

## **ΑΝΑΓΝΩΣΕΙΣ, ΑΝΑΓΝΩΣΤΕΣ και ΑΝΑΓΝΩΣΤΡΙΕΣ**

### **Το βιβλίο και το κοινό του στην Ελλάδα**

Έρευνα για την αναγνωστική συμπεριφορά  
των Ελλήνων και των Ελληνίδων

**Επιστημονική διεύθυνση: ΝΙΚΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΣ**

#### **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Ο ΟΣΔΕΛ, στο πλαίσιο των πολιτιστικού και κοινωνικού έργου που υλοποιεί προς όφελος των συμβασιούχων του, συντόνισε και χρηματοδότησε την έρευνα «Αναγνώσεις, αναγνώστες και αναγνώστριες – Το βιβλίο και το κοινό του στην Ελλάδα». Η έρευνα, με θέμα την αναγνωστική συμπεριφορά των Ελλήνων και των Ελληνίδων, διενεργήθηκε το 2021, υπό τη διεύθυνση του Νίκου Παναγιωτόπουλου, καθηγητή κοινωνιολογίας στο Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών.

Σημειωτέον ότι η εν λόγω έρευνα πραγματοποιήθηκε έντεκα χρόνια μετά την έρευνα που εκπόνησε η Metron Analysis, τον Νοέμβριο του 2010, για λογαριασμό του Εθνικού Κέντρου Βιβλίου (Ε.ΚΕ.ΒΙ.). Στο κεφάλαιο Α.5. «Έντεκα χρόνια μετά» της παρούσας σύνοψης επιχειρείται μία συγκριτική επισκόπηση των κύριων ευρημάτων των δύο ερευνών.

Για την εκπόνηση της έρευνας του ΟΣΔΕΛ ακολουθήθηκαν συνδυαστικά η ποσοτική και η ποιοτική μέθοδος, οι οποίες λειτούργησαν συμπληρωματικά. Συγκεκριμένα, στόχος της στατιστικής ανάλυσης, που πραγματοποιήθηκε κατά την ποσοτική έρευνα, ήταν ο εντοπισμός των κοινωνικο-δημογραφικών παραμέτρων και των συναφών παραγόντων που συσχετίζονται σημαντικά με τον δείκτη ανάγνωσης. Τα ποσοτικά δεδομένα που συλλέχθηκαν βασίστηκαν στην πανελλαδική έρευνα που διεξήγαγε η εταιρία έρευνας αγοράς και δημοσκοπήσεων

Metron Analysis, κατά τους μήνες Οκτώβριο και Νοέμβριο του 2021, σε τυχαίο δείγμα 1.500 νοικοκυριών.

Η ποιοτική έρευνα διεξήχθη στη βάση 80 συνεντεύξεων, με πραγματικούς αναγνώστες και πραγματικές αναγνώστριες, που έλαβαν χώρα στις εξόδους βιβλιοπωλείων και βιβλιοχαρτοπωλείων, με χρήση έντυπου ερωτηματολογίου και ελεύθερης συζήτησης. Από το σύνολο των συνεντεύξεων, οι 50 πραγματοποιήθηκαν στην Αθήνα, οι 15 στη Θεσσαλονίκη και οι 15 στην υπόλοιπη Ελλάδα, ενώ καταβλήθηκε προσπάθεια η επιλογή των βιβλιοπωλείων να είναι αντιπροσωπευτική του συνόλου και του είδους των βιβλιοπωλείων της χώρας. Επιπλέον, διενεργήθηκαν 20 συνεντεύξεις εθνογραφικού τύπου, στο περιβάλλον των συνεντευξιαζόμενων, με πραγματικούς, δυνητικούς και μη αναγνώστες.

Με κύριους στόχους την κατανόηση και την εξήγηση του γεγονότος γιατί μεταξύ των ανθρώπων που γνωρίζουν να διαβάζουν άλλοι διαβάζουν πολύ και άλλοι λίγο ή καθόλου, η εν λόγω έρευνα επιχειρεί όχι μόνο να επικαιροποιήσει τη γνώση μας για τη σχέση που διατηρούν οι έλληνες πολίτες με την ανάγνωση, αλλά και να υπερβεί τα όρια που χαρακτήριζαν τις μέχρι τώρα σχετικές έρευνες, και τα οποία έθετε, αναγκαστικά, ο διαπιστωτικός τους χαρακτήρας.

Η βασική προβληματική, πάνω στην οποία δομήθηκε η συγκεκριμένη έρευνα, θεμελιώθηκε στη θέση σύμφωνα με την οποία *αν και η ανάγνωση, ως πολιτισμική, δηλαδή κοινωνική πρακτική, είναι κοινωνικά καθορισμένη, δεν αποτελεί απλώς μία πολιτισμική πρακτική, όπως οι άλλες.* Σύμφωνα με τη λογική του συγκεκριμένου ερευνητικού διαβήματος, η πρακτική της ανάγνωσης χρησιμεύει πλέον στα πάντα, τόσο στις τεχνικές, όσο και στις συμβολικές δραστηριότητες του ανθρωπίνου βίου. Συνεπώς, η κατανόηση του θεμελιώδους πολυμορφικού χαρακτήρα της, ο οποίος την καθιστά εργαλείο όλων των επαγγελματιών και υλοποιήσιμη σε όλους τους χώρους, οδηγεί στην εξήγηση του μείζονος πολιτικής σημασίας γεγονότος *πώς οι ανισότητες στην κατανομή της ανάγνωσης παράγουν, αναγκαστικά, πολλές και δύσκολα αναστρέψιμες ανισότητες σε όλους τους τομείς της κοινωνικής ζωής και της επικοινωνίας.*

Αξιοποιώντας έναν μεγάλο όγκο εμπειρικής και κριτικής θεωρητικής εργασίας και προσφεύγοντας σε μία καινούργια γλώσσα -που επιτρέπει την παράθεση της θεωρητικής κατασκευής και των γεγονότων που αποκαλύπτει η ερευνητική διαδικασία- η παρούσα έρευνα επαναδιατυπώνει τα βασικά παραδοσιακά ερωτήματα για την ανάγνωση, τα οποία συνδέονται οργανικά με την κατανόηση των κοινωνικών συνθηκών που γεννούν τη φιλιαναγνωσία. Παράλληλα, αναλύει τους σύνθετους δεσμούς μεταξύ ανάγνωσης, κουλτούρας, κοινωνικών σχέσεων και εξουσίας στη σημερινή ελληνική κοινωνία.

Η έρευνα οδηγήθηκε στην επεξεργασία και τη διατύπωση των βασικών, επιστημονικά θεμελιωμένων αρχών, οι οποίες είναι σκόπιμο να διέπουν κάθε σχέδιο ισχυρής ενδυνάμωσης, πλατιάς διάχυσης και καθολικής νομιμοποίησης της πρακτικής της ανάγνωσης. Ειδικότερα, εξέτασε τους όρους ενός πραγματικού εκδημοκρατισμού μιας πρακτικής τόσο ασκητικής και τόσο σπάνιας, όσο η εντατική ανάγνωση.

Κοντολογίς, οι βασικές επιδιώξεις του έργου είναι αφενός να περιγράψει και να εξηγήσει το σύστημα των παραγόντων που καθορίζουν την αναγνωστική συμπεριφορά και αφετέρου, με τον τρόπο και τη φύση των αποτελεσμάτων, των συμπερασμάτων και των προτάσεων, να αποτελέσει αφορμή για να επανεισαχθούν στη δημόσια προβληματική η πρακτική της ανάγνωσης, το παρόν και το μέλλον της, ως κυρίαρχα πολιτισμικά διακυβεύματα.

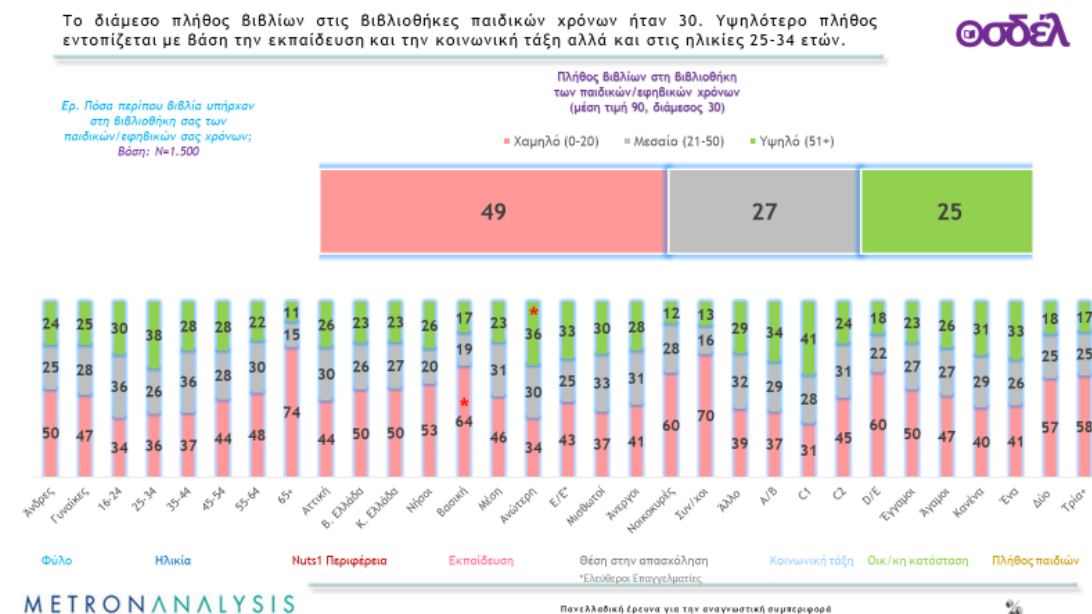
## **A. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ**

### **1. Σχετικά με τα γενικά χαρακτηριστικά του πληθυσμού της έρευνας:**

- 8 στους 10 πολίτες (80%) μιλούν έστω μία ξένη γλώσσα, και η πλειονότητα αυτών την αγγλική. Η πολλαπλή ξενογλωσσία εντοπίζεται στις νεαρές ηλικίες και στη μεσοανώτερη και στην ανώτερη κοινωνικοοικονομική τάξη.

- Το διάμεσο πλήθος βιβλίων ανά νοικοκυριό είναι 90 και το αντίστοιχο πλήθος βιβλίων στις βιβλιοθήκες των παιδικών χρόνων είναι 30. Το πλήθος βιβλίων που είχαν οι ερωτώμενοι στην παιδική και εφηβική βιβλιοθήκη τους συναρτάται με την εκπαίδευση και την κοινωνικοοικονομική τάξη τους: όσο ανώτερη είναι η εκπαίδευση και η τάξη τόσο περισσότερα ήταν τα βιβλία τους κατά την παιδική και εφηβική τους ηλικία (βλ. πίνακα 1).

### Πίνακας 1: Πλήθος βιβλίων στις βιβλιοθήκες των παιδικών/εφηβικών χρόνων



- Σχεδόν 1 στους 2 ερωτώμενους είχαν στο παιδικό και εφηβικό περιβάλλον τους έναν συστηματικό αναγνώστη, και κυρίως τα νεαρά άτομα, ηλικίας σήμερα 16 έως 24 ετών (σε ποσοστό 79%) (βλ. πίνακα 2).

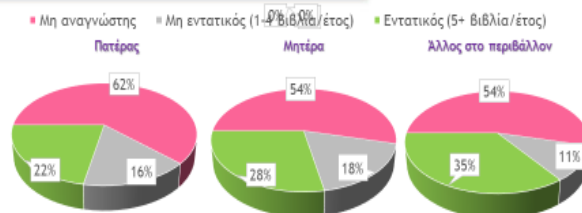
## Πίνακας 2: Έκθεση σε εντατικό αναγνώστη στο παιδικό/εφηβικό περιβάλλον

Σχεδόν 1 στους 2 είχε στο παιδικό/εφηβικό περιβάλλον εκτεθεί σε έναν εντατικό αναγνώστη (ιδιαίτερα οι σημερινές νεαρές ηλικίες)



Ερ. Οι γονείς σας ή άλλα άτομα στο περιβάλλον σας διάβασαν βιβλία στα παιδικά/εφηβικά σας χρόνια και εάν ναι πόσα περίπου το έτος;  
Βάση: N=1.500

Στο 54% των ερωτώμενων υπήρχε τουλάχιστον ένας εντατικός αναγνώστης στο περιβάλλον της παιδικής/εφηβικής ηλικίας



METRON ANALYSIS

Πανελλαδική έρευνα για την αναγνωστική συμπεριφορά

- Ο βαθμός της προσωπικής ενασχόλησης με έστω μία πολιτιστική δραστηριότητα (μουσική, γράψιμο, λοιπές τέχνες κ.ο.κ.) είναι σε ποσοστό 25% υψηλός (τουλάχιστον 1 φορά την εβδομάδα), 24% μέτριος (αραιότερα) και 51% χαμηλός (ποτέ). Τα ποσοστά αυτά διαφοροποιούνται ανάλογα με την ηλικία, την κοινωνικοοικονομική τάξη, την οικογενειακή κατάσταση, την εκπαίδευση και άλλους παράγοντες. (βλ. πίνακα 3).

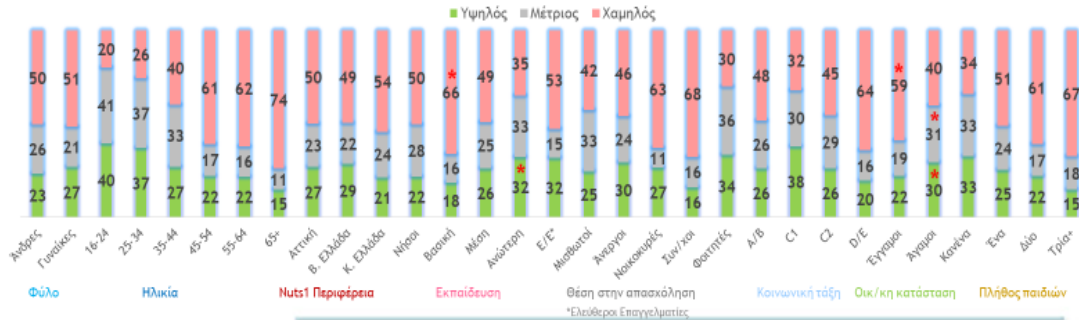
## Πίνακας 3: Ενασχόληση με πολιτιστικές δραστηριότητες

Περίπου 1 στους 4 ασχολείται προσωπικά με κάποια πολιτιστική δραστηριότητα (όπως μουσική, τέχνες κοκ)-ιδιαίτερα οι νεαρές ηλικίες



Ερ. Πόσο συχνά πραγματοποιείτε το ακόλουθο;  
Βάση: N=1.500

Ο βαθμός προσωπικής ενασχόλησης με έστω μία πολιτιστική δραστηριότητα (μουσική, γράψιμο, λοιπές τέχνες κοκ) είναι 25% υψηλός (τουλάχιστον 1 φορά την εβδομάδα), 24% μέτριος (αραιότερα) και 51% χαμηλός (ποτέ)



METRON ANALYSIS

Πανελλαδική έρευνα για την αναγνωστική συμπεριφορά



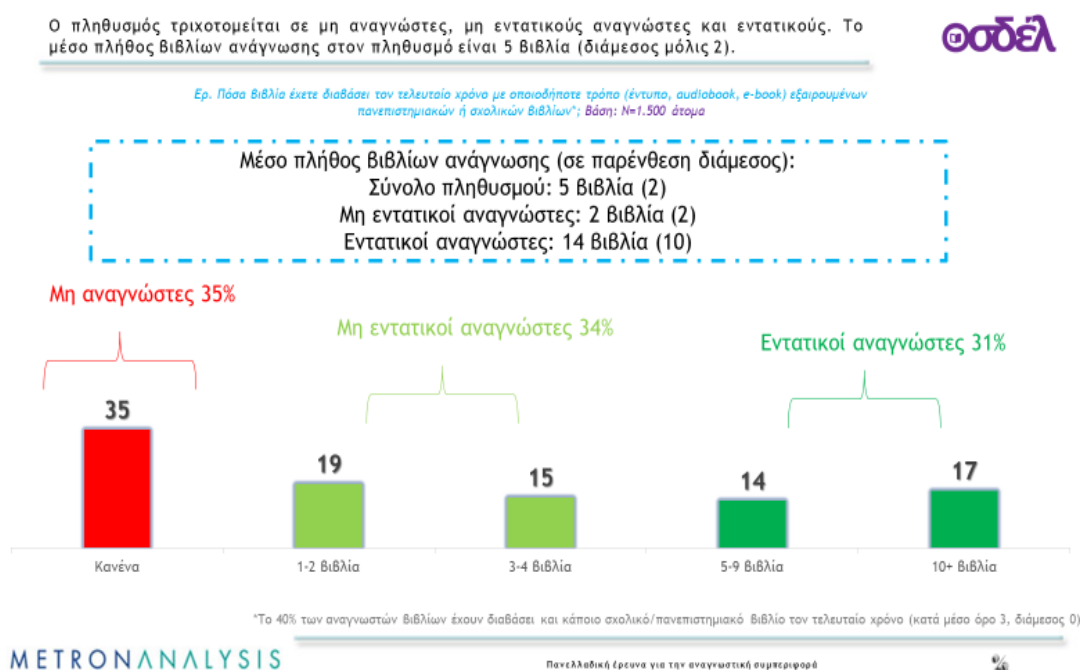
- Συχνότητα εκκλησιασμού: Το μεγαλύτερο ποσοστό (47%) απαντά πως πηγαίνει στην εκκλησία μερικές φορές τον χρόνο, το 23% σχεδόν ποτέ, το 16% δύο έως τρεις φορές τον μήνα και το 14% τουλάχιστον κάθε Κυριακή.
- Ένταση ημερήσιας τηλεθέασης: Το μεγαλύτερο ποσοστό (48%) απαντά πως παρακολουθεί τηλεόραση περισσότερο από 2,5 ώρες την ημέρα. Το 28% των ερωτώμενων απαντά πως βλέπει τηλεόραση λιγότερο από 1,5 ώρα, ενώ το 24% βλέπει τηλεόραση 1,5-2,5 ώρες κάθε μέρα. Υψηλότερα ποσοστά εντοπίζονται στις νοικοκυρές, στις μεγαλύτερες ηλικίες και στην κατώτερη τάξη.
- Συχνότητα δραστηριοτήτων: 6 στους 10 είναι τακτικοί ακροατές ραδιοφώνου, 1 στους 2 είναι τηλεθεατής (ελεύθερης ή συνδρομητικής τηλεόρασης) και 1 στους 3 είναι αναγνώστης εντύπων (ιδιαίτερα οι μεγαλύτερες ηλικίες).
- Συχνότητα χρήσης διαδικτύου: Το 14% των ερωτώμενων δηλώνει πως δεν χρησιμοποιεί καθόλου το internet, ενώ μόνο ένα 9% δηλώνει πως το χρησιμοποιεί σπάνια. Η συντριπτική πλειοψηφία, συγκεκριμένα 8 στα 10 άτομα, είναι καθημερινοί χρήστες του internet. (ακόμα και 4 στους 10 στις ηλικίες 65+).
- Μέσο πρόσβασης στο internet: Ο κύριος τρόπος πρόσβασης είναι για όλους το κινητό, με μεγαλύτερο το ποσοστό στις μικρές ηλικίες (74%) και μικρότερο στις μεγαλύτερες ηλικίες (44%).

- Λόγοι χρήσης του internet: (α) η γενική ενημέρωση/πληροφόρηση, σε ποσοστό 78%, (β) το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, σε ποσοστό 44%, και (γ) η κοινωνική δικτύωση, σε ποσοστό επίσης 44%. Ακολουθούν οι ηλεκτρονικές συναλλαγές (ποσοστό 22%), οι επαγγελματικοί λόγοι (20%), τα παιχνίδια (15%), οι αγορές και το κατέβασμα ταινιών, βιβλίων κ.λπ. (13%) και άλλες δραστηριότητες (4%).
- Συχνότητα χρήσης κοινωνικών δικτύων: Το 50% του συνόλου του πληθυσμού χρησιμοποιεί κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης καθημερινά (υψηλή ένταση), το 17% σπανιότερα (μέτρια ένταση) και το 34% σχεδόν ποτέ (χαμηλή ένταση). Στις νεαρές ηλικίες η συχνότητα αγγίζει το απόλυτο.

## 2. Σχετικά με την ανάγνωση βιβλίων:

- Οι μη αναγνώστες ανέρχονται στο ποσοστό του 35%, οι μη εντατικοί αναγνώστες στο 34% και οι εντατικοί αναγνώστες στο 31%. Το μέσο πλήθος βιβλίων ανάγνωσης στον πληθυσμό είναι 5 βιβλία (διάμεσος μόλις 2) (βλ. πίνακα 4).

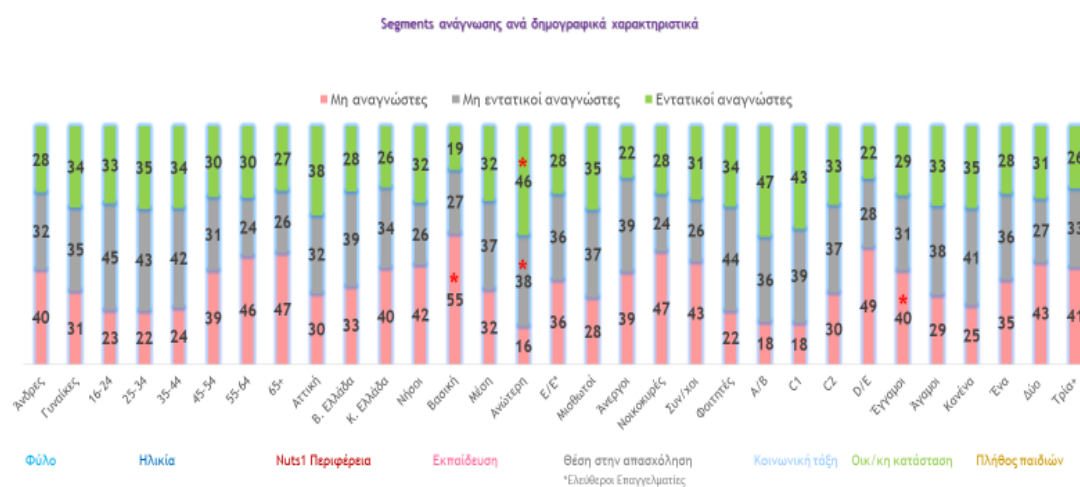
### Πίνακας 4: Πλήθος αναγνοστών



- Η τμηματοποίηση (segmentation) της αναγνωστικής συμπεριφοράς αναδεικνύει τις βασικές παραμέτρους που διαμορφώνουν την αγορά: σχέση με ξένες γλώσσες, πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό, επίπεδο εκπαίδευσης, βαθμός ανάγνωσης εντύπων και κοινωνική τάξη (βλ. πίνακες 5 και 6).

## Πίνακας 5: Εντατικοί αναγνώστες

Εντατική ανάγνωση στις ηλικίες 25-44 ετών κυρίως καθώς και ανάμεσα σε άτομα ανώτερης εκπαίδευσης και κ/ο τάξης



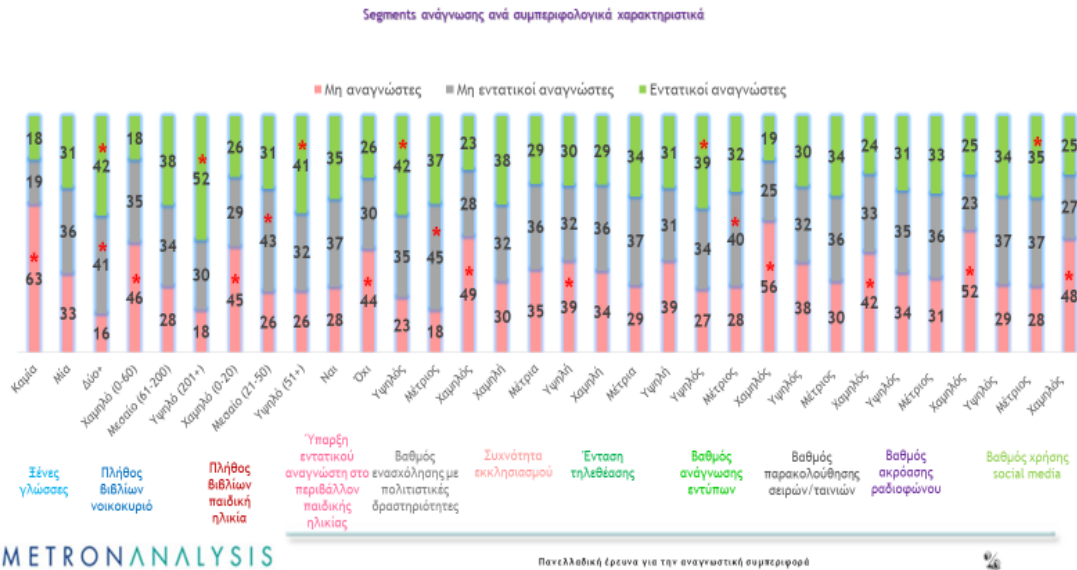
METRON ANALYSIS

Πανελλαδική έρευνα για την αναγνωστική συμπεριφορά



## Πίνακας 6: Εντατικοί αναγνώστες





- Η έλλειψη χρόνου (51%) είναι ο κύριος λόγος μη ανάγνωσης βιβλίων, αλλά και η μη ελκυστικότητα του διαβάσματος (22%). Το 16% απαντά πως δεν έχει βρει κάτι ενδιαφέρον που να θέλει να το διαβάσει, το 13% πως δεν διαβάζει λόγω κάποιου προβλήματος υγείας, το 11% επειδή ασχολείται με το internet ή δεν έχει διάθεση, και μόνο το 1% επειδή δεν ξέρει να διαβάζει.

### 3. Σχετικά με την αναγνωστική συμπεριφορά:

- 82% των βιβλίων που διαβάστηκαν ήταν έντυπα, 15% βιβλία ηλεκτρονικής μορφής (e-books), κυρίως από άνδρες νεαρής ηλικίας και μόνο το 3% audiobooks.
- Η πρόθεση ανάγνωσης για τον επόμενο χρόνο αφορά κυρίως έντυπα βιβλία (65%) αλλά αρχίζουν να εδραιώνονται και τα βιβλία σε ψηφιακή μορφή, με το 1/4 του κόσμου να απαντά πως είναι αρκετά πιθανό να διαβάσει κάποιο e-book.
- Η ελληνική λογοτεχνία βρίσκεται στην πρώτη θέση προτίμησης (60%), ακολουθούν η ξένη λογοτεχνία (47%), η ιστορία (40%) και η αστυνομική λογοτεχνία (39%). Εντοπίζονται διαφοροποιήσεις ανάλογα με το φύλο των ερωτώμενων.
- Πηγές ενημέρωσης: φίλοι και γνωστοί 50%, επίσκεψη σε βιβλιοπωλεία 44%, άλλες ιστοσελίδες (40%), κοινωνικά δίκτυα/ιστοσελίδες βιβλιοπωλείων 32%, τύπος 31%,

bazaar - εκθέσεις βιβλίων 26%, κοινωνικά δίκτυα - ιστοσελίδες εκδοτών 26%, άλλες 6%.

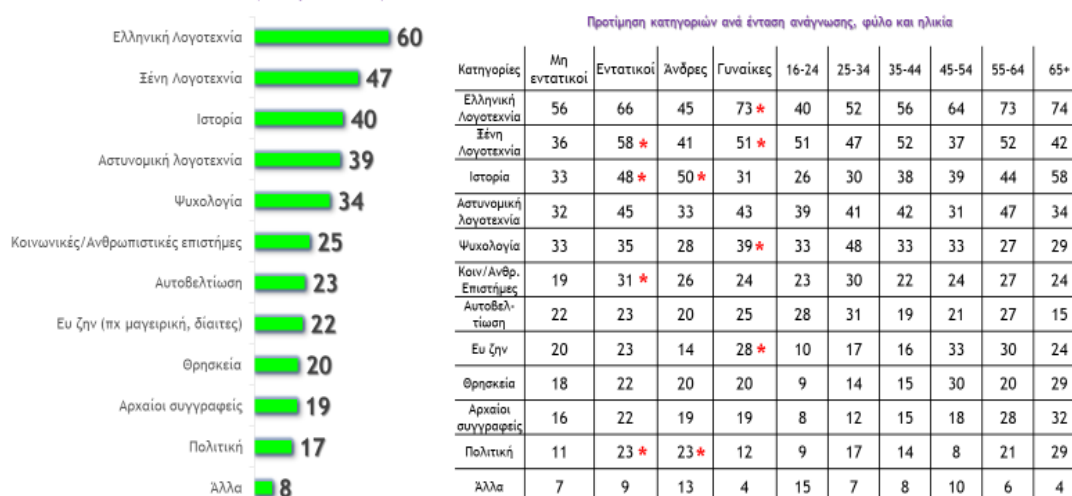
- Κριτήρια επιλογής: Κατά σειρά το θέμα του βιβλίου, ο συγγραφέας, η περίληψη, οι κριτικές, οι βραβεύσεις και οι συστάσεις από φίλους διαμορφώνουν την απόφαση του αναγνώστη (βλ. πίνακα 7).

## Πίνακας 7: Προτίμηση βιβλίων ανα κατηγορία

Λογοτεχνία στην 1<sup>η</sup> θέση προτίμησης και ακολουθεί ιστορία και αστυνομική λογοτεχνία - εντοπίζονται διαφοροποιήσεις ιδιαίτερα με το φύλο των ερωτώμενων



Ερ. Σε ποιες κατηγορίες εντάσσονται τα βιβλία που προτιμάτε να διαβάσετε; (λίστα πολλαπλής  
Βάση: αναγνώστες, N=1.090 άτομα)



METRONANALYSIS

Πανελλαδική έρευνα για την αναγνωστική συμπεριφορά



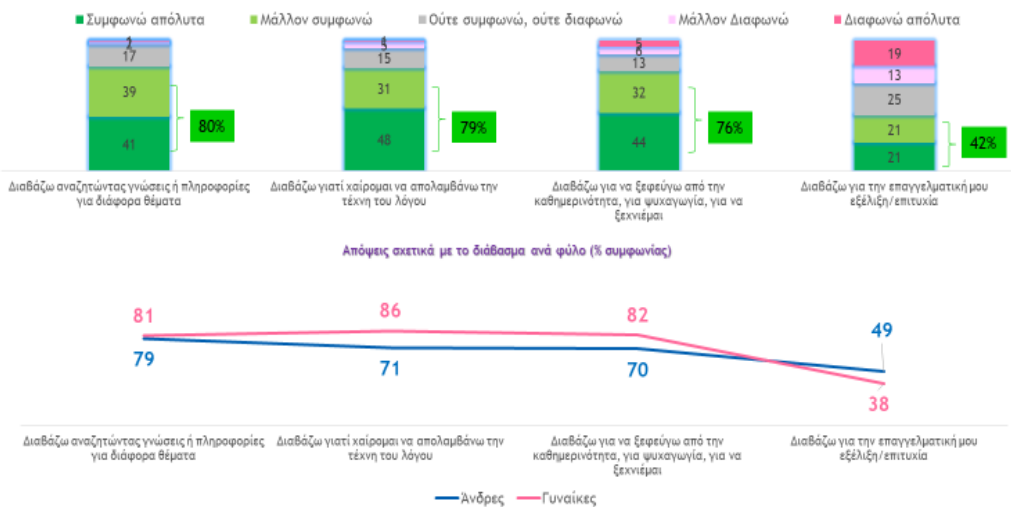
- Έντονη η επίδραση της προφορικής φήμης (word-of-mouth) στην αγορά του βιβλίου, αλλά και η ανάγκη για επαφή με το βιβλίο μέσω επισκέψεων στα βιβλιοπωλεία. Σημαντικό και το μερίδιο του διαδικτύου (ιδιαίτερα στους νέους αναγνώστες).
- Η ανάγνωση στοχεύει τόσο στην απόκτηση γνώσεων/πληροφόρηση, όσο και στην τάση για απόδραση (escapism) ή στη χαρά της τέχνης του λόγου, την ψυχαγωγία και την επαγγελματική επιτυχία (βλ. πίνακα 8).

## Πίνακας 8: Απόψεις για το διάβασμα

Ο ρόλος του βιβλίου για τους αναγνώστες είναι πολλαπλός, στοχεύει τόσο στην πληροφόρηση όσο και στο escapism ή την χαρά της τέχνης του λόγου. Οριακές διαφορές ανά φύλο.



Ερ. Πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις εξής απόψεις για το διάβασμα; Βάση: αναγνώστες, N=1.090 άτομα



METRONANALYSIS

Πανελλαδική έρευνα για την αναγνωστική συμπεριφορά

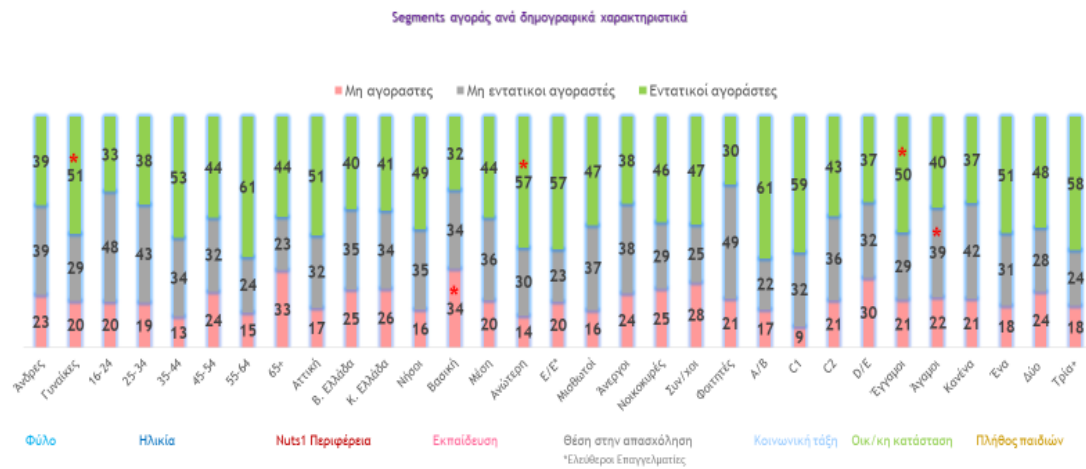
- Περίοδος ανάγνωσης: Σχεδόν κάθε μέρα 31%. Διακοπές 22%, Σ/Κ-αργίες 17%, όποτε βρουν ευκαιρία 17%, όλη την εβδομάδα 13%.
- Προτιμητέα ώρα ανάγνωσης: Το διάβασμα βιβλίου είναι κυρίως νυχτερινή υπόθεση 51%, απόγευμα 23%, μεσημέρι 16%, πρωί 8%.
- Προτιμητέος χώρος ανάγνωσης: Σπίτι 95%, Εξωτερικοί χώροι 20%, ΜΜΜ 7%, Βιβλιοθήκες 7%, Καφετέριες 6%.
- Πανδημία: Η πανδημία ενίσχυσε την ανάγνωση, ιδιαίτερα στους νέους, αλλά και στους εντατικούς αναγνώστες.
- Συνήθειες δανεισμού βιβλίων: 6 στους 10 έχουν δανεισθεί ένα βιβλίο για να διαβάσουν (ιδιαίτερα οι νεαροί αναγνώστες), 14% από βιβλιοθήκες και 52% από το φιλικό και συγγενικό περιβάλλον.
- Παράγοντες αύξησης ανάγνωσης: Περισσότερος διαθέσιμος χρόνος συγκεντρώνει ποσοστό 58% ακολουθεί ως παράγοντας περισσότερα ενδιαφέροντα βιβλία με ποσοστό 30%.
- Συχνότητα ανάγνωσης: κάθε μέρα 34%, 1-2 φορές την εβδομάδα 36%, 1-2 φορές το μήνα 18%, αραιότερα 12%, ποτέ 1%.

#### 4. Σχετικά με την αγορά βιβλίων :

- Ο μέσος αναγνώστης αγοράζει περίπου 6 βιβλία τον χρόνο (διάμεσος 4) (βλ. πίνακα 9).

#### Πίνακας 9: Αγοραστές βιβλίων

Η ένταση αγορών είναι μεγαλύτερη στις ηλικίες 35-44 (γονείς) αλλά και 55-64 ετών, στις γυναίκες (από τους άνδρες), στην ανώτερη μόρφωση και τάξη



METRONANALYSIS

Πανελλαδική έρευνα για την αναγνωστική συμπεριφορά



- 1 στα 4 βιβλία αγοράζεται για παιδιά (ιδιαίτερα στις ηλικίες 35-44, 4/10) (βλ. πίνακα 10).

#### Πίνακας 10: Αγορά βιβλίων για ενήλικες/παιδιά

1 στα 4 βιβλία αγοράζεται για παιδιά (ιδιαίτερα στις ηλικίες 35-44, 4/10)



Ερ. Πόσα από τα βιβλία που έχετε αγοράσει το τελευταίο έτος ήταν;  
Βάση: αγοραστές, N=900 άτομα, % επί βιβλίων αγοράς



Αγορά βιβλίων για ενήλικες/παιδιά ανά ένταση ανάγνωσης, φύλο και ηλικία

Ενήλικες ή παιδιά	Μη εντατικοί	Εντατικοί	Άνδρες	Γυναίκες	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Ενήλικες	59	82 *	80	73	90 *	81	62	74	83	78
Παιδιά	41 *	18	20	27	10	19	38 *	26	17	22

METRONANALYSIS

Πανελλαδική έρευνα για την αναγνωστική συμπεριφορά



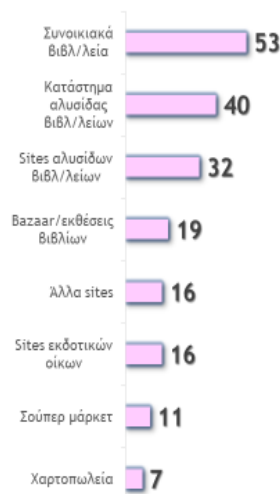
- Το βιβλίο ως δώρο: 3 στα 10 βιβλία που αγοράζονται είναι για δώρο, ιδιαίτερα από μη εντατικούς αναγνώστες (1/2).
- Σημεία αγοράς: Τα φυσικά καταστήματα συγκεντρώνουν τα υψηλότερα ποσοστά ως κανάλια αγοράς. Τα ηλεκτρονικά καταστήματα εμφανίζουν επίσης υψηλά ποσοστά (ιδιαίτερα σε νέους) (βλ πίνακα 11).

### Πίνακας 11: Τρόπος αγοράς βιβλίων το τελευταίο έτος

Τα φυσικά καταστήματα έχουν τα υψηλότερα ποσοστά ως κανάλια αγοράς αλλά με τα sites να έχουν επίσης υψηλά ποσοστά (ιδιαίτερα σε νέους)



Ερ. Με ποιους τρόπους έχετε αγοράσει βιβλία το τελευταίο έτος;  
Πολλαπλή λίστα Βάση: αγοραστές, N=900 άτομα



Σημεία αγοράς ανά ένταση ανάγνωσης, φύλο και ηλικία

Σημεία αγοράς	Μη εντατικοί	Εντατικοί	Άνδρες	Γυναίκες	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+
Συνοικιακά βιβλ/λεια	50	56	48	57	39	40	49	64	65	64
Κατάστημα αλυσίδας βιβλ/λειων	38	41	40	39	39	47	37	35	33	46
Sites αλυσίδων βιβλ/λειων	27	37	35	30	42	52	51	22	11	6
Bazaar/εκθέσεις βιβλίων	13	24	18	19	21	20	20	17	18	16
Άλλα sites	12	19	19	13	27	29	14	16	8	3
Sites εκδοτικών οίκων	11	20	16	16	17	22	21	9	17	8
Σούπερ μάρκετ	8	13	8	13	7	14	15	9	7	9
Χαρτοπωλεία	6	8	6	8	4	9	10	4	9	6

METRONANALYSIS

Πανελλαδική έρευνα για την αναγνωστική συμπεριφορά



- Η αγορά βιβλίων πραγματοποιείται με την πρώτη ευκαιρία – όποτε βρεθεί χρόνος σε ποσοστό 73% (ιδιαίτερα σε εντατικούς αναγνώστες), τις γιορτές σε ποσοστό 19% και την περίοδο των διακοπών σε ποσοστό 17%.
- Κριτήρια αγοράς βιβλίων για παιδιά: Τα παιδικά βιβλία αγοράζονται είτε λαμβάνοντας υπόψη την επιθυμία του παιδιού (41%), είτε με πρωτοβουλία του αγοραστή (32%), και πολύ λιγότερο λειτουργούν οι παράγοντες διαφήμιση (5%), το σχολείο (3%) και το περιβάλλον του παιδιού (10%).

#### Ένταση ανάγνωσης:

- Οι έγγαμοι έχουν χαμηλότερη μέση τιμή ανάγνωσης βιβλίων (4,6) από τους άγαμους (6,1).
- Όσο αυξάνεται το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτώμενων αυξάνονται και οι τιμές στον δείκτη ανάγνωσης βιβλίων. Ειδικότερα, οι ερωτώμενοι με σπουδές ανώτερης εκπαιδευτικής βαθμίδας έχουν μέση τιμή στον δείκτη 8,1 έναντι 3,5 εκείνων κατώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- Όσο αυξάνεται το εκπαιδευτικό επίπεδο του πατέρα των ερωτώμενων αυξάνονται και οι τιμές στον δείκτη ανάγνωσης βιβλίων. Ειδικότερα, οι ερωτώμενοι με πατέρα ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου έχουν μέση τιμή στον δείκτη 7,8 έναντι 4,5 εκείνων των οποίων ο πατέρας ήταν κατώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- Όσοι υψηλότερη είναι η κοινωνικο-οικονομική τάξη του νοικοκυριού τόσο περισσότερα είναι και τα βιβλία που έχουν διαβάσει οι ερωτώμενοι ( $p$ -value < 0,001).. Ειδικότερα, ερωτώμενοι που ανήκουν στις ανώτερες κοινωνικο-επαγγελματικές ομάδες διαβάζουν κατά μέσο όρο 10,3 βιβλία το έτος έναντι 3,8 που κατά μέσο όρο διαβάζουν όσοι ανήκουν σε κατώτερη τάξη.
- Επίσης, όσο υψηλότερου επιπέδου ήταν τα επαγγέλματα εργασίας του πατέρα, της μητέρας, του πατρογονικού και του μητρογονικού παππού των ερωτώμενων, τόσο υψηλότερος είναι και ο δείκτης ανάγνωσης βιβλίων. . Ειδικότερα, όταν ο πατέρας των ερωτώμενων έχει επάγγελμα κατηγορίας Α, η μέση τιμή του δείκτη είναι 7,2 βιβλία έναντι 4,4 εκείνων που το επάγγελμα του

πατέρα τους είναι κατηγορίας Γ ( $p\text{-value} < 0,001$ ). Όταν η μητέρα των ερωτώμενων έχει επάγγελμα κατηγορίας Α, η μέση τιμή του δείκτη είναι 6,8 βιβλία έναντι 4,3 εκείνων που το επάγγελμα της μητέρας τους είναι κατηγορίας Γ ( $p\text{-value} = 0,02$ ). Όταν ο πατρογονικός παππούς των ερωτώμενων έχει επάγγελμα κατηγορίας Β, η μέση τιμή του δείκτη είναι 7,8 βιβλία έναντι 4,9 εκείνων που το επάγγελμα του πατρογονικού παππού τους είναι κατηγορίας Γ ( $p\text{-value} < 0,01$ ).

- Όταν ο ο μητρογονικός παππούς των ερωτώμενων έχει επάγγελμα κατηγορίας Α, η μέση τιμή του δείκτη είναι 10,1 βιβλία έναντι 4,8 εκείνων που το επάγγελμα του μητρογονικού παππού τους είναι κατηγορίας Γ ( $p\text{-value} < 0,001$ ).
- 
- Όσο περισσότερα είναι τα βιβλία που υπάρχουν στο σπίτι των ερωτώμενων, ή που υπήρχαν στο σπίτι όπου μεγάλωσαν, τόσο αυξάνεται και ο δείκτης ανάγνωσης κατά το τελευταίο έτος. Πιο συγκεκριμένα, όσοι έχουν πολλά βιβλία στο σπίτι τους (200+) διαβάζουν κατά μέσο όρο δέκα βιβλία στο έτος έναντι 2,9 όσων έχουν λίγα ( $< 60$ ,  $p\text{-value} < 0,001$ ).
- Οι ερωτώμενοι που είχαν πολλά βιβλία (51+) όταν ήταν παιδιά διαβάζουν κατά μέσο όρο 7,7 βιβλία στο έτος έναντι 3,8 εκείνων που είχαν λίγα ( $< 20$ ,  $p\text{-value} < 0,001$ ).
  - Τέλος,
  - οι ερωτώμενοι που στο περιβάλλον της παιδικής τους ηλικίας είχαν κάποιον εντατικό αναγνώστη διαβάζουν περισσότερα βιβλία από εκείνους που δεν είχαν (ΜΤ 5,9 έναντι 4,5 αντίστοιχα,  $p\text{-value} = 0,01$ ).

➤

Εξετάζοντας το σχετικό βάρος των διαφόρων μεταβλητών στο σύστημα των επεξηγηματικών παραγόντων, διαπιστώσαμε πως οι υψηλότερες τιμές του δείκτη ανάγνωσης εντοπίζονται σε ένα άτομο που είναι ανώτερης εκπαίδευσης, έχει πολλά βιβλία στο νοικοκυριό του (άνω των 200) και ο μητρογονικός παππούς του ασκούσε υψηλού επιπέδου επάγγελμα (μέσο πλήθος βιβλίων ανάγνωσης τα 14,5 ετησίως).

Παράλληλα, διαπιστώθηκε ισχυρή συσχέτιση του επιπέδου εκπαίδευσης των ερωτώμενων και συγκεκριμένων κατηγοριών βιβλίων ανάγνωσης. Ειδικότερα:

- Οι ερωτώμενοι με ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό την ξένη λογοτεχνία από τους ερωτώμενους των άλλων εκπαιδευτικών επιπέδων.
- Οι ερωτώμενοι μέσης και ανώτερης εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό βιβλία αυτοβελτίωσης από τους ερωτώμενους του βασικού εκπαιδευτικού επιπέδου.
- Οι ερωτώμενοι μέσης εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό βιβλία «Ευ ζην» από τους ερωτώμενους άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- Οι ερωτώμενοι με πατέρα βασικής εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό βιβλία σχετικά με τη θρησκεία και το ευ ζην από ό,τι οι ερωτώμενοι με πατέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- Οι ερωτώμενοι με πατέρα ανώτερης εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό την ξένη λογοτεχνία από τους ερωτώμενους με πατέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- Οι ερωτώμενοι με μητέρα βασικής εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό βιβλία ελληνικής λογοτεχνίας, σχετικά με τη θρησκεία, το ευ ζην και τους αρχαίους συγγραφείς από ό,τι οι ερωτώμενοι με μητέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- Οι ερωτώμενοι που έχουν ανώτερη εκπαίδευση, για την αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με τα βιβλία, χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα social media και τα sites των εκδοτικών οίκων από ό,τι οι ερωτώμενοι άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου, ενώ οι ερωτώμενοι που έχουν μέση και ανώτερη εκπαίδευση χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα social media και τα sites των βιβλιοπωλείων από ό,τι οι ερωτώμενοι βασικού εκπαιδευτικού επιπέδου, όπως φαίνεται στον Πίνακα 7, που ακολουθεί.

#### Πίνακας 7

*Πηγές πληροφόρησης για βιβλία σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο του ερωτώμενου*



	<i>Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτώμενου</i>		
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Από social media/sites βιβλιοπωλείων ( $p < 0,001$ )	19%	35%	35%
Από social media/sites εκδοτικών οίκων ( $p < 0,001$ )	15%	27%	32%



- Οι ερωτώμενοι με μητέρα μέσου ή ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου, προκειμένου να αναζητήσουν πληροφορίες για τα βιβλία, χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό άλλα sites στο internet πέρα από τα sites των εκδοτικών οίκων και των βιβλιοπωλείων, όπως φαίνεται στον Πίνακα 8, που ακολουθεί.

**Πίνακας 8**

*Πηγές πληροφόρησης για βιβλία σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο της μητέρας του ερωτώμενου*

	<i>Επίπεδο εκπαίδευσης μητέρας ερωτώμενου</i>		
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Από άλλα sites στο internet ( $p < 0,001$ )	34%	47%	46%

- Οι ερωτώμενοι βασικής εκπαίδευσης προτιμούν να διαβάζουν βιβλία σχεδόν κάθε μέρα, αν δεν έχουν άλλες ασχολίες, σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι οι ερωτώμενοι άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- Οι ερωτώμενοι ανώτερου επιπέδου εκπαίδευσης προτιμούν να διαβάζουν βιβλία σε βιβλιοθήκες ή αναγνωστήρια σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι οι ερωτώμενοι άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου, Οι ερωτώμενοι με πατέρα μέσης ή ανώτερης εκπαίδευσης προτιμούν να διαβάζουν βιβλία σε βιβλιοθήκες ή αναγνωστήρια σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι οι ερωτώμενοι με πατέρα βασικής εκπαίδευσης. Οι ερωτώμενοι με μητέρα ανώτερου επιπέδου

εκπαίδευσης προτιμούν να διαβάζουν βιβλία σε βιβλιοθήκες ή αναγνωστήρια σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι οι ερωτώμενοι με μητέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου.

Οι ερωτώμενοι με πατέρα βασικής εκπαίδευσης ασχολήθηκαν λιγότερο με την ανάγνωση βιβλίων κατά την περίοδο της πανδημίας από ό,τι οι ερωτώμενοι με πατέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου σε σχέση με την προ πανδημίας περίοδο.

Συνοψίζοντας, όλα δείχνουν πως κάποιος ή κάποια έχει περισσότερες πιθανότητες να διαβάζει όσο πιο πεπαιδευμένη είναι η οικογένεια από την οποία προέρχεται και όσο πιο μακρόχρονες σπουδές έχει ο ίδιος ή η ίδια ακολουθήσει. Η κατανόηση της σχέσης που διατηρούν οι πολίτες με την ανάγνωση περνά από την κατανόηση τριών θεμελιωδών γεγονότων:

- i. Της έντονης συσχέτισης μεταξύ ανάγνωσης, σχολικού κεφαλαίου (που υπολογίστηκε με βάση τα κατεχόμενα διπλώματα) και κοινωνικής καταγωγής (που προσδιορίστηκε με βάση το επάγγελμα και το πολιτισμικό κεφάλαιο).
- ii. Της ειδικής συμβολής της κοινωνικής καταγωγής, καθώς διαπιστώσαμε ότι με βάση το ίδιο σχολικό κεφάλαιο, το βάρος της κοινωνικής καταγωγής, στο σύστημα των επεξηγηματικών παραγόντων της ανάγνωσης, τείνει να αυξάνει όσο απομακρυνόμαστε από τις σχολικά νομιμότερες αναγνωστικές επιλογές και στάσεις.
- iii. Της έντονης συσχέτισης μεταξύ ανάγνωσης και κοινωνικής τροχιάς, καθώς η τελευταία προσδιορίζει τον τρόπο απόκτησης της διάθεσης για ανάγνωση.

Η ανάλυση του συνδυασμού αυτών των τριών γεγονότων κατέδειξε ότι υφίσταται η πολιτισμική ιεραρχία της ανάγνωσης. Η δομή της ιεραρχίας αυτής είναι ομολογη του πολιτισμικού κεφαλαίου των επισκεπτών: όσο πιο ισχυρός είναι ο όγκος του πολιτισμικού κεφαλαίου (πολιτισμικό και σχολικό κεφάλαιο) των αναγνωστών και των αναγνωστριών, τόσο περισσότερο «καταναλώνουν» τα πιο «πρωτοποριακά», «καινοτόμα», «κοσμοπολίτικα» και με διεθνή χαρακτηριστικά βιβλία. Μάλιστα, η

συσχέτιση αυτή γίνεται πιο ισχυρή όσο πιο ισχυρό είναι το αμιγώς πολιτισμικό κεφάλαιο.

## **5. Έντεκα χρόνια μετά**

Όπως προαναφέρθηκε, τον Νοέμβριο του 2010 το Εθνικό Κέντρο Βιβλίου (Ε.ΚΕ.ΒΙ.), ανέθεσε στη Metron Analysis τη διεξαγωγή της Γ΄ Πανελλήνιας Έρευνας Αναγνωστικής Συμπεριφοράς και Πολιτιστικών Πρακτικών.

Όσον αφορά την αναγνωστική συμπεριφορά, το 2010 το 43% των ερωτηθέντων είχε διαβάσει ένα βιβλίο το τελευταίο έτος, έναντι ποσοστού 34%, που είχε καταγραφεί σε προηγούμενη έρευνα του ΕΚΕΒΙ το 2004. Το 2021 το 65% του πληθυσμού δήλωσε ότι διάβασε, με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένων και των (audiobooks/e-books), ένα βιβλίο το τελευταίο έτος. Η άνοδος στην αναγνωστική ένταση παρατηρείται και στο μέσο πλήθος βιβλίων που διάβασαν οι αναγνώστες: από 5,8 κατά μέσο όρο ανά έτος το 2010, σε 8,1 κατά μέσο όρο το 2021.

Πέρα από την φάση της πανδημίας που διανύουμε και η οποία έχει παίξει τον ρόλο της στην ανάγνωση βιβλίων, όπως θα σημειωθεί παρακάτω, αξίζει να επισημάνουμε ότι μέσα στη δεκαετία που πέρασε το προφίλ του πληθυσμού έχει μεταβληθεί ως προς σημαντικές για το βιβλίο παραμέτρους επίδρασης. Για παράδειγμα, ενώ το 2010 το 53% του πληθυσμού γνώριζε μία ξένη γλώσσα, το αντίστοιχο ποσοστό το 2021 είναι 80%. Επίσης, το 2010 το 42% χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο έστω και σπάνια, ενώ το 2021 το 86% σχεδόν του πληθυσμού είναι χρήστης του.

Μερικά άλλα παραδείγματα σημαντικών αλλαγών, που έχουν επέλθει στα έντεκα αυτά χρόνια, είναι η σημαντική άνοδος του ενδιαφέροντος για τις δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου εντός οικίας, όπως π.χ. η δημιουργική μαγειρική (από 57% το 2010 σε 77% το 2021), το αυξημένο ποσοστό γονέων αναγνωστών στα ελληνικά νοικοκυριά (π.χ. το 2010 το 29% των πολιτών έλεγε ότι η μητέρα του διάβαζε

βιβλία κατά την παιδική/εφηβική του ηλικία, ποσοστό που το 2021 μετρήθηκε στο 46%).

Επίσης, ενώ το 2010 το διάμεσο πλήθος βιβλίων που υπήρχαν στα ελληνικά νοικοκυριά ήταν κατά δήλωση 40, το 2021 ήταν κατά δήλωση 90. Επιπρόσθετα, ενώ το 2010 το διάμεσο πλήθος βιβλίων στα παιδικά/εφηβικά χρόνια των ερωτώμενων δηλωνόταν σε μόλις 6, το αντίστοιχο πλήθος για τους ερωτώμενους του 2021 είναι 30.

Από την άλλη μεριά, κύριος λόγος μη ανάγνωσης βιβλίου παραμένει η κατά δήλωση έλλειψη χρόνου (39% το 2010 έναντι 51% το 2021) και ακολουθεί η έλλειψη ενδιαφέροντος και διάθεσης για διάβασμα (30% το 2010 έναντι 22% το 2021).

Ενδιαφέρον είναι ότι, αν και πέρασαν έντεκα χρόνια, οι δύο κύριες πηγές ενημέρωσης για θέματα σχετικά με τα βιβλία είναι οι φίλοι/συγγενείς (66% το 2010 και 50% το 2021) και οι επισκέψεις στα ίδια τα σημεία πώλησης, τα βιβλιοπωλεία (58% το 2010 και 44% το 2021). Παρατηρείται δηλαδή τόσο η διατήρηση του word-of-mouth, της συζήτησης ή ανταλλαγής πληροφοριών και εντυπώσεων σχετικά με τα βιβλία, όσο και η τυπική ανάγκη έρευνας αγοράς, να το δω, να το αγγίξω, να το περιεργαστώ το προϊόν (βιβλίο) πριν το αγοράσω.

Βέβαια, δεν πρέπει να υποτιμάται η δυναμική που έχει πλέον το internet ειδικά στην περίοδο της πανδημίας. Ενώ το 2010 το επέλεγε ως πηγή ενημέρωσης το 15%, πλέον έχει πολλαπλή επίδραση με τις επισκέψεις στα social media και στα sites των βιβλιοπωλείων (32%) και των εκδοτικών οίκων (26%) ή σε άλλα sites (40%). Κατανοητό είναι λοιπόν ότι, εάν αθροιστεί η επίδραση των παραπάνω υπολογίζεται ότι το 58% των αναγνωστών ενημερώνεται από κάποια διαδικτυακή πηγή σχετικά με τα βιβλία, και άρα το internet αποτελεί πλέον τον τρίτο βασικό πυλώνα ενημέρωσης, μετά τα σημεία πώλησης και τις συζητήσεις με φίλους, συγγενείς και γνωστούς.

Δεν παρατηρούνται σημαντικές μεταβολές ως προς τα κριτήρια της επιλογής βιβλίου από τους αναγνώστες. Διαχρονικά, τρία από τα πιο σημαντικά κριτήρια είναι το περιεχόμενο/θέμα του βιβλίου, ο συγγραφέας και η περίληψη στο οπισθόφυλλο (που είναι επίσης κάτι σχετικό με το θέμα του βιβλίου). Σημαντικό ρόλο παίζουν, επίσης διαχρονικά και οι γνώμες τρίτων (πρόκειται κυρίως για τη γνώμη των φίλων, των γνωστών ή των κριτικών).

Λιγότερο φαίνεται να επηρεάζει την επιλογή αγοράς ενός βιβλίου η τιμή, το εξώφυλλο και το ποιος είναι ο εκδοτικός οίκος που το εκδίδει.

Μία ποιοτική αλλαγή των αναγνωστικών συνηθειών που παρατηρείται είναι ότι, ενώ το 2010 η συχνότερη περίοδος ανάγνωσης κατά τη διάρκεια του έτους ήταν οι διακοπές (44%), το 2021 το 31% αναφέρει ότι διαβάζει βιβλία σχεδόν καθημερινά όταν δεν έχει άλλες ασχολίες, και το 22% στις διακοπές. Η παραπάνω πρακτική μπορεί να αποτελεί και αποτέλεσμα της περιόδου της πανδημίας, καθώς σε άλλη ερώτηση της έρευνας του 2021 το 44% των αναγνωστών δηλώνει ότι διάβασε περισσότερα βιβλία κατά την πανδημία έναντι μόλις 11% που λέει ότι διάβασε λιγότερα.

Με βάση το είδος των βιβλίων που προτιμούν οι αναγνώστες, τις τρεις πρώτες θέσεις, και στις δύο χρονικές περιόδους, διατηρούν, κατά σειρά, η ελληνική λογοτεχνία, η ξένη λογοτεχνία και η ιστορία. Μόνη διαφορά στην κορυφή των προτιμήσεων είναι η εμφάνιση της αστυνομικής λογοτεχνίας/crime στην τέταρτη θέση το 2021, ενώ δεν καταγραφόταν καν έντεκα χρόνια πριν.

Σε ό,τι αφορά τα κανάλια αγοράς βιβλίων, στις δύο πρώτες θέσεις παραμένουν τα φυσικά καταστήματα (κατά σειρά, συνοικιακό βιβλιοπωλείο και αλυσίδα βιβλιοπωλείων), με το internet όμως να ακολουθεί με ποσοστό 32% (sites αλυσίδων) ή 16% (sites εκδοτικών οίκων), ενώ το 2010 είχε μόλις 2%.

Τέλος, αμετάβλητοι μένουν οι κοινωνικοί παράγοντες οι οποίοι καθορίζουν τη σχέση που διατηρούν τα άτομα με την ανάγνωση.

## **B. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

- Παρατηρείται τα τελευταία χρόνια μία συνεχής και συστηματική διεύρυνση του αναγνωστικού κοινού, κυρίως του κοινού που διαβάζει λίγο και περιστασιακά, και μια εντατικοποίηση των συστηματικών αναγνωστών.
- Η τάση αυτή φαίνεται πως θα συνεχιστεί, καθώς η γενικευμένη χρήση του σχολείου από όλες τις κοινωνικές τάξεις ως εργαλείου διατήρησης ή/και βελτίωσης της κοινωνικής θέσης εξακολουθεί αμείωτη και θα συνεχίσει να παράγει τα δομικά της αποτελέσματα και στον χώρο του βιβλίου και της ανάγνωσης.
- Σταθμίζοντας την εξέλιξη της κοινωνικής σύνθεσης των αναγνωστών και των συμπεριφορών τους και συσχετίζοντάς την με την εξέλιξη της κοινωνικής σύνθεσης του πληθυσμού της ανώτατης εκπαίδευσης στην Ελλάδα, συμπεραίνουμε ότι, τις τελευταίες δεκαετίες οι μεσαίες τάξεις, οι οποίες επωφελήθηκαν περισσότερο από τον «εκδημοκρατισμό» της εκπαίδευσης, παρουσιάζουν μεγαλύτερο βαθμό «εκπολιτισμού», καθώς εμφανίζεται αύξηση ως προς τον αριθμό των ατόμων από αυτές τις τάξεις που καταναλώνουν πολιτισμό γενικά, και βιβλία ειδικότερα, ενώ επιπλέον παρατηρείται μια εντατικοποίηση της κατανάλωσης αυτής από τα τμήματα εκείνα των μεσαίων τάξεων που ήδη κατανάλωναν πολιτισμικά αγαθά.
- Αν παραμένουν μέσα στον χρόνο ανισότητες και διαφοροποιήσεις στην αναγνωστική συμπεριφορά αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι μη ορατές συνθήκες πρόσβασης στην ανάγνωση -ειδικότερα, στην εντατική ανάγνωση, και ακόμα περισσότερο στην εντατική ανάγνωση έργων της κυρίαρχης κουλτούρας- και η διάρκεια της σχολικής εκπαίδευσης παραμένουν ακόμα άνισα κατανομημένες μεταξύ των κοινωνικών ομάδων.
- Αυτό που εμφανίζεται ως άνισα κατανομημένο μεταξύ των κοινωνικών ομάδων δεν είναι η ίδια η ανάγνωση, αλλά η τάση, η ροπή, η «ανάγκη», η διάθεση που έχει κάποιος για να διαβάσει. Με άλλα λόγια η διάθεση που γεννά την «αναγνωστική ανάγκη» και η οποία δεν είναι παρά προϊόν εκπαίδευσης, αποτέλεσμα «καλλιέργειας». Είναι δεδομένο πως αν δεν έχει δημιουργηθεί μέσα στο άτομο η ανάγκη να διαβάσει δεν θα διαβάσει ποτέ εντατικά.

- Η παραγωγή της αναγνωστικής διάθεσης και πρακτικής αποτελεί δομική έκφανση του φαινομένου της κοινωνικοποίησης, η οποία ενισχύεται από την επίδραση των συνθηκών ύπαρξης και των αντίστοιχων αποτελεσμάτων τους.
- Οι αναγνωστικές κατηγορίες σκέψης, αντίληψης, αποτίμησης και δράσης, τις οποίες ενεργοποιούν τα άτομα για να αντιληφθούν τον κόσμο του βιβλίου και τη σχέση τους με αυτόν, αποτελούν, πράγματι, προϊόν της ενσωμάτωσης των αντικειμενικών συνθηκών του ίδιου του κόσμου τους.
- Αυτό που καθορίζει αν μία κοινωνική ομάδα θα καταναλώνει ή όχι βιβλία είναι οι ικανότητες και οι παραστάσεις της, οι οποίες είναι συνδεδεμένες με το αξιακό σύστημα που διέπει την κουλτούρα της.
- Το βιβλίο αναγνωρίζεται ως πνευματικό αγαθό μόνο από εκείνους που κατέχουν τα μέσα για να το οικειοποιηθούν πραγματικά. Η υποδοχή ενός μηνύματος που εκπέμπει ένα βιβλίο συναρτάται με τα σχήματα αντίληψης, σκέψης και εκτίμησης που διαθέτουν οι αποδέκτες του. Συνεπώς στις σημερινές διαφοροποιημένες κοινωνίες υφίσταται μία στενή σχέση μεταξύ της φύσης και της ποιότητας των μηνυμάτων που εκπέμπονται από τα βιβλία και της δομής του κοινού τους.
- Το μήνυμα που εκπέμπουν τα βιβλία διαμορφώνεται μέσω ενός κώδικα, ο οποίος οφείλει να αποκτηθεί μέσω μιας μακράς, θεσμικά οργανωμένης εκμάθησης. Η υποδοχή του μηνύματος αυτού εξαρτάται από τον βαθμό ελέγχου του κώδικα που διαθέτει ο δέκτης του.
- Η μη εξέταση των κοινωνικών όρων, που καθιστούν δυνατή την αναγνωστική διάθεση και ικανότητα, αποτελεί βασική προϋπόθεση της αναπαραγωγής της νομιμοποίησης των πολιτιστικών και κοινωνικών προνομίων των καλλιεργημένων τάξεων.
- Το βιβλίο «κοστίζει» πρώτα απ' όλα χρόνο σε όποιον θέλει να το διαβάσει. Όμως, το κόστος σε χρόνο πολιτισμικής κατανάλωσης έχει διαφορετικό κοινωνικό βάρος στις παραστάσεις κάθε κοινωνικής ομάδας.
- Όλες οι εμπορούμενες από τη λογική του μάρκετινγκ προσπάθειες προώθησης της επαφής με τα βιβλία ως πολιτισμικά αγαθά συμβάλλουν μόνο πρόσκαιρα και μερικώς στην άρση των κοινωνικών ανισοτήτων, που παρατηρούνται συστηματικά στην πρακτική της ανάγνωσης. Οι προσπάθειες ενίσχυσης της

φιλιαναγνωσίας, όσο παράλληλα δεν δημιουργούνται εκείνες οι κοινωνικές συνθήκες που θα επέτρεπαν, δίνοντάς της «ένα θεμέλιο και μία σημασία», τη γέννηση και την ενεργοποίηση της ζητούμενης συστηματικής πρακτικής της ανάγνωσης, καταδικάζονται σε συγκυριακή επιτυχία.

- Μόνο αν επιμηκυνθεί η ανάπτυξη της αναγνωστικής ευχέρειας και ικανότητας εντός του πλαισίου της θεσμικής εκπαίδευσης, μπορεί να σπάσει, έστω σε έναν βαθμό, ο φαύλος κύκλος της αναπαραγωγής της πολιτισμικής αποστέρησης ως προς την ανάγνωση, που βιώνουν τα πιο ενδεή κοινωνικά στρώματα.
- Οι επενδύσεις σε προγράμματα ανάπτυξης της αναγνωστικής πρακτικής, καθώς και σε ανθρώπινο δυναμικό, το οποίο θα έχει ως αποστολή τη διασφάλιση των αποτελεσμάτων αυτών των προγραμμάτων, μπορούν να αποβούν πολύ πιο αποτελεσματικές, υπό τον όρο ότι θα συνοδευτούν από ανάλογες επενδύσεις στο εκπαιδευτικό σύστημα. Το εκπαιδευτικό σύστημα είναι ο θεσμός εκείνος που δύναται να παράγει, με τον καλύτερο δυνατό τρόπο, χρήστες αυτών των προγραμμάτων και αυτών των υποδομών.
- Η διάδοση της ανάγνωσης δεν θα γίνει ποτέ μία μηχανική απόρροια της προσφοράς της, οποιασδήποτε μορφής και οποιουδήποτε είδους, καθώς προϋποθέτει μία άσκηση η όποια προϋποθέτει, με τη σειρά της, μία ισχυρή και επίμονη επιθυμία πρακτικής.
- Η υφέρπουσα αναλογία μεταξύ οικονομικού αγαθού και πολιτισμικού αγαθού και, γενικότερα, η γλώσσα της προσφοράς και της ζήτησης, αποδεικνύονται τελείως αναποτελεσματικές σε κάθε πολιτική αύξησης του εγγραμματισμού. Αυτό συμβαίνει γιατί εστιάζουν μόνο στο πρόβλημα της υλικής προσβασιμότητας στα πνευματικά αγαθά. Αντίθετα η καθαυτό πολιτισμική χρήση ενός γραπτού μηνύματος προϋποθέτει την πρόσληψη και την ερμηνεία μιας νοηματοδοτημένης πρότασης.
- Μέσα από τις νέες «εκσυγχρονιστικές» και «προοδευτικές» μορφές και τεχνικές προσφοράς της ανάγνωσης και των βιβλίων, αυξάνεται η πιθανότητα για «ανάγνωση» των μεσαίων τάξεων και των πιο εκπαιδευμένων τμημάτων των μικροαστικών τάξεων (αύξηση της συχνότητας πρακτικών της ανάγνωσης και αύξηση του αριθμού των ατόμων που τις ασκούν). Η αύξηση αυτή ωστόσο δεν μπορεί να ξεπεράσει ένα ανώτατο όριο.



- Μόνο σπλισμένοι με τη γνώση της δράσης των κοινωνικών παραγόντων μπορούμε να επεξεργαστούμε μία αποτελεσματική πολιτική για την ανάγνωση, μια πολιτική πολιτισμικού εκδημοκρατισμού η οποία συνοψίζεται στην εξής μία φράση: «πρέπει να γίνουν καθολικοί οι όροι πρόσβασης στο καθολικό».
- Υπάρχουν άνθρωποι που δεν διαβάζουν επειδή απλώς δεν έχει δημιουργηθεί μέσα τους η ανάγκη της ανάγνωσης. Όταν πρόκειται για τις πολιτισμικές ανάγκες, όσο περισσότερο στερημένοι είναι οι άνθρωποι, τόσο λιγότερο έχουν επίγνωση της στέρησής τους· αντιθέτως, όταν πρόκειται για οικονομικές ανάγκες, όσο πιο πολύ στερημένοι είναι οι άνθρωποι, τόσο περισσότερο έχουν επίγνωση των αναγκών τους
- Οι άνθρωποι που δεν έχουν πνευματική καλλιέργεια στερούνται της συναίσθησης ότι στερούνται πνευματικής καλλιέργειας.

## **Γ. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ-ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ**

- Για να είναι ρεαλιστικές, οι προσπάθειες εκδημοκρατισμού της ανάγνωσης πρέπει να ληφθούν υπόψη δύο κοινωνιολογικές παρατηρήσεις: (α) πως η αναγνωστική ευχέρεια δεν είναι ισάξια κατανομημένη σε όλα τα κοινωνικά στρώματα· (β) πως υπάρχουν κοινωνικές ομάδες των οποίων η κουλτούρα όχι απλώς προσανατολίζεται σε διαφορετικές αξίες από εκείνες που προϋποθέτει και συνεπάγεται η συστηματική αναγνωστική πρακτική, αλλά και απαξιώνει ρητά την ανάγνωση βιβλίων.
- Μία πολιτισμική πολιτική που αγνοεί την πρώτη παρατήρηση, όχι απλώς είναι αναποτελεσματική –καθώς έχει εξαρχής το μειονέκτημα ότι δεν λαμβάνει υπόψη της εκείνους που είτε παρανοούν είτε δεν κατανοούν ό,τι διαβάζουν. Μια πολιτισμική πολιτική που αποσκοπεί στη διάδοση της ανάγνωσης ως δραστηριότητας του ελεύθερου χρόνου ή στη διάχυση της «λόγιας» ή «νόμιμης» κουλτούρας που αγνοεί τη δεύτερη προηγηθείσα παρατήρηση είναι καταδικασμένη σε αποτυχία, καθώς δεν κατανοεί πως, για να μπορέσει μια κοινωνική ομάδα ή ένα άτομο να υιοθετήσει μια πρακτική, όπως την πρακτική της ανάγνωσης, θα πρέπει η πρακτική αυτή να νοηματοδοτείται από την κουλτούρα της.

- Κάθε πολιτική διάχυσης της ανάγνωσης οφείλει να αντιμετωπίζει και το ζήτημα της σχέσης που διατηρούν οι διάφορες κοινωνικές ομάδες με τους χώρους ανάγνωσης και τους τρόπους χρήσης του βιβλίου μέσα σε αυτούς.
- Οι υπεύθυνοι αυτών των πολιτικών είναι απαραίτητο, όταν επεξεργάζονται μορφές διάθεσης και τρόπους πρόσβασης στα βιβλία, να γνωρίζουν τη μορφή, το είδος και την ικανότητα των νοητικών σχημάτων κατανόησης του κόσμου που διαθέτουν τα άτομα που δεν διαβάζουν ή διαβάζουν λίγο, δηλαδή, το κοινό που θέλουν να μάθει να μην επιλέγει αναγκαστικά ή τυχαία ένα βιβλίο.
- Μία αποτελεσματική πολιτική διάδοσης της ανάγνωσης δεν μπορεί παρά να έχει μόνο μία αρχή: δεν υπάρχουν ακατάλληλα βιβλία, δεν υπάρχουν άχρηστες και απρόσφορες αναγνώσεις, ακόμα και αυτές του πρώτου επιπέδου.
- Μία αποτελεσματική στρατηγική της ανάγνωσης που στοχεύει να εντάξει με τρόπο μόνιμο και ισχυρό την αναγνωστική πρακτική στη λαϊκή κουλτούρα οφείλει να έχει συνείδηση: α) πως στόχος της δεν πρέπει να αποτελεί η από-πολιτισμικοποίηση των λαϊκών στρωμάτων, όπως, με τρόπο περισσότερο ασύνειδο, προωθούν οι φορείς που διαμορφώνουν τον κόσμο του βιβλίου, αλλά η ένταξη του βιβλίου στην κουλτούρα ως αντικείμενο οικείο και ενεργό, και β) πως η υιοθέτηση μιας τέτοιας στόχευσης και κυρίως η επιτυχία μιας τέτοιας πολιτικής συνδέονται με έναν ριζικό μετασχηματισμό της πολιτισμικής και ιδεολογικής λειτουργίας της ανάγνωσης και του βιβλίου στο πλαίσιο των σύγχρονων κοινωνιών.