należy więc ignorować pytań o liczbę przeczytanych książek, tym bardziej, że interesują się nimi media i instytucje odpowiedzialne za czytelnictwo. Z drugiej strony, co wprost wynika z analizy przeprowadzonych badań, realizowanych na próbach ogólnopolskich, potrzebna jest warsztatowa dyskusja, której zainicjowanie może należeć do MKiDN. Jej celem byłoby uzgodnienie przez badaczy wspólnego zestawu wskaźników, które pozwolą na monitoring tak czytelnictwa, jak czytania, rozumianego jako dieta tekstowa. Chcielibyśmy, aby takiej dyskusji towarzyszyło otwarte założenie, że praktyka czytania ulega zmianom, których tempo i kierunek nie są bynajmniej oczywiste. Lepiej rozpoznajemy przyczyny tych zmian, aniżeli ich wpływ na czytanie książek. Jednak możemy wskazać na pewne tendencje, związane z zachowaniami czytelniczymi. O jednej z nich pisze Izabella Anuszevska w swoim komentarzu: „Motywem czytania w większości przypadków są okoliczności sytuacyjne, praktyczna potrzeba, a nie intencjonalna decyzja poświęcenia czasu na lekturę”.

Jesteśmy świadomi, że klasyczny druk ma konkurencję, która wszakże go nie likwiduje. Kolejne pokolenia praktykowały czytanie dzięki drukowanym książkom i prasie aż do chwili, kiedy pojawiła się nowa generacja określana różnie, jako Pokolenie Y albo Milenialsi, dla których opisania najtrafniejszą nazwą wydaje się „digital natives”. W ostatnich latach skutki rewolucji cyfrowej stały się bardziej odczuwalne wraz z upowszechnieniem się urządzeń mobilnych¹⁶. Jeśli zwrócimy uwagę tylko na powstawanie, dystrybucję i konsumpcję wyłącznie „rzeczy do czytania”, czyli tekstów, to dostrzeżemy istny ich zalew, co nie znaczy, że zdolny zatopić książkę jako taką. Wystarczy powiedzieć, że masowy dostęp do telefonów komórkowych, a następnie smartfonów spowodował niewiarygodny skok produkcji i konsumpcji sms-ów oraz e-maili. W pierwszej fazie były to „wiadomości” tylko do czytania, choć już o emotikonach trudno to powiedzieć. W kolejnej fazie, obydwoma kanałami docierają obok tekstów albo zamiast tekstów – „wiadomości” do oglądania tj. zdjęcia i filmy. Czytelnicy książek akurat z tego powodu nie ucierpieli, ale czy na pewno takie przesilenia technologiczne nie zmieniają praktyk czytelniczych? Tego jeszcze nie umiemy powiedzieć do końca, ale wydawcy są już świadomi, że muszą zabiegać o uwagę zwłaszcza najmłodszych czytelników. Dla digital natives atrakcyjność szybkich i wygodnych urządzeń mobilnych nie ulega wątpliwości. Warto więc pytać o dostęp do tych urządzeń i sposoby ich użytkowania. Także o codzienną konsumpcję tekstów dostępnych na mobilnych urządzeniach, zwracając baczność uwagę na dietę tekstową, która uwzględnia książkę.

W podsumowaniu opracowania pierwszego badania PIK pisaliśmy: „Nasze badanie zostało zaprojektowane dla uchwycenia znaczących zmian zachodzących w praktykach czytania. A więc w centrum tego projektu ułokowaliśmy czytanie, a nie czytelnictwo. Teksty a nie książki”¹⁷. W pierwszym badaniu (2012–2013) poruszaliśmy się w kręgu trzech pojęć: czytelnik, użytkownik (nośników tekstów), nabywca (książek). Postawiliśmy sobie

¹⁶ Mowa o wszelkich treściach, dostępnych na urządzeniach mobilnych nie tylko w formie tekstu. W drugiej dekadzie XXI wieku widać, jak wiele treści na urządzeniach mobilnych ma formę animowaną.

¹⁷ Pełne opracowanie wyników pierwszego badania PIK (2013–2015) jest dostępne na stronie www.pik.org.pl.

za cel, aby wydawcom i dystrybutorom pokazać, jak wiele czynników wpływa na praktyki czytelnicze. W badaniu numer dwa (2015) więcej uwagi poświęciliśmy książce w każdej postaci¹⁸, dla której nie bez powodu pozostawiliśmy jako tło dietę tekstową, czyli obraz dnia poprzedniego uwzględniający konsumpcję (różnych) treści dostępnych na wszelkich nośnikach, tak elektronicznych, jak tradycyjnych.

Wyniki zebrane w tym jak i w innych badaniach zapewne nadal będą komentowane jako ostrzeżenie, choć dane nie potwierdzają spadku w Polsce czytelnictwa z roku na rok. Teza, którą tu prezentuję, odwołuje się do fenomenu przyjemności czytania. Książka ma się (jeszcze?) dobrze, przy niezadowalającym zasięgu czytelnictwa w Polsce, bowiem nadal bije źródło, z którego czerpie. Jest nim czytanie dla przyjemności.

Dla umocnienia tego poglądu warto zajrzeć nie tylko do tabel publikowanych w naszym raporcie. W najstarszym polskim badaniu czytelnictwa, rozpoczętym przez CBOS w 1988 roku, zdecydowano się na sformułowanie kwestionariuszowego pytania w następujący sposób: „Czy w minionym roku przeczytał(a) Pan/Pani książkę dla przyjemności?” Wyniki uzyskane w przeciągu 25 lat wykazują zadziwiająco stabilność. Nawet krytycy, mający wątpliwość co do trafności tego wskaźnika czytelnictwa, muszą przyznać, że jego rzetelność nie podlega dyskusji. Możemy spojrzeć z uwagą na zebrane w ten sposób dane i zastanowić się nad trendem.

Odsetek pozytywnych odpowiedzi na to pytanie waha się w granicach, które w niewielkim stopniu przekraczają dopuszczalny błąd statystyczny. W badaniach w 2014 r. wynosił 60%, a w pozostałych pomiarach mieścił się w przedziale od 54 do 64%. Udział osób, które w populacji dorosłych mieszkańców Polski deklarują „czytanie książki dla przyjemności” w przekroju lat 1988–2014 waha się na tyle mało, że można powiedzieć, iż jest bliski constans. Warto dodać, że ten motyw „czytelnictwa” okazał się odporny na turbulencje związane z głębokimi zmianami ustrojowymi, gospodarczymi i społecznymi, jakie dokonywały się w naszym kraju w ciągu ostatnich 25 lat.

	Odsetki wskazań dotyczących roku																								
	'87	'88	'89	'93	'94	'95	'96	'97	'98	'99	'00	'01	'02	'03	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14
Prze czytanie książki dla przyjemności	-	64	60	57	58	54	63	59	59	59	54	57	54	57	57	56	58	58	55	54	58	57	59	59	60

Podsumowanie: w stronę ruchu społecznego

Choć nasze raporty poświęcamy przede wszystkim analizie wyników badań, czego nie brakuje w tym raporcie, to chciałbym jeszcze raz odejść od tej sprawdzonej konwencji. Nie zamierzam być równie radykalny jak Roland Barthes, który nie pozostawia socjologom nic

¹⁸ W podejściu zainicjowanym w pierwszym badaniu książka była rozumiana możliwie szeroko, także jako audiobook, pdf, jak i e-book w znaczeniu książki nowej generacji, która jest tworzona od razu dla użytkowników czytelników.

do roboty. Skoro zgadzamy się z Chandlerem, że „istoty rozumne” pojawiają się wszędzie, to warto się do nich odwołać, jeśli szukamy wsparcia dla czytelnictwa. Myślę o obywatelskich inicjatywach, które są do pewnego stopnia niezależne od polityk społecznych. Zdajemy się zapominać o tym, że nie wszystko zależy od programów ministerialnych. Równoległe do nich przebiegają tzw. „działania oddolne”, rozproszone, często samofinansujące się, ale zbliżające się ku sobie dzięki przekonaniu, że warto czytać. Obydwa obszary działań, inicjowane oddolnie i odgórnie, mogą się zazębiać, o ile będą miały wspólny cel, a mianowicie skuteczne wspieranie czytelnictwa książek¹⁹.

Wracam po raz ostatni do przyjemności pisania książek, czytania książek i rozmawiania o książkach. Jeśli wielu środowiskom zależy na tym, aby czytanie zachowało ważne pewne miejsce w naszej kulturze, to nie możemy jedynie pokładać nadziei w skądinąd ważnych programach jak Narodowy Program Rozwoju Czytelnictwa. Mam silne przekonanie, że wspieranie czytelnictwa jest również zadaniem dla organizacji pozarządowych, inicjatyw obywatelskich i niektórych firm. Byłoby błędem, aby je scedować wyłącznie na urzędy centralne i samorządy, choć tak zwykliśmy postępować, „skoro płacimy podatki”. Trzeba zwrócić uwagę na aktorów społecznych, także tych, którzy pojawiają się w polach określanych jako edukacja lub kultura. Jeśli mówić o hipotetycznym ruchu społecznym, to byłby on nietypowy. Na pewno nie należy mu przydawać atrybutów politycznych ani nie operować modelem masowego ruchu społecznego. Jego charakter byłby policentryczny. Podobnie jak w przypadku ruchu ekologicznego, tworzonego przez setki organizacji, którym przyświeca jeden cel, ale działają każda na swój sposób. Jednak od czasu do czasu niektóre z nich zawierają taktyczne porozumienia. Hipotetyczny ruch czytelniczy różniłby się tym od innych ruchów społecznych, że jego energia byłaby praktycznie niewyczerpywalna. Zasilany przez miłośników książek ruch taki byłby permanentny i nie znałby ani wzlotów ani upadków. Nie miałby też na celu zmieniania świata (na lepsze lub gorsze).

Szukając miejsca dla ruchu społecznego, warto spojrzeć na znane już inicjatywy zachęcające do czytania, których jest bardzo wiele²⁰. Ich szeroki wachlarz pokazuje, że mówimy o faktach, o realnych przykładach mobilizacji społecznych w obszarze kultury. Tytułem wstępu do dalej idącej analizy potencjalnego ruchu społecznego, warto zwrócić uwagę na kilka kwestii, wartych bliższego zbadania. Po pierwsze, byłyby to ruch społeczny mający o tyle niezwykłą charakterystykę, że skomponowany z aspołecznych jednostek, które często wybierają wieczór z książką zamiast dobrego towarzystwa. Jednak „samotni z wyboru” przejawiają społecznościowe potrzeby, które łatwo jest realizować dzięki takim serwisom jak Facebook. Jest to niewątpliwie pole do systematycznej obserwacji badawczej. Po drugie, skoro czytelnicy książek – zwłaszcza tych do czytania dla przyjemności – łączą się w grupy, to należy odróżnić ich różne formy. Mamy więc fanów, klany, mikrospołeczności, wręcz sekty i grupy spiskowe. Spoiwem grupowym może być wszystko: autor, jeden tytuł, bibliofilskie wydane książki, gatunek (np. komiks), wybrany temat, jedno wydarzenie (np. jedna

¹⁹ W rozdziale „Rekomendacje” zwraca się szczególną uwagę na warte uwagi zadania dla instytucji centralnych i samorządów.

²⁰ Ich odnalezienie i skatalogowanie zasługuje na odrębny projekt badawczy, w którym najważniejsze wydaje się uwzględnienie działań organizacji pozarządowych, ale nie powinno zabraknąć miejsca dla takich projektów jak realizowanych przez Polskie Radio. Pewna część inicjatyw NGO-sów może liczyć na wsparcie finansowe MKiDN. Jako przykład dla roku 2015: <http://goo.gl/xRENBy>.

bitwa morska). Po trzecie, mając do czynienia z tak polifonicznym i zindywidualizowanym ruchem, raczej nie powinniśmy wiązać z nim nadziei na hasło „czytelnicy książek wszystkich krajów łączcie się”. Ten ruch działa inaczej. Warto nad nim się zastanawiać, sugerując Polskiej Izbie Książki, aby wszędzie szukała społecznych partnerów, dla tak udanych akcji jak „Ocal książki”. Jest ich wiele. Potrzebują widoczności i docenienia.

Do tej listy warto dodać przedsięwzięcia o charakterze biznesowym, z mocnym akcentem na promowanie czytelnictwa i budowanie kolejnych społecznych kręgów czytelniczych. Do takich instytucji należą targi książki w Warszawie i w Krakowie. Także, mające krótszą tradycję, wirtualne wspólnoty, określane jako *community on line*, które organizują się samorzutnie dzięki takim platformom internetowym o charakterze społecznościowym jak np. lubimyczytac.pl

Odgórnie budowanie społecznej bazy dla polityk społecznych i strategii wydawniczych moim zdaniem nie powinno zignorować „dobrowolnego czytelnictwa”, którego jedyną racją bytu jest przyjemność czytania. Jak zadbać o zdrową dietę w tym obszarze, to już inna kwestia, której nie odważyłbym się tutaj podjąć, choć chciałbym, aby książki przynosiły czytelnikom wszystko to, co jest potrzebne do życia, a więc mądrość, refleksję, również radość.

Bibliografia

- R. Barthes, *Przyjemność tekstu*, Warszawa: Wydawnictwo KR 1997.
R. Chandler, *Mówi Chandler*, Warszawa: Czytelnik 1983.
Ł. Jurczyszyn, J. Kołtan, P. Kuczyński, M. Rakusa-Suszczewski (red.), *Obywatele ACTA*, Gdańsk: Europejskie Centrum Solidarności 2014.
A. Krokiewicz, *Hedonizm Epikura*, Warszawa: Wydawnictwo Aletheia 2012.

REKOMENDACJE

Grzegorz Boguta

Projekt Polskiej Izby Książki „Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce – analiza i kontynuacja” zrealizowano w okresie kwiecień – listopad 2015 r. W rozdziale końcowym najpierw przedstawimy syntetyczny opis „systemu książki” (uwzględniając wpływ nowych technologii na jego funkcjonowanie), a następnie – na podstawie wyników zaprezentowanych wcześniej wyników i literatury przedmiotu – rekomendacje dla rządu RP dotyczące instytucji obiegu książki oraz wskazania w obszarze społecznym dla Narodowego Programu Rozwoju Czytelnictwa.

System książki

W tradycyjnym ujęciu system książki to linearny, jednokierunkowy ciąg instytucji i zdarzeń, pokazujący drogę tekstu od autora do czytelnika, z kilkoma ogniwami pośrednimi, spośród których najważniejszą rolę przypisywano tradycyjnie wydawcom i księgarzom.

autor – wydawca (publikacje na różnych nośnikach) – *hurtownik – księgarz* (księgarnia stacjonarna i internetowa) – *odbiorca* (indywidualny i instytucjonalny – biblioteka).

W rzeczywistości system ten funkcjonuje w otoczeniu innych systemów obiegu tekstów (np. prasowym, elektronicznym) i jest znacznie bardziej skomplikowany. Nie chodzi przy tym nawet o to, że liczba elementów, które się na niego składają jest znacznie większa niż w powyższym schemacie, że poszczególne instytucje (uwikłane w rozmaite zależności o charakterze ekonomicznym, społecznym czy ideowym) nie zawsze mają zbieżne cele, że nie jest on jednokierunkowy (występują w nim liczne sprzężenia zwrotne), ale przede wszystkim o to, że ostatnim elementem owego ciągu nie jest bynajmniej bezwolny odbiorca, ale aktywny czytelnik ze swoją biografią, zasobem wiedzy i systemem wartości; czytelnik stanowiący część większych zbiorowości, zarówno w skali mikrospołecznej (np. rodziny, kręgu towarzyskiego), jak i makrospołecznej (np. warstwy społecznej typu inteligencja lub nawet całego narodu), pełniący w nich określone role, wymieniający się z innymi swoimi opiniami na różne tematy, w tym dotyczącymi książki i czytania; czytelnik, który w zależności od sytuacji, w jakiej aktualnie się znajduje, realizuje inne wzory zachowań – korzysta z różnych kanałów komunikowania, wybiera i czyta rozmaite teksty.

Chcąc prowadzić świadomą politykę w zakresie upowszechniania czytelnictwa, trzeba owo skomplikowanie systemu brać pod uwagę. Wymaga to stałego monitorowania zachodzących procesów kulturowych i systematycznych działań praktycznych, nakierowanych zarówno na wspieranie sfery instytucjonalnej, jak i stymulowanie zachowań społecznych, zwłaszcza zaś praktyk komunikacyjnych. W dalszej części tego rozdziału postaramy się sformułować kilka rekomendacji dotyczących obu tych zakresów problemowych (z oczywistych względów nie są one zresztą rozłączne).

Wspieranie instytucji systemu książki

Współpraca wydawców, księgarzy i bibliotekarzy. Wsparcie ze strony rządu i władz samorządowych

Jeśli chodzi o *biblioteki*, to wydaje się, że bez większych trudności można by wprowadzić w Polsce znane i sprawdzone wzorce skandynawskie. W modelu szwedzkim „w centrum każdej miejscowości musi być sklep spożywczy i biblioteka”. Szczególną troską szwedzcy bibliotekarze objęli najmłodszych tak, aby „dzieci czuły, że są tam zauważane, żeby chciały do niej [biblioteki] wrócić”¹.

Tymczasem po 1989 r. notuje się w Polsce, po pierwsze, systematyczny spadek liczby bibliotek publicznych², placówek, z których – jak wynika z przeprowadzonych badań – korzysta największy odsetek czytelników, po drugie zaś – w ostatnich latach obserwuje się zmianę struktury wiekowej korzystających. Polega ona na tym, że o ile jeszcze w 2009 r. największą grupę stanowili użytkownicy do 15 roku życia, o tyle w 2014 r. – osoby w wieku lat 25–44 (27,5% ogółu czytelników).

Brak najnowszych danych na temat sytuacji bibliotek szkolnych. Wiadomo jedynie, że w 2013 r. bibliotek w szkołach dla dzieci i młodzieży, w szkołach dla dorosłych, szkołach artystycznych i w innych placówkach oświatowych było 21 529³. Wiadomo przy tym, że wiele owych szkół, zarówno państwowych, jak zwłaszcza społecznych i wyznaniowych, własnymi bibliotekami nie dysponuje, że w wielu bibliotekach szkolnych brakuje nowych książek i wykwalifikowanej kadry.

Ponieważ sondaż, który przeprowadziliśmy wyraźnie pokazuje, że nawyku czytania nabiera się w wieku dziecięcym, i to nie tylko w rodzinie, ale także w instytucjach kultury oraz w szkołach (w placówkach, które powinny być łatwo dostępne, zachęcać do korzystania z nich i stwarzać warunki do zaspokajania potrzeb), zgłaszamy trzy propozycje:

Rekomendacja 1. Niezbędna jest stała troska władz samorządowych o przynajmniej utrzymanie dotychczasowej sieci bibliotek publicznych, zwłaszcza na terenach wiejskich. Jednocześnie należy dążyć do stopniowej zmiany zasad funkcjonowania poszczególnych

¹ *Szwecja czyta. Polska czyta*, red. K. Tubylewicz i A. Diduszko-Zyglewska, Warszawa: Wydawnictwo Krytyki Politycznej 2015.

² *Kultura w 2014 r. Informacje i opracowania statystyczne*, Warszawa: GUS 2015. W ostatnich latach wygląda to następująco: rok 2012 – 8182, rok 2013 – 8112, rok 2014 – 8094.

³ *Stan bibliotek w Polsce 2013 r. Wybrane dane i wskaźniki*, Warszawa: Biblioteka Narodowa 2015, s. 1 (na podstawie danych z Systemu Informacji Oświatowej MEN).

placówek. Pozytywnym przykładem dostosowywania się biblioteki do potrzeb współczesnych odbiorców może być na przykład miejska biblioteka Manhattan w Gdańsku (<http://goo.gl/ms3l4B>).

Rekomendacja 2. Niezbędne jest wspieranie liczbowego i jakościowego rozwoju księgozbiorów bibliotek szkolnych poprzez zapewnienie środków na zakup publikacji, co zapowiadała już zresztą poprzednia minister edukacji, Joanna Kluzik-Rostkowska.

Rekomendacja 3. Pożądana byłaby wspólna inicjatywa wydawców, księgarzy i bibliotekarzy wprowadzania do obiegu specjalnych edycji do użytku bibliotecznego. Publikacje te musiałyby wyróżniać się trwałością i szatą graficzną dostosowaną do możliwości odbiorczych czytelników początkujących, a być może i niepełnosprawnych. Produkcja takich książek – jako droższych w produkcji – powinna być finansowo wspierana przez państwo.

Istotną rolę w systemie książki pełnią *księgarnie*. Z przeprowadzonego badania wynika, że pozyskiwanie książek poprzez ich indywidualny zakup znajduje na trzecim miejscu (24,4%) pod względem popularności, po korzystaniu z księgozbioru domowego (33,4%), też przecież gromadzonego głównie dzięki zakupom, oraz wypożyczaniu druków z biblioteki (30,2%). Z kolei w poprzednim badaniu PIK (lata 2013–2014) ponad 60% tych, którzy deklarowali, że czytają książki, podkreślało ważną rolę księgarni w uzyskiwaniu informacji o nowych publikacjach. Jednocześnie z wywiadów prowadzonych z księgarzami⁴ płynie wniosek, że w mniejszych miejscowościach, jeśli w ogóle funkcjonuje księgarnia, to albo nie udaje się jej nawiązać współpracy z lokalną biblioteką publiczną, albo wręcz placówki te konkurują ze sobą o czytelnika (klienta). Często jest też pomijanie lokalnej księgarni jako źródła zakupu.

Rekomendacja 4. Samorządowcy – dbając o efektywny dostęp do książki na swoim terenie – powinni wspierać wszelkie formy współpracy miejscowej biblioteki publicznej, bibliotek szkolnych i księgarni (księgarń). Chodzi na przykład o wspólne organizowanie spotkań autorskich, konkursów czytelniczych czy pisarskich, a przede wszystkim o taką organizację zakupu nowych publikacji do bibliotek, która byłaby korzystna zarówno dla bibliotek (odpowiednio bogata oferta, atrakcyjne ceny), jak i lokalnych punktów sprzedaży (zapewniony zbył).

Targi książki, spotkania autorskie, imprezy promocyjne

Oczywiście członkami publiczności czytającej są także czytelnicy aktywni, o wysokich kompetencjach lekturowych i wyspecjalizowanych potrzebach. To najczęściej oni pełnią funkcję przywódców opinii i kreują mody lekturowe.

Chcąc dotrzeć właśnie do takich odbiorców, w dniach 14–17 maja 2015 r. na zlecenie PIK przeprowadzono sondaż opinii uczestników 6 Warszawskich Targów Książki. Zgodnie z przewidywaniami, okazało się, że w imprezach targowych biorą udział przede wszystkim miłośnicy książek, którzy czytają znacznie więcej niż ogół Polaków. Pytani o najważniejsze powody wizyt na targach, wskazywali najczęściej na tradycję i przyzwyczajenie (46% respondentów), dostęp do nowości (21%) i promocyjne ceny książek (12%).

⁴ Źródło własne – głosy w dyskusjach organizowanych przez PIK.

Głównie stali odbiorcy pojawiają się także na spotkaniach autorskich organizowanych przez księgarnie lub biblioteki⁵. Ta forma działalności obu typów instytucji pozwala księgarzom i bibliotekarzom utrzymać dobre relacje z aktywnymi czytelnikami, a za ich pośrednictwem z miejscową społecznością. Co prawda, wspomniane imprezy zasięgu czytelnictwa raczej nie zwiększą, ale służą budowaniu i podtrzymywaniu elit oraz preferowanych przez nie wzorów zachowań.

Rekomendacja 5. – Zarówno samorządy terytorialne, jak i MKIDN powinny wspierać lokalne targi książki, festiwale pisarzy i inne imprezy promujące książki i czytelnictwo. W ramach Narodowego Programu Rozwoju Czytelnictwa można by uruchomić cykl szkoleń dla samorządowców dotyczących projektowania takich przedsięwzięć i zarządzania nimi.

Publikacje niskonakładowe

W 2012 r. blisko co czwarta książka w Polsce (5800 tytułów, blisko 25% wszystkich) ukazała się w nakładzie do 200 egz. (92% z nich stanowiły publikacje naukowe, adresowane do niewielkich, ale stałych grup odbiorców)⁶. Pozornie jest to dużo, ale biorąc pod uwagę postępującą specjalizację nauki odczuwa się dotkliwie braki.

Rekomendacja 6. W celu ich zapewnienia należałoby, po pierwsze wrócić do systemu dotowania publikacji naukowych przez państwo, a po drugie – usprawnić funkcjonowanie mechanizmu *crowdfunding* (potrzebna ustawowa zmiana przepisów o publicznych zbiorach funduszy). Wydawcy i dystrybutorzy powinni przy tym wspierać inicjatywy polegające na *self-publishingu*, czyli wydawaniu książek przez autorów własnym sumptem.

Od połowy lat 90. środowisko wydawców i księgarzy wskazuje na brak w naszym kraju katalogu książek dostępnych na rynku. Stanowiłby on nie tylko pomoc dla tzw. instytucji książki, ale przede wszystkim dla odbiorców (zarówno zbiorowych, jak i indywidualnych), ułatwiając im orientację w zalewie nowych propozycji wydawniczych, przez co zwiększyłyby się ich zbywalność.

Rekomendacja 7. Niezbędne wydaje się państwowe wsparcie dla powstania i prowadzenia katalogu publikacji aktualnie dostępnych na rynku księgarskim (zwłaszcza niskonakładowych, w znacznej części produkowanych przez wydawnictwa nieprofesjonalne), publikowanego w internecie.

Promocja czytelnictwa

Upowszechnianie się zwyczaju czytania z oczywistych względów leży w interesie nie tylko instytucji „systemu książki”. Wyniki naszego badania wyraźnie bowiem pokazują, że istnieje statystycznie istotna zależność pomiędzy lekturą książek a obywatelską i polityczną aktywnością badanych, że kontakt z nią wyposaża ludzi w kapitał kulturowy niezbędny do samodzielnego i świadomego uczestnictwa w życiu społecznym. Z tego względu po

⁵ Źródło jak w przypisie poprzednim.

⁶ „Ruch Wydawniczy w Liczbach”, R. 58: 2012, tab. 4. Danych za późniejsze lata Biblioteka Narodowa już nie publikuje (<http://www.bn.org.pl/download/document/1377611929.pdf>).

pierwsze, szczególną uwagę należy zwrócić na działania nakierowane na nieczytających, po drugie zaś – zaangażować do promowania czytelnictwa rodziny (często jednak niezdolne z różnych przyczyn, np. niskiego poziomu wykształcenia, do wypełniania tego zadania) oraz instytucje tylko pośrednio związane z udostępnianiem książki (np. szkoły), a także zajmujące się wprowadzaniem do obiegu tekstów językowych innego typu (a więc telewizję, radio, internet). O ile mówiąc o zadaniach instytucji „systemu książki” koncentrowaliśmy się na ułatwianiu czytelnikom dostępu do publikacji, o tyle teraz chcielibyśmy zwrócić uwagę na rolę inicjatyw zmierzających do wykształcenia się wśród Polaków pozytywnego nastawienia do czytania i wyposażenia ludzi w kompetencje niezbędne w kontaktach z książką.

Rola mediów (telewizji, radia i internetu)

Z naszego badania wynika, że książek nie czyta aż 62,8% osób dorosłych (powyżej 15 roku życia). Większość z nich tłumaczy się przede wszystkim brakiem czasu (ponad 40% badanych), znacznie rzadziej innymi czynnikami, np. ceną książek (ok. 9%). Jednocześnie ci sami respondenci pytani o to, co robili w dniu poprzednim, odpowiadali masowo, że oglądali telewizję (aż 66% badanych), korzystali z internetu (40,9%) lub słuchali radia (25,1%). Okazało się więc, że nieczytający z braku czasu znaleźli jednak wolną chwilę na korzystanie z innych mediów. Jest to ważny sygnał pokazujący, w jakich środkach przekazu należałoby szerzyć modę na czytanie wśród nieczytających książek. Naszym zdaniem można to osiągać dzięki np. swoistemu *product placement* czy natywnej reklamie książek w tych programach, z którymi grupa ta miewa styczność najczęściej (w telewizji – seriale, teleturnieje, audycje z udziałem celebrytów, w internecie – grupy i profile na Facebooku).

Rekomendacja 8. W mediach publicznych powinna być dopuszczalna (jako sposób pełnienia misji społecznej) natywna reklama książek.

Czytanie na głos dzieciom i rozmawianie o książkach

Wyniki przeprowadzonego badania jednoznacznie pokazują, że nawyk czytania wykształca się u ludzi w wieku przedszkolnym i wczesnoszkolnym. Służy temu zwłaszcza zwyczaj głośnego czytania książek dzieciom. Okazało się bowiem, że przy 37,2% czytających w całej populacji, spośród tych, którzy w dzieciństwie słuchali książek czytanych przez rodziców, dziś czyta 61,3%, spośród słuchających w przedszkolu – 53,6%, w szkole – 47,1%, a w bibliotece – 45,4%. Wszystkie te zależności były statystycznie istotne. Osoby z wyróżnionych kategorii z reguły częściej niż inne rozmawiają też o przeczytanych tekstach, a partnerami tych rozmów są przede wszystkim członkowie rodziny i przyjaciele, co wzmacnia więzi społeczne.

Według niemieckiego neurobiologa Martina Korte⁷, występuje silna korelacja pomiędzy rozwiniętymi kompetencjami lekturowymi a sukcesami szkolnymi z innych przedmiotów. Tak więc kształtowanie umiejętności czytania wspomaga ogólną edukację dziecka.

Rekomendacja 9. Należy promować czytanie dzieciom na głos poprzez reklamę natywną w środkach masowego przekazu (na przykład w serialach telewizyjnych), a w pla-

⁷ M. Korte, *Wie Kinder heute lernen*, Monachium: Goldman 2011.

cówkach oświatowych poprzez zachęcanie rodziców do wspólnego czytania i rozmawiania z dziećmi o książkach.

Kształtowanie kompetencji komunikacyjnych

Rozszerzający zasięg swego oddziaływania internet sprzyja mechanizmowi mechanicznego przeglądania stron (robi tak 92% badanych w naszym sondażu) i upowszechniania się nawyku tworzenia własnych komunikatów na zasadzie „kopiuj – wklej”. Szkoła nie kształtuje w dostatecznym stopniu umiejętności krytycznego korzystania z ogromnych zasobów internetu, gdzie każdy może zamieścić dowolną i często niesprawdzoną, a nawet fałszywą informację. Nie buduje też umiejętności samodzielnego pisania dłuższych wypowiedzi.

Rekomendacja 10. System edukacji powinien kłaść szczególny nacisk na rozwijanie kompetencji komunikacyjnych uczniów, czyli efektywnego poszukiwania informacji, oceny ich jakości oraz wiarygodności. Idealnym miejscem do prowadzenia takich zajęć jest biblioteka szkolna.

Tworzenie własnych zasobów w internecie

Nowe technologie praktycznie zlikwidowały dystans pomiędzy rolami użytkownika (w analogowym świecie czytelnika/odbiorcy) tekstu i jego twórcy, którym może być dzisiaj każdy. W tak doskonale demokratycznej przestrzeni nie istnieje mechanizm jakościowego hierarchizowania treści (np. nie spełnia tej funkcji tzw. pozycjonowanie w przeglądarkach). Naszym zdaniem na promocję czytelnictwa mogą mieć wpływ inicjatywy porządkujące jakościowo treści tworzone w internecie przez użytkowników.

Rekomendacja 11. Jedną z przykładowych form promowania wartościowych tekstów mogłoby być organizowanie konkursów na najlepsze blogi oceniane przez profesjonalną kapitułę jurorów.

Narodowy Program Rozwoju Czytelnictwa (NPRC), ogłoszony w 2014 r., przewiduje wydatkowanie w ciągu sześciu lat (do 2020 r.) miliarda złotych. Składa się na to 650 mln zł ze środków MKiDN i 350 mln zł od beneficjentów programu, m.in. od samorządów i instytucji. W Program włączyło się Ministerstwo Edukacji Narodowej, oferując wspieranie w latach 2016–2020 organów prowadzących szkoły oraz bibliotek pedagogicznych w zakresie rozwijania zainteresowań uczniów przez promocję i wspieranie czytelnictwa dzieci i młodzieży, w tym zakup nowości wydawniczych.

Rekomendacje w niniejszym rozdziale, mamy nadzieję, pomogą zarówno MKiDN, jak i MEN w realizacji zadań w ramach NPRC.

ANEKS

STRUKTURA ZREALIZOWANEJ PRÓBY

Tabela 1. Charakterystyka społeczno-demograficzna respondentów

	N =	wartość procentowa
Płeć respondenta		
mężczyzna	494	49,1%
kobieta	513	50,9%
Wiek respondenta		
15-24 lata	159	15,8%
25-39 lat	297	29,5%
40-59 lat	355	35,3%
60 lub więcej lat	196	19,5%
Stan cywilny respondenta		
kawaler/panna	256	25,4%
żonaty/zamężna	605	60,1%
rozwódziony/wdowiec	146	14,5%
Wykształcenie respondenta		
podstawowe	140	13,9%
zasadnicze zawodowe	269	26,7%
średnie	356	35,4%
wyższe	242	24,0%
Profil wykształcenia respondenta		
ogólny	363	36,0%
humanistyczny	134	13,3%
techniczny	426	42,3%
ściśle	84	8,3%
Czy respondent ma dzieci?		
ma dzieci	615	61,1%
nie ma dzieci	392	38,9%
Sytuacja zawodowa respondenta		
ma stałą pracę	599	59,5%
pracuje dorywczo	13	1,3%
bezrobotny	59	5,9%
emeryt/rencista	228	22,6%

Tabela 1 – cd.

uczy się / studiuje	75	7,4%
zajmuje się domem	42	4,2%
urlop wychowawczy	3	0,3%
nie pracuje z innych powodów	7	0,7%
Czas umowy o pracę (wśród osób posiadających stałą pracę)		
na czas nieokreślony	375	75,4%
na czas określony	122	24,6%
Praca w pełnym / niepełnym wymiarze (wśród osób mające stałą pracę)		
w pełnym wymiarze godzin, czyli średnio 40 godzin tygodniowo	471	90,0%
w niepełnym wymiarze godzin	51	9,7%
Rodzaj posiadanej umowy (wśród osób mające stałą pracę)		
umowa o pracę	456	79,5%
umowa zlecenie / o dzieło	28	4,9%
własna działalność gospodarcza / samozatrudnienie	90	15,6%
Region zamieszkania respondenta		
północny	155	15,4%
północno-zachodni	163	16,2%
wschodni	178	17,7%
centralny	206	20,5%
południowo-zachodni	96	9,5%
południowy	209	20,8%
Wielkość miejscowości zamieszkania		
wieś	398	39,5%
miasta do 100 tys.	334	33,2%
miasta 100–499 tys.	159	15,8%
miasta ponad 500 tys.	116	11,5%
Miejsce zamieszkania respondenta		
stolica	45	4,5%
miasto wojewódzkie	193	19,2%
miasto powiatowe	263	26,1%
inne miasto	120	11,9%
wieś gminna	111	11,0%
inna wieś	275	27,3%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 2. Obiektywna i subiektywna ocena sytuacji materialnej

	N =	wartość procentowa
Dochód netto respondenta		
brak dochodów	101	10,0%
do 1600 zł	231	22,9%
1601–2500 zł	211	21,0%
powyżej 2500 zł	188	18,7%
odmowa / trudno powiedzieć	276	27,4%

Tabela 2 – cd.

Dochód netto gospodarstwa domowego		
do 2500 zł	297	29,5%
2501–4000 zł	365	36,2%
powyżej 4000 zł	345	34,3%
Dochód na jedną osobę w gospodarstwie domowym		
do 800 zł	187	18,6%
801–1600 zł	227	22,5%
1601+ zł	200	19,9%
odmowa	393	39,0%
Samoocena sytuacji materialnej		
słaba	190	18,9%
przeciętna	634	63,0%
dobra	159	15,8%
trudno powiedzieć	25	2,5%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 3. Wykształcenie rodziców

	N =	wartość procentowa
Wykształcenie ojca		
podstawowe	298	29,6%
zasadnicze zawodowe	366	36,3%
średnie	184	18,3%
wyższe	37	3,7%
nie wiem	121	12,0%
Wykształcenie matki		
podstawowe	315	31,3%
zasadnicze zawodowe	298	29,6%
średnie	258	25,6%
wyższe	30	3,0%
nie wiem	106	10,5%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 4. Słuchanie w dzieciństwie głośnej lektury

	N =	wartość procentowa
Czy w okresie, kiedy respondent był dzieckiem, rodzice lub inni domownicy \ opiekunowie czytali mu książki?		
tak, często	252	25,0%
tak, rzadko	338	33,6%
nie / nie pamiętam	418	41,5%
Czy w okresie, kiedy respondent był dzieckiem czytano mu książki w przedszkolu?		
tak	328	32,6%
nie / nie pamiętam	679	67,4%

Tabela 4 – cd.

Czy w okresie, kiedy respondent był dzieckiem czytano mu książki w szkole?		
tak	406	40,3%
nie / nie pamiętam	601	59,7%
Czy w okresie, kiedy respondent był dzieckiem czytano mu książki w bibliotece?		
tak	230	22,8%
nie / nie pamiętam	777	77,2%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

Tabela 5. Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne

	N =	wartość procentowa
Czy respondent brał udział w ostatnich wyborach prezydenckich?		
tak	576	57,2%
nie	413	41,0%
odmowa	19	1,9%
Czy respondent przekazuje 1% podatku na organizacje pożytku publicznego w rocznym zeznaniu podatkowym?		
tak	397	39,4%
nie	599	59,5%
odmowa	11	1,1%

Podstawa: wszyscy respondenci; N = 1007

Źródło: opracowanie własne.

KWESTIONARIUSZ ANKIETY



PYT. 1. Do których z poniższych urządzeń ma Pan(i) swobodny dostęp?

[Pokazać ekran. Pytanie wielowyborowe.]

1. telefon stacjonarny
2. telefon komórkowy
3. smartfon
4. telewizja kablowa lub platforma cyfrowa (np. Polsat Cyfrowy, nc+)
5. telewizja naziemna
6. zestaw kina domowego
7. odtwarzacz płyt kompaktowych CD
8. odtwarzacz DVD \ Blue Ray
9. odtwarzacz mp3
10. komputer stacjonarny
11. komputer przenośny (notebook, laptop)
12. tablet
13. konsola do gier (np. PlayStation, Xbox, Nintendo)
14. czytnik książek elektronicznych (np. Kindle)

PYT. 2. Jak często osobiście korzysta Pan(i) z wymienionych na ekranie urządzeń?

[Pokazać ekran (lista urządzeń). Wręczyć kartę PYT. 2 (skala odpowiedzi): 1 – korzystam codziennie; 2 – korzystam przynajmniej kilka razy w tygodniu; 3 – korzystam raz w tygodniu lub rzadziej; 4 – nie korzystam.]

- | | | |
|--|--|--|
| 1. telefon stacjonarny ----- | | |
| 2. telefon komórkowy ----- | | |
| 3. smartfon ----- | | |
| 4. telewizja kablowa lub platforma cyfrowa (np. Polsat Cyfrowy, nc+) ----- | | |
| 5. telewizja naziemna ----- | | |
| 6. zestaw kina domowego ----- | | |
| 7. odtwarzacz płyt kompaktowych CD ----- | | |
| 8. odtwarzacz DVD \ Blue Ray ----- | | |
| 9. odtwarzacz mp3 ----- | | |

10. komputer stacjonarny ----- |__|
 11. komputer przenośny (notebook, laptop) ----- |__|
 12. tablet ----- |__|
 13. konsola do gier (PlayStation, Xbox, Nintendo) ----- |__|
 14. czytnik książek elektronicznych (np. Kindle) ----- |__|

PYT. 3. Czy korzysta Pan(i) z internetu?

1. Tak → przejść do PYT. 3a
2. Nie → przejść do PYT. 5

[Pytania od PYT. 3a do PYT. 4 zadawać tym respondentom, którzy w PYT. 3 zaznaczyli odp. nr 1.]

PYT. 3a. Czy korzysta Pan(i)...

[Odczytać pozycje kafeterii; odpowiedzi: 1. tak; 2. nie; 3. nie wiem.]

1. ze stałego łącza internetowego
2. z internetu mobilnego
3. z innego rodzaju połączenia z internetem

PYT. 3b. Jak często korzysta Pan(i) z internetu? Czy...

1. codziennie
2. przynajmniej kilka razy w tygodniu
3. raz w tygodniu lub rzadziej

PYT. 4. W jaki sposób korzysta Pan(i) z internetu?

[Pokazać ekran. Zaznaczyć odpowiedź „tak” lub „nie” przy każdej kategorii. Wyświetlać kategorie w rotowanej kolejności.]

1. poczta elektroniczna (e-maile)
2. rozmowy telefoniczne (np. za pomocą Skype'a, Messengera itp.)
3. czatowanie
4. przeglądanie stron
5. kupowanie
6. sprzedawanie
7. publikowanie tekstów (fora, blogi, posty)
8. publikowanie zdjęć lub filmów
9. słuchanie muzyki
10. remiksowanie / memy itp.
11. tworzenie witryn
12. tworzenie narzędzi, aplikacji
13. w inny sposób – jaki?

[PYT. 5 zadawać wszystkim respondentom.]

PYT. 5. Porozmawiajmy teraz o Pana(i) codziennych zajęciach. Proszę powiedzieć, co robił(a) Pan(i) wczoraj? Proszę wymienić wszystkie wykonywane czynności – mając na uwadze czas od obudzenia się do pójścia spać:

[Pokazać ekran. Wyświetlać czynności w rotowanej kolejności.]

1. praca zarobkowa wykonywana poza domem
2. praca zarobkowa wykonywana w domu
3. praca we własnym gospodarstwie rolnym (na własne potrzeby)
4. nauka w szkole / na uczelni
5. nauka w domu w związku ze szkołą
6. podnoszenie kwalifikacji, szkolenie, zaległości związane z pracą
7. dojazdy zbiorowymi środkami komunikacji
8. dojazdy własnym środkiem transportu
9. zakupy (w tym przez internet)
10. sprzątanie / gotowanie / pranie
11. naprawy, remont
12. wizyty w urzędach i/lub instytucjach państwowych, bankach
13. działalność społeczna i/lub polityczna (np. wolontariat, działalność charytatywna)
14. udział w nabożeństwie i/lub modlitwa
15. zabiegi zdrowotno-pielęgnacyjne (wizyty u lekarza, zabiegi kosmetyczne)
16. działka, ogród
17. aktywność sportowa, turystyczna (np. siłownia, bieganie, wycieczki turystyczne, spacer)
18. hobby
19. kino, teatr, wystawa, koncert
20. pub, restauracja, klub, kawiarnia
21. spotkania towarzyskie
22. oglądanie telewizji
23. korzystanie z internetu
24. rozmowy telefoniczne
25. słuchanie radia
26. czytanie jakichkolwiek tekstów
27. słuchanie muzyki z płyt lub mp3
28. wspólne posiłki
29. czas z najbliższą rodziną
30. gry umysłowe (szachy, gra w karty, krzyżówki, sudoku)
31. gry komputerowe
32. bierny wypoczynek i/lub odsypianie
33. coś innego – co?

[Wyświetlić czynności zaznaczone przez respondenta w PYT. 5.]

PYT. 5a. Proszę o wskazanie tych trzech czynności, które zajęły Panu(i) wczoraj najwięcej czasu, i ułożenie ich w kolejności od 1 do 3, gdzie 1 to czynność, która zajęła Panu(i) najwięcej czasu.

PYT. 6. Jakiego rodzaju teksty czytał(a) Pan(i) wczoraj?

[Wyświetlać rodzaje tekstów w rotowanej kolejności. Pytanie wielowyborowe.]

1. krótkie wiadomości tekstowe: sms-y, tweety, powiadomienia z portali społecznościowych, wiadomości typu push
2. krótkie wpisy i wiadomości w internecie: na czatach, forach, stronach portali społecznościowych, e-maile
3. dłuższe teksty w internecie, takie jak artykuły na blogach, stronach internetowych, hasła z Wikipedii itp.
4. krótkie teksty, takie jak reklamy uliczne, w środkach komunikacji zbiorowej, zewnętrzne ekrany reklamowe, plakaty i ogłoszenia, napisy na murach
5. gazetki, ulotki, inne materiały promocyjne itp.
6. paski informacyjne w kanałach telewizyjnych
7. prasa papierowa
8. prasa w wersji elektronicznej
9. książka papierowa
10. książka czytana na ekranie (komputera, smartfona, tabletu, czytnika itp.) – e-book
11. książka słuchana (audiobook)

[Zadać PYT. 7, jeśli respondent w PYT. 6 zaznaczył odpowiedzi nr 7–8.]

PYT. 7. Powiedział(a) Pan(i), że czytał(a) wczoraj prasę. Proszę wskazać, jakiego rodzaju dzienniki lub czasopisma czytał(a) Pan(i) wczoraj?

[Pytanie wielowyborowe.]

1. dzienniki lokalne
2. tabloidy o zasięgu ogólnopolskim (np. Fakt, Super Ekspres)
3. dzienniki opinii o zasięgu ogólnopolskim (np. Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Polska the Times, Dziennik Gazeta Prawna, Dziennik Polski)
4. tygodniki opiniotwórcze (np. Polityka, Newsweek, Tygodnik Powszechny itp.)
5. pisma popularne (sportowe, kobiece, tygodniki z programem telewizyjnym, plotkarskie, bogato ilustrowane, dla mężczyzn itp.)
6. czasopisma lokalne (np. wydawane przez samorząd)
7. czasopisma tematyczne i hobbystyczne
8. czasopisma branżowe (zawodowe)
9. czasopisma naukowe

[Zadać PYT. 8a, PYT. 8b i PYT. 8c, jeśli respondent w PYT. 6 zaznaczył odpowiedzi nr 9–11.]

PYT. 8a. Porozmawiajmy teraz o książkach, które czytał(a) Pan(i) wczoraj. O jakiej porze /porach wczoraj czytał(a) Pan(i) książkę?

[Pytanie wielowyborowe.]

1. rano
2. w ciągu dnia
3. wieczorem
4. w nocy

PYT. 8b. Czy czytał(a) Pan(i)...

[Pytanie wielowyborowe.]

1. dla przyjemności
2. z obowiązku
3. trudno powiedzieć

PYT. 8c. Proszę określić, jaka(ie) to była(y) książka(i)?

1. autor
2. tytuł
3. rodzaj książki (np. kryminał, książka fachowa, powieść itp.)
4. trudno powiedzieć

1. autor
2. tytuł
3. rodzaj książki (np. kryminał, książka fachowa, powieść itp.)
4. trudno powiedzieć

1. autor
2. tytuł
3. rodzaj książki (np. kryminał, książka fachowa, powieść itp.)
4. trudno powiedzieć

[Pytanie PYT. 9 zadawać wszystkim respondentom.]

Rozmawialiśmy o tym, co się działo wczoraj. Teraz porozmawiajmy o Pan(i) zajęciach w ciągu całego roku.

PYT. 9. Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy przeczytała Pan(i), od początku do końca, we fragmentach lub przejrzał(a) co najmniej jedną książkę, bez względu na formę – papierową, elektroniczną czytaną na ekranie (e-book) lub dźwiękową, czytaną przez lektora (audiobook)?

1. tak → przejść do PYT. 10
2. nie → przejść do PYT. 17

[Pytania od PYT. 10 do PYT. 16 zadawać tym respondentom, którzy w PYT. 9 udzielili odpowiedzi nr 1.]

PYT. 10. Ile książek (bez względu na formę) przeczytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

1. 1 książka
2. 2–3 książki
3. 4–6 książek
4. 7–10 książek
5. 11–20 książek
6. więcej niż 20 książek
7. trudno powiedzieć

PYT. 11. Czy wśród przeczytanych przez Pana(ią) książek były książki elektroniczne, to znaczy czytane na ekranie, tzw. e-booki?

1. tak → przejść do PYT. 12
2. nie → przejść do PYT. 13

PYT. 12. Ile książek w wersji elektronicznej przeczytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

1. 1 książka
2. 2–3 książki
3. 4–6 książek
4. 7–10 książek
5. 11–20 książek
6. więcej niż 20 książek
7. trudno powiedzieć

PYT. 13. Czy wśród przeczytanych książek były książki dźwiękowe, tzw. audiobooki?

1. tak → przejść do PYT. 14
2. nie → przejść do PYT. 15

PYT. 14. Ile audiobooków wysłuchał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

1. 1 książka
2. 2–3 książki
3. 4–6 książek
4. 7–10 książek
5. 11–20 książek
6. więcej niż 20 książek
7. trudno powiedzieć

[Zadać PYT. 15, jeśli respondent udzielił odpowiedzi nr 1 „tak” w PYT. 11 i/lub PYT. 13.]

PYT. 15. Z jakich urządzeń korzystał(a) Pan(i), aby czytać książki elektroniczne i/lub słuchać książek dźwiękowych?

1. komputer stacjonarny
2. laptop
3. tablet lub iPad
4. smartfon (telefon z dotykową klawiaturą)
5. BlackBerry
6. czytnik książek elektronicznych (np. Kindle, Pocketbook, inny)
7. odtwarzacz CD
8. odtwarzacz mp3
9. z innego – jakiego?

PYT. 16. Książka towarzyszy nam w różnych sytuacjach. Proszę wskazać, podczas jakich działań / z jakich przyczyn czyta Pan(i) książki? Do czego są Panu(i) one potrzebne?

[Pytanie wielowyborowe; wręczyć skalę: 1. często, 2. rzadko, 3. nigdy.]

1. praca zawodowa
2. nauka
3. dojazdy zbiorowymi środkami komunikacji
4. opieka nad dziećmi, innymi bliskimi
5. działalność społeczna, polityczna
6. praktyki religijne
7. hobby
8. życie kulturalne, towarzyskie
9. z ciekawości, dla własnego rozwoju
10. dla przyjemności, bez konkretnego związku z czymś innym

[PYT. 17 zadawać wszystkim respondentom.]

PYT. 17. Co ogranicza Pana(i) kontakt z książkami?

[Kategorie wyświetlać w rotowanej kolejności. Pytanie wielowyborowe.]

1. nie mam skąd pozyskiwać interesujących mnie książek
2. książki są dla mnie za drogie
3. nie mam dostatecznej informacji o książkach
4. ograniczenia fizyczne i/lub zdrowotne
5. ograniczenia lokalowe (nie mam gdzie czytać książek)
6. brak czasu
7. niekorzystny dzienny rozkład zajęć
8. czytanie w moim środowisku jest źle widziane
9. coś innego – co?

10. trudno powiedzieć
11. nic nie ogranicza mojego kontaktu z książkami

[PYT. 17a zadać tym respondentom, którzy w PYT. 17 udzielili odpowiedzi nr 1.]

PYT. 17a. Z jakiego powodu nie ma Pan(i) skąd pozyskiwać interesujących Pana(i) książek?
[Pokazać ekran. Pytanie wielowyborowe.]

1. nie mam dostępu do księgarni
2. nie mam dostępu do biblioteki
3. nie mam dostępu do internetu
4. nie mam nośnika do czytania książek elektronicznych lub słuchania audiobooków

[PYT. 18 zadać wszystkim respondentom.]

PYT. 18. Czym się Pan(i) kieruje wybierając książki?
[Wyświetlać powody w rotowanej kolejności. Pytanie wielowyborowe.]

1. własnymi zainteresowaniami
2. poleceniem znajomych, rodziny
3. wymogami związanymi z pracą i/lub nauką
4. profesjonalnymi recenzjami czerpanymi z mediów
5. recenzjami innych czytelników
6. listami bestsellerów
7. nagrodami, jakie książka dostała
8. rekomendacjami bibliotekarza
9. rekomendacjami księgarza
10. okładką/ekspozycją w księgarni
11. ceną (promocje, oferty specjalne)
12. czymś innym – czym?
13. nie wiem / trudno powiedzieć

[Pytania PYT. 19 – PYT. 19b zadać tym respondentom, którzy w PYT. 9 udzielili odpowiedzi nr 1.]

PYT. 19. Jakiego typu książki czytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

1. literackie (beletrystyka):
 - a. obyczajowe i romanse
 - b. sensacyjne, kryminalne, thrillery
 - c. fantastyczne, science-fiction, fantasy
 - d. dla dzieci i młodzieży
 - e. inne książki literackie (powieści, opowiadania dawne i współczesne, polskie i obce)
 - f. inne książki literackie dramaty, poezje
 - g. komiksy

2. nieliterackie:

- a. literatura faktu (biografie, autobiografie, wspomnienia, wywiady, reportaże)
- b. eseistyka i publicystyka (rozważania na temat współczesnych problemów, społecznych, kulturalnych, politycznych)
- c. poradniki (psychologiczne, kulinarne, przewodniki turystyczne, dotyczące zdrowia, wychowania itp.)
- d. encyklopedie, atlasy, słowniki, bibliografie i publikacje informacyjne
- e. podręczniki, skrypty (w tym podręczniki do nauki języków obcych)
- f. publikacje naukowe i popularnonaukowe
- g. inne – jakie?

[PYT. 19a zadawać tym respondentom, którzy w PYT. 19 w części 1. udzielili przynajmniej jednej odpowiedzi spośród 1. a–g.]

PYT. 19a. Czy wybierał(a) Pan(i)...

1. raczej autorów polskich
2. raczej autorów obcych
3. nie miało to dla mnie znaczenia

[PYT. 19b zadawać tym respondentom, którzy w PYT. 19 w części 2. udzielili przynajmniej jednej odpowiedzi spośród 2. a–g.]

PYT. 19b. Jakich tematów dotyczyły czytane przez Pana(i) książki nieliterackie?

[Wyświetlać tematy w rotowanej kolejności. Pytanie wielowyborowe.]

1. filozofii
2. psychologii
3. pedagogiki, wychowania, oświaty
4. religii, mitologii, ezoteryki
5. prawa, ekonomii (gospodarki), polityki, wojskowości
6. nauk ścisłych (matematyki, chemii, astronomii, fizyki itp.)
7. nauk stosowanych (techniki, informatyki, rolnictwa, przemysłu, komunikacji itp.)
8. przyrody (zwierząt, roślin, ochrony przyrody)
9. medycyny (zdrowia)
10. gospodarstwa domowego, kuchni
11. sztuki (plastyki, muzyki, teatru, kina itp.)
12. sportu, ćwiczeń fizycznych (fitness), biegania itp.
13. wiedzy o literaturze (opracowania literackie, biografie pisarzy itp.)
14. języka, zagadnień filologicznych (rozmówki, poradniki, słowniki)
15. geografii, podróży, odkryć geograficznych
16. historii, biografii wybitnych ludzi

[PYT. 20 zadać tym respondentom, którzy w PYT. 9 udzielili odpowiedzi nr 2.]

PYT. 20. Mimo że nie przeczytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy żadnej książki, czy zdarzyło się pozyskać Panu(i) w tym czasie książki dla siebie lub innych?

1. tak
2. nie

[PYT. 21 zadać tym respondentom, którzy w PYT. 9 udzielili odpowiedzi nr 1 lub w PYT. 20 udzielili odpowiedzi nr 1.]

PYT. 21. Jak często pozyskiwał(a) Pan(i) książki (w tym e-booki i audiobooki) do czytania lub słuchania dla siebie lub innych domowników w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

[Pytanie wielowyborowe; wręczyć skalę: 1. często, 2. rzadko, 3. nigdy.]

1. kupując nowe książki
2. wypożyczając z biblioteki (w tym biblioteki online)
3. kupując używane książki, z drugiej ręki
4. pożyczając od znajomych
5. wymieniając się w ramach bookcrossingu
6. dostając, np. w prezencie
7. korzystając z księgozbioru domowego
8. ściągając za darmo

[PYT. 22 zadawać tym respondentom, którzy w PYT. 21 udzielili odpowiedzi nr 1–3.]

PYT. 22. Z jakiego źródła pozyskiwał(a) Pan(i) te książki w ciągu ostatnich 12 miesięcy?

[Wyświetlać miejsca w rotowanej kolejności. Pytanie wielowyborowe.]

1. księgarnia sieciowa (np. Empik, Matras)
2. tradycyjna, niezależna księgarnia z nowymi książkami
3. księgarnia z przecenionymi nowymi książkami (dyskont książkowy – tanie książki)
4. księgarnia z używanymi książkami (antykwariat)
5. kiosk „Ruchu”, salonik prasowy
6. supermarket, hipermarket, dyskont spożywczy (np. Biedronka, Lidl), małe sklepy spożywcze
7. inne sklepy (stacje benzynowe, papiernicze, szkolne, z pamiątkami)
8. uliczne stoiska z książkami
9. subskrypcje serii książkowych, kluby książki, sprzedaż bezpośrednia
10. kiermasz książkowy, targi książki
11. księgarnia internetowa
12. serwisy aukcyjne (np. Allegro)
13. serwisy udostępniające pliki (np. Chomikuj), sieci *peer-to-peer* (np. torrenty)
14. biblioteka publiczna
15. biblioteka szkolna
16. biblioteka naukowa (w tym uczelniana)

17. biblioteka cyfrowa (np. Polona, Polska Biblioteka Internetowa, Dolnośląska Biblioteka Cyfrowa itp.)
18. inne biblioteki internetowe (np. iBuk)

[Wyświetlić źródła zaznaczone przez respondenta w PYT. 22.]

PYT. 22a. Proszę o wybranie tych trzech źródeł, z których korzysta Pan(i) najczęściej i ułożenie ich w kolejności od 1 do 3, gdzie 1 to miejsce wykorzystywane najczęściej.

[Wyświetlić listę źródeł zaznaczonych w PYT. 22.]

[PYT. 23 zadawać wszystkim respondentom.]

PYT. 23. Proszę ocenić, ile – w przybliżeniu – wydaje Pan(i) średnio w ciągu roku na zakup:

1. książek innych niż podręczniki ----- |_|_|_|_|_|_|_| zł
2. podręczników ----- |_|_|_|_|_|_|_| zł

PYT. 24. Czy zdarzało się, że...

[Pytanie wielowyborowe; odpowiedź 1 „tak”, 2 „nie”]

1. wyrzucał(a) Pan(i) niepotrzebne książki
2. oddawał(a) Pan(i) niepotrzebne książki innym osobom
3. przekazywał(a) Pan(i) książki jakimś instytucjom, np. bibliotekom, szkołom, domom dziecka
4. sprzedawał(a) Pan(i) niepotrzebne książki
5. próbował(a) Pan(i) sprzedać niepotrzebne książki, ale bez powodzenia
6. wymieniał(a) Pan(i) niepotrzebne książki w ramach bookcrossing albo podobnej akcji

PYT. 25. Proszę oszacować, ile – w przybliżeniu – posiada Pan(i) książek papierowych?

1. żadnej
2. do 10 książek papierowych
3. 11–50 książek papierowych
4. 51–100 książek papierowych
5. 101–200 książek papierowych
6. 201–500 książek papierowych
7. 501–1000
8. ponad 1000

[Zadać PYT. 26, jeśli respondent udzielił odpowiedzi nr 1 „tak” w PYT. 11 i/lub w PYT. 13.]

PYT. 26. Ile – w przybliżeniu – posiada Pan(i) (bez względu na miejsce przechowywania, np. komputer, tablet, czytnik, smartfon, płyta CD, półka w e-księgarni)...

1. książek elektronicznych ----- |_|_|_|_|_|_|_|
2. audiobooków ----- |_|_|_|_|_|_|_|

[PYT. 27 zadawać wszystkim respondentom.]

PYT. 27. Czy, w Pana(i) odczuciu, ma Pana(i) w domu...

1. dużo książek papierowych
2. ani dużo ani mało książek papierowych
3. mało książek papierowych
4. trudno powiedzieć

PYT.28. Czy zdarza się Pan(i) z kimś rozmawiać o przeczytanej książce?

1. tak, bardzo często
2. tak, od czasu do czasu
3. tak, ale bardzo rzadko
4. nie

[PYT. 29 Zadawać tym respondentom, którzy w PYT. 28 udzieli odpowiedzi nr 1-3.]

PYT. 29. Z kim zdarza się Panu(i) rozmawiać o przeczytanej książce?

[Pytanie wielowyborowe.]

1. rodzina
2. przyjaciele, znajomi
3. znajomi z pracy
4. księgarze
5. bibliotekarze
6. nauczyciele
7. fani (media społecznościowe, fora internetowe, portale internetowe, dyskusyjne kluby książki)
8. przypadkowi ludzie
9. z kimś innym – z kim?

[PYT. 30 zadawać wszystkim respondentom.]

PYT. 30. Jak Pan(i) sądzi, czy czytelnictwo książek (rozumiane jako liczba osób czytających książki) w ostatnich latach w Polsce...

1. rośnie
2. spada
3. utrzymuje się na tym samym poziomie, co wcześniej
4. trudno powiedzieć

PYT. 31. Czy w okresie, kiedy był(a) Pan(i) dzieckiem, rodzice lub inni domownicy / opiekunowie czytali Panu(i) książki?

1. tak, często
2. tak, ale rzadko
3. nie
4. nie pamiętam

PYT. 32. Czy w okresie, kiedy był(a) Pan(i) dzieckiem, czytano Panu(i) książki...

	tak	nie	nie pamiętam
w przedszkolu	1	2	3
w szkole	1	2	3
w bibliotece	1	2	3

METRYCZKA

Chciał(a)bym zadać jeszcze Panu(i) kilka pytań dotyczących Pana(i) gospodarstwa domowego. Służą one do zbadania, czy w opiniach i poglądach na badane tematy występują różnice między kobietami i mężczyznami, osobami w różnym wieku, o różnym wykształceniu itp. Pytania te są bardzo ważne i służą do statystycznego opracowania wyników.

M1. Miejsce zamieszkania:

1. stolica
2. miasto wojewódzkie
3. miasto powiatowe
4. inne miasto
5. wieś gminna
6. inna wieś

M2. Płeć respondenta

[Zaznaczyć bez zadawania pytania.]

1. mężczyzna
2. kobieta

M3. Proszę podać swój rok urodzenia:

rok: |__|__|__|__|

M4. Jaki jest Pana(i) stan cywilny?

1. kawaler / panna (mieszkający(ca) samotnie)
2. mieszkający(ąca) z partnerem(ką)
3. żonaty / zamężna
4. rozwiedziony(a) / w separacji
5. wdowiec / wdowa

M5. Jakie ma Pan(i) wykształcenie? Proszę podać najwyższy osiągnięty przez Pana(ią) poziom wykształcenia.

[Wręczyć respondentowi kartę M5.]

1. niepełne podstawowe
2. podstawowe
3. gimnazjum
4. zasadnicze zawodowe
5. niepełne średnie
6. ukończone średnie zawodowe
7. ukończone średnie ogólnokształcące
8. pomaturalne / policealne
9. niepełne wyższe
10. licencjat / inżynierskie
11. wyższe magisterskie
12. doktorat / studia podyplomowe / MBA
13. nie wiem / trudno powiedzieć

M6. Jaki jest profil Pan(i) wykształcenia?

1. ogólny
2. humanistyczny
3. techniczny
4. ścisły

M7. Jaka jest Pana(i) sytuacja zawodowa – czy obecnie Pan(i) ma stałą pracę, pracuje Pan(i) dorywczo, jest Pan(i) bezrobotny(a), czy też znajduje się w innej sytuacji?

[Zaznaczyć wszystkie odpowiedzi. W przypadku rolnika lub współmałżonka rolnika zaznaczyć odp. 1 – mam stałą pracę.]

1. mam stałą pracę na czas nieokreślony
2. mam stałą pracę na czas określony
3. pracuję dorywczo
4. jestem bezrobotny(a)
5. nie pracuję z innych powodów
6. jestem emerytem(ką)/ rencistą(ką)
7. jestem uczniem
8. jestem studentem
9. nie pracuję / zajmuję się domem
10. jestem na urlopie macierzyńskim / wychowawczym

[Pytania M7a – M7c. zadawać tym respondentom, którzy w pytaniu M7 zaznaczyli odpowiedź nr 1 lub nr 2, tzn. jeśli respondent ma stałą pracę.]

M7a. Czy obecnie pracuje Pan(i) w pełnym czy w niepełnym wymiarze godzin w skali miesiąca?

1. w pełnym wymiarze godzin, czyli średnio 40 godzin tygodniowo
2. w niepełnym wymiarze godzin

M7b. Na podstawie jakiego rodzaju umowy jest Pan(i) zatrudniona(y)?

1. umowa o pracę (etat / część etatu)
2. umowa zlecenie
3. umowa o dzieło
4. własna działalność gospodarcza / samozatrudnienie

M7c. Do której z wymienionych poniżej grup zawodowych zaliczył(a)by się Pan(i) ze względu na swoją obecną sytuację zawodową?

1. dyrektorzy, prezesi i kadra kierownicza przedsiębiorstw, instytucji oraz administracji państwowej i samorządowej
2. zawody twórcze i specjaliści z wyższym wykształceniem, inżynierowie, lekarze, prawnicy, nauczyciele
3. technicy i inny średni personel, pielęgniarki, podoficerowie, policjanci
4. pracownicy administracyjno-biurowi, sekretarki, pracownicy poczty, recepcjoniści, telefoniści
5. pracownicy sklepów, punktów usługowych, pracownicy usług osobistych, konduktorzy, opiekunki dziecięce, pracownicy ochrony, kierowcy
6. robotnicy wykwalifikowani i brygadziści zatrudnieni poza rolnictwem i leśnictwem
7. pracownicy wykonujący prace proste zatrudnieni poza rolnictwem i leśnictwem; sprzątaczkę, dozorcę, robotnicy pomocniczy
8. robotnicy najemni i brygadziści zatrudnieni w rolnictwie i leśnictwie, rybacy
9. rolnicy indywidualni i pomagający im członkowie rodzin
10. właściciele i współwłaściciele prywatnych firm, zakładów, sklepów, punktów sprzedaży oraz ajenci i inne osoby prowadzące działalność gospodarczą poza rolnictwem

M8. Z ilu osób – łącznie z Panem(ią) – składa się Pana(i) gospodarstwo domowe? Chodzi o wszystkie osoby wspólnie z Panem(ią) zamieszkujące i utrzymujące się ze wspólnych funduszy.

[Jeśli gospodarstwo jest jednoosobowe – przejść do pytania M10.]

|___|___|

M9. Ile osób w Pana(i) gospodarstwie domowym to dzieci mające nie więcej niż 14 lat?

|___|___|

M10. Czy mógłby/mogłaby Pan(i) powiedzieć, w jakich granicach mieszczą się Pana(i) przeciętne osobiste miesięczne dochody i zarobki „na rękę”. Proszę spojrzeć na kartę.

[Wręczyć kartę M10.]

1. do 800 zł
2. 801–1000 zł
3. 1001–1600 zł
4. 1601–2000 zł
5. 2001–2500 zł
6. 2501–3000 zł
7. 3001–3500 zł
8. 3501–4000 zł
9. 4001–5000 zł
10. 5001–7000 zł
11. 7001–10000 zł
12. powyżej 10000 zł
13. odmowa odpowiedzi

M11. Czy mógłby/mogłaby Pan(i) powiedzieć, w jakich granicach mieszczą się przeciętne miesięczne dochody na jedną osobę w Pana(i) gospodarstwie domowym po odjęciu opłat i rachunków (np. czynsz, rata kredytu, pożyczki itp.). Proszę spojrzeć na kartę.

[Wręczyć kartę M11.]

1. do 600 zł
2. 601–800 zł
3. 801–1000 zł
4. 1001–1600 zł
5. 1601–2000 zł
6. 2001–2500 zł
7. 2501–więcej
8. odmowa odpowiedzi

M12. Proszę powiedzieć, które z podanych określeń najlepiej oddaje sytuację materialną Pana(i) rodziny?

[Zaznaczyć jedną odpowiedź.]

1. pieniędzy nie starcza nawet na najpilniejsze potrzeby
2. musimy odmawiać sobie wielu rzeczy, aby pieniędzy starczyło na życie
3. na co dzień pieniędzy starcza, ale nie stać nas na większe wydatki
4. pieniędzy starcza na wszystkie wydatki, a część możemy odłożyć
5. jesteśmy zamożni, nie musimy oszczędzać nawet na większe wydatki
6. trudno powiedzieć

M13. Jakie wykształcenie miał Pana(i) ojciec (opiekun), gdy miał(a) Pan(i) 14 lat?

[Zaznaczyć jedną odpowiedź.]

1. nieukończone podstawowe lub bez wykształcenia szkolnego
2. podstawowe
3. gimnazjalne
4. zasadnicze zawodowe (w tym rolnicze)
5. średnie ogólnokształcące bez matury
6. średnie ogólnokształcące z maturą
7. średnie zawodowe bez matury
8. średnie zawodowe z maturą (technikum, liceum zawodowe lub techniczne)
9. pomaturalne lub policealne
10. wyższe z tytułem inżyniera, licencjata, dyplomowanego ekonomisty
11. wyższe z tytułem magistra, lekarza lub równorzędnym
12. wyższe ze stopniem naukowym doktora lub wyższym
13. nie wiem, nie pamiętam
14. nie dotyczy, gdy miałe(a)m 14 lat, ojciec (opiekun) nie żył lub nie miałe(a)m z nim kontaktu

M14. Jakie wykształcenie miała Pana(i) matka (opiekunka), gdy miał(a) Pan(i) 14 lat?

[Zaznaczyć jedną odpowiedź.]

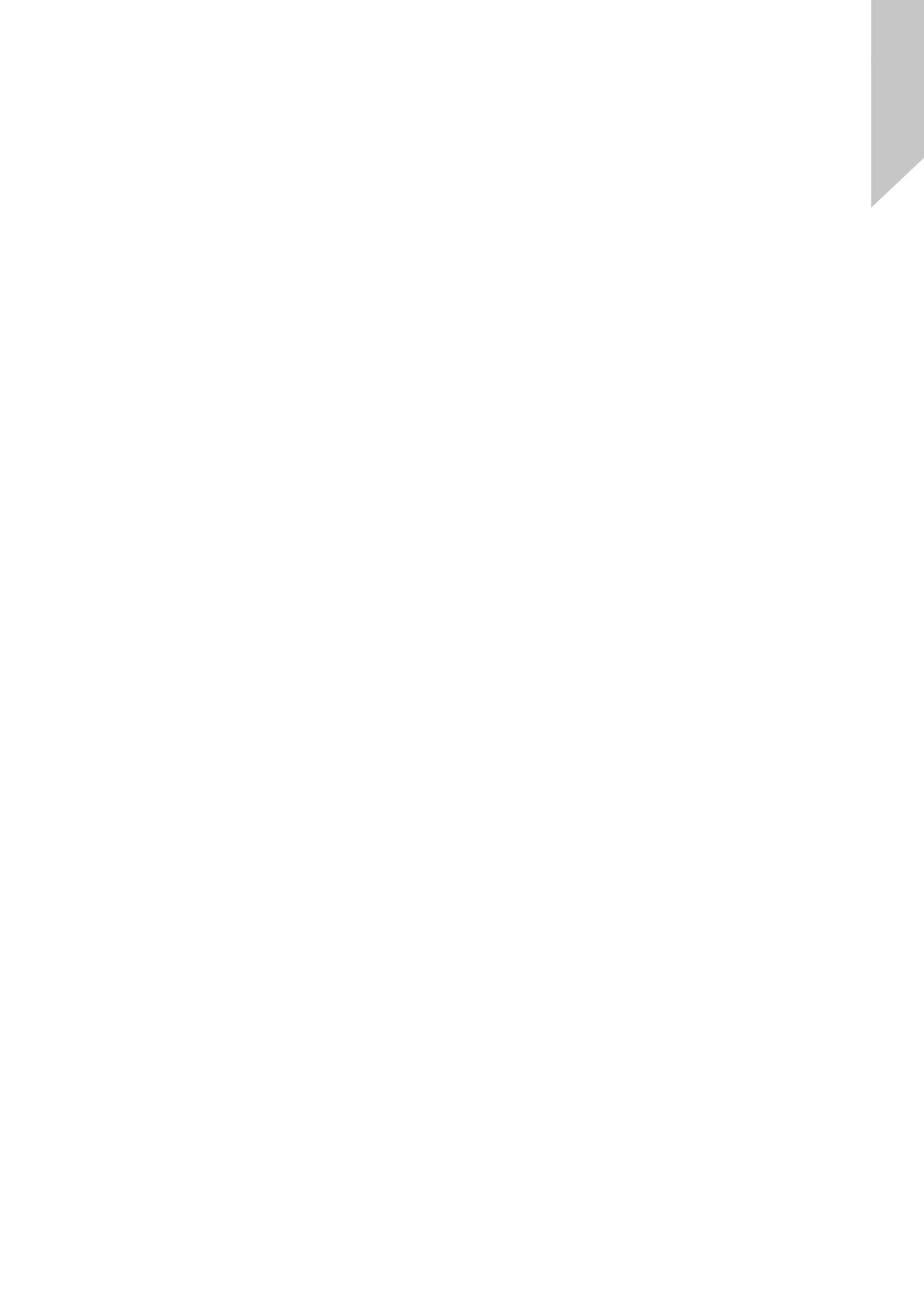
1. nieukończone podstawowe lub bez wykształcenia szkolnego
2. podstawowe
3. gimnazjalne
4. zasadnicze zawodowe (w tym rolnicze)
5. średnie ogólnokształcące bez matury
6. średnie ogólnokształcące z maturą
7. średnie zawodowe bez matury
8. średnie zawodowe z maturą (technikum, liceum zawodowe lub techniczne)
9. pomaturalne lub policealne
10. wyższe z tytułem inżyniera, licencjata, dyplomowanego ekonomisty
11. wyższe z tytułem magistra, lekarza lub równorzędnym
12. wyższe ze stopniem naukowym doktora lub wyższym
13. nie wiem, nie pamiętam
14. nie dotyczy, gdy miałe(a)m 14 lat, ojciec (opiekun) nie żył lub nie miałe(a)m z nią kontaktu

M15. Czy brał Pan(i) udział w ostatnich wyborach prezydenckich?

1. tak
2. nie

M16. Czy przekazuje Pan(i) 1% podatku na organizację pożytku publicznego w rocznym zeznaniu podatkowym?

1. tak
2. nie



LISTA BADAŃ PRZEPROWADZONYCH W LATACH 2010–2014 (2015) UWZGLĘDNIONYCH W PRZEGLĄDZIE

Nr	Nazwa / tematyka badania	Rok badania	Zleceniodawca	Realizator badania	Rodzaj / technika badania	Próba			Zbiorowość generalna	Reprezentatywność próby w odniesieniu do zbiorowości generalnej
						dobór	liczebność	wiek		
Ogólnopolskie badania czytelnictwa na próbach reprezentatywnych 2010–2014										
1	Společny zasięg książki w Polsce w 2010 r.	2010	Biblioteka Narodowa	TNS OBOP	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowy	2008	15+	mieszkańcy Polski	tak
2	Společny zasięg książki w Polsce w 2012 r.	2012	Biblioteka Narodowa	TNS Polska*	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowy	3001	15+	mieszkańcy Polski	tak
3	Společny zasięg książki w Polsce w 2014 r.	2014	Biblioteka Narodowa	TNS Polska*	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowy	3000	15+	mieszkańcy Polski	tak
4	Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce. Badanie założycielskie	2013	Polska Izba Książki	CBOS	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowy z operatu PESEL	2031 + 585 (współmieszkańcy gospodarstw respondentów)	15+	mieszkańcy Polski	tak
Ogólnopolskie badania na próbach reprezentatywnych z pojedynczymi pytaniami dotyczącymi czytelnictwa										
5	Aktualne problemy i wydarzenia. Mania kupowania, czyli o postawach konsumentów Polaków	2010	–	CBOS	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowy	879	18+	mieszkańcy Polski	tak
6	Aktualne problemy i wydarzenia. Rok 2010 w osobistych doświadczeniach Polaków	2011	–	CBOS	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowy	989	18+	mieszkańcy Polski	tak
7	Aktualne problemy i wydarzenia. Polacy i książki	2011	–	CBOS	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowy	1189	18+	mieszkańcy Polski	tak
8	Aktualne problemy i wydarzenia. Aktywności i doświadczenia Polaków w 2011 roku	2012	–	CBOS	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowy	1058	18+	mieszkańcy Polski	tak
9	Aktualne problemy i wydarzenia. Aktywności i doświadczenia Polaków w 2012 roku	2013	–	CBOS	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowy	1227	18+	mieszkańcy Polski	tak
10	Aktualne problemy i wydarzenia. Aktywności i doświadczenia Polaków w 2013 roku	2014	–	CBOS	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowy	1067	18+	mieszkańcy Polski	tak
11	Aktualne problemy i wydarzenia. Aktywności i doświadczenia Polaków w 2014 roku	2015	–	CBOS	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowy	1005	18+	mieszkańcy Polski	tak

Nr	Nazwa / tematyka badania	Rok badania	Zleceniodawca	Realizator badania	Rodzaj / technika badania	Próba			Zbiorowość generalna	Reprezentatywność próby w odniesieniu do zbiorowości generalnej
						dobór	liczebność	wiek		
12	Diagnoza społeczna 2011	2011	-	Rada Monitoringu Społecznego, Towarzystwo Statystyczne, GUS	Dwuczściowe: 1) wywiad bezpośredni z przedstawicielem gospodarstwa domowego, 2) indywidualne samowypełnienie kwestionariusza przez wszystkich dostępnych członków badanego gospodarstwa domowego	losowy warstwowy dwustopniowy	12 386 gospodarstw domowych z 36 753 członkami i indywidualnie 26 453 członków tych gospodarstw	16+	mieszkańcy Polski	tak
13	Diagnoza społeczna 2013	2013	-	Rada Monitoringu Społecznego, Towarzystwo Statystyczne, GUS	Dwuczściowe: 1) wywiad bezpośredni z przedstawicielem gospodarstwa domowego, 2) indywidualne samowypełnienie kwestionariusza przez wszystkich dostępnych członków badanego gospodarstwa domowego	losowy warstwowy dwustopniowy	12 355 gospodarstw domowych z 36 293 członkami i indywidualnie 26 307 członków tych gospodarstw	16+	mieszkańcy Polski	tak
14	World Internet Project Polska 2010	2010	Agora, Grupa TP	Ipsos	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowo-kwotowy	2000	15+	mieszkańcy Polski	tak
15	World Internet Project Polska 2011	2011	Agora, Grupa TP	Ipsos	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowo-kwotowy	2000	15+	mieszkańcy Polski	tak
16	World Internet Project Polska 2012	2012	Agora, Orange Polska	Ipsos	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowo-kwotowy	2007	15+	mieszkańcy Polski	tak
17	World Internet Project Polska 2013	2013	Agora, Orange Polska	Ipsos	Wywiad bezpośredni wspomagany komputerowo (CAPI)	losowo-kwotowy	2002	15+	mieszkańcy Polski	tak
Badania jakościowe i marketingowe										
18	Badanie uczestników Międzynarodowych Targów Książki w Krakowie 2014	2014	Targi w Krakowie	Communication Service	Wywiad bezpośredni w formie „badań tabletowych” (z wykorzystaniem urządzeń mobilnych – iPadów; CAPI)	losowy	1007	bez ograniczeń	uczestnicy imprezy	tak
19	Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce. Badanie czytelnictwa wśród uczestników Warszawskich Targów Książki 2014	2014	Polska Izba Książki	Sport People	Wywiad bezpośredni w formie „badań tabletowych” (z wykorzystaniem urządzeń mobilnych – iPadów; CAPI)	losowy	518	bez ograniczeń	uczestnicy imprezy	tak
20	Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce – analiza i kontynuacja. Badanie opinii uczestników 6. Warszawskich Targów Książki	2015	Polska Izba Książki	Sport People	Wywiad bezpośredni w formie „badań tabletowych” (z wykorzystaniem urządzeń mobilnych – iPadów; CAPI)	losowy	501	bez ograniczeń	uczestnicy imprezy	tak

Nr	Nazwa / tematyka badania	Rok badania	Zlecniodawca	Realizator badania	Rodzaj / technika badania	Próba			Zbiorowość generalna	Reprezentatywność próby w odniesieniu do zbiorowości generalnej
						dobór	liczebność	wiek		
21	Książki – kupowanie, preferencje, opinie	2015	Polska Izba Książki	Millward Brown	Wywiad telefoniczny z zastosowaniem techniki CATI	losowo-kwotowy; losowo wygenerowane numery stacjonarne i komórkowe w stosunku 30/70	1003 (w tym 482 osoby kupujące książki)	18+	mieszkańcy Polski	tak
22	Kim są e-czytelnicy?	2011	-	Legimi	Analiza danych i aktywności klientów Legimi	celowy	3835	bez ograniczeń	klienci Legimi	tak
23	Badanie czytelników książek i e-booków	2014	Legimi	Agencja Badawcza sw Research	Ankieta w internecie	losowy	4610	bez ograniczeń	internauci	nie
24	Kim są fani e-booków	2012	-	Virtualo	Ankieta do indywidualnego wypełnienia w Salonie Nowych Mediów na Targach Książki w Krakowie w 2012 roku	losowy	230	bez ograniczeń	uczestnicy imprezy, którzy zadeklarowali się jako fani e-booków	nie
25	E-czytelnik w wielkim mieście	2013	-	Virtualo	Wywiad bezpośredni w centrum Warszawy, w środkach komunikacji miejskiej oraz w innych uczęszczanych miejscach stolicy. Ankieter miał za zadanie zebrać odpowiedzi na pytania oraz w trakcie luźnej rozmowy jak najwięcej dowiedzieć się o opiniach i preferencjach osób, które poświęciły mu czas	losowy	504	15+	mieszkańcy Warszawy	nie
26	Czytnikolizacja	2014	-	Virtualo	Ankieta w internecie na www.czytnikolizacja.pl	losowy	5500+	bez ograniczeń	internauci	nie
27	Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce. Badanie etnograficzne	2014	Polska Izba Książki	OPI PIB	Indywidualny wywiad pogłębiony (IDI)	celowy	20	15+	nie	nie
28	Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce. Panel internetowy (2 fale)	2013, 2014	Polska Izba Książki	OPI PIB	Ankieta w internecie (CAWI)	losowy	212 (125 + 87)	15+	nie	nie
29	Kierunki i formy transformacji czytelnictwa w Polsce. Dyskusje eksperckie (2 panele)	2013, 2014	Polska Izba Książki	GAB Media	Dyskusje grupowe BFD (bulletin board discussion) z wykorzystaniem platformy internetowej	celowy	32 (21 + 11)	bez ograniczeń	nie	nie

Nr	Nazwa / tematyka badania	Rok badania	Zleceniodawca	Realizator badania	Rodzaj / technika badania	Próba			Zbiorowość generalna	Reprezentatywność próby w odniesieniu do zbiorowości generalnej
						dobór	liczebność	wiek		
30	Kompas social media. Książki. Nawet Facebook zachęca do czytania	2010-2012	-	Instytut Monitorowania Mediów	Analiza danych zastanych. Analizę wykonano na podstawie 55 592 materiałów internetowych dostarczonych przez Instytut Monitorowania Mediów, związanych z czytaniem książek	-	-	-	użytkownicy portali społecznościowych	-
31	Kompas social media. Co czyta Facebook, czyli książki w social mediach	2014	-	Instytut Monitorowania Mediów	Analiza danych zastanych. Analizie poddano 25 965 wzmianek w mediach społecznościowych na temat deklaracji czytelnictwa użytkowników portali społecznościowych. Instytut Monitorowania Mediów zbadał frazy: „prze- czytałem książkę” wraz z jej odwołaniami (2539 wzmianek) oraz „prze- czytałem” (wraz z odwołaniami) w kontekście kategorii książek (23 426 wzmianek): „Biografie i autobiografie”, „Eseje”, „Fantastyka”, „Historyczne”, „Horror”, „Komiks”, „Kryminał”, „Opowiadanie”, „Poezja”, „Popularnonaukowe”, „Poradnik”, „Powieść”, „Przygodowe”, „Reportaż”, „Romans”, „Science fiction”	-	-	-	użytkownicy portali społecznościowych	-
32	E-konsumenci (Consumer Journey Online)	2013, 2014	Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska	IBBR (2013), OPI PIB (2014)	Ankieta emitowana na przestrzeni wydawców internetowych obejmujących łącznym zasięgiem ponad 90% polskich internautów w wieku 15+	losowy	15 742 (11 000 + 4742)	15+	internauci e-konsumenci	tak
33	To-my czytamy. G096. Książki, e-booki, czytanie	2014	-	IBBR, Gemius	Omnibus online, technika CAWI, metoda rts (emisja ankiet na stronach internetowych): ankiety w formie pop-under wyświetlane są losowo na ponad sześćdziesięciu tysiącach witryn internetowych korzystających z bezpłatnej wersji systemu stat24 lub bezpłatnego audytu site-centric stat.pl/ pbi	losowy	1000	15+	internauci	tak

Nr	Nazwa / tematyka badania	Rok badania	Zleceniodawca	Realizator badania	Rodzaj / technika badania	Próba			Zbiorowość generalna	Reprezentatywność próby w odniesieniu do zbiorowości generalnej
						dobór	liczebność	wiek		
34	Jak e-czytają Polacy?	2012	-	Publio, Świat Czytników	Ankieta w internecie na stronie publio.pl (link też na swiatczytnikow.pl)	losowy	ponad 4000	bez ograniczeń	internauci	nie
35	Audiobooki w Polsce	2014	audiobook.pl	PBS	OmnipBS, wywiad bezpośredni (CAPI)	losowy	2000	15+	mieszkańcy Polski	tak
36	Pokaż, jak czytasz. Raport merlin.pl	2015	-	Merlin.pl	Ankieta w internecie wypełniana za pośrednictwem strony AnkietaPlus.pl	losowy	1013	bez ograniczeń	internauci	nie

* Do kwietnia 2012 r. TNS OBOP i TNS Pentor.

SPIS TABEL

CZĘŚĆ PIERWSZA. BADANIE ILOŚCIOWE

Tabela 1. Codzienne wykorzystywanie urządzeń (1)	25
Tabela 2. Codzienne wykorzystywanie urządzeń (2)	26
Tabela 3. Codzienne wykorzystywanie urządzeń (3)	27
Tabela 4. W jaki sposób korzysta Pan(i) z internetu? (1)	29
Tabela 5. W jaki sposób korzysta Pan(i) z internetu? (2)	30
Tabela 6. W jaki sposób korzysta Pan(i) z internetu? (3)	31
Tabela 7. Co robił(a) Pan(i) wczoraj? Proszę wymienić wszystkie wykonywane czynności – mając na uwadze czas od obudzenia się do pójścia spać	36
Tabela 8. Segmentacja czynności wykonywanych wczoraj (1)	39
Tabela 9. Segmentacja czynności wykonywanych wczoraj (2)	40
Tabela 10. Jakiego rodzaju teksty czytał(a) Pan(i) wczoraj?	42
Tabela 11. Jakie książki czytał(a) Pan(i) wczoraj?	47
Tabela 12. Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy przeczytała Pan(i) lub przejrzał(a) co najmniej jedną książkę, bez względu na formę?	51
Tabela 13. Ile książek (bez względu na formę) przeczytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?	53
Tabela 14. Podczas jakich działań / z jakich przyczyn „często” czyta Pan(i) książki?	57
Tabela 15. Czym się Pan(i) kieruje wybierając książki? (1)	59
Tabela 16. Czym się Pan(i) kieruje wybierając książki? (2)	60
Tabela 17. Jakiego typu książki czytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?	61
Tabela 18. Źródła częstego pozyskiwania książek (w tym e-booków i audiobooków) do czytania lub słuchania dla respondenta lub innych domowników w ciągu ostatnich 12 miesięcy (1)	65
Tabela 19. Źródła częstego pozyskiwania książek (w tym e-booków i audiobooków) do czytania lub słuchania dla respondenta lub innych domowników w ciągu ostatnich 12 miesięcy (2)	66

Tabela 20. Z jakiego źródła pozyskiwał(a) Pan(i) książki w ciągu ostatnich 12 miesięcy?	68
Tabela 21. Proszę ocenić, ile – w przybliżeniu – wydaje Pan(i) średnio w ciągu roku na zakup książek innych niż podręczniki?	71
Tabela 22. Proszę ocenić, ile – w przybliżeniu – wydaje Pan(i) średnio w ciągu roku na zakup podręczników?	72
Tabela 23. Czy zdarzało się, że... ..	74
Tabela 24. Proszę oszacować, ile – w przybliżeniu – posiada Pan(i) książek papierowych?	76
Tabela 25. Czy, w Pana(i) odczuciu, ma Pana(i) w domu... (1)	77
Tabela 26. Czy, w Pana(i) odczuciu, ma Pana(i) w domu... (2)	78
Tabela 27. Szacunkowa liczba książek papierowych a samoocena wielkości księgozbioru	78
Tabela 28. Czy zdarza się Pan(i) z kimś rozmawiać o przeczytanej książce? (1)	81
Tabela 29. Czy zdarza się Pan(i) z kimś rozmawiać o przeczytanej książce? (2)	82
Tabela 30. Z kim zdarza się Panu(i) rozmawiać o przeczytanej książce? (1)	83
Tabela 31. Z kim zdarza się Panu(i) rozmawiać o przeczytanej książce? (2)	84
Tabela 32. Jak Pan(i) sądzi, czy czytelnictwo książek (rozumiane jako liczba osób czytających książki) w ostatnich latach w Polsce... (1)	85
Tabela 33. Jak Pan(i) sądzi, czy czytelnictwo książek (rozumiane jako liczba osób czytających książki) w ostatnich latach w Polsce... (2)	86

CZĘŚĆ DRUGA. PRZEGLĄD I ANALIZA BADAŃ CZYTELNICTWA W POLSCE ZREALIZOWANYCH W LATACH 2010–2015

Tabela 1. Najpopularniejsi autorzy w badaniach IKICZ w latach 2010–2014	114
Tabela 2. Źródła czytanych książek (w % czytelników)	114
Tabela 3. Źródła zakupu książek w latach 2010–2014 (w % nabywców)	115
Tabela 4. Czy w minionym roku przeczytał(a) Pan(i) książkę dla przyjemności? (% wskazań)	117
Tabela 5. Czy w minionym roku korzystał(a) Pan(i) z internetu w celach pozazawodowych? (% wskazań)	118
Tabela 6. Odsetek gospodarstw niezainteresowanych zakupem książek a poziom wykształcenia głowy gospodarstwa domowego w latach 2009, 2011 i 2013 ...	120
Tabela 7. Liczba czytanych w ciągu ostatniego miesiąca książek papierowych, elektronicznych (e-booków) i liczba słuchanych w ciągu ostatniego miesiąca audiobooków (WTK 2014 i 2015; % wskazań)	121

ANEKS

Tabela 1. Charakterystyka społeczno-demograficzna respondentów	159
Tabela 2. Obiektywna i subiektywna ocena sytuacji materialnej	160

Tabela 3. Wykształcenie rodziców	161
Tabela 4. Słuchanie w dzieciństwie głośnej lektury	161
Tabela 5. Zaangażowanie w życie polityczne i społeczne	162
Lista badań przeprowadzonych w latach 2010–2015 uwzględnionych w przeglądzie.	181

SPIS WYKRESÓW

CZĘŚĆ PIERWSZA. BADANIE ILOŚCIOWE

Wykres 1. Do których z poniższych urzędzeń ma Pan(i) swobodny dostęp?	23
Wykres 2. Jak często osobiście korzysta Pan(i) z wymienionych na ekranie urzędzeń?	24
Wykres 3. W jaki sposób korzysta Pan(i) z internetu?	28
Wykres 4. Co robił(a) Pan(i) wczoraj? Proszę wymienić wszystkie wykonywane czynności – mając na uwadze czas od obudzenia się do pójścia spać	33
Wykres 5. Proszę o wskazanie tych czynności, które zajęły Panu(i) wczoraj najwięcej czasu	35
Wykres 6. Segmentacja czynności wykonywanych wczoraj	38
Wykres 7. Jakiego rodzaju teksty czytał(a) Pan(i) wczoraj? (1)	41
Wykres 8. Jakiego rodzaju teksty czytał(a) Pan(i) wczoraj? (2)	44
Wykres 9. Jakiego rodzaju teksty czytał(a) Pan(i) wczoraj? (3) – liczba czytanych tekstów	45
Wykres 10. Proszę wskazać, jakiego rodzaju dzienniki lub czasopisma czytał(a) Pan(i) wczoraj?	45
Wykres 11. O jakiej porze /porach wczoraj czytał(a) Pan(i) książkę?	46
Wykres 12. Czy czytał(a) Pan(i)...	46
Wykres 13. Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy przeczytała Pan(i) lub przejrzał(a) co najmniej jedną książkę, bez względu na formę?	50
Wykres 14. Ile książek (bez względu na formę) przeczytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?	52
Wykres 15. Czy wśród przeczytanych w ciągu ostatnich 12 miesięcy przez Pana(ią) książek były e-booki / audiobooki?	52
Wykres 16. Ile e-booków / audiobooków przeczytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?	54
Wykres 17. Z jakich urzędzeń korzystał(a) Pan(i), aby czytać książki elektroniczne i/lub słuchać książek dźwiękowych?	54

Wykres 18. Co ogranicza Pana(i) kontakt z książkami?	55
Wykres 19. Podczas jakich działań / z jakich przyczyn czyta Pan(i) książki? Do czego są Panu(i) one potrzebne?	56
Wykres 20. Czym się Pan(i) kieruje wybierając książki?	58
Wykres 21. Jakiego typu książki czytał(a) Pan(i) w ciągu ostatnich 12 miesięcy?	61
Wykres 22. Czy wybierał(a) Pan(i) książki literackie... ..	62
Wykres 23. Jakich tematów dotyczyły czytane przez Pana(i) książki nieliterackie?	62
Wykres 24. Źródła częstego pozyskiwania książek (w tym e-booków i audiobooków) do czytania lub słuchania dla respondenta lub innych domowników w ciągu ostatnich 12 miesięcy	64
Wykres 25. Z jakiego źródła pozyskiwał(a) Pan(i) książki w ciągu ostatnich 12 miesięcy?	67
Wykres 26. Proszę ocenić, ile – w przybliżeniu – wydaje Pan(i) średnio w ciągu roku na zakup książek innych niż podręczniki?	70
Wykres 27. Proszę ocenić, ile – w przybliżeniu – wydaje Pan(i) średnio w ciągu roku na zakup podręczników?	72
Wykres 28. Czy zdarzało się, że... ..	73
Wykres 29. Proszę oszacować, ile – w przybliżeniu – posiada Pan(i) książek papierowych?	75
Wykres 30. Czy, w Pana(i) odczuciu, ma Pana(i) w domu... ..	77
Wykres 31. Ile – w przybliżeniu – posiada Pan(i) (bez względu na miejsce przechowywania, np. komputer, tablet, czytnik, smartfon, płyta CD, półka w e-księgarni) e-booków / audiobooków?	79
Wykres 32. Czy zdarza się Pan(i) z kimś rozmawiać o przeczytanej książce?	80
Wykres 33. Z kim zdarza się Panu(i) rozmawiać o przeczytanej książce?	82
Wykres 34. Jak Pan(i) sądzi, czy czytelnictwo książek (rozumiane jako liczba osób czytających książki) w ostatnich latach w Polsce.....	84

CZĘŚĆ DRUGA. PRZEGLĄD I ANALIZA BADAŃ CZYTELNICTWA W POLSCE ZREALIZOWANYCH W LATACH 2010–2015

Wykres 1. Czy ktokolwiek z członków Pana(i) gospodarstwa domowego musiał z powodu braku pieniędzy zrezygnować w ciągu ostatniego roku z zakupu książki?	119
Wykres 2. Najpopularniejsze miejsca dyskusji w mediach społecznościowych na temat wszystkich kategorii książek.	123
Wykres 3. Na jakim urządzeniu czytasz e-booki?	124
Wykres 4. Od czasu kupienia czytnika... ..	125
Wykres 5. „Dlaczego nie słucha Pan(i) audiobooków?”	126



Publikacja bezpłatna dofinansowana ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego
w ramach Programu Obserwatorium Kultury.