

KIERUNKI I FORMY

TRANSFORMACJI

CZYTELNICTWA

W POLSCE.

RAPORT Z BADANIA

ZAŁOŻYCIELSKIEGO

Informacje o badaniu

Badanie Założycielskie przeprowadzono metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganych komputerowo (CAPI) w dniach 29 października – 26 listopada 2013 roku na liczącej 2031 osób reprezentatywnej próbie losowej mieszkańców Polski mających 15 lat i więcej (próba wyjściowa z PESEL N=5280) oraz na próbie 585 osób mających przynajmniej 15 lat, zamieszkujących w jednym gospodarstwie z respondentami wylosowanymi z bazy PESEL.

W celu zachowania reprezentacyjności próby uzyskane wyniki zostały poddane wazeniu. W pierwszej kolejności wyznaczone zostały wagi przywracające pierwotną strukturę próby zakłóconą przez odmowy odpowiedzi. W tym celu badana zbiorowość została podzielona na podgrupy ze względu na klasy miejscowości zamieszkania (wyróżnia się 6 klas wielkości miejscowości). Następnie dla każdej obserwacji oszacowano wskaźnik kompletności odpowiedzi, równy poziomowi kompletności odpowiedzi obserwowanemu w odpowiedniej dla danej obserwacji klasie miejscowości. Dodatkowo zastosowano procedurę wazienia obserwacji ze względu na odchylenie od struktury demograficznej badanej populacji. Do tego celu wykorzystano aktualne dane publikowanych przez Główny Urząd Statystyczny. Wagi początkowe zostały ostatecznie skorygowane przy użyciu iteracyjnej procedury wazienia wieńcowego (*rim weighting*), w której uwzględniono rozkłady następujących zmiennych:

- województwo zamieszkania
- typ obszaru zamieszkania (obszar wiejski i obszar miejski)
- płeć
- grupa wiekowa (6 kategorii),
- aktywność zawodowa (4 kategorie).

Utworzono dwie wagi:

- wagę indywidualną – obejmującą próbę respondentów z próby PESEL
- wagę gospodarstw domowych – obejmującą całą badaną populację, czyli zarówno respondentów z próby PESEL, jak i pozostałych badanych zamieszkujących w jednym gospodarstwie z respondentami z bazy PESEL.

Czytelnictwo w kontekście innych rozrywek i częstotliwość kontaktu z tekstem

Spędzanie czasu wolnego. Najczęściej wskazywaną formą spędzania czasu wolnego było oglądanie telewizji (73% wskazań). Poświęcanie czasu rodzinie, spędzanie go z dziećmi, małżonkami, czy wnukami zadeklarowała połowa badanych osób (50%), a 44% respondentów czas wolny przeznaczało na spacer. Czytanie książek oraz gazet i tygodników stanowiło odpowiednio 41% i 40% odpowiedzi; na słuchanie audiobooków wskazało 1% badanych. Kolejnymi często wskazywanymi aktywnościami w czasie wolnym było wykonywanie zaległych prac w domu (37%), przeglądanie stron internetowych (35%), spędzanie czasu ze znajomymi i przyjaciółmi (34%), prace na działce czy w ogrodzie (34%) oraz odpoczynek (31%). Mniej popularnymi formami organizacji czasu wolnego od pracy było słuchanie muzyki (20%), chodzenie do kościoła, poświęcanie czasu na modlitwę (29%), wysypianie się (24%), uprawianie sportu (21%) oraz słuchanie audycji radiowych (21%). Badani poświęcali swój czas również na takie czynności jak remonty, słuchanie muzyki w Internecie, wyjeżdżanie na wycieczki za miasto, koncerty, kino, teatr, oglądanie filmów w domu, zajmowanie się swoim samochodem i zabawę w klubach czy dyskotekach. 12% zadeklarowało inną formę spędzania czasu wolnego, a 2% badanych wskazało, że tego czasu nie ma.

Aktywności wykonywane dla przyjemności. Najczęściej deklarowaną aktywnością, na którą badani dla przyjemności poświęcali czas w dniu poprzedzającym badanie było słuchanie radia (58%, w ciągu ostatniego miesiąca kolejne 26%), oglądanie filmów (53%, w ciągu ostatniego miesiąca: 38%) oraz seriali telewizyjnych (49%, ostatni miesiąc: 29%). W ciągu ostatniego miesiąca telewizyjny program rozrywkowy oglądała ponad połowa Polaków (58%). Rozrywki, na które badani najrzadziej poświęcali swój czas to: dawniej niż 12 miesięcy temu: kino (49%), teatr (60%), koncert (47%), muzeum, wystawy (50%) czy teatr telewizji (29%, 28%: nigdy). Zdecydowanie najmniej popularnymi aktywnościami było granie w fabularne gry komputerowe (nigdy: 71%), granie w gry planszowe lub karciane (nigdy: 49%) oraz oglądanie zdjęć lub filmów w Internecie (nigdy: 43%).

Aktywność a czytelnictwo. Na wczorajsze czytanie gazet dla przyjemności wskazało 40% Polaków (w ciągu ostatniego miesiąca: 42%). Dodatkowo, w ciągu ostatnich 12 miesięcy gazety czytało 6% Polaków, a nigdy – 6%. Odsetek osób czytających w dniu poprzedzającym badanie książkę wynosi 17%, w ostatnim miesiącu 25%, w ciągu 12 miesięcy – 20%, jeszcze rzadziej 29%, a nigdy – 8%. Najbardziej podzieleni pod względem ostatniego korzystania byli badani czytający dla przyjemności treści umieszczane w Internecie: 32% odwiedziło blogi, czy portale społecznościowe w dniu poprzedzającym badanie, a blisko 40% – nigdy. Najbardziej wskazywaną aktywnością było słuchanie audiobooków. W ciągu ostatniego roku dla przyjemności książek słuchało zaledwie 6% Polaków; taki sam odsetek badanych zadeklarował korzystać z audiobooków jeszcze dawniej, natomiast 88% nigdy.

Strata czasu czy czas dobrze wykorzystany? Za zajęcie najbardziej warte poświęcenia czasu Polacy uznali czytanie książek (74%) Nieco niżej pod tym względem ocenili czytanie gazet lub czasopism (65%), oglądanie filmów w kinie (60%), oglądanie przedstawień w teatrze, chodzenie na koncerty (57%) oraz oglądanie wystaw w galeriach czy muzeach (57%). Blisko połowa respondentów (47%) jako zajęcie warte poświęcania czasu uznało oglądanie programów rozrywkowych w telewizji. Około jednej trzeciej badanych uznało za wartościowe takie czynności, jak takie oglądanie seriali telewizyjnych (38%), słuchanie książek (36%) oraz odwiedzanie blogów, portali, serwisów społecznościowych (32%). Aktywnościami, które respondenci uznali za najmniej warte czasu, były gry planszowe, karciane (28%) oraz w fabularne gry wideo (10%)

Intelektualna rozrywka. Ponad 80% respondentów zadeklarowało gotowość do ponownego przeczytania tekstu, jeśli za pierwszym razem nie zrozumiało jakiejś jego części. Blisko 78% badanych za dobrą książkę uważa taką, która wymaga od czytelnika myślenia, a 74% lubi filmy, w których trudno przewidzieć zakończenie. 68% respondentów zadeklarowało odczuwanie przyjemności w trakcie rozwiązywania zadań, które wymagają wysiłku poznawczego, natomiast 67% respondentów preferowało książki, pozwalające na chwilę oderwać się od rzeczywistości. Nieco mniejszy odsetek badanych wskazał na lubienie rozwiązywania zagadek (60%) choć tylko 40% zadeklarowało gotowość do poświęcenia wielu godzin, by znaleźć ich rozwiązanie. Dla blisko połowy (53%) respondentów atrakcyjną formą spędzania czasu okazały się takie formy rozrywki umysłowej, jak gra w szachy, rozwiązywanie krzyżówek czy Sudoku.

Cel czytania. Najczęściej deklarowanym motywem intensywnego kontaktu z tekstami (codziennie lub kilka razy w tygodniu) okazała się potrzeba bycia na bieżąco z aktualnymi wydarzeniami (70%). Jedna dziewiąta (11%) z tego powodu sięgała po teksty kilka razy w miesiącu, a 7% rzadziej. Na brak kierowania się takim motywem wskazał ponad co dziesiąty respondent. Częste czytanie w celu zdobycia wiedzy lub pogłębienia informacji zadeklarowało 60% badanych; w tym celu 19% badanych poświęcało swój czas kilka razy w miesiącu, blisko 9% rzadziej, a 12% nigdy. W celu sprawienia sobie przyjemności codziennie lub kilka razy w tygodniu do tekstów zaglądała ponad połowa respondentów (51%), 17%, kilka razy w miesiącu, 11% – rzadziej, a 13% – nigdy. Rzadziej wskazywanym motywem, którym kierowali się badani była chęć zabicia czasu. Regularne kierowanie się tym motywem zadeklarowało 47% badanych. Najrzadziej wskazywanymi motywami, jakimi kierowali się badani przy wybieraniu tekstów do czytania były te, związane z pracą czy szkołą (44% procent respondentów nigdy nie czytało takich tekstów).

Książki w ostatnich 12 miesiącach. Czytanie minimum jednej książki w wersji papierowej w ciągu ostatnich 12 miesięcy zadeklarowało 68% respondentów. Około jednej siódmej badanych (15%) miało kontakt z 2-3 książkami. Około jednej ósmej (13%) zaczęło czytać lub przeczytało od czterech do pięciu książek; taki sam odsetek respondentów zadeklarował kontakt z sześcioma – dziesięcioma książkami. Na przeczytanie fragmentu, bądź całości 11 do 20 książek wskazało blisko 9% badanych. Najbardziej zaangażowani czytelnicy, deklarujący kontakt z więcej niż 20 książkami w ciągu ostatnich 12 miesięcy, stanowili 10%. Problem z określeniem liczby przeczytanych książek miał 1% respondentów. Blisko jedna trzecia (31%) w tym czasie nie przeczytała ani jednej książki. Znacznie większy odsetek badanych w ciągu ostatnich 12 miesięcy nie miał kontaktu z książkami w wersji elektronicznej (e-booki) – 91%. Zbliżona grupa respondentów nie słuchała w tym czasie audiobooków (92%).

Książki w ciągu ostatnich 30 dni. Połowa badanych (50%) w ciągu ostatniego miesiąca nie miała kontaktu z ani jedną książką. Ponad jedna piąta respondentów w tym czasie przeczytała lub zaczęła czytać jedną książkę; dla 17%. było to dwie lub trzy książki. Kontakt z czterema – pięcioma książkami potwierdziło 7% badanych, a sześcioma – dziesięcioma 2%. Taki sam odsetek respondentów czytał ponad 10 książek. Aż 96% badanych nie miało kontaktu z e-bookami, a 97% – z audiobookami.

Spośród 196 respondentów, którzy zadeklarowali kontakt z książkami elektronicznymi 76 wskazało na czytanie tych książek na komputerze stacjonarnym lub laptopie, a 43 na tablecie. 39 badanych zadeklarowało korzystanie ze specjalnego czytnika książek elektronicznych, a 30 badanych do tego celu wykorzystywało telefon komórkowy lub smartfon.

Źródła książek. Respondenci szukając książek do czytania najczęściej korzystali z domowego księgozbioru (często: 31%, rzadko: 39%); ponad połowa zaglądała do niego z podobną częstotliwością jak rok temu, 25% – rzadziej, a 15% – częściej. Częste wypożyczenie książek z biblioteki zadeklarowało 25% badanych (22% rzadko). Skłonność do szukania książek w tym miejscu zdaje się spadać: 58% korzystało z biblioteki podobnie jak rok temu, 22% rzadziej, a 14% częściej niż przed 12 miesiącami. Podobnie spada częstotliwość pożyczania książek od znajomych (częste korzystanie z tego źródła zadeklarowało 17%, rzadkie 34%), kupowania nowych książek (17% kupuje często, 40% rzadko), dostawiania ich w prezencie (9% dostaje często, 44% – rzadko) oraz kupowania książek z używanych (4% często, 17% – rzadko).

Najmniejszy odsetek badanych zadeklarował pobieranie książek z Internetu. Często korzystanie z tego źródła potwierdziło 3% badanych, rzadkie zaś 8%. Blisko 70% pobiera pliki z podobną częstotliwością jak rok wcześniej; 11% – rzadziej, a 3% – częściej niż 12 miesięcy temu.

Przeglądanie fragmentów. Miejscem, w którym badani najczęściej przeglądali, bądź czytali fragmenty książek była księgarnia. Na częste przeglądanie książek w tym miejscu wskazała ponad jedna piąta respondentów. Około jednej dwunastej ankietowanych (16%) często przeglądało fragmenty w czytelnicy, czy bibliotece, 12% zaś u znajomych i rodziny. Mniej niż 10% wskazań dotyczyło stron internetowych, supermarketów czy sieciowych sklepów spożywczych. Około 3% respondentów przeglądało książki na targach książki; podobny odsetek badanych wskazał na antykwariaty, a zaledwie 1% na kawiarnie.

Nabywanie książek i ich społeczny obieg *online* i *offline*

Część badania koncentrowała się na transformacji czytelnictwa z postaci analogowej do cyfrowej i związanymi z tym zmianami nawyków czytelniczych. Czytelnictwo jako praktyka angażująca społecznie, a także nabywanie książek *online* i *offline* oraz obieg nowych i używanych książek, w tym pozbywanie się książek niepotrzebnych.

Nawyki czytelnicze. Ponad 70% respondentów zauważa, że cyfrowa postać książek i czasopism nie wpłynęła na ich nawyki czytelnicze. Trzy czwarte (75%) respondentów zauważa, że książki czyta w tej samej ilości, co dawniej, a 72% twierdzi tak w odniesieniu do gazet i czasopism. Jeśli jednak dostrzegają zmianę swoich czytelniczych nawyków, to częściej mówią o spadku, a nie wzroście zainteresowania książkami (11% czyta ich mniej wobec 6% czytających więcej) oraz gazetami i czasopismami (14% czyta ich mniej wobec 8% czytających więcej). Podobne są odsetki tych, którzy mają problem z samooceną swojej aktywności czytelniczej: 7% respondentów nie wie, czy czyta więcej czy mniej książek, a 6% nie wie tego na temat czytanych przez siebie gazet i czasopism.

Czytanie na głos. Ponad 30% Polaków czyta dzieciom na głos – przeważnie kilka razy w tygodniu (8%) lub codziennie (7%). Ponad 10% czyta na głos domownikom innym niż dzieci, a mniej niż 10% czyta na głos jeszcze innym osobom, spoza kręgu domowników.

Rodzina i znajomi. Jeśli chodzi o czytanie książek, 78% Polaków postrzega swoją rodzinę jako regularnych (32%) lub okazjonalnych (46%) czytelników książek. Natomiast 68% Polaków widzi swoich znajomych i przyjaciół jako regularnych czytelników książek (19%) lub czytelników okazjonalnych (49%). Zarówno najbliższą rodzinę, jak i przyjaciół czy znajomych mniej więcej co piąty respondent zaliczyłby w większości do osób nieczytających książek. Ponad trzy piąte respondentów (62%) stwierdza, że w domach większości ich rodzin i znajomych są książki, a 30% wie, że książki są w domach lub mieszkaniach u niektórych ich znajomych i niektórych członków rodziny. Blisko jedna piąta Polaków (18%) uznaje, że znajomi i rodzina mają mniej książek niż oni, a 29% – że więcej. Niemal dwie piąte (38%) uznaje, że znajomi i rodzina mają na ogół w domach, czy mieszkaniach mniej więcej tyle samo książek, co oni.

Wymiana opinii o książkach. Ponad połowa Polaków wymienia się zarówno informacjami na temat tytułów czytanych przez siebie książek, jak i treści tych książek, w tym fabuły. W obu przypadkach – tytułu oraz treści – mniej więcej 36% Polaków deklaruje rzadkie, a 17% częste rozmowy o książkach. Wśród osób, z którymi respondenci mają na co dzień kontakt, nieco więcej niż połowa widzi uczestników wymiany rekomendacji książek lub autorów wartych czytania. Jedna piąta (20%) deklaruje, że w ich otoczeniu często poleca się lub odradza książki bądź autorów, a 32%, że czyni się to rzadko. Dopytując respondentów, gdzie ma miejsce wymiana opinii na temat książek lub autorów, uzyskaliśmy wynik wskazujący na małą rolę internetu. 6% respondentów wskazało serwisy społecznościowe, a 2% wskazało fora dyskusyjne poświęcone książkom jako miejsca, w których wymieniają opinie o książkach. Natomiast dom i spotkania rodzinne (56%), spotkania towarzyskie (54%) czy pracę (31%) wskazywały znacznie większe odsetki Polaków.

Pogłębione rozmowy o książkach. Ponad dwie piąte (44%) respondentów w ciągu dwunastu miesięcy przed badaniem rozmawiały z kimś o czytanej przez siebie książce przez dłuższy czas. Odsetek ten jest sumą odsetka Polaków prowadzących takie rozmowy kilkakrotnie (24%), jednokrotnie (12%) i wielokrotnie (8%). Tym samym 54% stwierdza, że w ciągu minionego roku nie przeprowadzili z nikim dłuższej rozmowy o książce.

Czytanie jako sprawa publiczna bądź prywatna. Ponad jedna trzecia Polaków (36%) uważa, że czytanie jest ich sprawą prywatną i na ogół nie informują innych o tym, co czytają. Dwie piąte (40%) czasami informuje innych o tym, jaką książkę czyta, zaś 10% twierdzi, że zawsze dzieli się informacjami o czytanej przez siebie książce z innymi.

Źródła rekomendacji książek do czytania. Trzy czwarte Polaków (76%) twierdzi, że wybiera książki samodzielnie. Liczy się także głos innych osób: znajomych i rodziny (35%), recenzje innych czytelników (11%) i listy bestsellerów (7%). Mniejsze znaczenie dla ogółu ankietowanych mają profesjonalne recenzje (10%) i nagrody, jakie dostała książka (6%). Na tym tle zwraca uwagę bibliotekarz (10%) jako lider opinii przewyższający zarówno recenzentów jak i jurorów w konkursach swoim dostrzeganym przez ankietowanych wpływem na ich czytelnicze wybory.

Obieg książek offline. W obiegu pierwotnym w nowe książki zaopatruje się 43% Polaków, a w przecenione nieużywane tanie książki 8%. Około jednej ósmej (12%) wskazuje na super- i hipermarkety, a 7% na sieciowe dyskonty spożywcze. Nieliczni subskrybują serie

książek (mniej niż 1%). Książki bywają prezentem dla jednej czwartej Polaków (26%). Obieg książek używanych w antykwariatach dotyczy 6% Polaków, ale w bibliotece już 33%, a w przypadku zasobów znajomych – 21%. Co piąty Polak (22%) nie kupuje ani nie pożycza książek.

Kupujący książki w księgarniach niemal tak samo często wybierają duże księgarnie sieciowe (21% Polaków), jak i księgarnie nienależące do sieci (22%).

Obieg książek online. Osoby pozyskujące książki w internecie wybierają księgarnie internetowe (13% Polaków) częściej niż serwisy aukcyjne (10%), serwisy udostępniające pliki (8%) czy biblioteki internetowe (2%).

Płacenie za książki w internecie związane jest z ich kupowaniem w serwisach aukcyjnych (9% Polaków) i księgarniach internetowych (9%), a rzadziej z serwisami udostępniającymi pliki (3%) i bibliotekami internetowymi (mniej niż 1%).

Z kolei bezpłatne pobieranie książek w serwisach z plikami deklaruje co dwudziesty respondent (5%), a w księgarniach internetowych 5% respondentów. Pozostałe miejsca udostępniające książki za darmo skupiają około 1% Polaków.

Spośród 160 respondentów, którzy zadeklarowali ściąganie książek z Internetu za darmo, mniej niż co drugi (72 osoby) motywował to zbyt wysoką ceną książek, a podobna liczba (71 osób) lepszym wyborem i wygodą znalezienia tego, co potrzebne. 31 respondentów mówiło o nowościach w internecie jako czynniku skłaniającym ich do pobierania książek za darmo, a 29 o dogodności korzystania z wersji elektronicznej lub dźwiękowej zamiast papierowej.

64 respondentów potwierdziło, że pobierało w minionym roku z internetu nieautoryzowaną / nielegalną kopię książki lub audiobooka, z czego 8 mówiło o ściąganiu książek wielokrotnie, 34 kilkukrotnie, a 22 jednokrotnie. Twierdzili, że gdyby książek nie dało się pobrać z internetu za darmo, to szukaliby książki gdzie indziej (44 wskazania) albo rezygnowaliby z jej pozyskania (16 wskazań).

Spośród 44 respondentów deklarujących poszukanie książki gdzie indziej, większość szukałaby możliwości pożyczania książki używanej (19 wskazań), 3 osoby kupiłoby używaną, a 14 osób kupiłoby nową. 7 respondentów skserowałoby książkę, a 1 przeczytałby tylko fragment.

W całej próbie 27 respondentów zadeklarowało, że udostępnia książki w Internecie, aby udostępnić je innym, z czego 5 zrobiło to tylko jeden raz.

Wydatki na książki. Dwie piąte Polaków (40%) deklaruje zerowe wydatki na książki w ciągu miesiąca (a 30% w ciągu roku). Około jednej ósmej (13%) wydaje miesięcznie nie więcej niż 20 zł, a 18% od 21 do 50 zł. Co dwudziesty (5%) deklaruje wydatki na książki od 50 do 100 zł miesięcznie, a nieliczni (2%) od 101 do 400 zł.

W skali roku 8% Polaków wydaje na książki od 21 do 50 zł, a 10% od 50 do 100 zł. 8% Polaków deklaruje wydatki od 101 do 200 zł. Jedna siódma (14%) wydaje na książki od 201 do 500 zł, a 7% kupuje w ciągu roku książki za 501 zł lub więcej.

Pozbywanie się książek. Ponad ośmiu na dziesięciu Polaków (84%) nigdy nie wyrzuciło niepotrzebnych książek. Ci, którzy pozbywają się ich, przekazują książki innym osobom (50% Polaków) i skłonność ta zdaje się rosnąć (21% Polaków przekazało w ostatnim roku przed badaniem książkę innym osobom, 10% bibliotekom, 7% sprzedało, a 4% próbowało oddać książkę, ale bez powodzenia). Są to wyższe odsetki niż w odniesieniu do ostatnich dwóch lat. Jedna dwudziesta (5%) kiedykolwiek próbowała wymienić niepotrzebną książkę na inną w akcji typu „bookcrossing”.

Biblioteki. Niemal dwie trzecie Polaków (64%) Polaków nie wypożyczało w ciągu roku przed badaniem książek z bibliotek. Co piąty (19%) wypożyczał przez ten rok książki wiele razy. Około jednej ósmej Polaków (12%) choć raz w ciągu roku było w czytelnicy. Jedna dziesiąta (10%) korzystała w ciągu roku ze strony internetowej biblioteki.

Dieta tekstowa

Wbrew alarmującym danym o malejącym czytelnictwie w Polsce, z analizy pokazują, że zaledwie co dziewiąty badany (11%) ma kontakt z tekstami (takimi jak książki, czasopisma, artykuły w internecie) rzadziej niż kilka razy w miesiącu (lub też nie ma go wcale). Z deklaracji wynika ponadto, że przynajmniej jedną książkę w ciągu miesiąca poprzedzającego badanie czytała lub słuchała ponad połowa respondentów (51%). Z kolei w ciągu ostatniego roku książkę w całości przeczytało lub wysłuchało ponad dwie trzecie badanych (69%).

W celu uzyskania bardziej szczegółowego obrazu czytelnictwa zawężiliśmy badanie kontaktu z tekstem do jednego dnia próbując uchwycić i opisać coś co można nazwać dietą tekstową Polaków. W dniu poprzedzającym badanie kontaktu z tekstem nie miała blisko jedna czwarta ankietowanych (23%). Siedmiu na dziesięciu (71%) czytało teksty inne niż książki, a około jednej trzeciej (30%) – książki.

Tabela 1

Czytający w dniu poprzedzającym badanie:	Odsetek ogółu badanych
książkę / książki	30
inny tekst / inne teksty	71
nieczytający	23

Co czwarty badany (24%) sięgał dzień przed wywiadem zarówno po książki, jak i inne rodzaje tekstów, blisko połowa (47%) – wyłącznie po teksty nieksiążkowe, natomiast nieliczni (6%) czytali wyłącznie książki.

Tabela 2

Czytający w dniu poprzedzającym badanie:	Odsetek ogółu badanych
zarówno książki, jak i inne teksty	24
wyłącznie książki	6
wyłącznie inne teksty	47
nieczytający	23

Warto wyróżnić niektóre społeczno-demograficzne zależności odnoszące się do czytelnictwa. O ile wśród kobiet i mężczyzn jest tyle samo czytających, o tyle kobiety częściej sięgają po książki i jednocześnie w takim samym stopniu, jak mężczyźni, mają kontakt z innymi tekstami.

Tabela 3

Płeć	Czytelnicy książek	Czytelnicy innych tekstów	Nieczytający
Mężczyźni	22	73	24
Kobiety	37	70	22

Im starsi respondenci, tym rzadziej mają kontakt z tekstem. Najwięcej czytelników (zwłaszcza czytelników książek) – prawdopodobnie w dużej mierze ze względu na kontynuowanie edukacji – jest wśród najmłodszych badanych.

Tabela 4

Wiek	Czytelnicy książek	Czytelnicy innych tekstów	Nieczytający
15-17 lat	72	93	4
18-24	45	89	8
25-34	31	82	13
35-44	30	76	18
45-54	29	65	30
55-64	21	64	29
65 lat i więcej	19	54	38

Czytelnictwu sprzyja zamieszkiwanie w największych aglomeracjach. W dniu poprzedzającym badanie książkę czytała połowa mieszkańców największych miast. Z kolei najwięcej nieczytających jest wśród mieszkańców wsi. Tylko co piąty z nich miał kontakt z książką dzień przed wywiadem.

Tabela 5

Miejsce zamieszkania	Czytelnicy książek	Czytelnicy innych tekstów	Nieczytający
Wieś	22	63	32
Miasto do 20 tys.	30	70	23
Miasto 20 tys.-100 tys.	29	78	18
Miasto 100 tys.-500 tys.	36	76	17
Miasto powyżej 500 tys.	50	86	8

Czytelnictwo, zwłaszcza czytelnictwo książek, jest silnie zależne od wykształcenia. Tylko nieliczni badani mający wyższe wykształcenie nie czytali w dniu poprzedzającym badanie żadnego tekstu. Ponad połowa z nich czytała książkę. Najmniej czytelników jest wśród osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym.

Tabela 6

Wykształcenie	Czytelnicy książek	Czytelnicy innych tekstów	Nieczytający
Podstawowe	24	59	38
Zasadnicze zawodowe	14	62	34
Średnie	32	79	15
Wyższe	52	85	7

Im lepsza sytuacja materialna gospodarstwa domowego, tym częściej jego członkowie mają kontakt z tekstem. Jest to najlepiej widoczne w przypadku tekstów książkowych. Wydaje się jednak, że zależność ta jest przede wszystkim korelatem wykształcenia.

Tabela 7

Ocena własnych warunków materialnych	Czytelnicy książek	Czytelnicy innych tekstów	Nieczytający
Złe	15	53	41
Średnie	24	67	28
Dobre	39	81	14

Osoby regularnie korzystające z Internetu czytają częściej – w tym także książki – niż używający sieci sporadycznie lub nieużywający jej wcale. Jest to jednak prawdopodobnie w znacznym stopniu funkcja młodszego wieku i lepszego wykształcenia, którym częściej legitymują się internauci niż osoby pozostające *offline*.

Tabela 8

Korzystanie z Internetu	Czytelnicy książek	Czytelnicy innych tekstów	Nieczytający
Regularni użytkownicy	43	87	9
Korzystający sporadycznie	18	66	27
Niekorzystający	12	49	45

W składzie diety czytelniczej dominują trzy rodzaje tekstów: krótkie wiadomości tekstowe służące przede wszystkim komunikacji z innymi osobami (38%), artykuły w drukowanych gazetach i czasopismach ogólnotematycznych (37%) oraz krótkie wpisy i wiadomości w internecie, np. na blogach, forach i innych stronach (31%). Jeśli chodzi o książki, najwięcej osób (18%) miało styczność z powieściami, opowiadaniem, biografiami i literaturą faktu. Co jedenasty badany (9%) czytał podręczniki i materiały szkoleniowe, co szesnasty (6%) – książki naukowe i specjalistyczne, a co dwudziesty (5%) – poradniki, przewodniki i książki instruktażowe. Marginalny odsetek ankietowanych (1%) czytał poezję.

Ankietowani zostali również poproszeni o odtworzenie swojej diety czytelniczej sprzed roku bazując na tej samej kategoryzacji tekstów, którą posługiwali się opisując dzień wczorajszy. Z zestawienia wynika, że obecny skład diety czytelniczej jest zbliżony do tego sprzed roku. Największe różnice dotyczą krótkich wiadomości tekstowych i wpisów w internecie, które badani czytają obecnie, we własnym odczuciu, rzadziej niż rok wcześniej, a także beletrystyki i literatury faktu, którą częściej czytali rok temu niż teraz.

Tabela 9

Kategorie tekstów	Czytane obecnie	Czytane rok wcześniej
Krótkie wiadomości tekstowe: SMSy, tweety, bardzo krótkie jednozdaniowe wpisy	38	32
Artykuły w drukowanych gazetach codziennych lub czasopismach ogólnotematycznych	37	34
Krótkie wpisy i wiadomości w internecie: na blogach, forach, stronach portali społecznościowych, e-maile	31	25
Dłuższe teksty w internecie takie jak artykuły na blogach, stronach internetowych, itp.	18	16
Krótkie teksty takie jak reklamy, komunikaty informacyjne, napisy na murach, ulotki, gazetki promocyjne, itp.	18	16
Książki – powieści, opowiadania, biografie, literatura faktu	18	26
Podręczniki, materiały szkoleniowe	9	10
Artykuły w pismach branżowych, specjalistycznych	7	8
Książki naukowe, specjalistyczne	6	8
Poradniki, przewodniki, książki instruktażowe	5	7
Poezje	1	2
Komiksy, albumy	1	2
Inne	1	1
Nie czytałem(a)m żadnego tekstu	23	21
Trudno powiedzieć	-	17

Trzy czwarte ankietowanych, którzy mieli styczność z książką w dniu poprzedzającym wywiad, czytało jedną książkę, 15% – dwie, a co dziesiąty (10%) trzy lub więcej.

Tabela 10

Liczba książek czytanych lub przeglądanych w ciągu poprzedniego dnia	Odsetek badanych, którzy czytali książkę / książki w dniu poprzedzającym badanie
1	75
2	15
3	5
4-5	3
6 i więcej	2

Niemal wszystkie książki wchodzące w skład diety tekstowej były w języku polskim. Nieliczni (4%) czytali książkę napisaną po angielsku, jeszcze mniejsza grupa (1%) – po rosyjsku, a najmniej – po francusku (0,3%) lub niemiecku (0,3%).

Tabela 11

Język książek czytanych lub przeglądanych w ciągu poprzedniego dnia	Odsetek badanych, którzy czytali książkę / książki w dniu poprzedzającym badanie
Polski	98
Angielski	4
Rosyjski	1
Francuski	0,3
Niemiecki	0,3
Hiszpański	0

Pochodzenie książek w diecie tekstowej

Blisko połowa mających kontakt z książką w dniu poprzedzającym badanie (46%) kupiła czytaną książkę, przy czym ogromna większość z nich (90%) nabyła nową książkę, natomiast 15% – używaną. W przypadku jednej czwartej (24%) była to książka wypożyczona z biblioteki, 16% pożyczyło ją od kogoś z rodziny lub znajomych, a 17% dostało. Niewielu respondentów (6%) deklaruje pobranie książki za darmo z internetu.

Tabela 12

Skąd miał(a) Pan(i) tę książkę?	Odsetek badanych, którzy czytali książkę / książki w dniu poprzedzającym badanie
Kupiłem(łam)	46
Wypożyczyłem z biblioteki	24
Dostałem(łam) w prezencie	17
Pożyczyłem(łam) od znajomego, rodziny	16
Ściągnąłem(łam) z internetu za darmo	6
Inne	1
Trudno powiedzieć	3

Im lepsza sytuacja materialne gospodarstwa domowego, tym częstsze wskazania, że książka czytana dzień wcześniej została kupiona. Wśród osób źle sytuowanych najbardziej popularnym sposobem pozyskiwania książek okazuje się być wypożyczanie ich z biblioteki.

Tabela 13

Ocena własnych warunków materialnych	Skąd miał(a) Pan(i) tę książkę?						
	Kupiłem(łam)	Pożyczyłem(łam) od znajomego, rodziny	Wypożyczyłem(am) z biblioteki	Dostałem(łam) w prezencie	Ściągnąłem(łam) z internetu za darmo	Inne	Trudno powiedzieć
Złe	29	23	34	15	3	1	2
Średnie	41	22	24	17	6	1	5
Dobre	50	12	24	17	7	2	2

Tabela 14

Czy była to książka:	Odsetek badanych, którzy kupili czytaną książkę / książki
nowa	90
używana	15
Trudno powiedzieć	1

Czytelnicy nowych książek na ogół nabywali je w księgarni z nowymi książkami (77%), sporadycznie zaś w dyskontach książkowych (5%) lub na targach i kiermaszach (2%). Co dwudziesty (5%) kupił czytaną dzień wcześniej książkę w supermarkecie lub hipermarkecie i tyle samo nabyło ją w sieciowym sklepie spożywczym (np. w Biedronce, Lidlu). Około jednej dziesiątej (9%) kupiło ją w internecie. Jeśli chodzi o źródło pochodzenia książek używanych, dominują antykwariaty (60%), natomiast rzadziej wskazywane są kiermasze i targi książki (25%) lub internet (17%).

Tabela 15

Gdzie kupił(a) Pan(i) tę książkę?	Odsetek badanych, którzy kupili nową książkę / książki
W księgarni z nowymi książkami	77
W internecie	9
W księgarni z przecenionymi nowymi książkami (dyskont książkowy)	5
W supermarkecie, hipermarkecie	5
W sieciowym sklepie spożywczym, np. Biedronka, Lidl, itp.	5
Na kiermaszu książkowym, targach książki	2

Tabela 16

Gdzie kupił(a) Pan(i) tę książkę?	Odsetek badanych, którzy kupili używaną książkę / książki
W księgarni z używanymi książkami (antykwariat)	60
Na kiermaszu książkowym, targach książki	25
W internecie	17

Nośniki tekstów składających się na dietę tekstową

Dominującym nośnikiem książek jest papier (95%). Zaledwie co dwudziesty badany mający dzień przed wywiadem kontakt z książką (5%) czytał ją na komputerze. Sporadycznie wskazywano inne urządzenia mobilne, takie jak smartfon, tablet czy – wymieniany wśród innych – czytnik e-booków. Zróżnicowanie nośników w przypadku innych niż książki tekstów jest większe. Co prawda przeważający odsetek w tym przypadku również deklaruje korzystanie wersji drukowanych, to jednak ponad połowa (52%) czytała inne teksty używając telefonu komórkowego, a niemal połowa (49%) czytała je na komputerze. Tablet jest tu równie mało popularny jak w przypadku dostępu do książek.

Tabela 17

Nośnik	Odsetek badanych, którzy czytali książkę / książki w dniu poprzedzającym badanie	
	Książki	Inne teksty
Papier	95	62
Smartfon, telefon komórkowy	1	52
Komputer	5	49
Ekran umieszczony w miejscu publicznym, billboard, plakat, ściana	0,1	6
Tablet	1	2
Inny*	2	1

* Nośniki wymieniane jako inne to w większości czytniki e-booków

Papier jest najpopularniejszym nośnikiem tekstów książkowych we wszystkich analizowanych kategoriach wiekowych. Z nośników elektronicznych korzystają przede wszystkim młodzi czytelnicy czytelników.

Tabela 18

Wiek	Nośnik				
	Smartfon, telefon komórkowy	Tablet	Komputer	Papier	Inny
15-17 lat	0	1	7	94	3
18-24	0	1	11	95	2
25-34	3	1	8	91	1
35-44	0	0	5	93	4
45-54	1	1	3	96	1
55-64	0	1	1	97	1
65 lat i więcej lat	0	0	0	100	0

Miejsca i pory kontaktu z tekstami

Dla ogromnej większości czytelników (92%) miejscem kontaktu z książką jest dom. Nieliczni wskazują miejsce pracy (7%), albo środki komunikacji, którymi dojeżdżają do pracy lub szkoły. Jeśli chodzi o teksty nieksiążkowe również dominujący odsetek badanych czyta je w domu, niemniej większa niż w przypadku książek grupa sięga po nie w pracy oraz w trakcie dojazdu do niej, co w znacznym stopniu wynika ze specyfiki tych tekstów oraz tego, że częściej niż książki są one czytane za pośrednictwem urządzeń mobilnych – telefonów komórkowych i smartfonów.

Tabela 19

Czy czytał(a) Pan(i) tę książkę / ten tekst w:	Odsetek badanych, którzy czytali książkę / książki w dniu poprzedzającym badanie	
	Książki	Inne teksty
domu	92	93
pracy	7	20
czasie dojazdu do pracy lub szkoły	5	11
dłuższej podróży	1	2
bibliotece, czytelnia	1	0
innym miejscu publicznym	5	7
Inne miejsce	1	1

Interesujące są również pory, w jakich sięga się po teksty. Książki czytane są przede wszystkim wieczorem (62%), rzadziej w ciągu dnia (43%), a jeszcze rzadziej – rano (15%). Z kolei kontakt z innymi tekstami na ogół odbywa się w ciągu dnia (76%), w mniejszym stopniu wieczorem (49%) i sporadycznie – podobnie jak w przypadku książek – rano (22%).

Tabela 20

Kiedy, o jakiej porze dnia czytał(a) Pan(i) tę książkę / ten tekst?	Odsetek badanych, którzy czytali książkę / książki w dniu poprzedzającym badanie	
	Książki	Inne teksty
Rano	15	22
W ciągu dnia	43	76
Wieczorem	62	49
W nocy	8	5

Czas poświęcany na lekturę w dniu poprzedzającym badanie

Analiza miar tendencji centralnych rozkładów czasu poświęcanego przez czytelników na różnego typu teksty, których dotyczyło pytanie, pokazuje, iż pod względem długości czasu spędzanego na lekturze w dniu poprzedzającym badanie bezwzględnym liderem są książki. Czytelnicy książek najczęściej poświęcali na ich lekturę 60 minut (wartość modalna, którą wskazało 22% osób czytających książki w dniu poprzedzającym badanie). Dwie piąte spośród osób, które w dzień poprzedzający badanie czytały książki, poświęciły na ich lekturę więcej niż godzinę.

Tabela 21

Ile czasu zajęło Panu(i) czytanie:	Średnia w minutach	Mediana	Modalna	Odchylenie standardowe
- książek	92	60	60	97,700
- artykułów w drukowanych gazetach codziennych lub czasopismach ogólnotematycznych	36	30	30	33,630
- dłuższych tekstów w Internecie takich jak artykuły na blogach, stronach internetowych, itp.	34	20	30	36,360
- krótkich wpisów i wiadomości w Internecie: na blogach, forach, stronach portali społecznościowych, e-maili	30	20	30	40,538
- artykułów w pismach branżowych, specjalistycznych	27	20	30	26,204
- komiksów, albumów*	21	20	30	10,473
- krótkich wiadomości tekstowych: SMSów, tweetów, bardzo krótkich jednozdaniowych wpisów?	12	3	1	37,237
- krótkich tekstów takich jak reklamy, komunikaty informacyjne, napisy na murach, ulotki, gazetki promocyjne, itp.	11	5	5	24,181

*Z uwagi na małą liczebność czytelników nie przeprowadzono statystycznych analiz dotyczących tych tekstów.

Porównanie średnich czasu poświęconego przez badanych w ciągu minionego dnia na czytanie różnych kategorii tekstów, których dotyczyło badanie, pokazuje, iż czas spędzony na

czytaniu książek jest ze statystycznego punktu widzenia istotnie¹ dłuższy niż przeznaczony na czytanie wszystkich pozostałych kategorii tekstów wyróżnionych w badaniu.

Kolejne po książkach miejsce pod względem czasu poświęcanego przez ankietowanych na lekturę zajmują artykuły w drukowanych gazetach codziennych lub czasopismach ogólnotematycznych. Analizy statystyczne² wykazały, iż średnia czasu przeznaczanego na lekturę tego typu tekstów jest znacząco wyższa od średnich czasu poświęconego na lekturę dłuższych tekstów w Internecie takich jak artykuły na blogach, stronach internetowych, itp., krótkich wpisów i wiadomości w Internecie (na blogach, forach, stronach portali społecznościowych, e-maili), krótkich wiadomości tekstowych (SMSów, tweetów, bardzo krótkich jednozdaniowych wpisów) oraz krótkich tekstów takich jak reklamy, komunikaty informacyjne, napisy na murach, ulotki, gazetki promocyjne, itp. Średnia czasu poświęconego na artykuły w drukowanych gazetach codziennych lub czasopismach ogólnotematycznych jest natomiast zbliżona do średniej czasu poświęconego na lekturę artykułów w pismach branżowych, specjalistycznych (różnica nieistotna statystycznie).

Na trzecim miejscu pod względem czasu przeznaczanego przez badanych na lekturę znalazły się dłuższe teksty w Internecie takie jak artykuły na blogach, stronach internetowych, itp. Ich czytanie zajęło respondentom znacząco³ więcej czasu niż na czytanie krótkich wiadomości tekstowych (SMSów, tweetów, bardzo krótkich jednozdaniowych wpisów) oraz krótkich tekstów takich jak reklamy, komunikaty informacyjne, napisy na murach, ulotki, gazetki promocyjne, itp. Czas poświęcany na lekturę dłuższych tekstów w Internecie jest natomiast zbliżony do czasu poświęcanego na czytanie artykułów w pismach branżowych, specjalistycznych.

Wielozmiennowe analizy statystyczne⁴ wykazały, iż długość czasu poświęconego na lekturę książek zależy przede wszystkim od wieku i płci czytelników. Stwierdzona statystyczna zależność⁵ z wiekiem badanych pozwala wnioskować, że ze względu na długi czas poświęcony na lekturę książek w dniu poprzedzającym badanie wyróżniają się osoby w wieku 18-24 lata oraz mające 65 lub więcej lat. Najkrócej czas z książką spędzali natomiast

¹ Test T

² Test T

³ Test T

⁴ Wykorzystano moduł *IBM SPSS Decision Trees*.

⁵ ANOVA

czytelnicy w wieku 25-44 lata. Dalsze analizy statystyczne⁶ wykazały jednocześnie, iż nieco dłużej czas na lekturze książek w dzień poprzedzający badanie spędzały kobiety niż mężczyźni.

Tabela 22

Czas poświęcony na czytanie książek w dniu poprzedzającym badanie a wiek czytelników						
<i>Średnie w minutach</i>						
15-17 lat	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 lat i więcej
100	116	75	79	84	86	110

Tabela 23

Czas poświęcony na czytanie książek w dniu poprzedzającym badanie a płeć czytelników	
<i>Średnie w minutach</i>	
Mężczyźni	Kobiety
82	97

Długość czasu poświęconego na lekturę książek wykazuje także zależność statystyczną⁷ z poziomem wykształcenia czytelników, przy czym w tym przypadku najwięcej czasu na czytaniu książek spędzili w dniu poprzedzającym badanie ankietowani z wykształceniem średnim a najmniej czytelnicy książek z wykształceniem zasadniczym zawodowym.

Tabela 24

Czas poświęcony na czytanie książek w dniu poprzedzającym badanie a wykształcenie czytelników			
<i>Średnie w minutach</i>			
Podstawowe	Zasadnicze zawodowe	Średnie	Wyższe
91	70	99	92

Ponadto, co warto podkreślić, czas poświęcony na lekturę książek przez badanych, którzy w dniu poprzedzającym badanie czytali wyłącznie książki jest porównywalny z tym,

⁶ Test T

⁷ ANOVA

który na czytaniu książek spędzili ci respondenci, którzy oprócz nich czytali również inne teksty.

Po analizie czasów poświęcanych przez ankietowanych w dniu poprzedzającym badanie na lekturę pozostałych tekstów warto też zaznaczyć, iż osoby w wieku 17-24 lata poświęciły znacząco więcej czasu niż pozostali badani na czytanie krótkich wiadomości tekstowych: SMSów, tweetów, bardzo krótkich jednozdaniowych wpisów, natomiast dłuższej lekturze pozostałych wyróżnionych typów tekstów sprzyja starszy wiek.

Oceny tekstów czytanych w dniu poprzedzającym badanie

Badanych deklarujących lekturę tekstów w dniu poprzedzającym badanie poproszono o ich ocenę przy użyciu pięciu siedmiopunktowych skal, gdzie 1 oznaczało, że dana ocena zdecydowanie nie pasuje do przeczytanego tekstu a 7, że zdecydowanie do niego pasuje.

Wymiary oceny były następujące:

- tekst znaczący, ważny dla respondenta
- tekst poruszający, wzruszający respondenta
- tekst skłaniający respondenta do przemyśleń
- tekst zachęcający respondenta do porozmawiania o nim
- tekst użyteczny, przydatny dla respondenta.

Książki wartościowane są pod każdym względem istotnie⁸ wyżej od wszystkich pozostałych tekstów czytanych w dniu poprzedzającym badanie, za wyjątkiem artykułów w pismach branżowych, specjalistycznych, które pod względem czterech wymiarów rangowane są na zbliżonym poziomie co książki. Jednak artykuły w pismach branżowych, specjalistycznych nie były w stanie dorównać lekturze książek pod względem mocy ich oddziaływania na czytelnika w wymiarze poruszania, wzruszania go.

⁸ Test T.

Tabela 25

Tekst czytany wczoraj:	Czy ten tekst / te teksty był(y) dla Pana(i):				
	znaczący, ważny	poruszający, wzruszający	skłaniający do przemysłów	zachęcający do porozmawiania o nim	użyteczny, przydatny
	<i>Średnie na skali od 1 do 7 gdzie 1 oznacza, że ocena zdecydowanie nie pasuje do przeczytanego tekstu a 7, że zdecydowanie do niego nie pasuje</i>				
Książki	4,90	3,75	4,98	4,90	5,12
Artykuły w pismach branżowych, specjalistycznych	5,14	2,30	4,43	4,55	5,43
Krótkie wiadomości tekstowe: SMSy, tweety, bardzo krótkie jednozdaniowe wpisy	3,88	2,14	2,71	2,94	4,06
Krótkie wpisy i wiadomości w Internecie: na blogach, forach, stronach portali społecznościowych, e-maile	3,82	2,21	3,39	3,48	4,21
Dłuższe teksty w Internecie takie jak artykuły na blogach, stronach internetowych, itp.	4,33	2,59	4,21	4,23	4,58
Krótkie teksty takie jak reklamy, komunikaty informacyjne, napisy na murach, ulotki, gazetki promocyjne, itp.	2,43	1,58	2,30	2,48	3,15
Artykuły w drukowanych gazetach codziennych lub czasopismach ogólnotematycznych	4,28	3,38	4,27	4,37	4,56
Komiksy, albumy*	3,06	3,13	3,19	3,50	3,90

*Z uwagi na małą liczebność czytelników nie przeprowadzono statystycznych analiz dotyczących tych tekstów

Statystyczne porównania średnich ocen pozwalają na wysunięcie następujących wniosków:

- Kobiety znacząco wyżej niż mężczyźni rangują czytane w poprzednim dniu książki jako teksty dla nich „znaczące, ważne” oraz „poruszające, wzruszające”. Mężczyźni znacząco wyżej niż kobiety oceniają natomiast czytane książki w wymiarze „użyteczny, przydatny”⁹.
- Wiek¹⁰ badanych różnicuje oceny czytanych książek na skalach „poruszający, wzruszający”, „skłaniający do przemyśleń” oraz „zachęcający do porozmawiania o nim”, przy czym oceny czytanych książek na tych skalach rosną wraz z wiekiem.

Co ciekawe użyteczność czytanych książek oraz ich subiektywne znaczenie, ważność wyżej oceniają badani, którzy czytali w dniu poprzedzającym badanie również inne teksty niż ci, którzy ograniczyli się wyłącznie do książek. Natomiast na skali „poruszający, wzruszający” książki wyżej rangują osoby, które czytały w dniu poprzedzającym badanie wyłącznie książki niż czytelnicy deklarujący również czytanie innych tekstów.¹¹

Porównanie zróżnicowania ocen dwóch najwyżej – obok książek - wartościowanych typów tekstów, które w dniu poprzedzającym badanie czytane były przez znaczące grupy respondentów, czyli artykułów w drukowanych gazetach codziennych lub czasopismach ogólnie tematycznych oraz dłuższych tekstów w Internecie takich jak artykuły na blogach, stronach internetowych, itp. pokazuje, iż - tak jak w odniesieniu do książek - kobiety wyżej niż mężczyźni oceniają¹² te teksty na skali „poruszający, wzruszający”. Ponadto w przypadku artykułów w drukowanych gazetach codziennych lub czasopismach ogólnie tematycznych wszystkie oceny różnicuje wiek¹³ i są one tym wyższe im starsi są czytelnicy. W odniesieniu do dłuższych tekstów w Internecie badani mający 65 lub więcej lat znacząco¹⁴ wyżej niż pozostali czytelnicy ocenili przeczytane teksty na skalach „znaczący, ważny” oraz „skłaniający do przemyśleń”.

⁹ Test T.

¹⁰ ANOVA.

¹¹ Test T.

¹² Test T.

¹³ ANOVA.

¹⁴ ANOVA.