

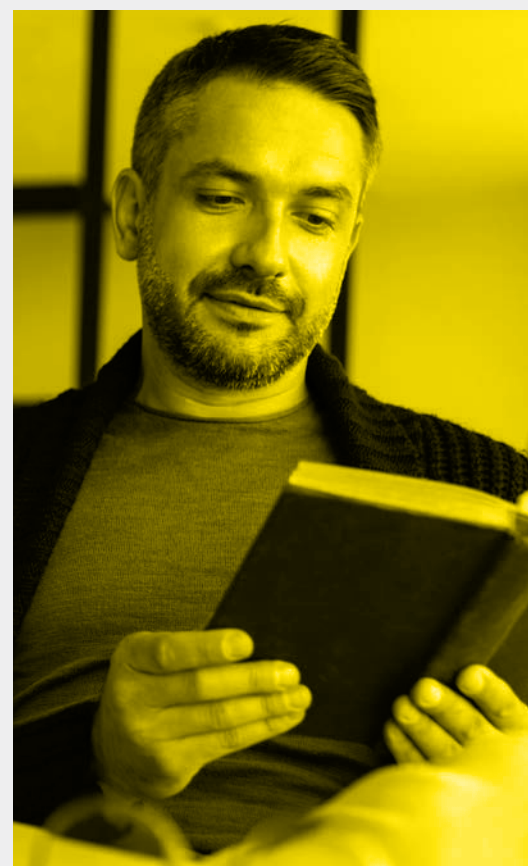
ΑΝΑΓΝΩΣΕΙΣ, ΑΝΑΓΝΩΣΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΡΙΕΣ

Το βιβλίο και το κοινό του στην Ελλάδα

Έρευνα του ΟΣΔΕΛ για την αναγνωστική συμπεριφορά

Επιστημονική διεύθυνση:

ΝΙΚΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΣ, καθηγητής κοινωνιολογίας, ΕΚΠΑ



Αθήνα 2022

ΑΝΑΓΝΩΣΕΙΣ, ΑΝΑΓΝΩΣΤΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΓΝΩΣΤΡΙΕΣ Το βιβλίο και το κοινό του στην Ελλάδα

Έρευνα του ΟΣΔΕΛ για την αναγνωστική συμπεριφορά

Επιστημονική διεύθυνση:

ΝΙΚΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΠΟΥΛΟΣ, καθηγητής κοινωνιολογίας, ΕΚΠΑ

Σε συνεργασία με τις:

Λίλα Παπαβασιλείου, Άννα Παπαργυρίου, Δανάη Σαραντοπούλου

Ερευνητική ομάδα:

Κίμωνας-Θανάσης Αλέξης

Μαρία Βιδάλη

Αθηνά Καρατζά

Φωτεινή Κρεατσούλα

Ηλιάννα Μαθιουδάκη

Ιωάννα Μικρογιαννάκη

Αγγελική Μπαρδακλή

Ιόλη Παναγιωτοπούλου

Μιχάλης Ρόθος

Δήμητρα Στέφου

Επιμέλεια κειμένων έρευνας:

Ελένη Κεχαγιόγλου

Αθήνα 2022

Περιεχόμενα

Εισαγωγικό σημείωμα	σελ. 3
1. Οι έρευνες	σελ. 5
1.1 Η ποσοτική έρευνα	σελ. 5
1.2 Η ποιοτική έρευνα	σελ. 10
2. Οι κοινωνικές συνθήκες της ανάγνωσης	σελ. 13
2.1 Προφίλ δείγματος	σελ. 13
2.2 Ανάγνωση βιβλίων	σελ. 26
2.3 Αναγνωστική συμπεριφορά	σελ. 31
2.4 Αγορά βιβλίων	σελ. 43
3. Ανάγνωση και καλλιεργημένη διάθεση	σελ. 50
4. Αποτελέσματα, συμπεράσματα, προτάσεις - προοπτικές	σελ. 64
4.1 Αποτελέσματα	σελ. 64
4.2 Έντεκα χρόνια μετά	σελ. 69
4.3 Συμπεράσματα	σελ. 71
4.4 Προτάσεις - προοπτικές	σελ. 77
Παράρτημα	σελ. 84

Εισαγωγικό σημείωμα

Ο Οργανισμός Συλλογικής Διαχείρισης Έργων του Λόγου (ΟΣΔΕΛ), από την ίδρυσή του το 1997, διαθέτει μέρος των εσόδων του για πολιτιστικούς και κοινωνικούς σκοπούς προς όφελος των συμβασιούχων του, συγγραφέων, μεταφραστών, δημοσιογράφων και εκδοτών. Η υποστήριξη πολιτιστικών, εκπαιδευτικών και κοινωνικών δράσεων αποτελεί μέρος της αποστολής των Οργανισμών Συλλογικής Διαχείρισης και διεθνή πρακτική, ενώ προβλέπεται από το ενωσιακό και το εθνικό δίκαιο.

Στο πλαίσιο αυτό, σε συνεννόηση με τις ενώσεις συγγραφέων και εκδοτών που εκπροσωπούνται στο Διοικητικό Συμβούλιο του Οργανισμού, ο ΟΣΔΕΛ ανέλαβε την πρωτοβουλία να χρηματοδοτήσει και να συντονίσει την εκπόνηση ενός ερευνητικού προγράμματος για τον κλάδο του βιβλίου. Το εν λόγω πρόγραμμα περιλαμβάνει έρευνες για τις εκδοτικές επιχειρήσεις, τη βιβλιοπαραγωγή, τα βιβλιοπωλεία και την αναγνωστική συμπεριφορά.

Το Εθνικό Κέντρο Βιβλίου (ΕΚΕΒΙ), κατά την περίοδο λειτουργίας του, είχε υλοποιήσει ένα σημαντικό ερευνητικό έργο, το οποίο κάλυπτε τις ανάγκες του κλάδου του βιβλίου. Δυστυχώς όμως, μετά τη διακοπή λειτουργίας του ΕΚΕΒΙ, κανένας δημόσιος φορέας δεν ανέλαβε να συνεχίσει το έργο αυτό. Ως αποτέλεσμα, οι επαγγελματίες του βιβλίου, η εκπαιδευτική και ακαδημαϊκή κοινότητα, οι αναγνώστες και οι αναγνώστριες αλλά και οι ίδιες οι αρμόδιες αρχές της Πολιτείας απώλεσαν τη δυνατότητα πρόσβασης σε αξιόπιστα ποσοτικά και ποιοτικά δεδομένα. Επιπλέον, η Ελλάδα λόγω της έλλειψης στοιχείων –σε αντίθεση με την πλειονότητα των ευρωπαϊκών χωρών– βρέθηκε εκτός του χαρτογραφημένου ευρωπαϊκού και διεθνούς εκδοτικού τοπίου.

Η ανάγκη να καλυφθεί το κενό αυτό ώθησε τον ΟΣΔΕΛ να αναλάβει την πρωτοβουλία και να προχωρήσει στην υλοποίηση του προαναφερθέντος ερευνητικού προγράμματος και στην εκπόνηση της συγκεκριμένης έρευνας «Αναγνώσεις, αναγνώστες και αναγνώστριες: Το βιβλίο και το κοινό του στην Ελλάδα», η οποία χρηματοδοτήθηκε από ίδιους πόρους. Την επιστημονική διεύθυνση της έρευνας είχε ο Νίκος Παναγιωτόπουλος, καθηγητής κοινωνιολογίας στο Τμήμα Επικοινωνίας και Μ.Μ.Ε. του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών.

Η εν λόγω έρευνα, που διενεργήθηκε από τον Ιανουάριο του 2021 έως τον Φεβρουάριο του 2022, είναι ιδιαίτερα σημαντική για δύο ακόμα λόγους. Ο πρώτος λόγος είναι ότι πρόκειται για την πρώτη έρευνα που πραγματοποιείται 12 χρόνια μετά την αντίστοιχη έρευνα του ΕΚΕΒΙ και που αποτυπώνει την κατάσταση, όπως αυτή διαμορφώθηκε μετά την οικονομική και την υγειονομική κρίση που μεσολάβησαν και οι οποίες άλλαξαν άρδην το εκδοτικό τοπίο. Είναι ευτυχής συγκυρία το γεγονός ότι την ποσοτική έρευνα ανέλαβε ο Στράτος Φαναράς και η Metron Analysis, η οποία είχε πραγματοποιήσει και την έρευνα του ΕΚΕΒΙ το 2010.

Ο δεύτερος λόγος είναι ότι η έρευνα δεν περιορίστηκε στην καταγραφή των ποσοτικών στοιχείων, αλλά προχώρησε πέρα από αυτά, αναζητώντας απαντήσεις στα ερωτήματα *πώς καταλήγει κάποιος να είναι συστηματικός ή μέτριος αναγνώστης*, αλλά και *για ποιους λόγους τελικά κάποιος ή κάποια δεν γίνεται αναγνώστης ή αναγνώστρια*. Τα ευρήματα της έρευνας αναδεικνύουν και τεκμηριώνουν την αιτιώδη σχέση της ανάγνωσης με την προσωπική, επαγγελματική και κοινωνική εξέλιξη.

Το παρόν έργο «Αναγνώσεις, αναγνώστες και αναγνώστριες: Το βιβλίο και το κοινό του στην Ελλάδα» δεν ενδιαφέρει όμως μόνο το οικοσύστημα του βιβλίου, καθώς καταπιάνεται και με ευρύτερα θέματα τόσο του πολιτισμού όσο και της εκπαίδευσης. Ως εκ τούτου, μπορεί να αποτελέσει ένα πολύτιμο εργαλείο, ελεύθερα προσβάσιμο στον ιστότοπο του Οργανισμού (osdel.gr), για την ακαδημαϊκή και ερευνητική κοινότητα, για τους αναγνώστες και τις αναγνώστριες.

Παράλληλα, μια εμπλουτισμένη έκδοχή με το σύνολο των συνεντεύξεων και την πλήρη θεωρητική ανάλυση κυκλοφορεί σε βιβλίο. Ευχαριστούμε ιδιαίτερα τις εκδόσεις Gutenberg που ανέλαβαν να σχεδιάσουν και να χρηματοδοτήσουν την έκδοση του βιβλίου, τα έσοδα του οποίου θα διατεθούν στον ΟΣΔΕΛ για την ενίσχυση των πολιτιστικών και κοινωνικών δράσεων που υλοποιεί.

Ευελπιστούμε ότι παραδίδουμε στον κόσμο του βιβλίου και της εκπαίδευσης, στην ακαδημαϊκή κοινότητα, στην Πολιτεία και στο ευρύτερο κοινό μια ενδελεχή μελέτη, η οποία θα αναθερμάνει και θα τροφοδοτήσει τη δημόσια συζήτηση για την ανάγκη χάραξης εθνικής πολιτικής για την ανάγνωση και το βιβλίο.

As εργαστούμε λοιπόν μαζί για μια κοινωνία όπου όλες και όλοι θα έχουμε ίση πρόσβαση στο βιβλίο.

Αντώνης Καρατζάς

πρόεδρος ΔΣ ΟΣΔΕΛ - εκδότης

Γιωργανδρέας Ζάννος

διευθυντής

1. Οι έρευνες

1.1 Η ποσοτική έρευνα

Στόχος της στατιστικής ανάλυσης που ακολουθεί είναι ο εντοπισμός των κοινωνικο-δημογραφικών παραμέτρων που συσχετίζονται σε σημαντικό βαθμό με τον δείκτη ανάγνωσης, καθώς και με άλλους, συναφείς παράγοντες. Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν βασίστηκαν σε πανελλαδική έρευνα της Metron Analysis, η οποία διεξήχθη τον Οκτώβριο και τον Νοέμβριο του 2021 σε τυχαίο δείγμα 1.500 νοικοκυριών.

Αναλυτικότερα, τα **στοιχεία διεξαγωγής της έρευνας** έχουν ως εξής:

- ▶ *Μεθοδολογία:* Computer-assisted τηλεφωνικές συνεντεύξεις.
- ▶ *Περιοχή έρευνας:* Το σύνολο των περιοχών της ηπειρωτικής και της νησιωτικής Ελλάδας.
- ▶ *Πληθυσμός έρευνας:* Άνδρες και γυναίκες 16 ετών και άνω που μπορούν να επικοινωνήσουν επαρκώς χρησιμοποιώντας την ελληνική γλώσσα ανεξαρτήτως εθνικότητας.
- ▶ *Μέγεθος δείγματος:* 1.500 άτομα.
- ▶ *Μέγιστο δειγματοληπτικό σφάλμα:* $\pm 2,2\%$
- ▶ *Επιλογή δείγματος:* Κλήσεις σε τυχαίοποιημένο δείγμα σταθερών και κινητών τηλεφώνων (Random digit dialing) με χρήση ποσοτώσεων ως προς την περιφέρεια στην οποία ανήκει η κατοικία.
- ▶ *Έλεγχος ποιότητας:* Το 19% των συνεντεύξεων ελέγχθηκαν μέσω παράλληλης συνακρόασης, ενώ όλες οι συνεντεύξεις ελέγχθηκαν διεξοδικά.
- ▶ *Σταθμίσεις:* Τα αποτελέσματα της έρευνας σταθμίστηκαν εκ των υστέρων ως προς τις πληθυσμιακές κατανομές της ηλικίας και του επιπέδου της εκπαίδευσης.
- ▶ *Ωρες διεξαγωγής έρευνας:* από Δευτέρα έως Παρασκευή 10:00-15:00 και 17:30-21:30, και Σάββατο 10:00-15:00, με έμφαση στις απογευματινές ώρες ώστε να εκπροσωπηθούν οι εργαζόμενοι.
- ▶ *Ερευνητικό προσωπικό:* Για τη διεξαγωγή της έρευνας εργάστηκαν 27 ερευνητές και 3 επόπτες τόσο από τα κεντρικά γραφεία της εταιρίας στην Αθήνα όσο και μέσω του Virtualized Data Center της εταιρίας. Πριν από την έναρξη της έρευνας, οι συνεντευκτές έλαβαν κατάλληλη σεμιναριακή εκπαίδευση σχετικά με τους στόχους της έρευνας και τη δομή του ερωτηματολογίου.
- ▶ *Ερωτηματολόγιο:* Το ερωτηματολόγιο της έρευνας αποτελούνταν από 46 αριθμημένες ερωτήσεις. Οι περισσότερες ερωτήσεις ήταν κλειστού τύπου και σε ορισμένες περιπτώσεις ανοικτού (όπως, π.χ., για τα επαγγέλματα των ερωτηθέντων).

- ▶ *Κοινωνικο-δημογραφικές ερωτήσεις:* Συνολικά καταγράφηκαν απαντήσεις σε 19 κοινωνικο-δημογραφικές ερωτήσεις.

Όσον αφορά τη **μέθοδο ανάλυσης δεδομένων**, για την περιγραφική τους ανάλυση χρησιμοποιήθηκαν ποσοστιαίες κατανομές συχνοτήτων για τις κατηγορικές μεταβλητές και μέτρα θέσης ή/και μεταβλητότητας για τις διατάξιμες ή τις συνεχείς μεταβλητές. Για τον υπολογισμό συσχετίσεων μεταξύ διατάξιμων ή συνεχών μεταβλητών υπολογίστηκαν οι αντίστοιχοι συντελεστές συσχέτισης Pearson, ενώ ταυτόχρονα υπολογίστηκε και ο συντελεστής αξιοπιστίας Cronbach-Alpha. Για τον υπολογισμό διπαραγοντικών συσχετίσεων μεταξύ μίας κατηγορικής μεταβλητής και μίας διατάξιμης ή συνεχούς μεταβλητής χρησιμοποιήθηκαν οι στατιστικοί έλεγχοι Student's t-test (για κατηγορική μεταβλητή με δύο επίπεδα) και ANOVA test (για κατηγορική μεταβλητή με περισσότερα των δύο επιπέδων).

Στις περιπτώσεις στατιστικά σημαντικών συσχετίσεων μεταξύ κατηγορικών μεταβλητών με περισσότερα των δύο επιπέδων και συνεχών μεταβλητών, πραγματοποιήθηκαν πρόσθετοι έλεγχοι Bonferroni, προκειμένου να διαπιστωθούν ποια επίπεδα της κατηγορικής μεταβλητής διαφέρουν σημαντικά μεταξύ τους. Ειδικότερα, για τη μελέτη της συσχέτισης μεταξύ μίας κατηγορικής μεταβλητής και μίας διατάξιμης ή συνεχούς μεταβλητής, λαμβάνοντας υπόψη την επίδραση που μπορεί να έχουν άλλες κατηγορικές μεταβλητές, διαμορφώθηκαν μοντέλα πολλαπλής παλινδρόμησης (*multiple regression model*). Στην αρχή, μέσω των διπαραγοντικών συσχετίσεων εντοπίστηκαν οι κατηγορικές μεταβλητές εκείνες που έχουν, έστω και ενδεικτική, συσχέτιση με τη διατάξιμη ή συνεχή μεταβλητή σε επίπεδο σημαντικότητας $\alpha = 5\%$ (*potential significant factors*). Για κάθε κατηγορική μεταβλητή με $-v-$ επίπεδα, διαμορφώθηκαν κατάλληλες $-v-1-$ dummy μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν για να μελετηθεί η επίδραση της εν λόγω κατηγορικής μεταβλητής στο μοντέλο παλινδρόμησης. Για την επιλογή του βέλτιστου μοντέλου παλινδρόμησης, χρησιμοποιήθηκε η τεχνική *forward best model selection* ξεκινώντας από την κατηγορική μεταβλητή με τη μεγαλύτερη επίδραση στο μοντέλο και ελέγχοντας στη συνέχεια την επίδραση όλων των υπόλοιπων παραγόντων (*potential significant factors*). Οι εν λόγω στατιστικές αναλύσεις πραγματοποιήθηκαν με τη χρήση του στατιστικού πακέτου SPSS σε επίπεδο σημαντικότητας $\alpha = 5\%$.

Επίσης, πραγματοποιήθηκε ανάλυση παραγόντων (*factor analysis*) ώστε να εξακριβωθεί η ύπαρξη λιγότερων σε πλήθος διατάξιμων ή συνεχών μεταβλητών οι οποίες ερμηνεύουν την πληροφορία που υπάρχει σε αντίστοιχες απαντήσεις του ερωτηματολογίου. Η επιλογή του πλήθους των παραγόντων έγινε ούτως ώστε να εκφράζει ικανό ποσοστό της αρχικής πληροφορίας (περίπου 60%) και χρησιμοποιήθηκε η τεχνική *vari max* προκειμένου να βελτιστοποιηθεί η ερμηνευσιμότητα της αρχικής λύσης παραγόντων.

Το **δείγμα της έρευνας** ήταν 1.500 άτομα. Στον Πίνακα 1 και στον Πίνακα 2, που ακολουθούν, παρουσιάζονται οι ποσοστιαίες κατανομές των 19 κοινωνικο-δημογραφικών παραγόντων.

Πίνακας 1: Ποσοστιαίες κατανομές κοινωνικο-δημογραφικών παραγόντων

Κοινωνικο-δημογραφικοί παράγοντες		%
1. Περιοχή κατοικίας κατά NUTS 1 ¹	Αττική	32%
	Βόρεια Ελλάδα	28%
	Κεντρική Ελλάδα	26%
	Νησιά Αιγαίου/Κρήτη	14%
2. Φύλο	Άνδρες	49%
	Γυναίκες	51%
3. Ηλικία	16-24 ετών	11%
	25-34 ετών	14%
	35-44 ετών	18%
	45-54 ετών	17%
	55-64 ετών	15%
	65+ ετών	25%
4. Εκπαίδευση	Κατώτερη	32%
	Μέση	43%
	Ανώτερη	25%
5. Οικογενειακή κατάσταση	Έγγαμοι	58%
	Άγαμοι	32%
6. Ύπαρξη και αριθμός παιδιών	Κανένα παιδί	35%
	Ένα παιδί	14%
	Δύο παιδιά	36%
	Τρία+ παιδιά	15%
7. Θέση στην απασχόληση	Ελεύθεροι επαγγελματίες	14%
	Μισθωτοί	32%
	Άνεργοι	11%
	Νοικοκυρές	9%
	Συνταξιούχοι	24%
	Άλλο	10%
8. Ύπαρξη εντατικού αναγνώστη στον κύκλο της παιδικής ηλικίας	Ναι	54%
	Όχι	46%

¹ Βόρεια Ελλάδα: Μακεδονία και Ήπειρος· Κεντρική Ελλάδα: Θεσσαλία και Ιόνια νησιά· Δυτική Ελλάδα: Στερεά Ελλάδα και Πελοπόννησος· Νησιά Αιγαίου / Κρήτη: Βόρειο Αιγαίο, Νότιο Αιγαίο και Κρήτη.

Πίνακας 2: Ποσοστιαίες κατανομές κοινωνικο-δημογραφικών παραγόντων
(συνέχεια του Πίνακα 1)

Κοινωνικο-δημογραφικοί παράγοντες		%
9. Κοινωνικοοικονομική τάξη κατά ESOMAR ²	A/B	5%
	C1	38%
	C2	43%
	D/E	38%
10. Πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό	Χαμηλό (0-60)	47%
	Μεσαίο (61-200)	36%
	Υψηλό (200+)	17%
11. Πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό των παιδικών χρόνων	Χαμηλό (0-20)	49%
	Μεσαίο (21-50)	27%
	Υψηλό (51+)	25%
12. Επίπεδο εκπαίδευσης πατέρα ³	Κατώτερη	58%
	Μέση	26%
	Ανώτερη	16%
13. Επίπεδο εκπαίδευσης μητέρας	Κατώτερη	63%
	Μέση	24%
	Ανώτερη	13%
14. Επίπεδο εκπαίδευσης πατρογονικού παππού ⁴	Κατώτερη	77%
	Μέση	15%
	Ανώτερη	8%
15. Επίπεδο εκπαίδευσης μητρογονικού παππού	Κατώτερη	76%
	Μέση	17%
	Ανώτερη	7%
16. Επαγγελματική ομάδα πατέρα ⁵	Ομάδα Α	18%
	Ομάδα Β	27%
	Ομάδα Γ	56%

² Βλ., εδώ, Παράρτημα.

³ Το 6% των ερωτηθέντων δεν απάντησε στην ερώτηση για την εκπαίδευση του πατέρα και το 3% για την εκπαίδευση της μητέρας.

⁴ Το 39% των ερωτηθέντων δεν απάντησε στην ερώτηση για την εκπαίδευση του πατρογονικού παππού και το 36% για την εκπαίδευση του μητρογονικού παππού.

⁵ Λιγότεροι από το 5% των ερωτηθέντων δεν απάντησαν στις ερωτήσεις για τα επαγγέλματα της μητέρας και του πατέρα, ενώ σε ποσοστό 22% δεν απάντησαν για το επάγγελμα του πατρογονικού παππού και σε ποσοστό 20% για το επάγγελμα του μητρογονικού παππού.

Κοινωνικο-δημογραφικοί παράγοντες		%
17. Επαγγελματική ομάδα μητέρας	Ομάδα Α	11%
	Ομάδα Β	15%
	Ομάδα Γ	25%
	Οικιακά	48%
18. Επαγγελματική ομάδα πατρογονικού παππού	Ομάδα Α	9%
	Ομάδα Β	18%
	Ομάδα Γ	73%
19. Επαγγελματική ομάδα μητρογονικού παππού	Ομάδα Α	6%
	Ομάδα Β	14%
	Ομάδα Γ	77%

Επισημαίνεται ότι, στις δημογραφικές πληροφορίες που αφορούσαν τους πατρογονικούς και μητρογονικούς παππούδες των ερωτηθέντων, η μη απάντηση εκ μέρους τους οφειλόταν κυρίως σε άγνοια. Ειδικότερα, τα υψηλά ποσοστά (άνω του 35%) όσων δεν απάντησαν σχετικά με το επίπεδο εκπαίδευσης των προγόνων κατέστησε αυτές τις δύο μεταβλητές μη χρήσιμες για τη συνέχεια της ανάλυσης και, ως εκ τούτου, αφαιρέθηκαν. Επισημαίνεται επίσης ότι η μη δήλωση του εκπαιδευτικού επιπέδου των πατρογονικών και των μητρογονικών παππούδων συναρτάται με το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτώμενων καθώς και των γονέων τους ($p\text{-value} < 0,001$). Πιο συγκεκριμένα, οι ερωτώμενοι με χαμηλό εκπαιδευτικό επίπεδο, αλλά και εκείνοι των οποίων οι γονείς έχουν χαμηλό εκπαιδευτικό επίπεδο, είναι πιο πιθανό να μη γνωρίζουν το εκπαιδευτικό επίπεδο των προγόνων τους.

Οι ερωτήσεις σχετικά με τα επαγγέλματα πατέρα, μητέρας, πατρογονικού και μητρογονικού παππού ήταν ερωτήσεις ανοικτού τύπου. Ανάλογα με τη διατύπωση των απαντήσεων που δόθηκαν πραγματοποιήθηκε κωδικογράφηση των απαντήσεων σε τρεις ομάδες με βάση τον μονοψήφιο κωδικό ISCO-88. Η πρώτη ομάδα περιλαμβάνει ανώτατες διοικητικές επαγγελματικές θέσεις, δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, επιστημονικά και τεχνολογικά επαγγέλματα, καθώς και τους εργαζόμενους στις ένοπλες δυνάμεις· η δεύτερη ομάδα περιλαμβάνει υπαλλήλους γραφείου, πωλητές ή απασχολούμενους σε υπηρεσίες· η τρίτη ομάδα περιλαμβάνει απασχολούμενους στη γεωργία και στην κτηνοτροφία, εργάτες, τεχνίτες κ.ο.κ. Σημειώνεται ότι έχει προστεθεί η κατηγορία «οικιακά» στην ομαδοποίηση που αφορά το επάγγελμα της μητέρας των ερωτώμενων.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, το 56% των ερωτώμενων έχει πατέρα που εργάστηκε, ή εργάζεται, στην τρίτη επαγγελματική ομάδα, ποσοστό που συνάδει με το ποσοστό κατώτερης εκπαίδευσης πατέρα (58%). Παρατηρείται επίσης ότι, αν και η κατανομή του επιπέδου εκπαίδευσης της μητέρας είναι αντίστοιχη με εκείνη του πατέρα, οι μητέρες στην πλειονότητά τους ασχολήθηκαν, ή ασχολούνται, με τα οικιακά (48%).

Σχετικά με τους πατρογονικούς και μητρογονικούς παππούδες, οι ερωτώμενοι που δίνουν απάντηση στη συντριπτική πλειοψηφία τους τοποθετούν τους παππούδες στην κατηγορία αφενός της χαμηλής εκπαίδευσης (σε ποσοστό 77% για τον πατρογονικό παππού και 76% για τον μητρογονικό), αφετέρου των επαγγελματιών της τρίτης ομάδας (σε ποσοστό 73% για τον πατρογονικό και 77% για τον μητρογονικό παππού).

1.2 Η ποιοτική έρευνα⁶

Η ποιοτική έρευνά μας διεξήχθη στη βάση 80 συνεντεύξεων με πραγματικούς αναγνώστες, η οποία έλαβε χώρα σε βιβλιοπωλεία τόσο του κέντρου όσο και της περιφέρειας της χώρας, και ειδικότερα στις εξόδους βιβλιοπωλείων ή και βιβλιοχαρτοπωλείων, με χρήση έντυπου ερωτηματολογίου και ελεύθερης συζήτησης. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν στην Αθήνα (50), στη Θεσσαλονίκη (15) και στην επαρχία (15), και καταβλήθηκε προσπάθεια η επιλογή των βιβλιοπωλείων να είναι κατά το δυνατόν αντιπροσωπευτική του συνόλου των βιβλιοπωλείων της χώρας.⁷

Με την πεποίθηση ότι η συνέντευξη, ως κατάσταση αλληλόδρασης, δεν αποτελεί μια ουδέτερη τεχνική, ότι ο ερευνητής οφείλει να μην την αντιμετωπίσει απλώς ως εργαλείο μελέτης αλλά να τη μετατρέψει σε αντικείμενο μελέτης –προκειμένου να ελέγξει τις επιδράσεις της κατάστασης της συνέντευξης στις πληροφορίες που παρέχει, αυτά τα ιδιαίτερα *idola fori*–, προσπαθήσαμε να ενεργοποιήσουμε μια σειρά τεχνικών και πρακτικών ώστε να διασφαλιστεί, όσο ήταν δυνατόν, αυτός ο έλεγχος.⁸

Έτσι, κατ' αρχάς, πριν από τις συνεντεύξεις είχαμε στη διάθεσή μας την ανάλυση των στατιστικών μας στοιχείων, η οποία μας επέτρεπε να διαμορφώσουμε μια σαφή άποψη ως προς τη συστηματικότητα των πρακτικών και των παραστάσεων της ομάδας στην οποία ανήκαν οι συμμετέχοντες στην έρευνα. Επίσης, τα στοιχεία αυτά μας επέτρεψαν να προετοιμάσουμε κατάλληλα τη συνέντευξη, να διευκρινίσουμε ορισμένες φαινομενικές αντιφάσεις που παρουσιάστηκαν στα στατιστικά δεδομένα, καθώς και να αποφύγουμε να θέσουμε ήδη γνωστά ζητήματα, γεγονός που θα κούραζε τον συνομιλητή μας και θα μείωνε το ενδιαφέρον του για τη διαδικασία.

Τέλος, διενεργήσαμε 20 συνεντεύξεις εθνογραφικού τύπου στο περιβάλλον του συνεντευξιαζόμενου με πραγματικούς, δυνητικούς και μη αναγνώστες. Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε σε πολίτες του γενικού πληθυσμού· τα κοινωνικά χαρακτηριστικά των επιλεγέντων ήταν σε συνάρτηση με τα αποτελέσματα που είχαμε στη διάθεσή μας από την ποσοτική έρευνα. Το «δείγμα» αυτό προσδιορίστηκε από τη δυνατότητα που είχαμε να δημιουργήσουμε μια κατά το δυνατόν «μη βίαιη επικοινωνία»⁹ και συγκροτήθηκε κυρίως από «καλούς» πελάτες βιβλιοπωλείων, χρήστες δημόσιων βιβλιοθηκών, ενώ οι μη αναγνώστες προέρχονταν από το οικείο περιβάλλον της ερευνητικής ομάδας.

Η συγκεκριμένη διάσταση της ποιοτικής έρευνάς μας οργανώθηκε με συνεντεύξεις οι οποίες δομήθηκαν

με βάση την υπόθεση της ενότητας των πρακτικών, των ειδικών κοινωνικών παραγόντων που καθορίζουν τις πρακτικές, την τροπικότητά τους, καθώς και την οπτική των συνεντευξιαζόμενων ως προς τους παράγοντες αυτούς –οπτική, που αντιμετωπίστηκε ως προϊόν του κοινωνικού κόσμου το οποίο, ως εκ τούτου, έχει την τάση να τον αναπαράγει. Οι συνεντεύξεις αυτές διενεργήθηκαν σύμφωνα με τις αρχές των εις βάθος συνεντεύξεων.

⁶ Οφείλουμε να σημειώσουμε πως το μεγαλύτερο μέρος της ποιοτικής έρευνάς μας διενεργήθηκε σε καιρό έντασης της πανδημίας Covid-19, το 2021, γεγονός που επηρέασε ασφαλώς σε πολύ μεγάλο βαθμό τόσο την πρόσβασή μας στους ερωτώμενους, και κυρίως ως προς τις συνθήκες που επιθυμούσαμε, όσο και τον χρόνο που απαιτήθηκε για την υλοποίηση της έρευνας.

⁷ Ατική: Βιβλιοπωλείο Μελέτη, Ελευθερίου Βενιζέλου 35, Αγία Βαρβάρα: Βιβλιοπωλείο Αναζήτηση, Κορυτσάς 54, Αιγάλεω: Βιβλιοπωλείο Χαρτόραμα, Λεωφόρος Δημοκρατίας 9, Ασπρόπυργος: Βιβλιοπωλείο Ορίζοντες, Θηβαίου Ιωάννου 20, Αχαρνές: Βιβλιοπωλείο Το Βιβλιοπωλείο, Αρτέμιδος 23, Βάρη: Βιβλιοπωλείο Η γωνιά του βιβλίου, Χρεμωνίδου 63, Βύρwanas: Βιβλιοπωλείο Book Art, Παπαφλέσσα 56, Γαλάτσι: Βιβλιοπωλείο Φιλομάθεια, Λεωνίδα 26 & Φειδιππίδου 9, Γέρακας: Βιβλιοπωλείο Ακτίνα, Ανδρέα Παπανδρέου 140, Γλυφάδα: Βιβλιοπωλείο Library, Λεωφόρος Μαραθώνος 5Α, Δροσιά: Βιβλιοπωλείο Μονόγραμμα, Παναγίας Γρηγορούσης 45, Ζεφύρι: Βιβλιοπωλείο Βιβλίανθος, Δημοκρίτου 2, εντός Εμπορικού Κέντρου, Θρακομακεδόνες: Βιβλιοπωλείο Colorful, Αγίου Νικολάου 3 & Αράχθου 7, Ίλιον: Βιβλιοπωλείο Αθηνά, Αθηνάς 8, Κορυδαλλός: Βιβλιοπωλείο Αίσωπος, Αγίου Νικολάου 1, Καματερό: Βιβλιοπωλείο Ευδοκία, Βασιλέως Κωνσταντίνου 77, Κορωπί: Βιβλιοπωλείο Ο Σωτήρ, Θέμιδος 4, Μαρούσι: Βιβλιοπωλείο Johnpy's, Μαυρουκάκη Γεωργίου 24, Μέγαρο: Βιβλιοπωλείο Παράγραφος, Μεσολογγίου 63, Νέα Ιωνία: Βιβλιοπωλείο Enita, Αγίας Φιλοθέης 1, Νέα Φιλοθέη: Βιβλιοπωλείο Il Piccolo, Ελευθερίου Βενιζέλου 29, Νέα Χαλκηδόνα: Βιβλιοπωλείο Το Μολύβι, Αγίου Νεκταρίου 1 & Ιφιγένειας, Νέο Ηράκλειο: Βιβλιοπωλείο Αλφαβητάριο, Κύπρου 70, Νίκαια: Βιβλιοπωλείο Το Χάρτινο, Μαρίας Χατζηκυριάκου 82, Πειραιάς: Βιβλιοπωλείο Κύβος, Ναούσης 106, Περιστέρι: Βιβλιοπωλείο Pick a Book, Αγίας Λαύρας 70, Πετρούπολη: Βιβλιοπωλείο Φάσμα, Νικολάου Πλαστήρα και Πίνδου, Πεύκη: Βιβλιοπωλείο Πάπυρος, Δαβάκη 22, Χαϊδάρη: Βιβλιοπωλείο Βαγόνι, Μέτwnos 55 & Σαρανταπόρου, Χολαργός: Βιβλιοπωλείο Αστρολάβος, Μητροπολίτη Σμύρνης Χρυσοστόμου 63, Άγιος Ελευθέριος: Βιβλιοπωλείο Ενόραμα, Λουϊζης Ριανκούρ 17, Αμπελόκηποι: Βιβλιοπωλείο Βόλτα στα Σύννεφα, Αβύδου 80, Άνω Ιλίσια: Βιβλιοπωλείο Λυχνάρι, Πλατεία Γκύζη 21, Γκύζη: Βιβλιοπωλείο Παρισιάνος Ιωάννης, Μικράς Ασίας 76, Γουδή: Βιβλιοπωλείο Βιβλιορυθμός, Ζωοδόχου Πηγής 18, Εξάρχεια: Βιβλιοπωλείο Γνώση, Γρηγορίου Αυξεντίου 26-28, Ζωγράφου: Βιβλιοπωλείο Ατραπός, Ιακωβίδου 7, Κάτω Πατήσια: Βιβλιοπωλείο Πολιτεία, Ασκληπιού 1-3, Αθήνα: Βιβλιοπωλείο Public, Καραγιώργη Σερβίας 1, Αθήνα: Βιβλιοπωλείο Ιανός, Σταδίου 24, Αθήνα: Βιβλιοπωλείο Free Thinking Zone, Σκουφά 64 & Γριβαίων, Αθήνα: Βιβλιοπωλείο Αλφαβητάρι, Πλατεία Πανταζοπούλου 11, Κολωνός: Βιβλιοπωλείο Price Frog, Λάμπρου Βείκου 65, Κουκάκι: Βιβλιοπωλείο Πυρσός, Κερκύρας 58, Κυψέλη: Βιβλιοπωλείο Κλεψύδρα, Ισαυρίδη 2 & Ρουμπέση 71, Νέος Κόσμος: Βιβλιοπωλείο Σίμος Αχιλλέας, Μαυροκορδάτου 9, Ομόνοια: Βιβλιοπωλείο Ο Σταθμός, Αστιγγος 4, Μοναστηράκι: Βιβλιοπωλείο Πλειάδες, Σπύρου Μερκούρη 62, Παγκράτι: Βιβλιοπωλείο Βιβλιοπολιτεία, Νεφέλης 17, Κάτω Πετράλωνα: Βιβλιοπωλείο Τουμπής Μιχάλης, Κυδαθηναίων 6, Πλάκα: Βιβλιοπωλείο Επιλογή, Μητροπέτροβα 36, Πολύγωνο: Βιβλιοπωλείο Ροδιά, Δυρραχίου 38, Σεπόλια: Άργος: Βιβλιοπωλείο Εκ Προοιμίου, Νικηταρά 15: Βιβλιοπωλείο Δουλατίνου Γεωργία, Κορίνθου 11. Δράμα: Βιβλιοπωλείο Βιβλιογνώση, Προύσης 32: Βιβλιοπωλείο Δρυς, Ζερβού 6. Ηράκλειο Κρήτης: Βιβλιοπωλείο Greekbooks.gr, Λεωφόρος Σοφοκλή Βενιζέλου 168: Βιβλιοπωλείο Αναλόγιο, Ρούσου Χούρδου 8. Θεσσαλονίκη: Βιβλιοπωλείο Ιανός, Αριστοτέλους 7: Βιβλιοπωλείο MIET, Τσιμισκή 11: Βιβλιοπωλείο Πρωτοπορία, Λεωφόρος Νίκης 3: Βιβλιοπωλείο Μπαρμπουνάκης, Μητροπόλεως 41: Βιβλιοπωλείο Το Κεντρί, Δημητρίου Γούναρη 22: Βιβλιοπωλείο Oblik Editions, Σπανδωνή 29: Βιβλιοπωλείο Βιβλιορολίς, Δημοκρίτου 26: Βιβλιοπωλείο Mind the book, 25ης Μαρτίου 93, Εύοσμος: Βιβλιοπωλείο Βιβλιοφάφος, 28ης Οκτωβρίου 39, Εύοσμος. Ιωάννινα: Βιβλιοπωλείο Χαρτέξ, Πλατεία Δημοκρατίας 13: Βιβλιοπωλείο Αναγνώστης, Πυρσινέλα 11. Καλαμάτα: Makris Bookstore, Αριστομένους 6: Βιβλιοπωλείο Βιβλιόπολις, Δήμητρας Δημοπούλου, Νικηταρά 3. Κιάτο: Βιβλιοπωλείο Μπεγγλίτης Σταύρος, Κλεισθένους 8. Κόρινθος: Βιβλιοπωλείο Κουκίδα, Αποστόλου Παύλου 64: Βιβλιοπωλείο Σταυροπούλου Μαρία, Κύπρου 18. Ρέθυμνο Κρήτης: Βιβλιοπωλείο Βιβλιοσκοπία Books & Toys, Πλατεία Αγνώστου Στρατιώτη 38: Βιβλιοπωλείο Κλαψινάκης, Ηγουμένου Γαβριήλ 59. Σέρρες: Βιβλιοπωλείο Μαρνέρη, Παπαπαύλου 13: Βιβλιοπωλείο Φάρος, Διονυσίου Σολωμού 13. Τρίκαλα Θεσσαλίας: Βιβλιοπωλείο Τσιοπελάκος, Ασκληπιού 15: Βιβλιοπωλείο «Λαμπριδής» – Καρασής Αθανάσιος, Καραϊσκάκη 38. Χαλκίδα: Βιβλιοπωλείο Πορθμός, Μιχαήλ Κακαρά 12: Βιβλιοπωλείο Αλφαβητάρι, Νεοφύτου 58-64.

⁸ Βλ. Christian de Montlibert, Εισαγωγή στην κοινωνιολογική συλλογιστική, ό.π., σ. 282· βλ., επίσης, Herbert J. Rubin, Irene S. Rubin, Qualitative interviewing: The art of hearing data, The Sage Publications, 1995, καθώς και το πρώτο μέρος στο Edmond Marc, Dominique Picard, L'interaction sociale, Puf, 1989, σ. 21-84.

⁹ Βλ. σημ. 24· βλ., επίσης, Νίκος Παναγιωτόπουλος, «Εισαγωγή στην Κοινωνιοανάλυση», Κοινωνικές Επιστήμες, τχ. 2-3, 2013, σ. 4-24.

Ο βασικός στόχος αυτών των εθνογραφικού τύπου συνεντεύξεων ήταν να συλλάβουμε τον τρόπο με τον οποίο οι τοπικές, κοινωνικές όσο και υλικές, «οικολογίες» –για να μιλήσουμε όπως οι θεωρητικοί της συμβολικής διάδρασης– «ενσωματώνονταν» στις αναγνωστικές ή μη πρακτικές των συνεντευξιαζόμενων.¹⁰

Έτσι, αυτές οι εθνογραφικού τύπου συνεντεύξεις, πέρα από το γεγονός ότι έδωσαν τη δυνατότητα να κατανοήσουμε τα συστήματα πίστης, τις γενικές γνώσεις, τις ρουτίνες και τις κοινωνικοοικονομικές δομές που ενεργοποιούνται «στην κοινότοπη και κοινότυπη καθημερινότητα»¹¹ των συνομιλητών μας –μέρος μόνο των οποίων μπορούσαμε να συλλάβουμε από τις συνεντεύξεις και την παρατήρησή μας–, μας βοήθησαν, όσον αφορά την ειδική λογική της παρούσας έρευνας, κυρίως να ελέγξουμε ένα από τα βασικά ζητήματα που ανακύπτουν σε όλες τις κοινωνικές έρευνες, στατιστικές ή ποιοτικές: αν δηλαδή οι ερωτήσεις που θέταμε στις συνεντεύξεις ήταν «οικολογικά» έγκυρες, αν τα ζητήματα που θέταμε στα κοινωνικά υποκείμενα ήταν αυτά που αντιμετώπιζαν πραγματικά στην καθημερινότητά τους.¹² Με δυο λόγια, οι συνεντεύξεις αυτές μας επέτρεψαν, χάρη στη συλλογή των σημαντικών πληροφοριών που μας προσέφεραν, να ελέγξουμε τα όρια και τους όρους των υπόλοιπων συνεντεύξεων που διενεργούσαμε.

¹⁰ Βλ. Pierre Bourdieu & Yves Winkin (επιμ.), Aaron V. Cicourel: *Le raisonnement médical. Une approche socio-cognitive*, Seuil, 2002, σ. 23-39.

¹¹ Βλ. Aaron V. Cicourel, «Cognitive and organizational aspects of medical diagnostic reasoning», *Discourse Processes*, τχ. 10, 1987.

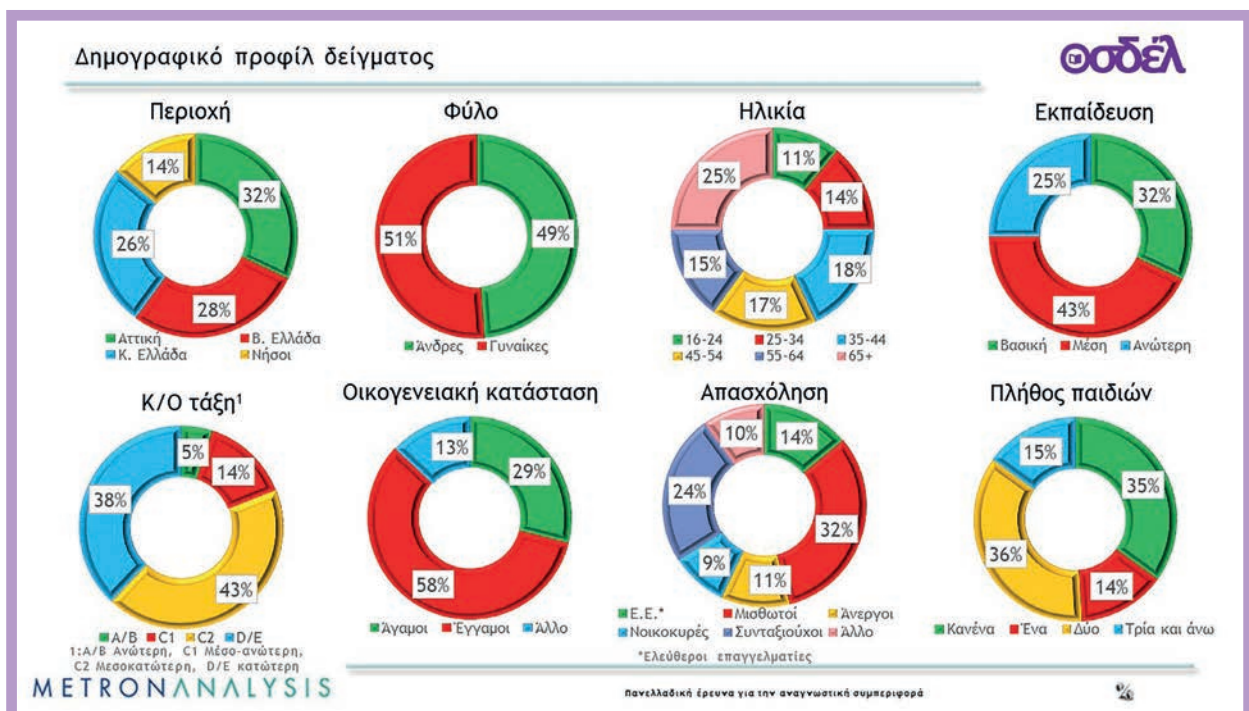
¹² Βλ. Aaron V. Cicourel, «Language and belief in a medical setting», στο Heidi Byrnes (επιμ.), *Contemporary perceptions of language. Interdisciplinary dimensions*, Georgetown University Press, 1982.

2. Οι κοινωνικές συνθήκες της ανάγνωσης

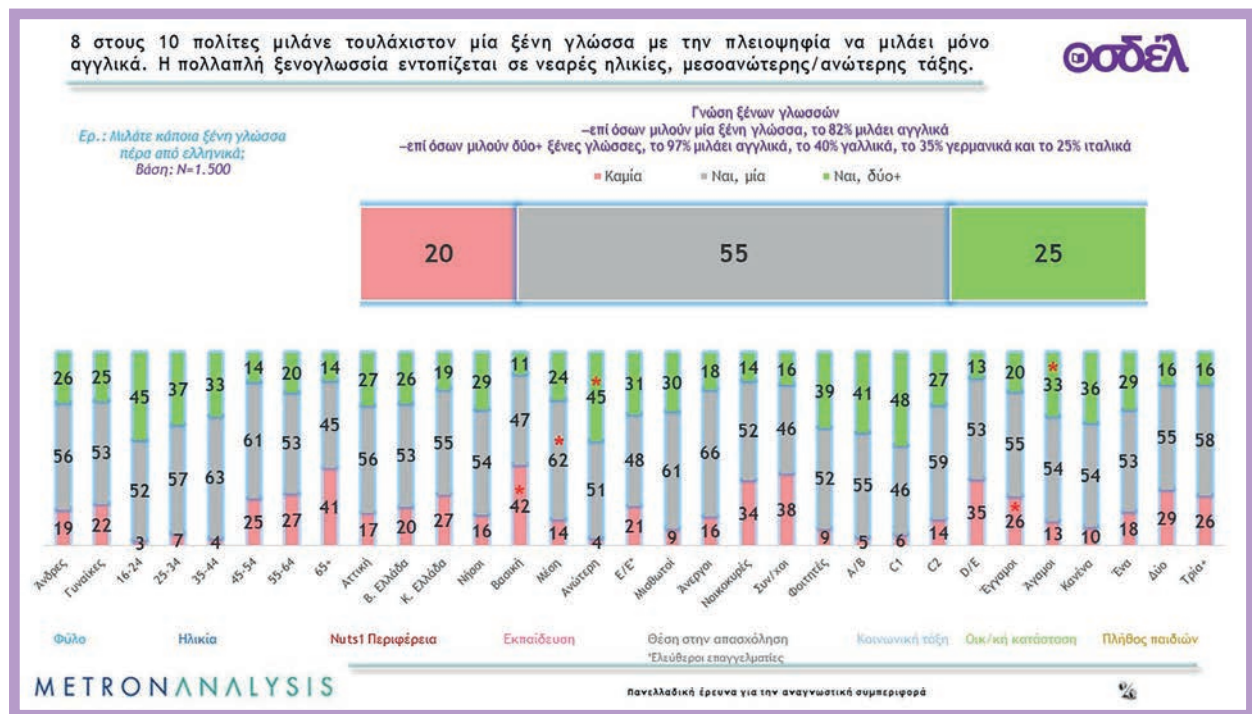
2.1 Προφίλ δείγματος

Στον Πίνακα 1 παρουσιάζεται το δημογραφικό προφίλ, δηλαδή τα χαρακτηριστικά του δείγματος της έρευνας (περιοχή, φύλο, ηλικία, εκπαίδευση, κοινωνικοοικονομική τάξη, οικογενειακή κατάσταση, απασχόληση, πλήθος παιδιών). Όσον αφορά την περιοχή κατοικίας, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων (32%) κατοικεί στην Αττική, το 28% στη Βόρεια Ελλάδα, το 26% στην Κεντρική Ελλάδα και το 14% σε νησιωτικές περιοχές. Επίσης, το 51% των ερωτώμενων είναι γυναίκες και το 49% άνδρες. Όσον αφορά την ηλικία, το 25% είναι άτομα 65 ετών και άνω, το 18% 35 έως 44 ετών, το 17% 45 έως 54 ετών, το 15% 55 έως 64 ετών, το 14% 25 έως 34 ετών και το 11% 16 έως 24 ετών. Στο πεδίο της εκπαίδευσης, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων (43%) έχει λάβει μέση εκπαίδευση, το 32% βασική και το 25% ανώτερη. Επίσης, οι περισσότεροι ερωτώμενοι ανήκουν είτε στη μεσοκατώτερη κοινωνικοοικονομική τάξη (43%) είτε στην κατώτερη (38%), ενώ το 14% ανήκει στη μεσοανώτερη και μόνο το 5% στην ανώτερη κοινωνικοοικονομική τάξη. Περισσότεροι από τους μισούς ερωτώμενους είναι έγγαμοι (σε ποσοστό 58%), το 29% εξ αυτών άγαμοι και το 13% δηλώνει πως βρίσκεται σε διαφορετική κατάσταση. Ως προς το θέμα της απασχόλησης, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων (32%) είναι μισθωτοί και αμέσως μετά έρχονται οι συνταξιούχοι με ποσοστό 24%· το 14% εξ αυτών είναι ελεύθεροι επαγγελματίες, το 11% άνεργοι, το 9% νοικοκυρές και το 10% κάτι άλλο. Τέλος, το 36% των ερωτώμενων έχουν δύο παιδιά, το 35% κανένα, το 15% τρία ή περισσότερα παιδιά, και το 14% ένα παιδί.

Πίνακας 1: Δημογραφικό προφίλ δείγματος



Πίνακας 2: Γνώση ξένων γλωσσών



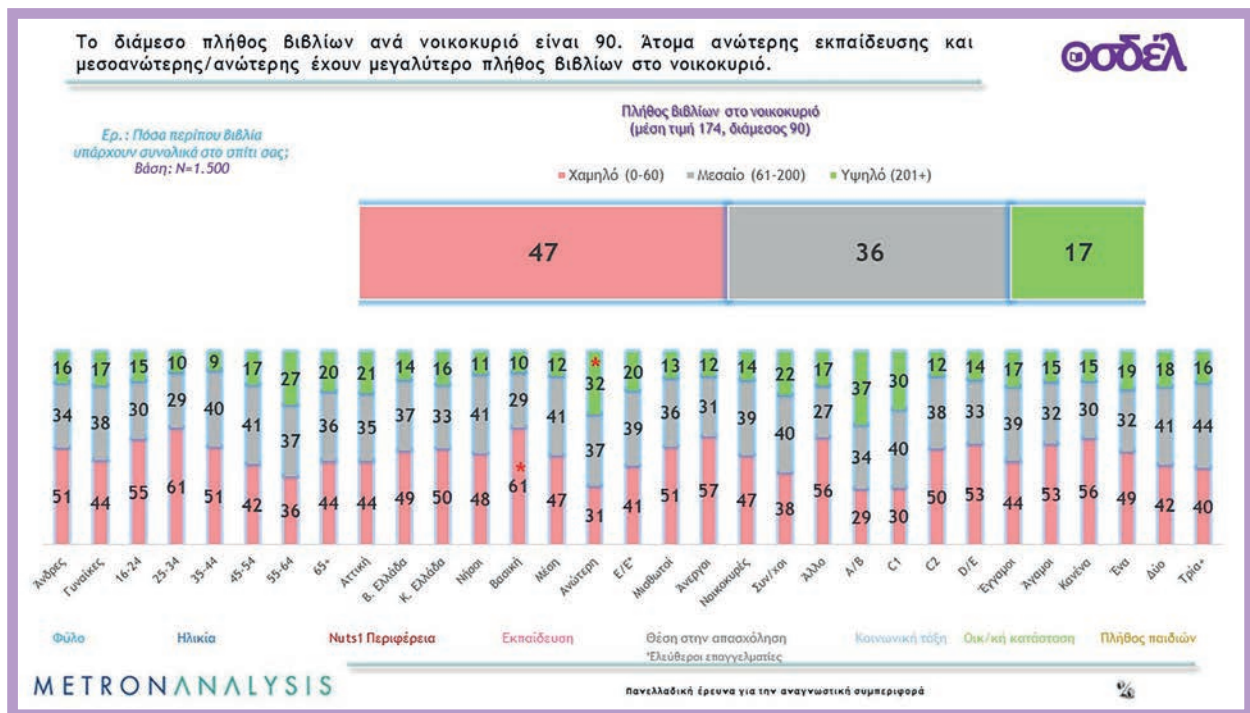
Στο παραπάνω γράφημα (βλ. Πίνακα 2) παρουσιάζεται η γνώση των ξένων γλωσσών. Συγκεκριμένα στην ερώτηση: «Μιλάτε κάποια ξένη γλώσσα πέρα από ελληνικά;», το 55% των ερωτώμενων, δηλαδή σχεδόν οι μισοί, απαντά πως μιλάει μία ξένη γλώσσα, το 25% πως μιλάει δύο ή και παραπάνω, και μόνο το 20% πως δεν μιλάει καμία ξένη γλώσσα. Επίσης, από το ποσοστό αυτών που δηλώνουν ότι μιλούν μία μόνο ξένη γλώσσα (55% των ερωτώμενων), το 82% μιλάει αγγλικά, και από τους ερωτώμενους που δηλώνουν πως μιλάνε δύο ή και περισσότερες ξένες γλώσσες (25% του συνολικού δείγματος) μιλούν όλοι σχεδόν αγγλικά (97%), ένα αξιόλογο ποσοστό (40%) γαλλικά, το 35% γερμανικά και οι λιγότεροι (25%) ιταλικά. Συνολικά, 8 στους 10 πολίτες (80%) μιλάει έστω μία ξένη γλώσσα και η πλειονότητα αυτών την αγγλική.

Στο αναλυτικό γράφημα για τη γνώση ξένων γλωσσών, μπορούμε να παρατηρήσουμε πως ανάλογα με τη εκπαίδευση των ερωτώμενων διαφοροποιούνται τα ποσοστά ως προς τη γνώση ξένων γλωσσών. Πιο συγκεκριμένα, πολύ μεγάλο ποσοστό των ερωτώμενων που έχει λάβει βασική εκπαίδευση (42%) δεν γνωρίζει καμία ξένη γλώσσα, σε αντίθεση με εκείνους που έχουν λάβει μέση εκπαίδευση, εκ των οποίων μόνο το 14% δεν γνωρίζει καμία ξένη γλώσσα. Αντίθετα, το μεγαλύτερο ποσοστό, πάνω από τους μισούς (62%), των ατόμων μέσης εκπαίδευσης ξέρουν μία ξένη γλώσσα, ενώ πολύ μεγάλο ποσοστό των ατόμων ανώτερης εκπαίδευσης (45%) ξέρει δύο και περισσότερες ξένες γλώσσες και πολύ μικρό ποσοστό τους δεν έχει γνώση καμίας ξένης γλώσσας (4%). Ακόμα, ένα ποσοστό του 26% των έγγαμων ερωτώμενων δεν γνωρίζει καμία ξένη γλώσσα, ενώ πολλαπλή ξενογλωσσία σε μεγάλο ποσοστό (33%) εμφανίζεται στους άγαμους. Όμως το 55% των έγγαμων και το 54% των άγαμων, περίπου οι μισοί σε κάθε περίπτωση, ξέρουν μία ξένη γλώσσα. Επιπλέον παρατηρούμε πως σε νεαρές ηλικίες υπάρχουν υψηλά ποσοστά πολλαπλής ξενογλωσσίας· συγκεκριμένα, το 45% των νέων ηλικίας μεταξύ 16 έως 24

ετών ξέρει δύο και περισσότερες ξένες γλώσσες, ενώ μόνο το 3% δεν ξέρει καμία. Το ίδιο παρατηρείται και στις ηλικίες 25 έως 34 ετών, όπου το 37% ξέρει δύο και περισσότερες ξένες γλώσσες και το 57% μόνο μία, όπως και στις ηλικίες 35 έως 44 ετών, όπου το 33% ξέρει δύο και περισσότερες ξένες γλώσσες και το 63% μόνο μία. Επιπρόσθετα, μεγάλο ποσοστό πολλαπλής ξενογλωσσίας εντοπίζεται στην ανώτερη κοινωνικοοικονομική τάξη (41%) και στη μεσοανώτερη (48%).

Συνοπτικά, λοιπόν, παρατηρούμε πως πολλαπλή ξενογλωσσία εντοπίζεται στις νεαρές ηλικίες και στη μεσοανώτερη και στην ανώτερη κοινωνικοοικονομική τάξη.

Πίνακας 3 : Πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό

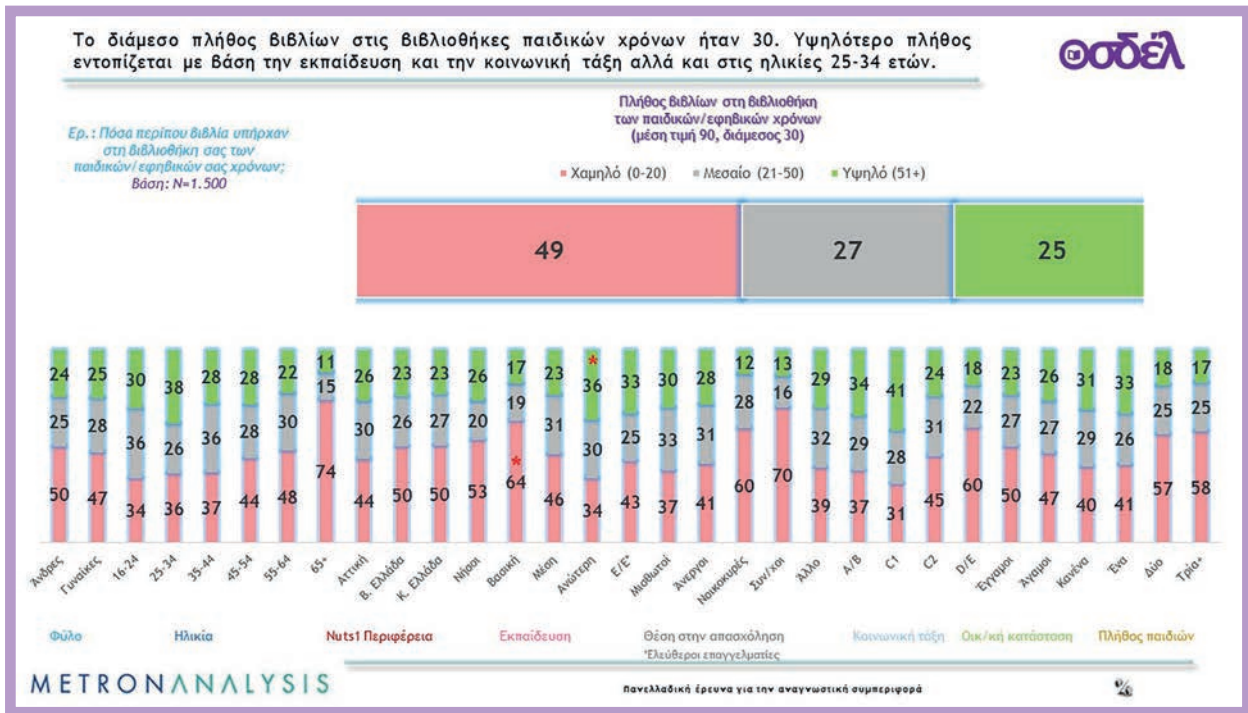


Στο γράφημα που προηγείται (βλ. Πίνακα 3) παρουσιάζεται το πλήθος βιβλίων που υπάρχει στο νοικοκυριό. Στην ερώτηση: «Πόσα βιβλία υπάρχουν συνολικά στο σπίτι σας;», το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων (47%) απαντά πως έχει από 0-60 βιβλία, και αυτό ορίζεται ως χαμηλό πλήθος βιβλίων· το 36% των ερωτώμενων απαντά πως έχει από 61-200 βιβλία (μεσαίο πλήθος), ενώ μόνο το 17% απαντά πως έχει πάνω από 201 βιβλία στο σπίτι του (υψηλό πλήθος). Παρατηρούμε λοιπόν πως σχεδόν τα μισά σπίτια (47%) συγκεντρώνουν χαμηλό πλήθος κατοχής βιβλίων, με το διάμεσο πλήθος βιβλίων ανά νοικοκυριό να είναι 90.

Στο αναλυτικότερο γράφημα παρατηρούμε πως οι ερωτώμενοι ανώτερης εκπαίδευσης είναι εκείνοι που έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό (32%) υψηλού πλήθους βιβλίων στο σπίτι τους (περισσότερα από 201 βιβλία), σε αντίθεση με τους ερωτώμενους βασικής εκπαίδευσης που έχουν το υψηλότερο ποσοστό (61%) χαμηλού πλήθους βιβλίων στο σπίτι τους (από 0 έως 61 βιβλία). Άρα, τα άτομα ανώτερης εκπαίδευσης έχουν μεγαλύτερο πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό τους από ό,τι τα άτομα βασικής

εκπαίδευσης, εκ των οποίων πάνω από τους μισούς έχουν λίγα βιβλία στο σπίτι τους. Ακόμα, υψηλό πλήθος βιβλίων στο σπίτι τους έχουν τα άτομα ανώτερης και μεσοανώτερης κοινωνικοοικονομικής τάξης, με ποσοστό 37% και 30% αντίστοιχα.

Πίνακας 4: Πλήθος βιβλίων στη βιβλιοθήκη των παιδικών και εφηβικών χρόνων



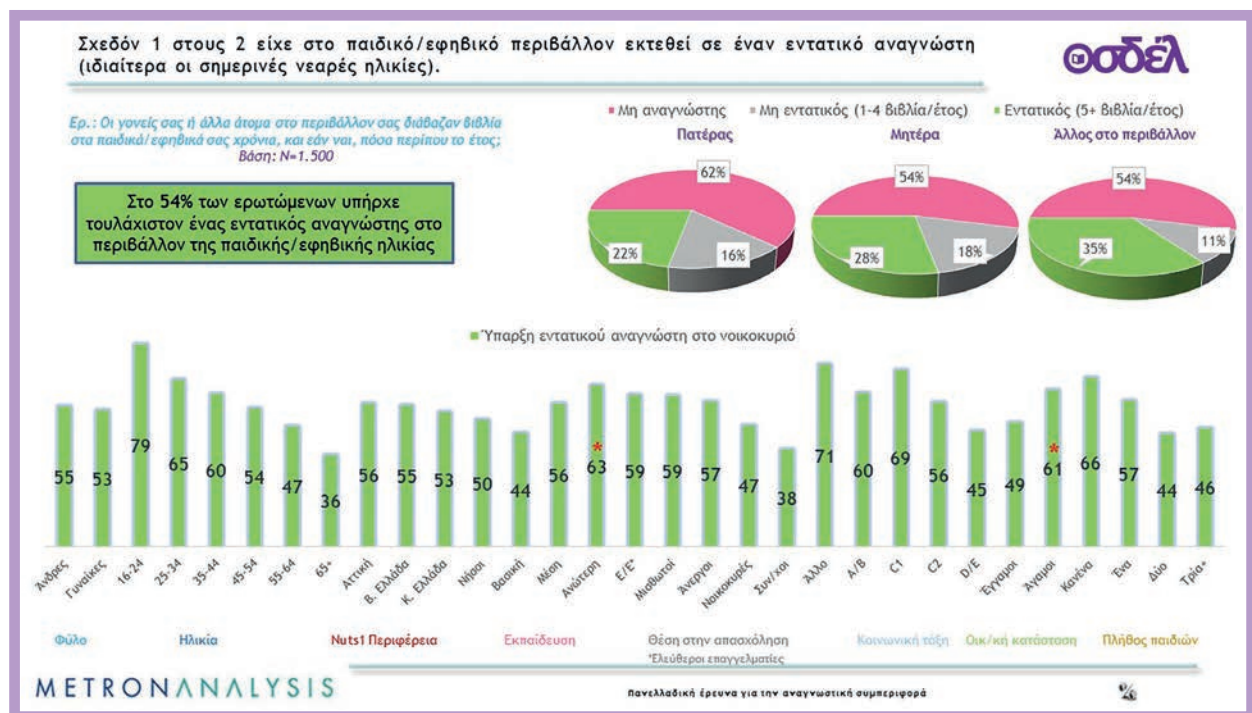
Στον Πίνακα 4 παρουσιάζεται το πλήθος βιβλίων στη βιβλιοθήκη των παιδικών και εφηβικών χρόνων των ερωτώμενων. Οι περισσότεροι ερωτώμενοι (49%), στην ερώτηση πόσα περίπου βιβλία υπήρχαν στη βιβλιοθήκη των παιδικών και εφηβικών τους χρόνων, απαντούν έναν αριθμό ανάμεσα στο 0 και το 20, δηλαδή σχεδόν περίπου οι μισοί ερωτώμενοι είχαν χαμηλό πλήθος βιβλίων. Επίσης, το 27% απαντά πως το πλήθος των βιβλίων τους κατά την παιδική και εφηβική ηλικία τους ήταν μεσαίο, δηλαδή ανάμεσα σε 21-50 βιβλία, και το 25% απαντά πως είχε περισσότερα από 51 βιβλία (υψηλό πλήθος). Το διάμεσο πλήθος βιβλίων στις βιβλιοθήκες των παιδικών χρόνων των ερωτώμενων ήταν 30.

Στο αναλυτικότερο γράφημα παρατηρούμε ότι οι ερωτώμενοι με βασική εκπαίδευση διέθεταν χαμηλό πλήθος βιβλίων στις παιδικές και εφηβικές τους βιβλιοθήκες σε σχέση με όσους είχαν λάβει μέση και ανώτερη εκπαίδευση. Πιο συγκεκριμένα, το 64% των ατόμων με βασική εκπαίδευση είχαν από 0-20 βιβλία στις παιδικές βιβλιοθήκες τους, ενώ στα άτομα με μέση και ανώτερη εκπαίδευση το ποσοστό χαμηλού πλήθους βιβλίων μειώνεται σε 46%, και μειώνεται περαιτέρω σε 34% στα άτομα με ανώτερη εκπαίδευση. Ακόμα, τα άτομα με ανώτερη εκπαίδευση κατέχουν το μεγαλύτερο ποσοστό υψηλού πλήθους βιβλίων στις παιδικές και εφηβικές βιβλιοθήκες τους (36%), ακολουθούν τα άτομα με μέση εκπαίδευση (23%) και τα άτομα με βασική εκπαίδευση (17%). Συνεπώς, τα περισσότερα άτομα βασικής εκπαίδευσης είχαν λίγα βιβλία στις παιδικές βιβλιοθήκες τους· όσο, δε, αυξάνεται το επίπεδο εκπαίδευσης τόσο αυξάνεται και το πλήθος των παιδικών και εφηβικών βιβλίων. Επίσης, τα άτομα που ανήκουν στη

μεσοανώτερη και στην ανώτερη κοινωνικοοικονομική τάξη είχαν περισσότερα βιβλία ως παιδιά από ό,τι τα άτομα που ανήκουν στη μεσοκατώτερη και στην κατώτερη κοινωνικοοικονομική τάξη· το ποσοστό του υψηλού πλήθους βιβλίων την περίοδο της παιδικής και εφηβικής ηλικίας είναι 34% για την ανώτερη τάξη και 41% για τη μεσοανώτερη, ενώ για την κατώτερη τάξη είναι 18% και για τη μεσοκατώτερη 24%. Παρατηρούμε ακόμα ότι τα άτομα ηλικίας 25 έως 34 ετών συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο ποσοστό υψηλού πλήθους παιδικών και εφηβικών βιβλίων (38%) σε σχέση με τις άλλες ηλικιακές ομάδες, και κυρίως σε σχέση με όσους είναι ηλικίας 65 ετών και άνω, οι οποίοι κατέχουν το χαμηλότερο ποσοστό υψηλού πλήθους βιβλίων (11%) στις παιδικές και εφηβικές βιβλιοθήκες τους.

Συνοψίζοντας, 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.

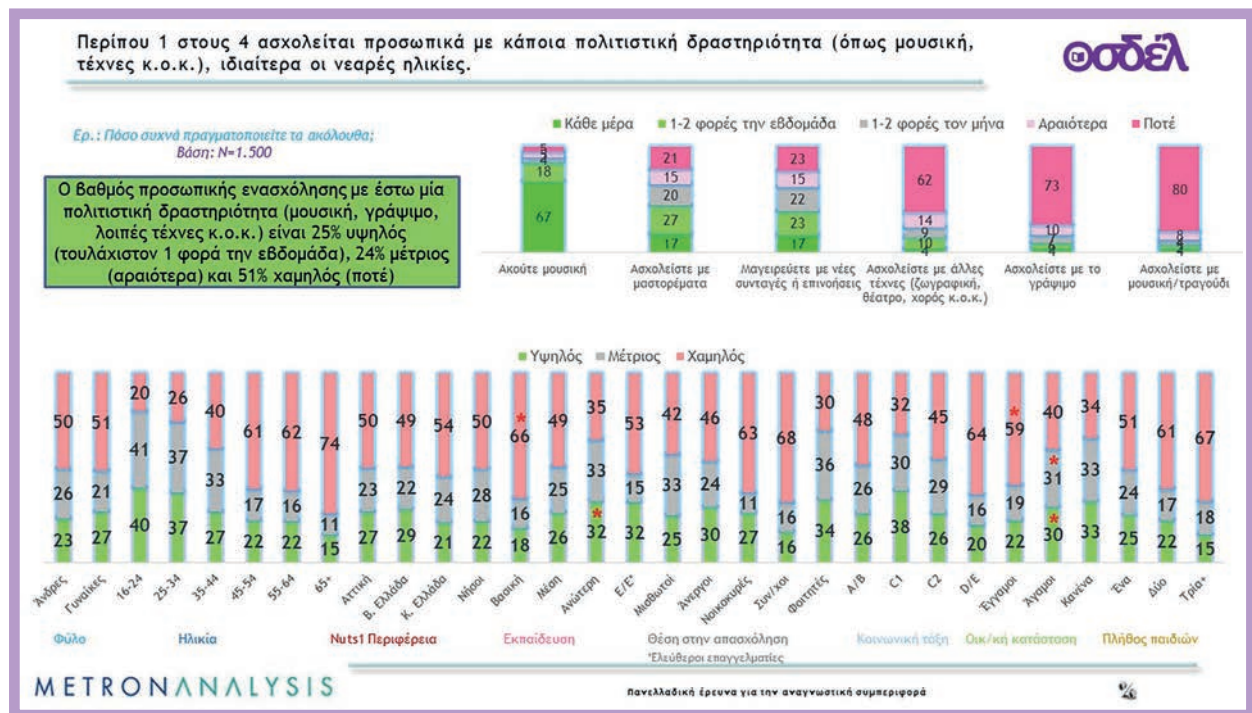
Πίνακας 5: Έκθεση σε εντατικό αναγνώστη



Στον Πίνακα 5 παρουσιάζεται το εάν οι ερωτώμενοι είχαν στο περιβάλλον τους κατά την παιδική τους ηλικία κάποιον φανατικό αναγνώστη. Στην ερώτηση: «Οι γονείς σας ή άλλα άτομα στο περιβάλλον σας διάβαζαν βιβλία στα παιδικά/εφηβικά σας χρόνια, και εάν ναι, πόσα περίπου το έτος;», το 54% των ερωτώμενων απάντησε πως υπήρχε τουλάχιστον ένας εντατικός αναγνώστης στο οικείο περιβάλλον τους εκείνη την περίοδο της ζωής τους. Περισσότεροι από τους μισούς ερωτώμενους (62%) απαντούν πως ο πατέρας ήταν μη αναγνώστης, και το 22% πως ήταν αναγνώστης· περίπου οι μισοί ερωτώμενοι (54%) απαντούν πως η μητέρα ήταν μη αναγνώστρια, και το 28% πως ήταν εντατική αναγνώστρια· το 54% απαντά πως κάποιος άλλος ή κάποια άλλη στο οικείο περιβάλλον ήταν μη αναγνώστης ή μη αναγνώστρια, και το 35% πως κάποιος άλλος ή κάποια άλλη ήταν εντατικός αναγνώστης ή αναγνώστρια. Δηλαδή,

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%). Επίσης, στο περιβάλλον των παιδικών και εφηβικών χρόνων πολλών ατόμων με ανώτερη εκπαίδευση (63%) υπήρχε κάποιος εντατικός αναγνώστης, σε ποσοστό μεγαλύτερο από ό,τι στο περιβάλλον των ατόμων βασικής και μέσης εκπαίδευσης. Τέλος, 6 στα 10 άτομα (61%) που δεν βρίσκονται σε έγγαμο βίο δηλώνουν πως είχαν ως παιδιά έναν εντατικό αναγνώστη στο περιβάλλον τους, σε σχέση με τους έγγαμους στους οποίους το ποσοστό αυτό μειώνεται στο 49%.

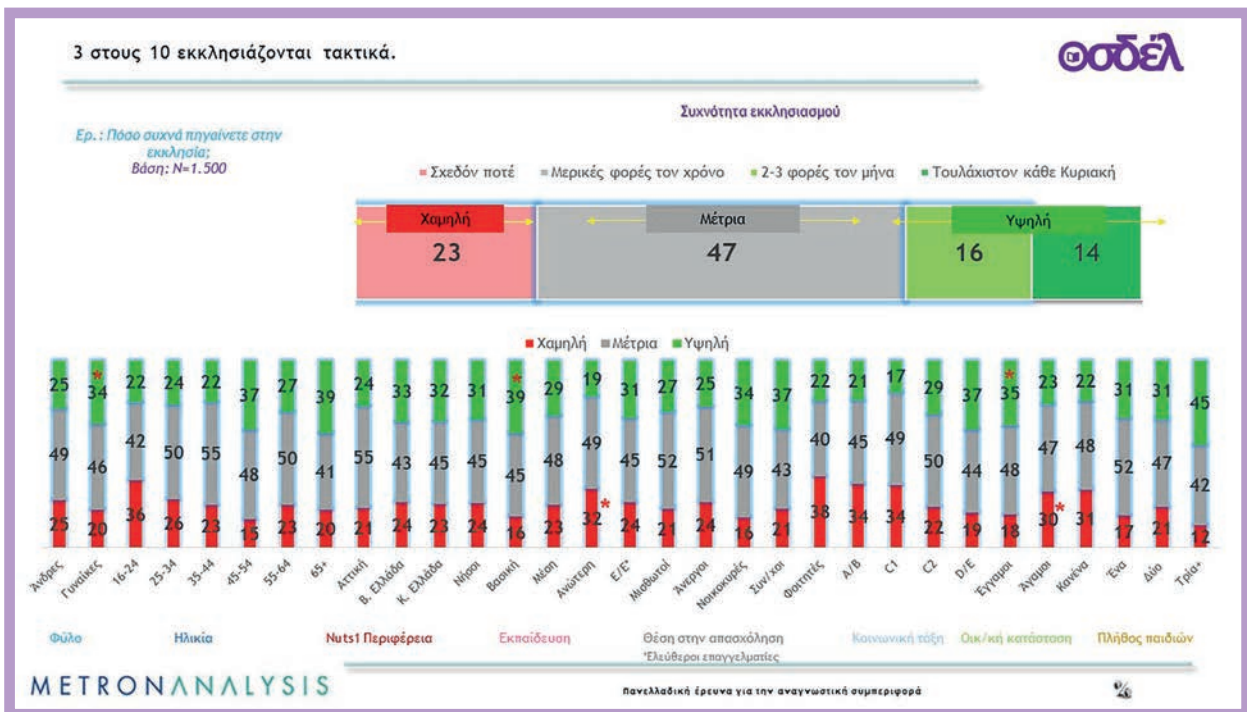
Πίνακας 6: Ενασχόληση με πολιτιστικές δραστηριότητες



Στον Πίνακα 6 παρουσιάζεται η συχνότητα με την οποία οι ερωτώμενοι ασχολούνται με διάφορες εκφάνσεις του πολιτισμού, όπως είναι η μουσική, το γράψιμο, οι άλλες τέχνες ή και τα μαστορέματα και το μαγείρεμα. Μεγάλο ποσοστό (67%) ακούει κάθε ημέρα μουσική και αρκετοί ασχολούνται με τα μαστορέματα (27%) και τη δημιουργική μαγειρική (23%), μία έως δύο φορές την εβδομάδα. Όμως, μεγάλο είναι επίσης το ποσοστό εκείνων που δηλώνουν ότι δεν ασχολούνται ποτέ με τη μουσική και το τραγούδι (80%), με το γράψιμο (73%) και τις τέχνες (62%). 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. Για παράδειγμα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ερωτώμενων με βασική εκπαίδευση (66%) δεν ασχολείται σχεδόν ποτέ με κάποια πολιτιστική δραστηριότητα, σε αντίθεση με τους ερωτώμενους ανώτερης εκπαίδευσης, των οποίων το 32% ασχολείται τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα με κάποια πολιτιστική δραστηριότητα, ενώ μόνο

το 35% δεν ασχολείται ποτέ. Γενικότερα, τα άτομα με ανώτερη εκπαίδευση ασχολούνται τακτικότερα με πολιτιστικές δραστηριότητες από ό,τι τα άτομα με μέση και βασική εκπαίδευση, δεδομένου ότι τα ποσοστά ενασχόλησης των πρώτων με δραστηριότητες δημιουργικής απασχόλησης είτε τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα είτε αραιότερα είναι υψηλότερα από ό,τι στις άλλες δύο σχετικές κατηγορίες. Ακόμα, το μεγαλύτερο ποσοστό των έγγαμων ερωτώμενων (59%) απαντά πως δεν ασχολείται ποτέ με κάποια πολιτιστική δραστηριότητα, σε αντίθεση με τους άγαμους, οι οποίοι ασχολούνται με κάποια πολιτιστική δραστηριότητα τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα (30%) ή και αραιότερα (31%). Επίσης, μεγάλο ποσοστό των ατόμων κατώτερης κοινωνικοοικονομικής τάξης (64%), δίτεκνων και τρίτεκνων (61% και 67% αντίστοιχα) και των συνταξιούχων και των νοικοκυρών (68% και 63% αντίστοιχα) δηλώνουν ότι δεν ασχολούνται ποτέ με κάποια τέτοια δραστηριότητα.

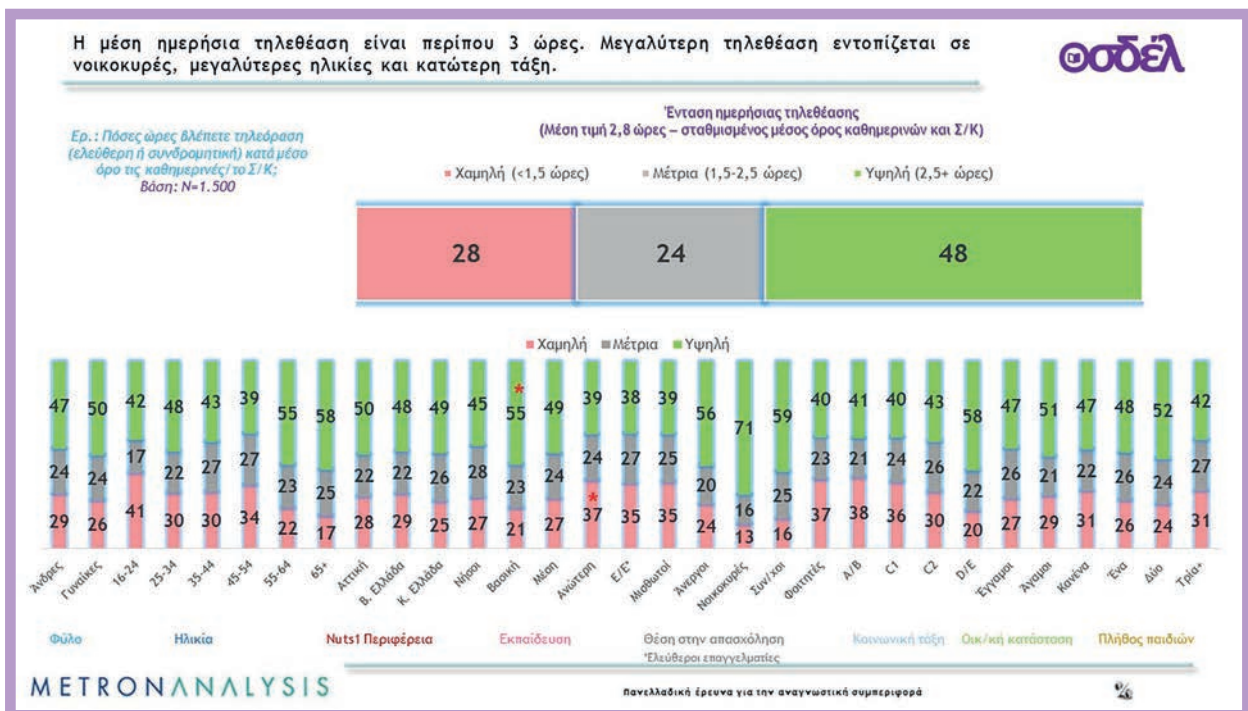
Πίνακας 7: Συχνότητα εκκλησιασμού



Στον Πίνακα 7 παρουσιάζεται η συχνότητα εκκλησιασμού των ερωτώμενων. 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. Παρατηρούμε όμως διαφοροποιήσεις ως προς τη συχνότητα εκκλησιασμού ανάλογα με το φύλο, την εκπαίδευση, την οικογενειακή κατάσταση, αλλά και άλλους παράγοντες. Το 39% των ατόμων με βασική εκπαίδευση έχει υψηλή συχνότητα εκκλησιασμού, δηλαδή πηγαίνει στην εκκλησία τουλάχιστον κάθε Κυριακή ή δύο έως τρεις φορές τον μήνα. Αντιθέτως, πολύ λιγότερα άτομα μέσης και ανώτερης εκπαίδευσης εκκλησιάζονται εξίσου συχνά. Μόνο το 29% των ατόμων μέσης εκπαίδευσης και το 19% των ατόμων ανώτερης εκπαίδευσης έχουν υψηλή συχνότητα εκκλησιασμού, δηλαδή πηγαίνουν στην εκκλησία τουλάχιστον κάθε Κυριακή ή μία έως δύο φορές τον μήνα. Μάλιστα, τα άτομα ανώτερης εκπαίδευσης έχουν το υψηλότερο ποσοστό χαμηλής

συχνότητας εκκλησιασμού (32%) σε σχέση με τις άλλες δύο κατηγορίες. Επομένως, τα άτομα με βασική εκπαίδευση πηγαίνουν συχνότερα στην εκκλησία σε σχέση με τα άτομα ανώτερης εκπαίδευσης. Επίσης, το 35% των έγγαμων ερωτώμενων απαντούν πως πηγαίνουν στην εκκλησία συχνά (δηλαδή, τουλάχιστον κάθε Κυριακή ή μία δύο φορές τον μήνα) σε αντίθεση με τους άγαμους, των οποίων όχι απλώς το ποσοστό συχνού εκκλησιασμού είναι μικρότερο αλλά και ένα μεγάλο ποσοστό τους (30%) απαντά πως δεν πηγαίνει σχεδόν ποτέ στην εκκλησία. Επιπλέον, στην εκκλησία πηγαίνουν συχνότερα οι γυναίκες (σε ποσοστό 34%) από ό,τι οι άνδρες (25%), ενώ επίσης υψηλά ποσοστά συχνού εκκλησιασμού (39%) παρουσιάζουν τα άτομα ηλικίας 65 ετών και άνω.

Πίνακας 8: Ένταση ημερήσιας τηλεθέας

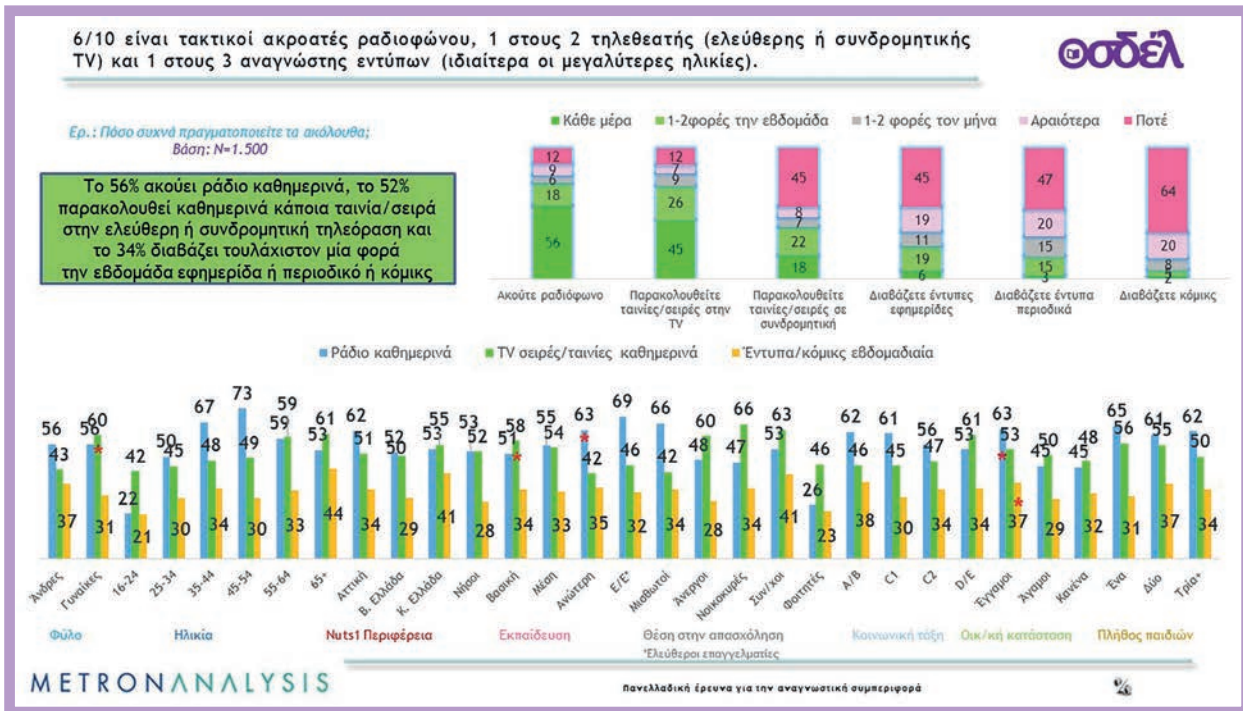


Στον Πίνακα 8 παρουσιάζεται η ένταση με την οποία οι ερωτώμενοι παρακολουθούν τηλεοπτικά προγράμματα. Συγκεκριμένα στην ερώτηση: «Πόσες ώρες βλέπετε τηλεόραση (ελεύθερη ή συνδρομητική) κατά μέσο όρο τις καθημερινές/το Σαββατοκύριακο;», το μεγαλύτερο ποσοστό (48%) απαντά πως παρακολουθεί τηλεόραση περισσότερο 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 ημέρα.

Στο αναλυτικότερο γράφημα παρατηρούμε ότι όσοι έχουν βασική εκπαίδευση παρακολουθούν περισσότερες ώρες τηλεόραση από ό,τι εκείνοι που έχουν ανώτερη εκπαίδευση. Συγκεκριμένα, το 55% των ερωτώμενων με βασική εκπαίδευση, δηλαδή περίπου οι μισοί, απαντούν πως βλέπουν τηλεόραση από 2,5 ώρες και πάνω κάθε ημέρα, σε σχέση με τα άτομα ανώτερης εκπαίδευσης εκ των οποίων μόνο το 39% παρακολουθεί τηλεόραση περισσότερο από 2,5 ώρες καθημερινά, ενώ το 37% παρακολουθεί λίγη ώρα τηλεόραση, λιγότερο από 1,5 ώρα κάθε ημέρα. Υψηλή τηλεθέαση εντοπίζεται στις μεγάλες

ηλικίες, 55 έως 64 ετών και 65+ ετών, καθώς και στην κατώτερη κοινωνικοοικονομική τάξη, με ποσοστό 58%. Το μεγαλύτερο ποσοστό υψηλής τηλεθέασης εντοπίζεται στις νοικοκυρές, όπου σε ποσοστό 71% δηλώνουν πως παρακολουθούν τηλεόραση από 2,5 ώρες και πάνω κάθε ημέρα.

Πίνακας 9: Συχνότητα δραστηριοτήτων

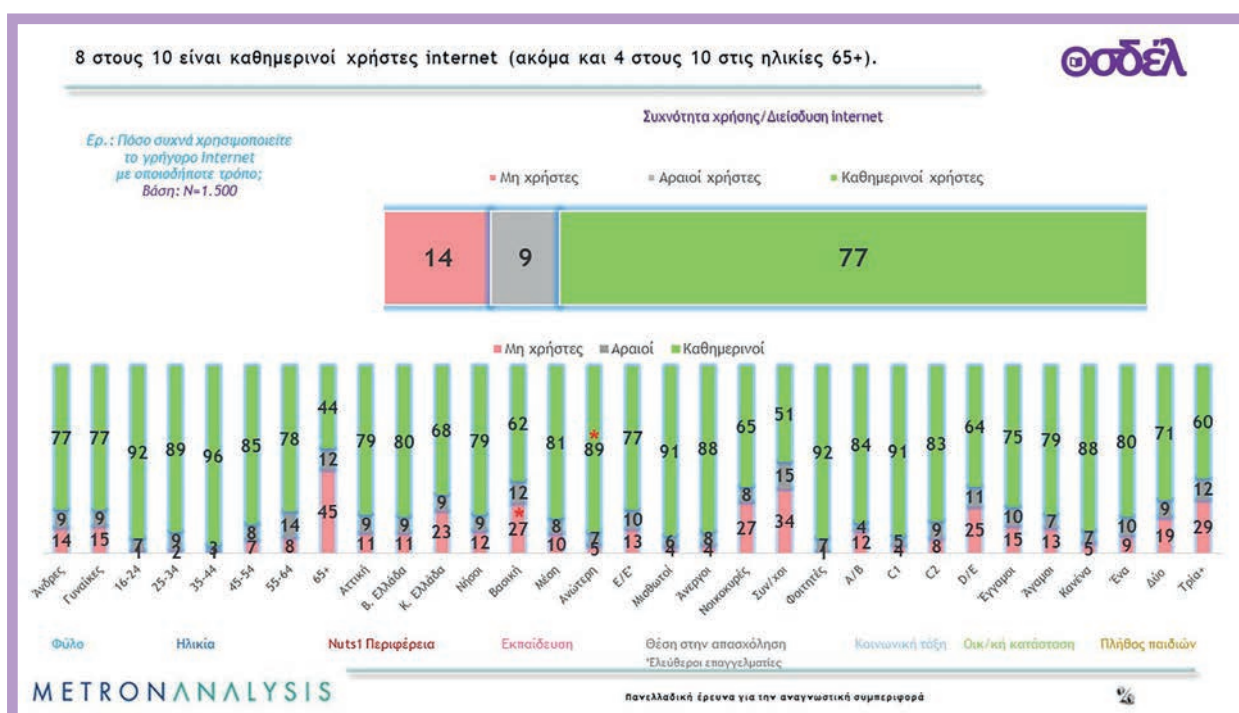


Ο Πίνακας 9 παρουσιάζει συγκριτικά τη συχνότητα διάφορων δραστηριοτήτων όπως είναι η ακρόαση ραδιοφώνου, η παρακολούθηση τηλεοπτικών προγραμμάτων και το διάβασμα εντύπων (εφημερίδων, περιοδικών και κόμικς). Περισσότεροι από τους μισούς ερωτώμενους (56%) ακούνε ραδιόφωνο κάθε ημέρα, ενώ σε ένα μεγάλο ποσοστό (45%) βλέπουν κάθε ημέρα ταινίες και σειρές στην τηλεόραση. Ένα μικρότερο ποσοστό (18%) παρακολουθεί προγράμματα σε συνδρομητική τηλεόραση, ενώ πολύ λίγοι ερωτώμενοι διαβάζουν κάθε ημέρα εφημερίδα (6%). Επίσης, μεγάλο είναι το ποσοστό εκείνων που δεν διαβάζουν ποτέ κόμικς (64%) ή που δεν διαβάζουν ποτέ άλλα έντυπα, δηλαδή περιοδικά (47%) και εφημερίδες (45%). Το 52% παρακολουθεί καθημερινά κάποια ταινία ή σειρά στην ελεύθερη ή συνδρομητική τηλεόραση και το 34% διαβάζει τουλάχιστον μία φορά την εβδομάδα εφημερίδα ή περιοδικό ή κόμικς.

Στο αναλυτικότερο γράφημα μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι οι γυναίκες βλέπουν καθημερινά τηλεόραση σε υψηλότερο ποσοστό (60%) σε σύγκριση με τους άνδρες (43%), ενώ περισσότεροι άνδρες διαβάζουν εβδομαδιαίως κάποιο έντυπο (37%) σε σύγκριση με τις γυναίκες (31%). Ακόμα, μεγάλο ποσοστό των ατόμων βασικής εκπαίδευσης (58%) παρακολουθεί καθημερινά τηλεόραση σε σχέση με τα άτομα ανώτερης εκπαίδευσης όπου το ποσοστό αυτό αγγίζει το 42%. Τα άτομα ανώτερης

εκπαίδευσης φαίνεται επίσης ότι προτιμούν το ραδιόφωνο καθημερινά (63%) σε σχέση με την τηλεόραση (42%). Τα άτομα λοιπόν ανώτερης εκπαίδευσης ακούνε καθημερινά περισσότερο ραδιόφωνο από ό,τι βλέπουν τηλεόραση, ενώ στα άτομα βασικής εκπαίδευσης συμβαίνει το αντίθετο. Τέλος, παρατηρούμε πως οι περισσότεροι έγγαμοι ερωτώμενοι προτιμούν το ραδιόφωνο καθημερινά (σε ποσοστό 63%) και λιγότεροι διαβάζουν εβδομαδιαία κάποιο έντυπο (σε ποσοστό 37%), ενώ τα ποσοστά αυτά στους άγαμους είναι μειωμένα: ακούνε καθημερινά ραδιόφωνο σε ποσοστό 45% και διαβάζουν έντυπα εβδομαδιαία σε ποσοστό 29%.

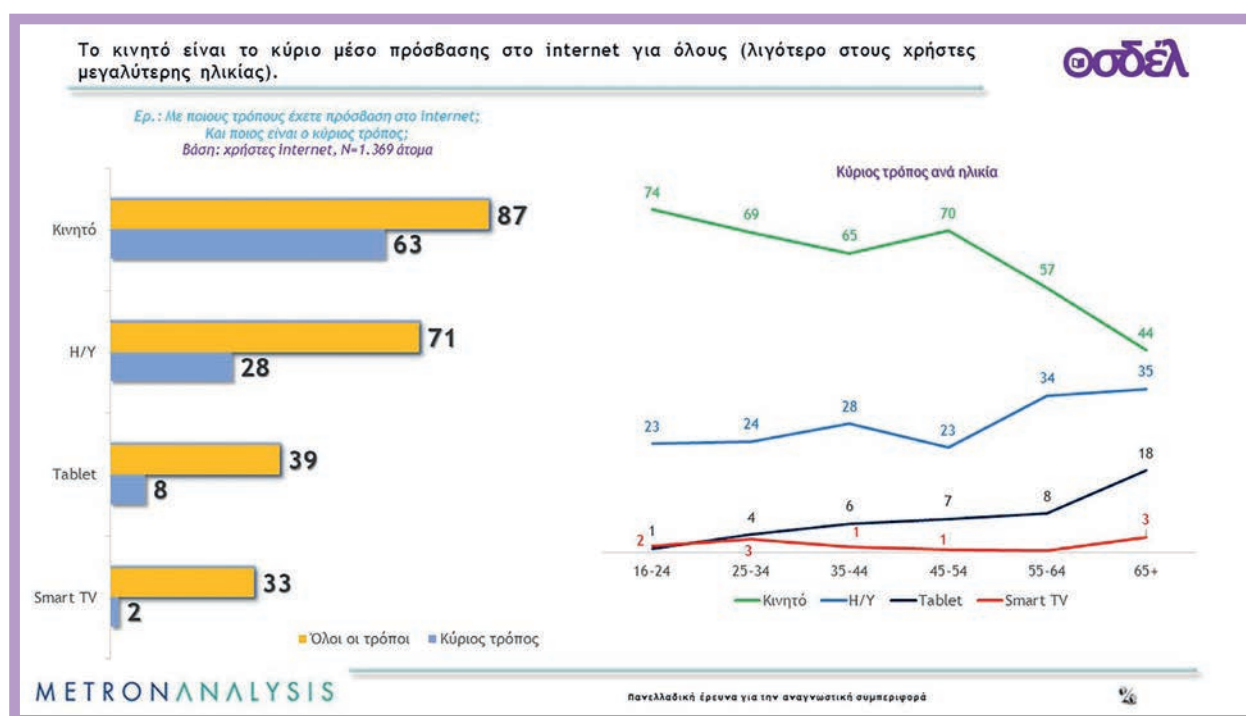
Πίνακας 10: Συχνότητα χρήσης διαδικτύου



Ο Πίνακας 10 παρουσιάζει τη συχνότητα χρήσης του διαδικτύου από τους ερωτώμενους. Στην ερώτηση: «Πόσο συχνά χρησιμοποιείτε το γρήγορο διαδίκτυο με οποιοδήποτε τρόπο;», το μεγάλο ποσοστό του 77% απαντά πως χρησιμοποιεί το διαδίκτυο κάθε ημέρα. Το 14% των ερωτώμενων δηλώνει πως δεν χρησιμοποιεί καθόλου το διαδίκτυο, ενώ μόνο ένα 9% δηλώνει πως το χρησιμοποιεί σπάνια. Η συντριπτική πλειοψηφία, συγκεκριμένα 8 στα 10 άτομα, είναι καθημερινοί χρήστες του διαδικτύου. Βέβαια, τα ποσοστά χρήσης του διαδικτύου διαφοροποιούνται ανάλογα με την εκπαίδευση: είναι περισσότερα τα άτομα ανώτερης εκπαίδευσης που χρησιμοποιούν καθημερινά το διαδίκτυο σε σχέση με τα άτομα βασικής εκπαίδευσης. Τα ποσοστά διαφέρουν σημαντικά αφού το 89% των ατόμων ανώτερης εκπαίδευσης δηλώνει πως χρησιμοποιεί καθημερινά το διαδίκτυο σε σχέση με τα άτομα βασικής εκπαίδευσης, εκ των οποίων μόνο το 62% το χρησιμοποιεί κάθε ημέρα. Οι περισσότεροι μη χρήστες του διαδικτύου εντοπίζονται ανάμεσα στα άτομα βασικής εκπαίδευσης. Πιο συγκεκριμένα, στα

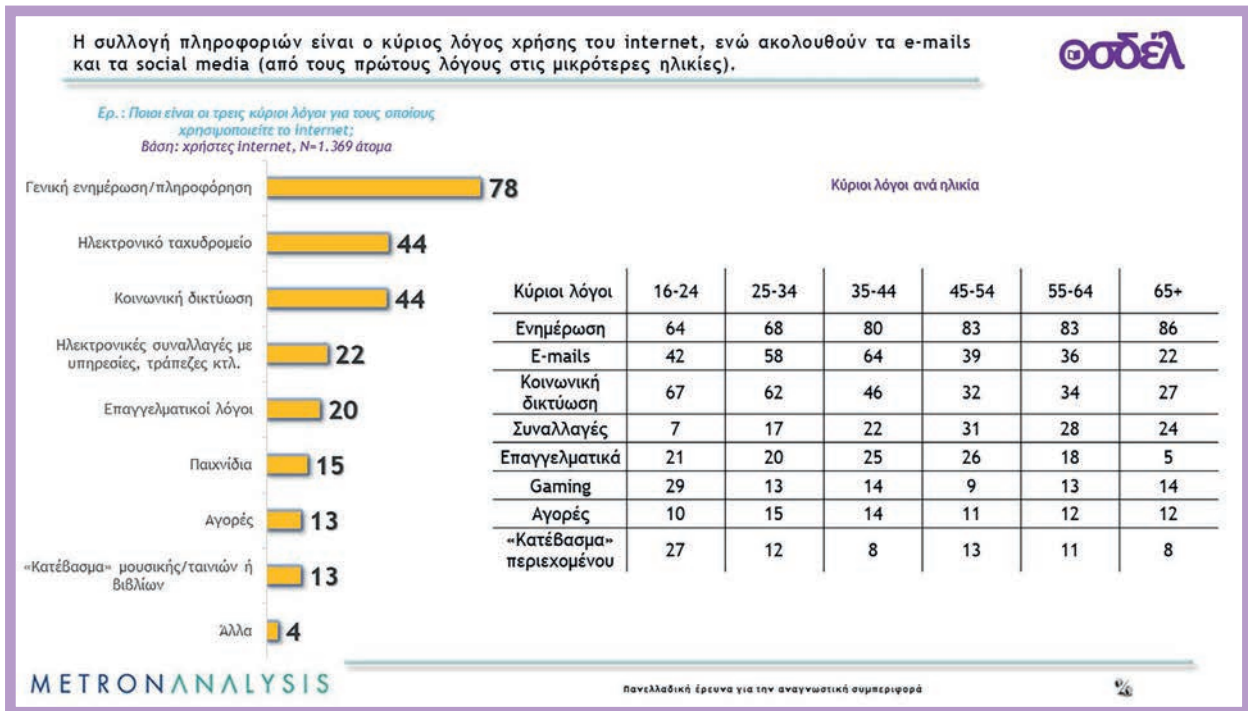
άτομα βασικής εκπαίδευσης, οι μη χρήστες του διαδικτύου αγγίζουν το ποσοστό του 27%, ενώ στα άτομα μέσης εκπαίδευσης το ποσοστό αυτό μειώνεται στο 10% και στα άτομα ανώτερης εκπαίδευσης στο 5%. Αντιλαμβανόμαστε, λοιπόν, πως όσο ανεβαίνουμε ως προς την εκπαιδευτική βαθμίδα τόσο περισσότερους καθημερινούς χρήστες του διαδικτύου συναντάμε. Όσον αφορά τη συνάρτηση ηλικίας και συχνότητας χρήσης του διαδικτύου, παρατηρούμε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ατόμων νεαρής ηλικίας χρησιμοποιεί καθημερινά το διαδίκτυο, όπως και το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων μεγαλύτερης ηλικίας (π.χ. στην ηλικιακή ομάδα 55 έως 64 ετών το 78% είναι καθημερινοί χρήστες του διαδικτύου)· επίσης, καθημερινά χρησιμοποιούν το διαδίκτυο οι 4 στους 10 ερωτώμενους της ηλικιακής ομάδας 65 ετών και άνω (ποσοστό 44%).

Πίνακας 11: Μέσο πρόσβασης στο διαδίκτυο



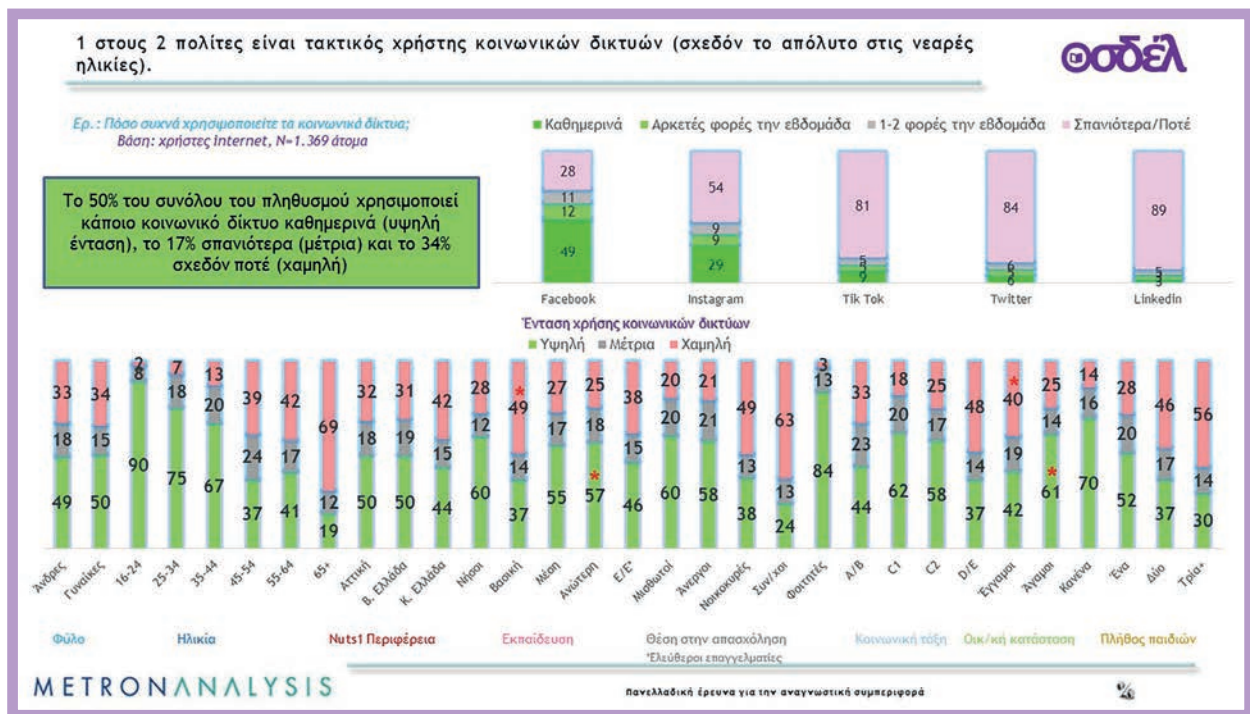
Στον Πίνακα 11 παρουσιάζεται ο τρόπος πρόσβασης στο διαδίκτυο. Στην ερώτηση: «Με ποιους τρόπους έχετε πρόσβαση στο διαδίκτυο; Και ποιος είναι ο κύριος τρόπος;», οι περισσότεροι ερωτώμενοι απαντούν πως μπαίνουν στο διαδίκτυο περισσότερο από το κινητό τους (87%), έπειτα από τον ηλεκτρονικό υπολογιστή (71%) και το tablet τους (39%), και μετά από smart tv (31%). Παρατηρούμε, λοιπόν, πως οι περισσότεροι επιλέγουν ως τρόπο πρόσβασης στο διαδίκτυο κυρίως το κινητό και τον υπολογιστή τους. Ο κύριος τρόπος πρόσβασης βλέπουμε ότι είναι για όλους το κινητό, με μεγαλύτερο το ποσοστό στις μικρές ηλικίες (74%) και μικρότερο στις μεγαλύτερες ηλικίες (44%). Ως προς τους ερωτώμενους που δηλώνουν ότι κύριος τρόπος πρόσβασης στο διαδίκτυο είναι ο ηλεκτρονικός υπολογιστής, παρατηρούμε ότι στο μεγαλύτερο ποσοστό τους είναι άτομα ηλικίας 55 έως 64 ετών, καθώς και 65 ετών και άνω. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση χρήσης του tablet ως κύριου τρόπου πρόσβασης στο διαδίκτυο.

Πίνακας 12: Λόγοι χρήσης του διαδικτύου



Ο Πίνακας 12 παρουσιάζει τους κύριους λόγους χρήσης του διαδικτύου. Στην ερώτηση: «Ποιοι είναι οι τρεις κύριοι λόγοι για τους οποίους χρησιμοποιείτε το διαδίκτυο;», οι τρεις απαντήσεις με τα μεγαλύτερα ποσοστά που δίνουν οι ερωτώμενοι, είναι: 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%). Παρατηρούμε πως οι περισσότεροι ερωτώμενοι ηλικίας από 25 έως 65 ετών και άνω απαντούν πως χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για ενημέρωση και πληροφόρηση, ωστόσο οι περισσότεροι νέοι ηλικίας 16 έως 24 ετών δηλώνουν πως ο πρώτος και κύριος λόγος είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Στις ηλικιακές ομάδες 35-44, 45-54, 55-64, πολλοί απαντούν πως χρησιμοποιούν το διαδίκτυο προκειμένου να επικοινωνήσουν μέσω του ηλεκτρονικού τους ταχυδρομείου. Οι περισσότεροι άνθρωποι μεγάλης ηλικίας, 65 ετών και άνω, χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για ενημέρωση, ενώ σε αρκετά μειωμένο ποσοστό το χρησιμοποιούν για άλλους λόγους, όπως είναι τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ή η αποστολή ηλεκτρονικού μηνύματος (email).

Πίνακας 13: Συχνότητα χρήσης μέσω κοινωνικής δικτύωσης



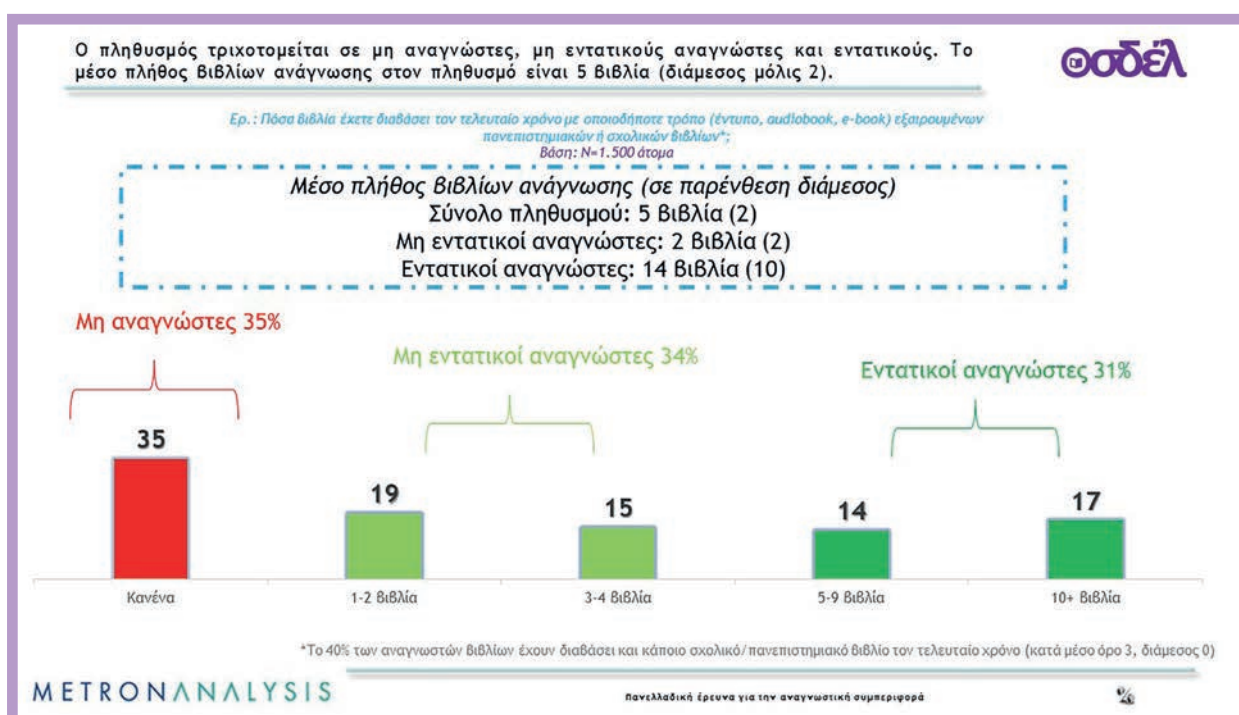
Ο Πίνακας 13 παρουσιάζει τη συχνότητα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης (social media). Το 50% του συνόλου του πληθυσμού χρησιμοποιεί κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης καθημερινά (υψηλή ένταση), το 17% σπανιότερα (μέτρια ένταση) και το 34% σχεδόν ποτέ (χαμηλή ένταση). Βέβαια, υπάρχει διαφοροποίηση ως προς τη συχνότητα χρήσης του κάθε μέσου κοινωνικής δικτύωσης. Περίπου οι μισοί (49%) χρησιμοποιούν καθημερινά το Facebook, λιγότεροι το Instagram (29%) και ένα πολύ μικρό, μονοψήφιο, ποσοστό το TikTok, το Twitter και το LinkedIn. Φαίνεται ότι το πιο διαδεδομένο μέσο κοινωνικής δικτύωσης, σε καθημερινή ή και εβδομαδιαία βάση, είναι το Facebook και ότι πολλοί είναι εκείνοι που χρησιμοποιούν σπάνια, ή και ποτέ, το TikTok, το Twitter και το LinkedIn.

Όπως παρατηρούμε και στο αναλυτικό γράφημα της έντασης χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, υπάρχει διαφοροποίηση ως προς τη συχνότητα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, αρχικά με γνώμονα την ηλικία. Στις ηλικίες 16 έως 24 ετών, σχεδόν όλοι (σε ποσοστό 90%) χρησιμοποιούν καθημερινά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά το ποσοστό καθημερινής, υψηλής χρήσης μειώνεται όσο μεγαλύτερη είναι η ηλικία. Έτσι, για παράδειγμα, στις ηλικίες 65 ετών και άνω, μόνο το 19% των ερωτώμενων χρησιμοποιεί καθημερινά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ενώ το 69% εξ αυτών σχεδόν ποτέ. Διαφοροποίηση ως προς τη συχνότητα χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης παρατηρούμε επίσης ανάλογα με το επίπεδο της εκπαίδευσης. Τα περισσότερα άτομα ανώτερης και μέσης εκπαίδευσης χρησιμοποιούν καθημερινά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Πιο συγκεκριμένα, πάνω από τα μισά άτομα ανώτερης εκπαίδευσης (σε ποσοστό 57%) και μέσης (σε ποσοστό 55%) δηλώνουν πως κάνουν υψηλή χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, δηλαδή καθημερινά, σε αντίθεση με τα άτομα βασικής

εκπαίδευσης στα οποία το ποσοστό υψηλής χρήσης είναι μειωμένο στο 37%, ενώ σχεδόν οι μισοί (σε ποσοστό 49%) δηλώνουν πως χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σπάνια ή ποτέ. Επίσης, μεγάλο ποσοστό των άγαμων (61%) δήλωσαν ότι χρησιμοποιούν καθημερινά τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σε αντίθεση με τους έγγαμους, στους οποίους το ποσοστό υψηλής χρήσης μειώνεται σε ποσοστό 42%, ενώ σε υψηλό επίσης ποσοστό (40%) δεν χρησιμοποιούν ποτέ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

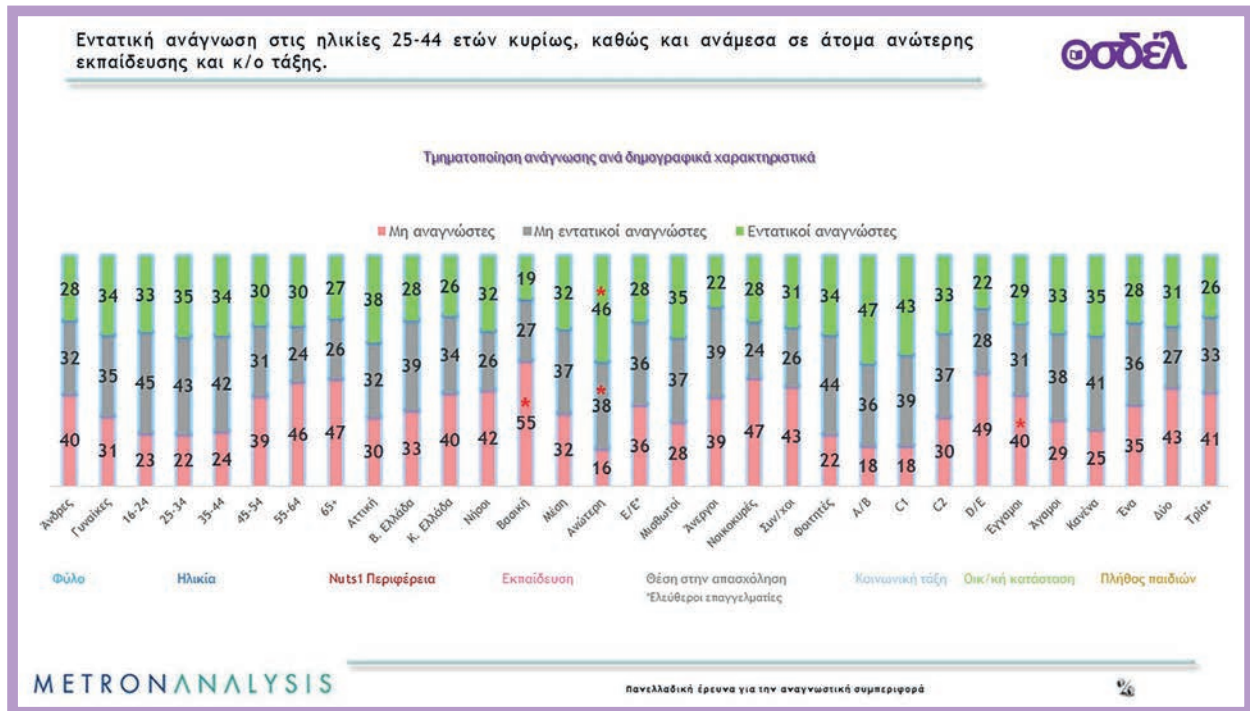
2.2 Ανάγνωση βιβλίων

Πίνακας 14: Αναγνώστες βιβλίων



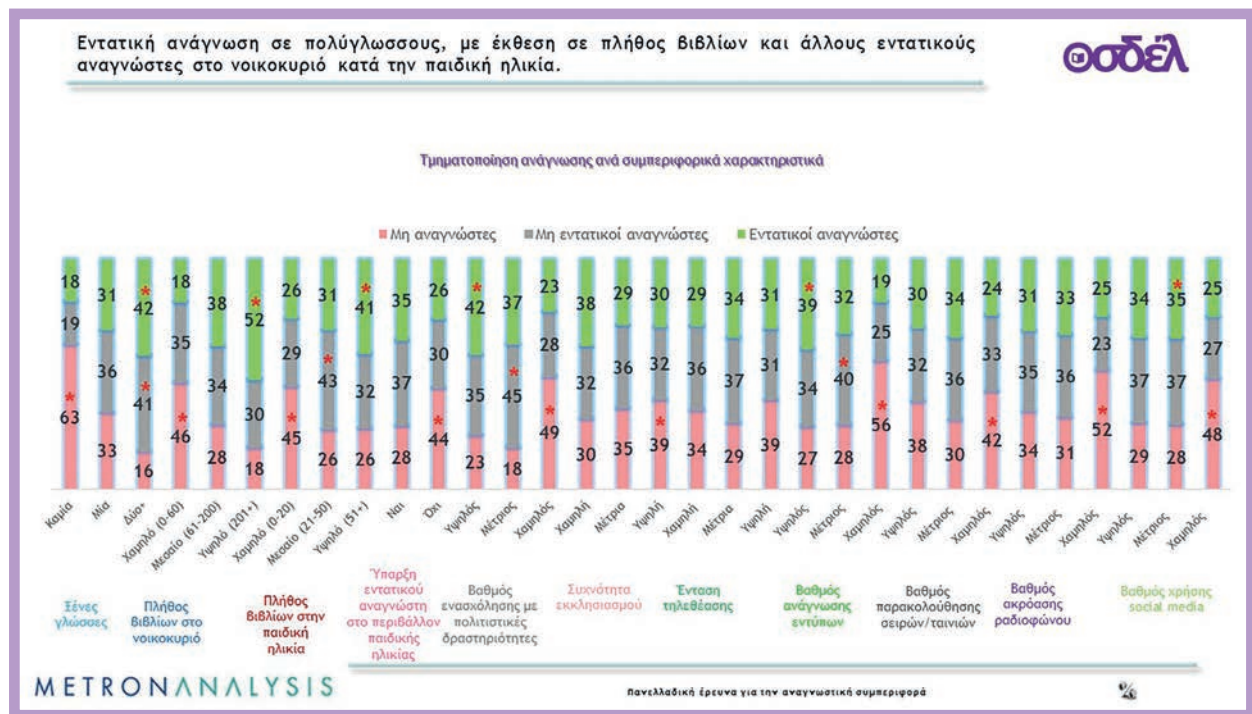
Ο Πίνακας 14 παρουσιάζει πόσα βιβλία ανά έτος διαβάζουν οι ερωτώμενοι. Ανάλογα με τον αριθμό των βιβλίων που διαβάζουν (ή δεν διαβάζουν) χωρίζονται σε μη αναγνώστες, μη εντατικούς αναγνώστες (διαβάζουν 2 βιβλία τον χρόνο) και εντατικούς αναγνώστες. Στην ερώτηση: «Πόσα βιβλία έχετε διαβάσει τον τελευταίο χρόνο με οποιοδήποτε τρόπο (έντυπο, audiobook, ebook), εξαιρουμένων των πανεπιστημιακών ή των σχολικών βιβλίων;», το 35% των ερωτώμενων απαντά πως δεν διαβάζει κανένα βιβλίο τον χρόνο (μη αναγνώστες). Το 19% διαβάζει 1-2 βιβλία τον χρόνο και το 15% διαβάζει 3-4 βιβλία τον χρόνο (μη εντατικοί αναγνώστες). Επίσης, το 14% διαβάζει 5-9 βιβλία τον χρόνο και το 17% 10 βιβλία και άνω (εντατικοί αναγνώστες). Επομένως, οι μη αναγνώστες ανέρχονται στο ποσοστό του 35%, οι μη εντατικοί αναγνώστες στο 34% και οι εντατικοί αναγνώστες στο 31%.

Πίνακας 15: Τμηματοποίηση ανάγνωσης ανά δημογραφικά χαρακτηριστικά



Στον Πίνακα 15 παρατηρούμε ότι περισσότερα από τα μισά άτομα βασικής εκπαίδευσης (σε ποσοστό 55%) είναι μη αναγνώστες, σε αντίθεση με τα άτομα ανώτερης εκπαίδευσης, στα οποία το ποσοστό των μη αναγνωστών μειώνεται στο 16%. Τα άτομα ανώτερης εκπαίδευσης έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό εντατικών αναγνωστών (46%) αλλά και μη εντατικών αναγνωστών (38%). Γενικότερα, όσο υψηλότερη είναι η βαθμίδα εκπαίδευσης τόσο μεγαλύτερο είναι το ποσοστό των εντατικών και μη εντατικών αναγνωστών, και μικρότερο το ποσοστό των μη αναγνωστών.

Πίνακας 16: Τμηματοποίηση ανάγνωσης ανά συμπεριφορικά χαρακτηριστικά



Στον Πίνακα 16 υπάρχουν αναλυτικά τα στατιστικά μη αναγνώστων, μη εντατικών αναγνώστων και εντατικών αναγνώστων, χωρισμένα σε κατηγορίες, ανάλογα με κάποια συμπεριφορικά χαρακτηριστικά, όπως είναι το πλήθος των βιβλίων που έχουν στην κατοχή τους, το πόσες ξένες γλώσσες γνωρίζουν, το πλήθος των βιβλίων που είχαν στην παιδική τους ηλικία, η ύπαρξη ή όχι εντατικού αναγνώστη στο περιβάλλον της παιδικής τους ζωής, ο βαθμός ενασχόλησής τους με πολιτιστικές δραστηριότητες, η συχνότητα εκκλησιασμού τους, η ένταση της τηλεθέασης, ο βαθμός της ανάγνωσης εντύπων, ο βαθμός της παρακολούθησης σειρών ή ταινιών, ο βαθμός της ακρόασης ραδιοφώνου και ο βαθμός της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Παρατηρούμε αρχικά πως τα περισσότερα άτομα που δεν γνωρίζουν καμία ξένη γλώσσα, συγκεκριμένα το 63%, είναι μη αναγνώστες, δεν διαβάζουν κανένα βιβλίο, ενώ στα άτομα που ξέρουν μία ή και δύο και περισσότερες ξένες γλώσσες μειώνεται το ποσοστό εκείνων που δεν διαβάζουν καθόλου (όσο περισσότερες μάλιστα γλώσσες γνωρίζουν τόσο μικραίνει το ποσοστό των μη αναγνώστων). Πιο συγκεκριμένα, το μεγαλύτερο ποσοστό των ατόμων που γνωρίζουν δύο ή και περισσότερες ξένες γλώσσες είναι εντατικοί αναγνώστες (42%) και μη εντατικοί αναγνώστες (41%), ενώ σε αυτή την κατηγορία είναι χαμηλό το ποσοστό εκείνων που δεν διαβάζουν κανένα βιβλίο (16%). Επίσης παρατηρούμε ότι όσοι έχουν χαμηλό πλήθος βιβλίων στο σπίτι τους, δηλαδή 0-20 βιβλία, διαβάζουν πολύ λιγότερο από εκείνους που έχουν μεσαίο (21-50 βιβλία) και υψηλό (51+) πλήθος βιβλίων στο σπίτι τους. Φαίνεται πως στα νοικοκυριά με μεσαίο και υψηλό πλήθος βιβλίων συγκεντρώνονται περισσότεροι εντατικοί και μη εντατικοί αναγνώστες. Μάλιστα, στα νοικοκυριά με υψηλό πλήθος βιβλίων (201+) το 52% των ατόμων, δηλαδή οι μισοί, είναι εντατικοί αναγνώστες, και μόνο το 18% είναι μη αναγνώστες, σε αντίθεση με τα νοικοκυριά που έχουν χαμηλό πλήθος βιβλίων, στα οποία τα ποσοστά αντιστρέφονται, και το 46% είναι μη αναγνώστες, ενώ μόνο το 18% είναι εντατικοί αναγνώστες.

Παρόμοια κατάσταση παρατηρείται και με γνώμονα το πλήθος των βιβλίων που οι ερωτώμενοι είχαν κατά την παιδική και εφηβική τους ηλικία. Όσοι είχαν χαμηλό πλήθος βιβλίων (0-20) όταν ήταν παιδιά συγκεντρώνουν υψηλότερο ποσοστό μη αναγνώστων (45%) και ποσοστό εντατικών αναγνώστων χαμηλό, που αγγίζει το 26%. Αντιθέτως, τα άτομα με υψηλό πλήθος βιβλίων (51+) στην παιδική τους ηλικία συγκεντρώνουν το υψηλότερο ποσοστό εντατικών αναγνώστων (41%), ενώ έχουν χαμηλό ποσοστό μη αναγνώστων (26%). Ακόμα, τα άτομα που είχαν μεσαίο πλήθος βιβλίων (21-50) στην παιδική τους βιβλιοθήκη έχουν υψηλό ποσοστό μη εντατικών αναγνώστων (43%) και χαμηλότερο ποσοστό εντατικών (31%). Γενικότερα, φαίνεται πως όσο περισσότερα βιβλία είχε στην κατοχή του κάποιος όταν ήταν παιδί, τόσο περισσότερο διαβάζει ως ενήλικας, τόσο πιθανότερο είναι δηλαδή να συγκαταλέγεται στους εντατικούς αναγνώστες.

Επίσης, παρατηρούμε ότι εκείνοι που κατά την παιδική τους ηλικία δεν είχαν στο περιβάλλον τους κάποιον εντατικό αναγνώστη είναι συχνά μη αναγνώστες, δηλαδή δεν διαβάζουν κανένα βιβλίο· το ποσοστό των ατόμων αυτών αγγίζει το 44%. Αντιθέτως, όσοι είχαν εντατικό αναγνώστη στο περιβάλλον τους κατά την παιδική τους ηλικία συγκεντρώνουν μεγαλύτερο ποσοστό εντατικών και μη εντατικών αναγνώστων.

Τα άτομα που ασχολούνται εντατικά με πολιτιστικές δραστηριότητες είναι εντατικοί αναγνώστες σε μεγάλο ποσοστό (42%), ενώ όσοι μετρίως ασχολούνται με κάποια έκφανση του πολιτισμού συγκεντρώνουν υψηλότερο ποσοστό μη εντατικών αναγνώστων (45%), και εκείνοι που δεν έχουν ιδιαίτερη πολιτιστική δραστηριότητα συγκεντρώνουν υψηλό ποσοστό μη αναγνώστων (49%). Εν ολίγοις, όσο περισσότερο ασχολούνται τα άτομα με τις πολιτιστικές δραστηριότητες τόσο περισσότερο διαβάζουν.

Ακόμα, παρατηρούμε πως οι ερωτώμενοι που εκκλησιάζονται πολύ συχνά διαβάζουν λιγότερο από εκείνους που εκκλησιάζονται λιγότερο. Συγκεκριμένα, το ποσοστό μη αναγνώστων στα άτομα με υψηλό βαθμό εκκλησιασμού αγγίζει το 39%.

Όσον αφορά τον βαθμό ανάγνωσης του ημερήσιου και περιοδικού τύπου, τα άτομα που δεν διαβάζουν πολλά έντυπα, περιοδικά ή εφημερίδες, φαίνεται ότι δεν τα ελκύει η ανάγνωση βιβλίων, καθώς είναι γενικότερα μη αναγνώστες σε μεγάλο ποσοστό (56%). Αντιθέτως, το μεγαλύτερο ποσοστό αυτών που διαβάζουν έντυπα είναι εντατικοί αναγνώστες (39%), ενώ όσοι βρίσκονται στη μεσαία κατηγορία ανάγνωσης εντύπων έχουν μεγαλύτερο ποσοστό μη εντατικών αναγνώστων (40%). Παρατηρούμε, λοιπόν, πως όσο μειώνεται ο βαθμός ανάγνωσης εντύπων τόσο αυξάνονται οι μη αναγνώστες, και όσο αυξάνεται ο βαθμός ανάγνωσης εντύπων τόσο αυξάνονται οι εντατικοί αναγνώστες. Δηλαδή, εκείνοι που διαβάζουν πολύ και συχνά εφημερίδες και περιοδικά είναι σε υψηλό ποσοστό εντατικοί αναγνώστες και άλλων αναγνωσμάτων.

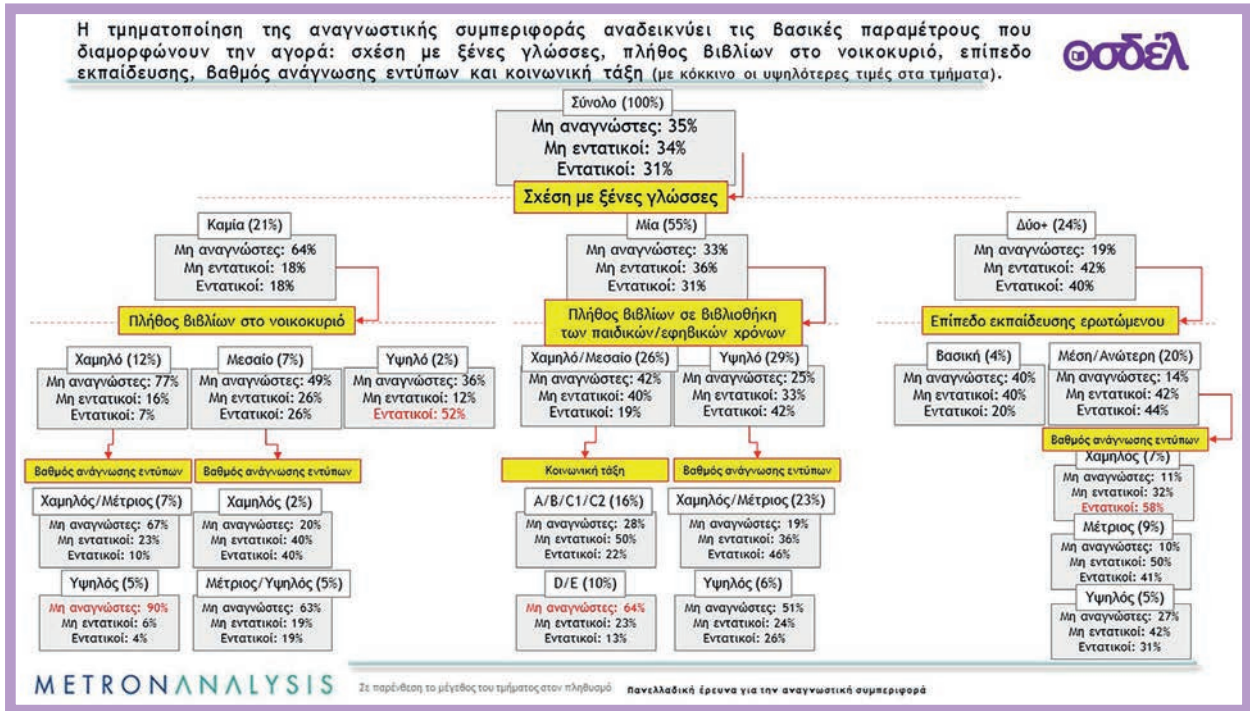
Παρατηρούμε, επίσης, ότι τα άτομα που δεν παρακολουθούν συχνά σειρές και ταινίες είναι εκείνα που συγκεντρώνουν το υψηλότερο ποσοστό μη αναγνώστων (42%). Ακριβώς η ίδια τάση παρατηρείται και ως προς τον βαθμό ακρόασης ραδιοφώνου, με το ποσοστό των μη αναγνώστων σε όσους ακούνε λίγη ώρα ραδιόφωνο (χαμηλοί ακροατές) να φτάνει το 52%.

Τέλος, τα άτομα που χρησιμοποιούν ελάχιστα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης συγκεντρώνουν μεγάλο ποσοστό μη αναγνώστων (48%) σε αντίθεση με τα άτομα που χρησιμοποιούν σε μέτριο βαθμό τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης τα οποία έχουν το μεγαλύτερο ποσοστό εντατικών αναγνώστων και εξίσου μεγάλο ποσοστό μη εντατικών αναγνώστων. Δηλαδή, εκείνοι που χρησιμοποιούν σε μέτριο βαθμό τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και εκείνοι που τα χρησιμοποιούν με υψηλή συχνότητα, καθώς τα

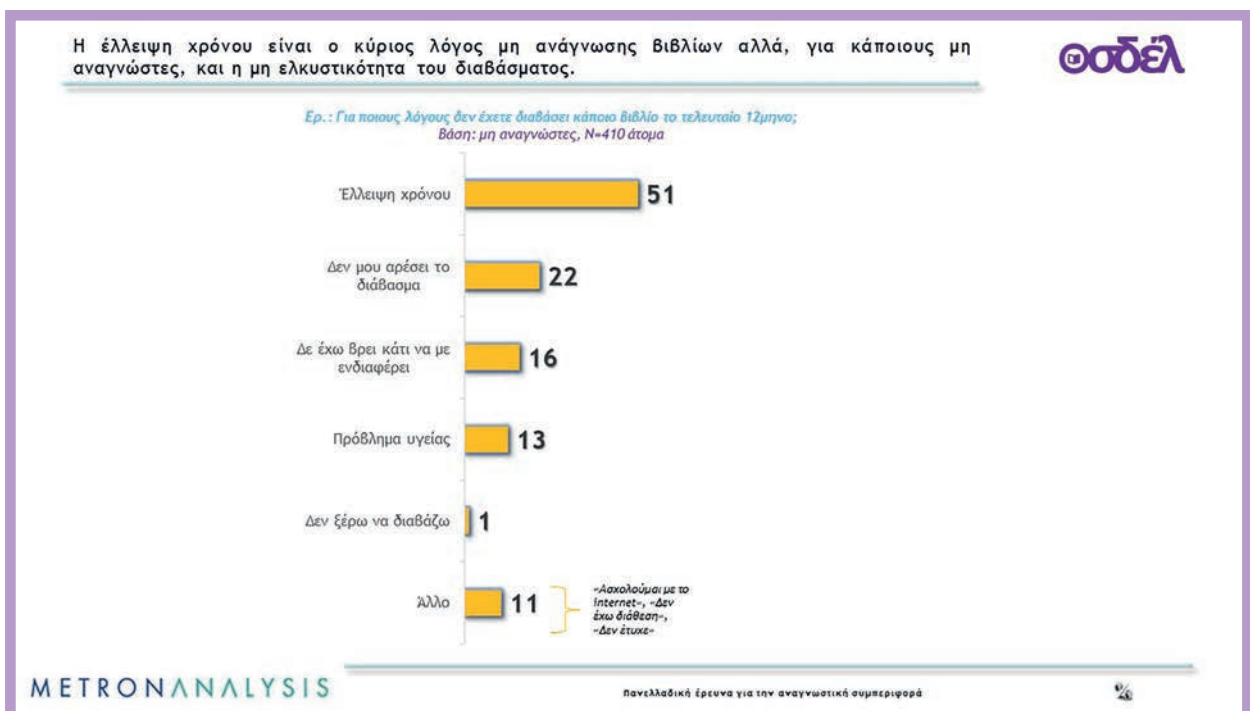
ποσοστά τους είναι παραπλήσια, είναι σε μεγαλύτερο ποσοστό εντατικοί και μη εντατικοί αναγνώστες από ό,τι τα άτομα που έχουν χαμηλό βαθμό χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Ο Πίνακας 17, που ακολουθεί, αποτυπώνει την αναγνωστική συμπεριφορά ως προς τις βασικές παραμέτρους στις οποίες προηγουμένως αναφερθήκαμε.

Πίνακας 17: Τμηματοποίηση αναγνωστικής συμπεριφοράς



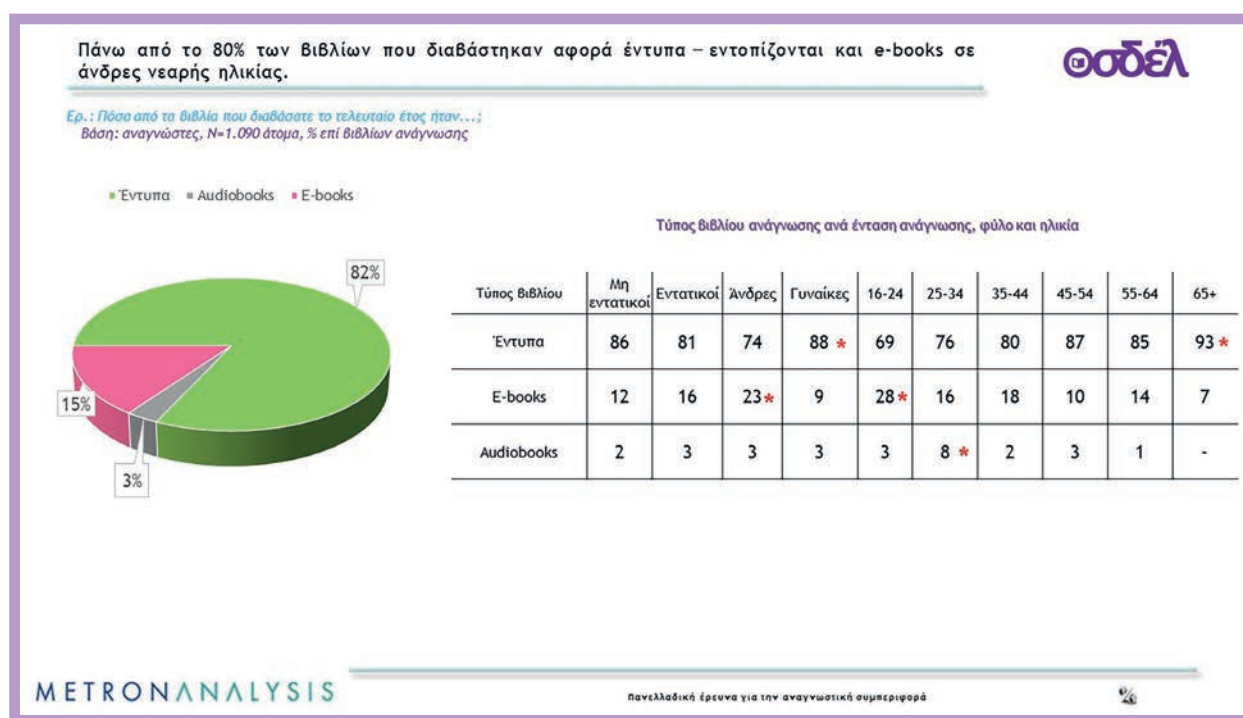
Πίνακας 18: Μη ανάγνωση βιβλίων



Ο Πίνακας 18 παρουσιάζει τους λόγους για τους οποίους τα άτομα δεν διαβάζουν βιβλία, δεν είναι δηλαδή αναγνώστες. Συγκεκριμένα, στην ερώτηση: «Για ποιους λόγους δεν έχετε διαβάσει κάποιο βιβλίο το τελευταίο δωδεκάμηνο;», που τέθηκε σε όσους δήλωσαν πως δεν διαβάζουν βιβλία, η δημοφιλέστερη απάντηση, σε ποσοστό 51%, είναι πως αυτό συμβαίνει λόγω έλλειψης χρόνου. Αξιόλογο επίσης είναι το ποσοστό (22%) εκείνων που δηλώνουν πως δεν τους αρέσει το διάβασμα. 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 διαδίκτυο ή δεν έχει διάθεση, και μόνο το 1% επειδή δεν ξέρει να διαβάζει.

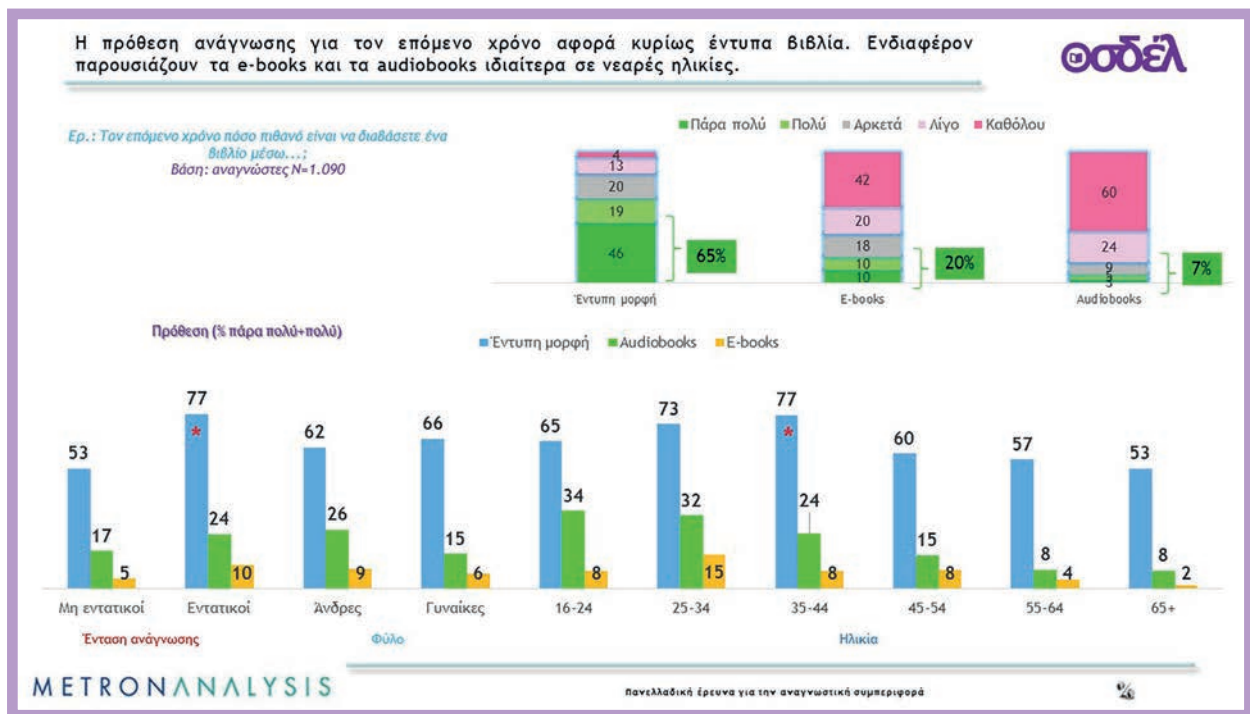
2.3 Αναγνωστική συμπεριφορά

Πίνακας 19: Μορφή βιβλίων



Ο Πίνακας 19 παρουσιάζει τα στοιχεία για τη μορφή των βιβλίων που διαβάστηκαν από τους αναγνώστες. Τα περισσότερα βιβλία, σε ποσοστό 82%, ήταν έντυπα, το 15% βιβλία ηλεκτρονικής μορφής (ebooks) και μόνο το 3% audiobooks, δηλαδή ακουστικά βιβλία. Σχεδόν όλες οι γυναίκες (88%) διαβάζουν έντυπα βιβλία, όπως το ίδιο συμβαίνει και με τους άνδρες στην πλειονότητά τους (74%). Ωστόσο, ένα αξιόλογο ποσοστό (23%) των ανδρών χρησιμοποιεί και ebooks, και μάλιστα οι άνδρες νεαρής ηλικίας, 16 έως 24 ετών, σε μεγαλύτερο βαθμό.¹³ Τα άτομα μεγάλης ηλικίας, 65 ετών και άνω, διαβάζουν σχεδόν κατ' αποκλειστικότητα έντυπα βιβλία (93%). Τέλος, η μορφή του ακουστικού βιβλίου φαίνεται να μην είναι ακόμα δημοφιλής στη χώρα καθώς τα ποσοστά χρήσης τους είναι χαμηλά. Παρ' όλα αυτά, βλέπουμε μια σχετική άνοδο της ακρόασης βιβλίων στις ηλικίες 25 έως 34 ετών (8%).

Πίνακας 20: Πρόθεση ανάγνωσης το επόμενο διάστημα

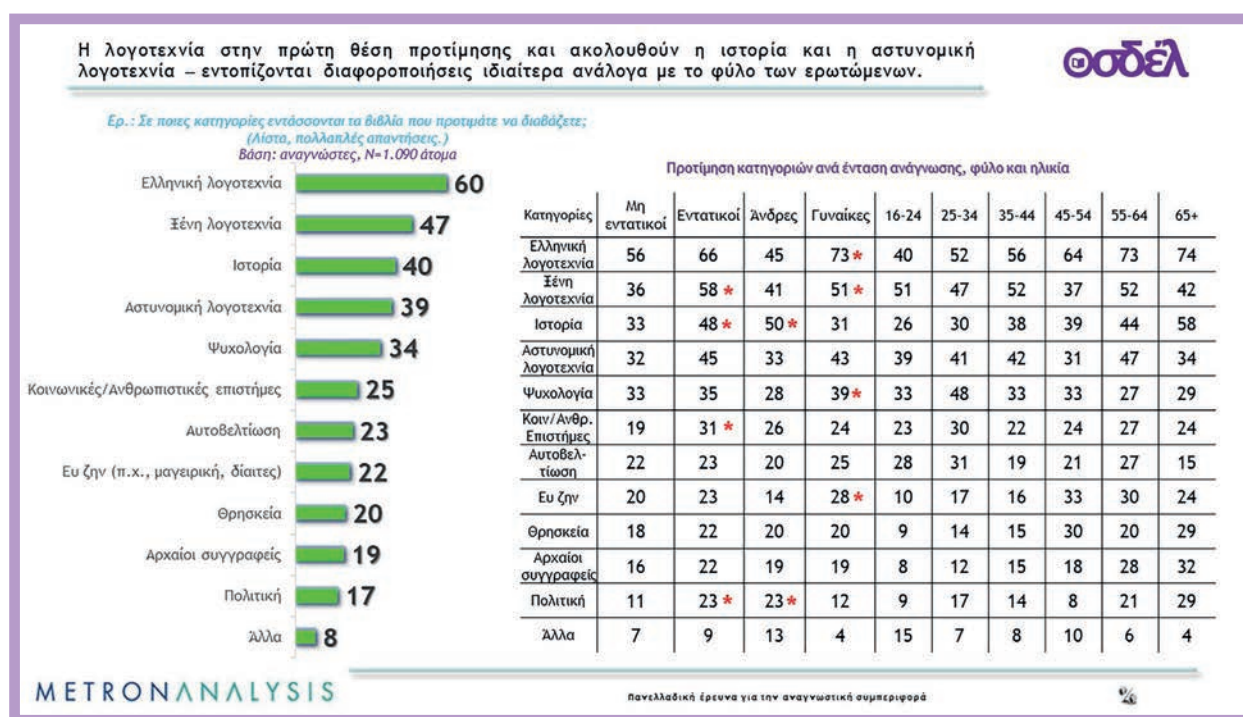


Η ερώτηση της οποίας τις απαντήσεις παρουσιάζει ο Πίνακας 20 αφορά την πρόθεση ανάγνωσης κάποιου βιβλίου τον επόμενο χρόνο ανάλογα με τη μορφή του (έντυπη, ebook, audiobook). Όπως φαίνεται, τα audiobooks είναι τα λιγότερο αγαπητά στο ελληνικό κοινό, καθώς το 84% των ερωτώμενων αποκρίνεται πως θα ακούσει audiobooks από λίγο έως καθόλου. Στην Ελλάδα κυριαρχούν ακόμη τα βιβλία σε έντυπη μορφή, την οποία προτιμά το 65% των αναγνωστών, 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 ebook.

¹³ Σε βρετανική έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2021 με τη συμμετοχή 21.696 κοριτσιών ηλικίας 8 έως 18 ετών, αναφέρεται ότι τα αγόρια έχουν λιγότερο καλή επίδοση στις αξιολογήσεις ανάγνωσης και ότι δηλώνουν πως δεν απολαμβάνουν την ανάγνωση εξίσου με τα κορίτσια -και αυτό είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο. Κάτι τέτοιο μπορεί να συμβάλει σε μια γενική αντίληψη ότι τα κορίτσια έχουν πιο «φυσική» κλίση προς το διάβασμα, η οποία με τη σειρά της μπορεί να αποκρύψει το γεγονός ότι δεν είναι διόλου λίγα τα κορίτσια που αντιπαθούν το διάβασμα ή δυσκολεύονται να διαβάσουν. Όπως μάλιστα δείχνει η έκθεση, 1 στα 5 κορίτσια ηλικίας 6 έως 14 ετών δυσκολεύεται στο διάβασμα· περισσότερα από 2 στα 5 κορίτσια ηλικίας 8 έως 18 ετών δηλώνουν ότι δεν τους αρέσει να διαβάζουν· 1 στα 10 κορίτσια δεν διαβάζει καθόλου στον ελεύθερο χρόνο του. Σε σύγκριση με τα κορίτσια που τους αρέσει να διαβάζουν, τα κορίτσια που δεν τους αρέσει να διαβάζουν είναι τέσσερις φορές περισσότερα και ισχυρίζονται ότι δεν βρίσκουν να διαβάσουν ενδιαφέροντα πράγματα. Μόνο 1 στα 6 κορίτσια που δυσκολεύονται στο διάβασμα πιστεύει ότι η ανάγνωση είναι κάτι ωραίο και διασκεδαστικό (κάτι cool). Τα ζητήματα των κινητήρων παίζουν επιδραστικότερο ρόλο στα κορίτσια που δεν διαβάζουν καθόλου στον ελεύθερο χρόνο τους. Επίσης, μόνο 1 στα 20 κορίτσια που δεν διαβάζουν καθόλου δηλώνει παρά ταύτα ότι απολαμβάνει το διάβασμα, ενώ σχεδόν κατά τα 2/3 δυσκολεύονται να βρουν να διαβάσουν κάτι που να ταιριάζει με τα ενδιαφέροντά τους. Ως προς την αυτοαντίληψη της ικανότητας ανάγνωσης σε αυτή την ομάδα, περισσότερα από 2 στα 5 κορίτσια βαθμολογούν τον εαυτό τους ως μέτριες αναγνώστριες. Έχει προταθεί, τόσο από κορίτσια όσο και από δασκάλους, η πρόσβαση σε ποικίλα αναγνώσματα που παρουσιάζουν «συγγενείς» χαρακτήρες (όπως θετικά γυναικεία πρότυπα με εθνικό υπόβαθρο) ως τρόπος για να πάψουν τα κορίτσια να είναι διστακτικές αναγνώστριες. Βλ. <https://literacytrust.org.uk/research-services/research-reports/forgotten-girls-the-reluctant-girl-readers/?fbclid=IwAR2r1P5zWTcRAIkCRFB6ABr7OyubFtbC3iC2NV-nM5ID9oxibbuf06E4Ko>

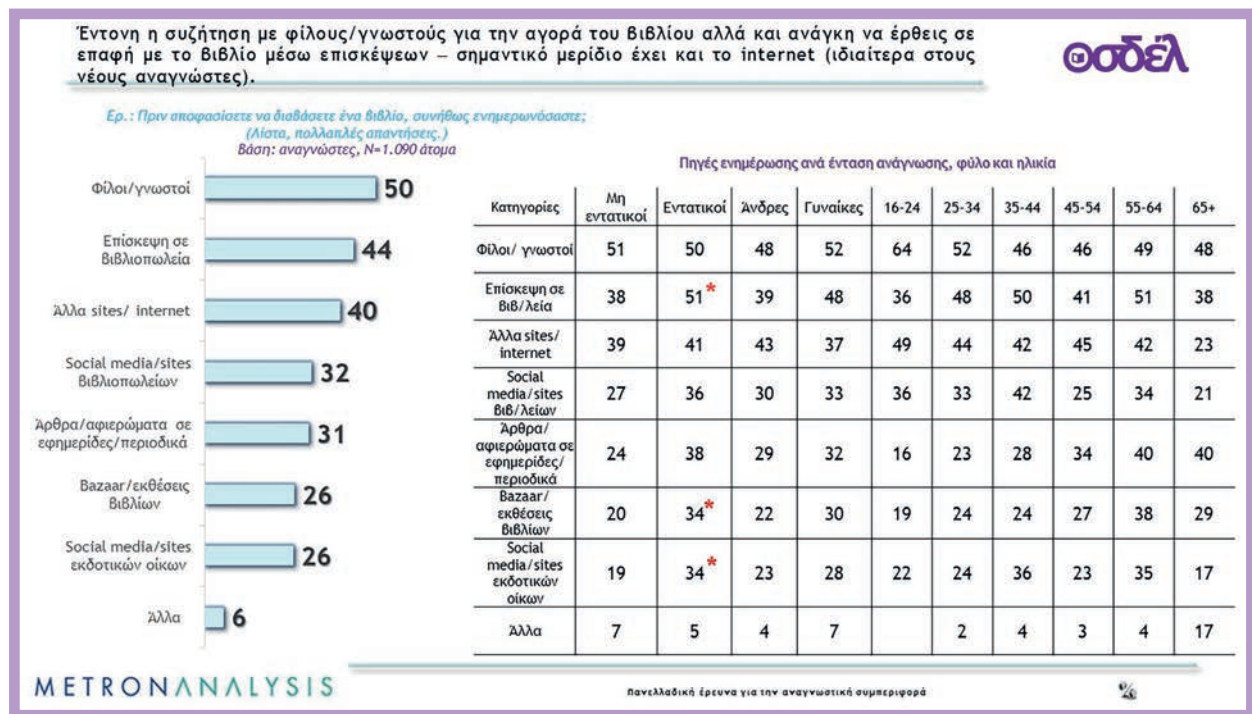
Στον πίνακα δίνονται ακολούθως τα ποσοστά των απαντήσεων ανάλογα με το αν οι ερωτώμενοι είναι εντατικοί ή μη αναγνώστες, ανάλογα επίσης με το φύλο τους και την ηλικιακή ομάδα στην οποία ανήκουν. Εκεί, αποτυπώνεται ότι τόσο οι αναγνώστες που είναι φανατικοί με το διάβασμα όσο και εκείνοι που διατηρούν μια πιο χαλαρή σχέση με αυτό προτιμούν, στην πλειονότητά τους, βιβλία σε έντυπη μορφή. Ακόμη, οι προτιμήσεις στη μία ή στην άλλη μορφή βιβλίου δεν σχετίζονται με το φύλο, καθώς τα ποσοστά των απαντήσεων και στις δύο περιπτώσεις είναι παρόμοια. Τέλος, παρατηρείται ότι όσο πιο μικρή είναι η ηλικιακή ομάδα τόσο πιο αγαπητές είναι οι εναλλακτικές μορφές βιβλίου, ενώ φαίνεται ότι διαβάζει περισσότερο η ηλικιακή ομάδα 25 έως 44 ετών.

Πίνακας 21: Προτίμηση ανά είδος βιβλίου



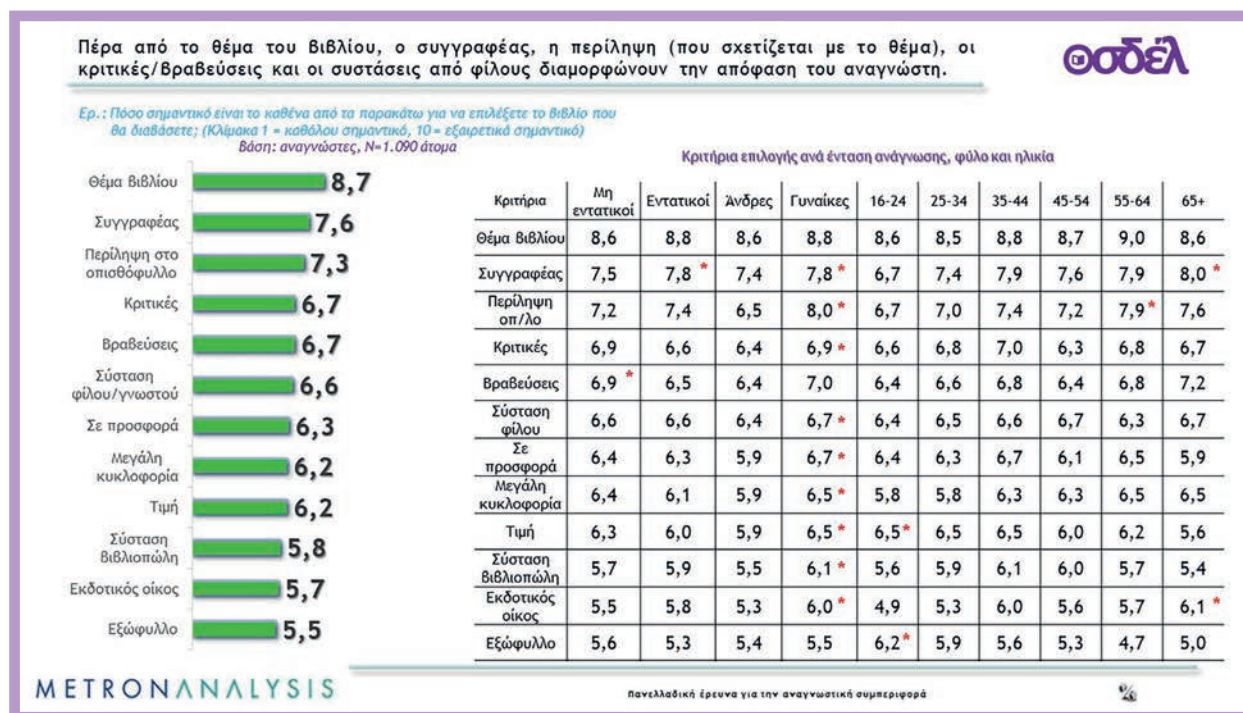
Ο Πίνακας 21 ασχολείται με τα είδη των βιβλίων που διαβάζει το αναγνωστικό κοινό στην Ελλάδα. Αγαπημένη κατηγορία είναι η ελληνική λογοτεχνία, η οποία αρέσει στο 60% των ερωτώμενων, δεύτερη στις προτιμήσεις έρχεται η ξένη λογοτεχνία με ποσοστό 47%, ενώ το λιγότερο αγαπητό είδος είναι τα βιβλία που ασχολούνται με την πολιτική, τα οποία προτιμώνται μόνο από το 17% του κοινού, αν και πάντως προτιμώνται λίγο περισσότερο από τους εντατικούς αναγνώστες και τους άνδρες (σε ποσοστό 23%) σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες. Η ελληνική λογοτεχνία προτιμάται κυρίως από γυναίκες και από την ηλικιακή ομάδα 55 έως 64 ετών, με το ποσοστό να φτάνει στο 73%. Όσον αφορά τις κοινωνικές επιστήμες, το ποσοστό προτίμησής τους από το αναγνωστικό κοινό φτάνει το 25%, με το υψηλότερο ποσοστό ανάγνωσής τους (31%) να το σημειώνουν οι εντατικοί αναγνώστες.

Πίνακας 22: Τρόποι ενημέρωσης για το βιβλίο



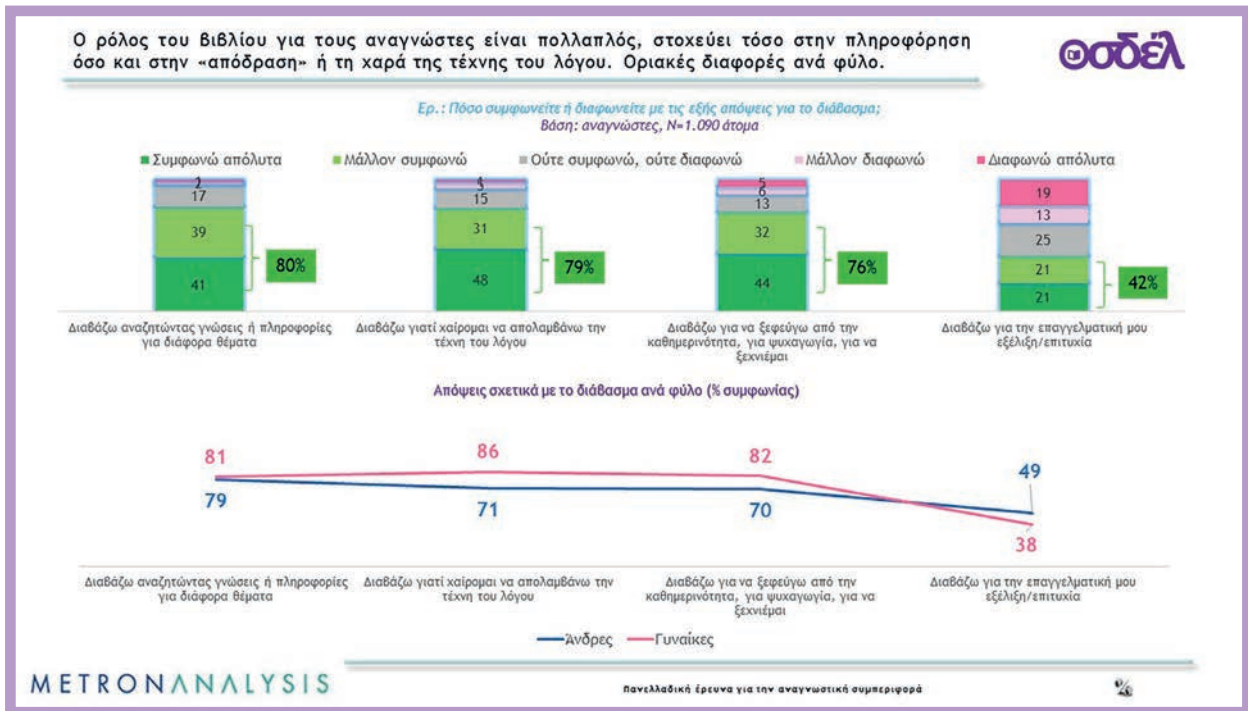
Ο Πίνακας 22 παρουσιάζει τα αποτελέσματα της έρευνας σχετικά με το πώς φτάνουν οι αναγνώστες να επιλέξουν να διαβάσουν κάποιο συγκεκριμένο βιβλίο. Η πιο δημοφιλής απάντηση σε αυτή την ερώτηση είναι ότι έχουν ακούσει για αυτό από φίλους και γνωστούς, η οποία σημειώνει ποσοστό 50%, ενώ στις ηλικίες 16 έως 24 ετών το ποσοστό αυτό ανεβαίνει στο 64%. Επίσης, ιδιαίτερα αγαπητός τρόπος ενημέρωσης για τα βιβλία είναι η επίσκεψη στα βιβλιοπωλεία, με τα ποσοστά να κυμαίνονται σε παρόμοια επίπεδα σε όλες τις κοινωνικές ομάδες, ενώ ως ο λιγότερο προτιμώμενος τρόπος ενημέρωσης εμφανίζονται τα κοινωνικά δίκτυα των εκδοτικών οίκων και ακολουθούν οι εκθέσεις βιβλίων. Σε ό,τι αφορά τις αναρτήσεις σχετικά με τα βιβλία στο διαδίκτυο, οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες σημειώνουν πολύ χαμηλά ποσοστά επιρροής από αυτές, καθώς οι άνθρωποι ηλικίας 65 ετών και άνω χρησιμοποιούν το διαδίκτυο γενικά μόνο σε ποσοστό 23%, εκ των οποίων μόλις το 21% ανατρέχει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των εκδοτικών οίκων προκειμένου να ενημερωθεί για τα βιβλία.

Πίνακας 23: Κριτήρια επιλογής



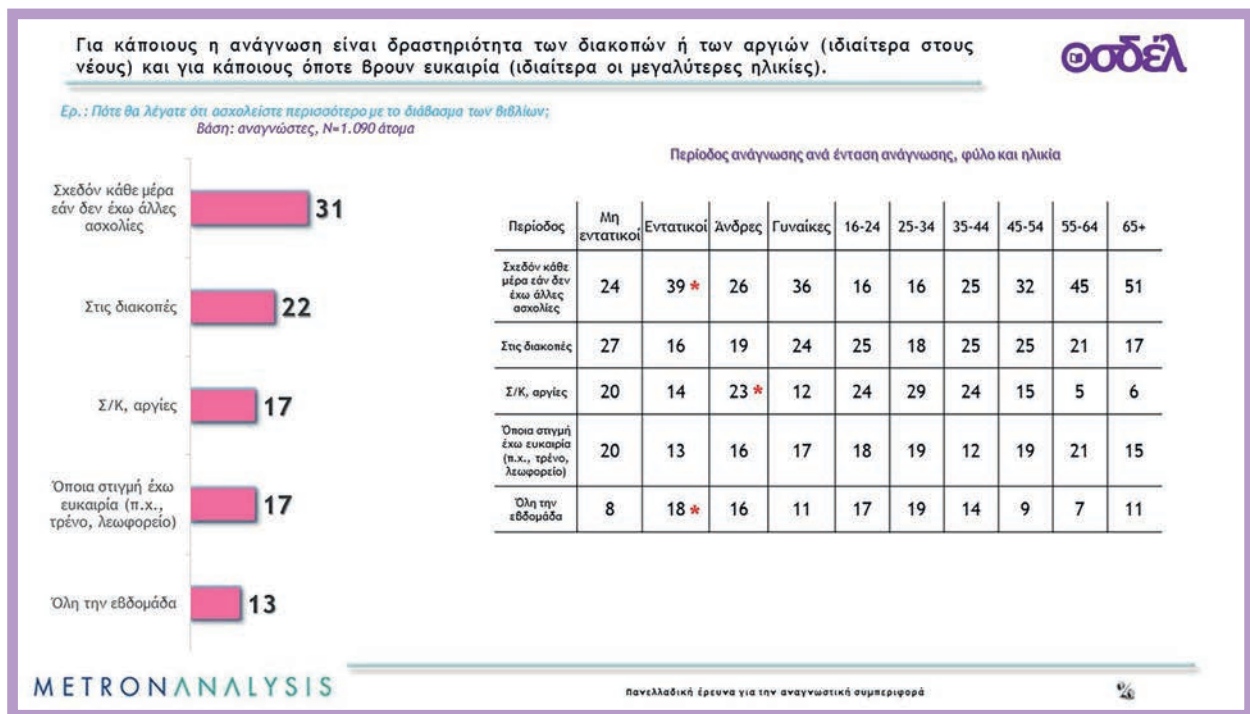
Ο Πίνακας 23 αποτυπώνει τις απαντήσεις στην ερώτηση σχετικά με το τι είναι αυτό που αναζητούν σε ένα βιβλίο οι αναγνώστες στην Ελλάδα. Όπως αποδεικνύεται, το πλέον σημαντικό για το αναγνωστικό κοινό είναι το θέμα του βιβλίου, με ποσοστό 8,7/10, ενώ ο εκδοτικός οίκος (5,7/10) και το εξώφυλλο του βιβλίου (5,5/10) είναι ό,τι λιγότερο ενδιαφέρει τους αναγνώστες. Διαφορά σε σχέση με τα γενικότερα ποσοστά παρατηρείται ως προς τις απαντήσεις που αφορούν την «περίληψη στο οπισθόφυλλο» εκ μέρους των γυναικών και των αναγνωστών ηλικίας 55 έως 64 ετών. Ενώ η απάντηση αυτή φτάνει μέχρι το ποσοστό 7,2/10 στις περισσότερες ειδικές κατηγορίες, στις γυναίκες ανέρχεται στο 8/10 και στα άτομα 55 έως 64 ετών στο 7,9. Τέλος, για την ηλικιακή ομάδα 55 έως 64 ετών, τη μικρότερη σημασία για την επιλογή ενός βιβλίου έχει το εξώφυλλό του, με ποσοστό 4,7/10.

Πίνακας 24: Απόψεις για το διάβασμα



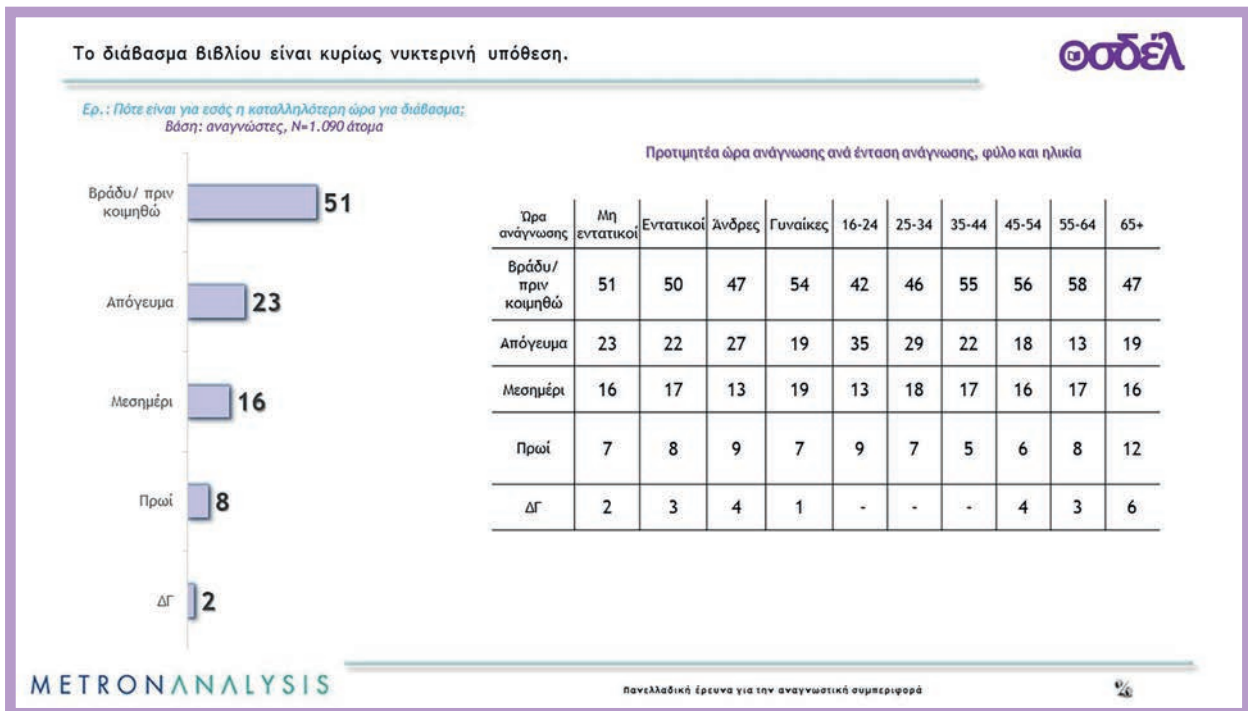
Στον Πίνακα 24 παρατίθενται τέσσερις απόψεις ως προς το γιατί μπορεί να διαβάζει κανείς: α) για την απόκτηση γνώσεων ή την αναζήτηση πληροφοριών, β) από αγάπη στον γραπτό λόγο, γ) για ψυχαγωγία και δ) για επαγγελματική επιτυχία. Από τις απόψεις αυτές που προτείνονται, οι ερωτώμενοι στην πλειονότητά τους δεν συμφωνούν με την τελευταία, της οποίας τα ποσοστά στο «μάλλον συμφωνώ» και «συμφωνώ απόλυτα» φτάνουν στο 42%, ενώ οι τρεις άλλες («ούτε συμφωνώ, ούτε διαφωνώ», «μάλλον διαφωνώ», «διαφωνώ απόλυτα») ξεπερνούν το 75%. Επίσης, στο γράφημα που παρουσιάζει τη διαφορά ως προς τις απαντήσεις μεταξύ των δύο φύλων, φαίνεται πως οι άνδρες δεν απολαμβάνουν εξίσου με τις γυναίκες την τέχνη του λόγου ούτε επιζητούν στον ίδιο βαθμό να ψυχαγωγηθούν μέσω ενός βιβλίου ξεφεύγοντας από την καθημερινότητα, καθώς απάντησαν πως συμφωνούν με τις απόψεις αυτές κατά περίπου 10% λιγότερο από ό,τι οι γυναίκες.

Πίνακας 25: Περίοδος ανάγνωσης



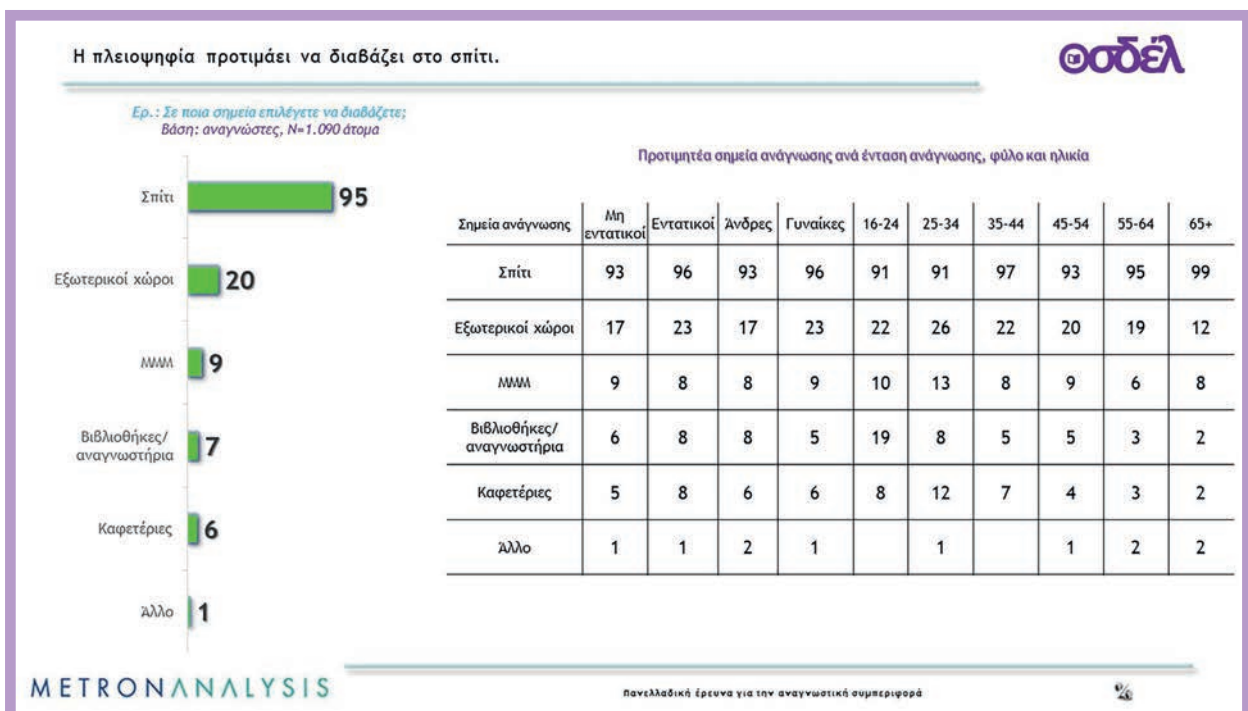
Η ερώτηση της οποίας οι απαντήσεις αποτυπώνονται στον Πίνακα 25 αφορά το πότε και σε ποιες συνθήκες επιλέγεται η ανάγνωση ενός βιβλίου. Πιο δημοφιλής είναι η απάντηση «κάθε ημέρα εάν δεν έχω άλλες ασχολίες», που φτάνει σε ποσοστό 31%. Οι απαντήσεις που δηλώνουν πιο περιστασιακή ανάγνωση κυμαίνονται γύρω στο 20%, ενώ καθημερινή επαφή με το διάβασμα δηλώνει μόνο το 13% των ερωτώμενων. Όμως, στις επιμέρους κατηγορίες, τα ποσοστά φανερώνουν κάποιες διαφορές. Για παράδειγμα, η ηλικιακή ομάδα 65 ετών και άνω απαντά «κάθε ημέρα εάν δεν έχω άλλες ασχολίες» σε ποσοστό 51%, ενώ οι φανατικοί αναγνώστες σε ποσοστό 39%. Επίσης, αρκετά διαφορετικό από τον μέσο όρο (17%) είναι το ποσοστό της απάντησης «Σαββατοκύριακο/αργίες» για τα άτομα ηλικίας 25 έως 34 ετών (29%).

Πίνακας 26: Προτιμητέα ώρα ανάγνωσης



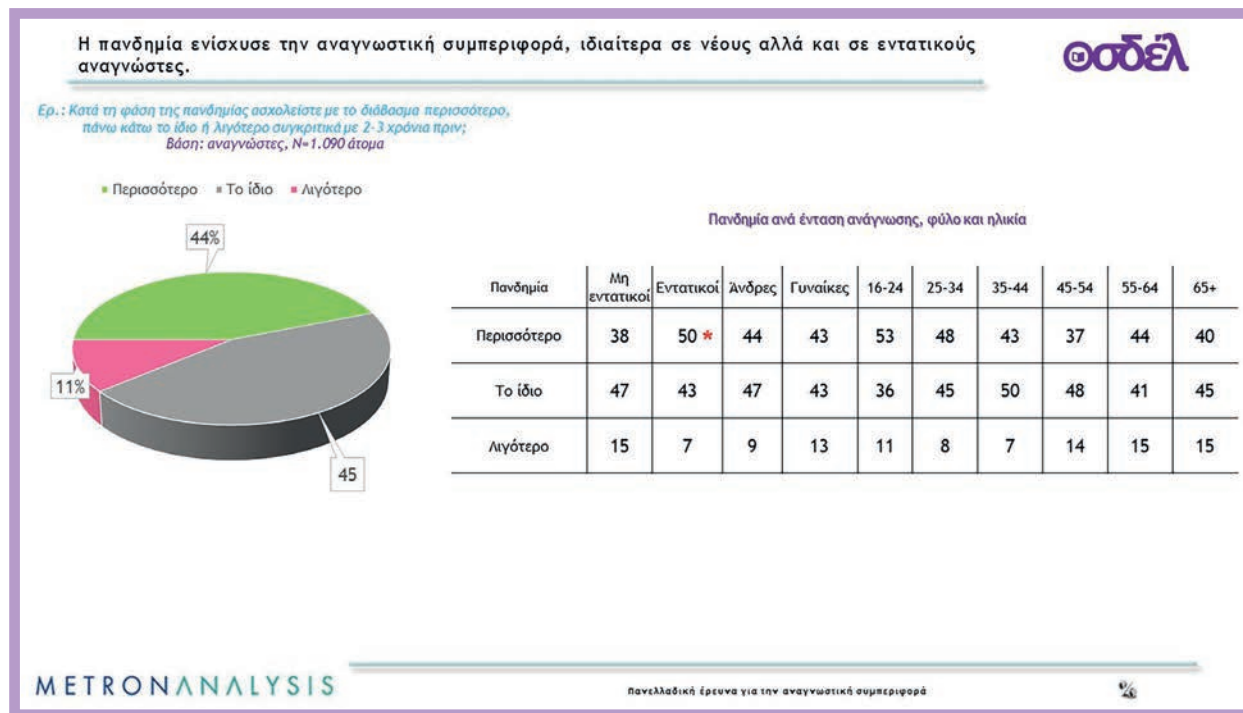
Όπως με σαφήνεια αποτυπώνεται στον Πίνακα 26, οι αναγνώστες προτιμούν να διαβάζουν κατά κύριο λόγο το βράδυ πριν κοιμηθούν, ενώ προτίμηση προς την απογευματινή ανάγνωση δείχνει μόνο η ηλικιακή ομάδα 16 έως 24 ετών, που την επιλέγει σε ποσοστό 35%. Οποσδήποτε, πάντως, το αναγνωστικό κοινό στην Ελλάδα δεν διαβάζει συχνά το πρωί, με τα ποσοστά της πρωινής ανάγνωσης σε όλες τις κατηγορίες να είναι κάτω από 13%.

Πίνακας 27: Προτιμητέος χώρος ανάγνωσης



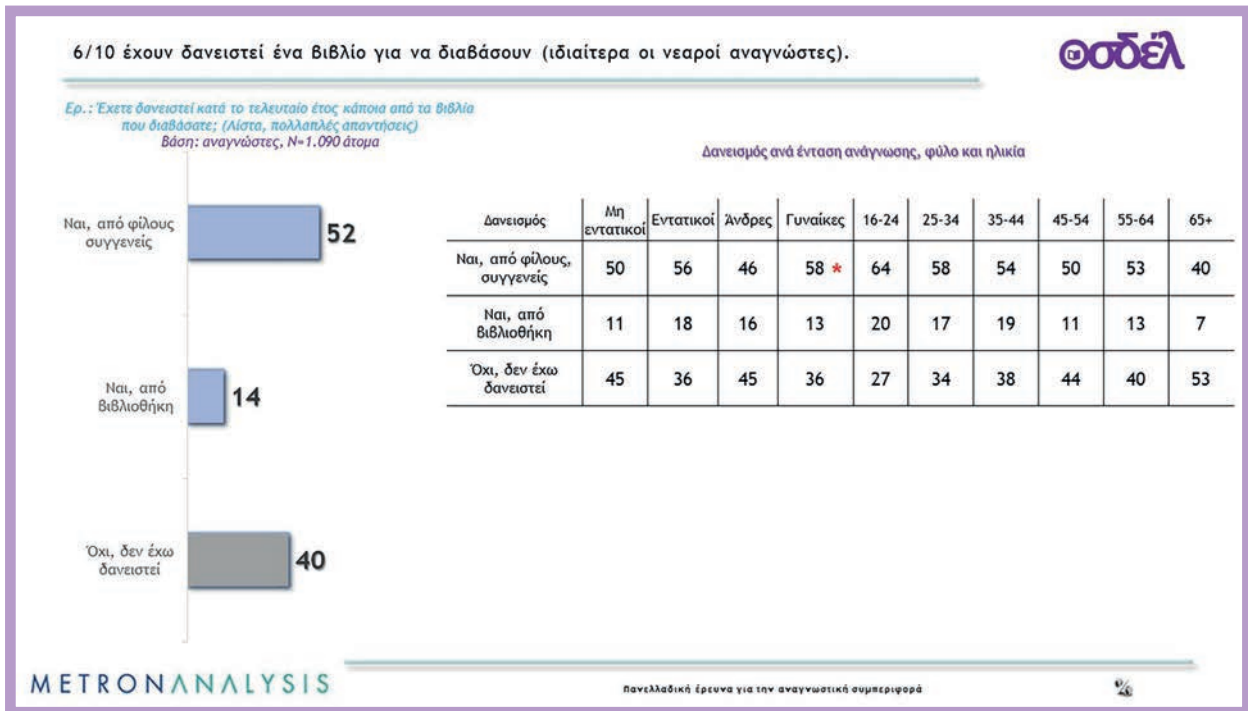
Σαφείς είναι οι αναγνώστες της Ελλάδας και ως προς το πού επιλέγουν να διαβάζουν (βλ. Πίνακα 27), με το σπίτι να προτιμάται από το 95% της πληθυσμιακής βάσης. Όπως επίσης παρατηρείται, οι εξωτερικοί χώροι εμπνέουν το 1/5 των αναγνωστών, ενώ οι βιβλιοθήκες δεν φαίνεται να είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς χώροι ανάγνωσης, με εξαίρεση την ηλικιακή ομάδα 16 έως 24 ετών, που τις προτιμά σε ποσοστό 19%.

Πίνακας 28: Αναγνωστικές συνήθειες μέσα στην πανδημία



Ο Πίνακας 28 παρουσιάζει το πώς επηρεάστηκε η φιλιαναγνωσία κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Όπως είναι φανερό, για ελάχιστους ανθρώπους (μόνο το 11%) η πανδημία λειτούργησε αποθαρρυντικά ως προς την ανάγνωση. Οι υπόλοιποι χωρίζονται εξίσου σε εκείνους για τους οποίους δεν άλλαξε κάτι ως προς τις αναγνωστικές τους συνήθειες κατά τη διάρκεια της πανδημίας και σε εκείνους οι οποίοι, με αφορμή την καραντίνα, ξεκίνησαν να διαβάζουν περισσότερο. Στους τελευταίους ανήκουν οι εντατικοί αναγνώστες, σε ποσοστό 50%, και η ηλικιακή ομάδα 16 έως 34 ετών, με περίπου το ίδιο ποσοστό.

Πίνακας 29: Συνήθειες δανεισμού βιβλίων



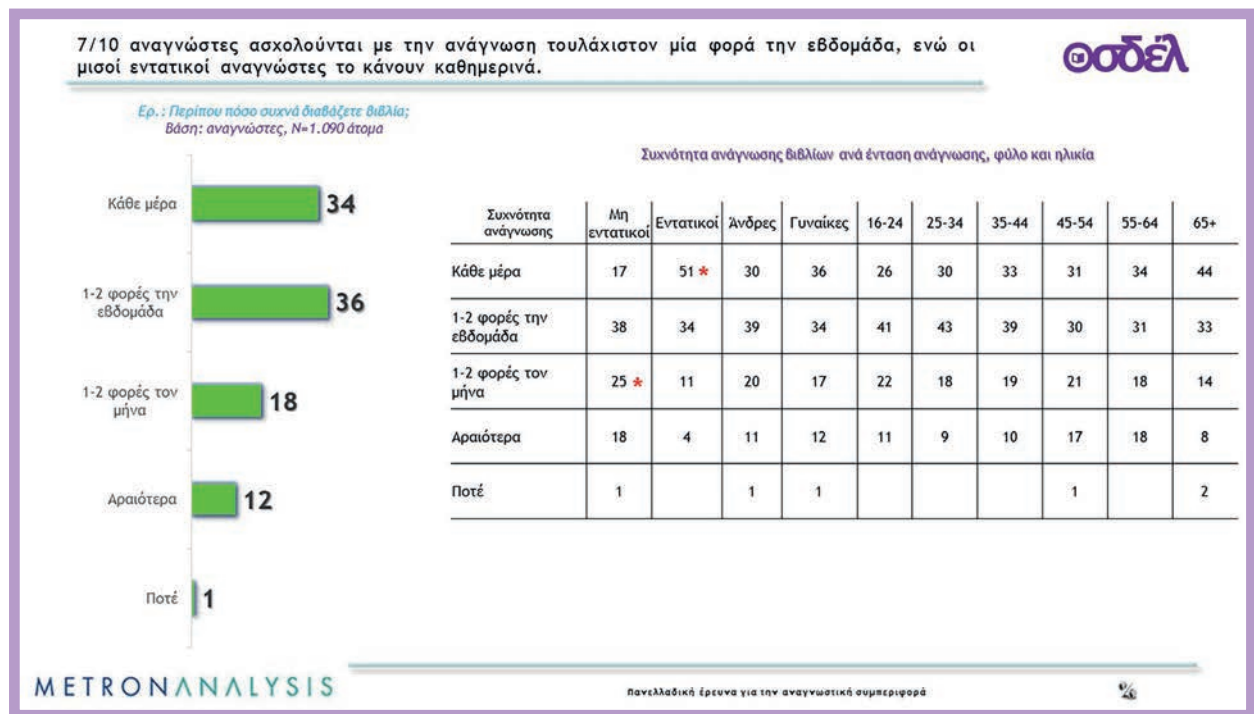
Ο Πίνακας 29 αφορά τις απαντήσεις σε ερώτηση σχετικά με τον δανεισμό βιβλίων κατά τον τελευταίο χρόνο. Περισσότεροι από τους μισούς ερωτώμενους απαντούν ότι έχουν δανειστεί βιβλία είτε από συγγενείς και φίλους είτε από δανειστικές βιβλιοθήκες, με τον δανεισμό ωστόσο από βιβλιοθήκες να συγκεντρώνει πολύ μικρότερο ποσοστό (14%) από ό,τι ο δανεισμός από το φιλικό και το συγγενικό περιβάλλον (52%). Πιο συγκεκριμένα, οι γυναίκες αλλά και τα άτομα ηλικίας 25 έως 34 ετών είναι οι δύο ομάδες που σε μεγαλύτερο ποσοστό (58%) δανείζονται βιβλία από φίλους και συγγενείς, ενώ οι νέοι που βρίσκονται ανάμεσα στα 16 και στα 24 έτη είναι εκείνοι που δανείζονται συχνότερα βιβλία από βιβλιοθήκες, διαφοροποιώντας τη θέση τους από την ηλικιακή ομάδα 65 ετών και άνω, της οποίας μόνο το 7% επισκέφθηκε κάποια δανειστική βιβλιοθήκη. Οι τελευταίοι είναι επίσης εκείνοι που σε μεγαλύτερο ποσοστό (53%) δεν έχουν δανειστεί ποτέ βιβλίο, και ακολουθούν, με ποσοστό 45%, οι μη εντατικοί αναγνώστες και οι άνδρες.

Πίνακας 30: Παράγοντες αύξησης ανάγνωσης



Στην ερώτηση τι θα έκανε τους ερωτώμενους να διαβάζουν περισσότερο, η κυριότερη απάντηση είναι ο χρόνος, ο οποίος συγκεντρώνει ποσοστό 58% (βλ. Πίνακα 30). Η ηλικιακή ομάδα 45 έως 54 ετών τάσσεται κυρίως με αυτή την απάντηση, σε ποσοστό 68%, ενώ ακολουθούν, με ελάχιστα χαμηλότερα ποσοστά, οι ηλικιακές ομάδες 25 έως 34 ετών και 35 έως 44 ετών. Οι μόνοι που συγκεντρώνουν ποσοστό κάτω του 50% στη συγκεκριμένη απάντηση είναι οι ερωτώμενοι ηλικίας 65 ετών και άνω (37%), οι οποίοι ωστόσο έχουν το υψηλότερο ποσοστό (25%) στην απάντηση που αφορά άλλες αιτίες, όπως η κακή όραση, το κόστος αλλά και η ψυχική ηρεμία. Επίσης, οι ερωτώμενοι ηλικίας 16 έως 24 ετών θα ήθελαν πιο ενδιαφέρον περιεχόμενο στα προσφερόμενα βιβλία προκειμένου να διαθέτουν περισσότερο χρόνο στο διάβασμα (σε ποσοστό 47%), αιτία που αναφέρουν ως βασική και οι νέοι 25 έως 34 ετών (σε ποσοστό 40%) αλλά και οι άνδρες, από τους οποίους το 38% απάντησε πως θα διάβαζε περισσότερο αν τα βιβλία παρουσίαζαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον.

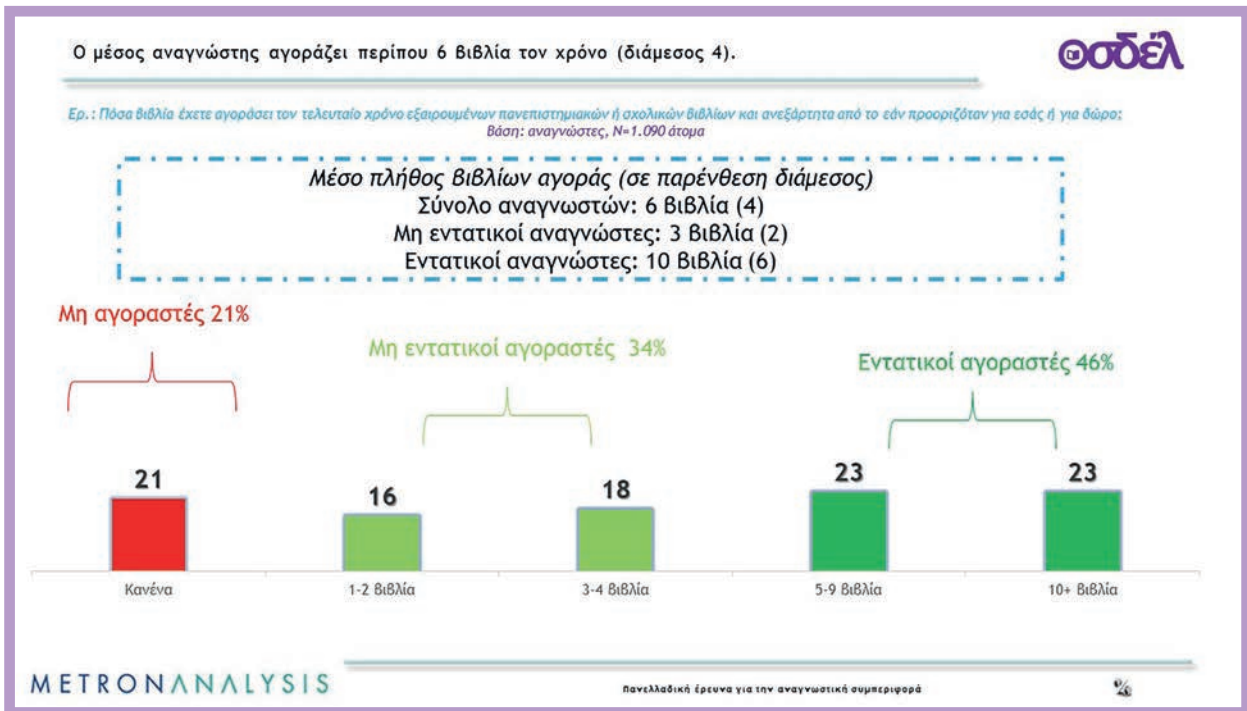
Πίνακας 31: Συχνότητα ανάγνωσης



Ο Πίνακας 31 παρουσιάζει το πόσο συχνά διαβάζουν οι αναγνώστες. Οι επικρατέστερες απαντήσεις εκ μέρους των ερωτώμενων είναι «1-2 φορές την εβδομάδα», με ποσοστό 36%, και «κάθε ημέρα», με 34%. Όπως είναι λογικό, κυρίως οι εντατικοί αναγνώστες δηλώνουν, με μεγάλη διαφορά από τους υπόλοιπους, ότι διαβάζουν καθημερινά (σε ποσοστό 51%), ενώ ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα 65 ετών και άνω με ποσοστό 44%. 1-2 φορές την εβδομάδα διαβάζουν κυρίως οι νέοι ηλικίας 16 έως 24 ετών, σε ποσοστό 41%, ενώ οι μη εντατικοί αναγνώστες είναι εκείνοι που διαβάζουν κυρίως 1-2 φορές τον μήνα. Βέβαια, η ομάδα των μη εντατικών αναγνωστών πλειοψηφικά αφιερώνει χρόνο στην ανάγνωση 1-2 φορές την εβδομάδα, αλλά οι ίδιοι έχουν επίσης το μεγαλύτερο ποσοστό στην απάντηση «αραιότερα» (18%). Ελάχιστοι ερωτώμενοι, μόλις το 1%, απαντούν ότι δεν διαβάζουν ποτέ.

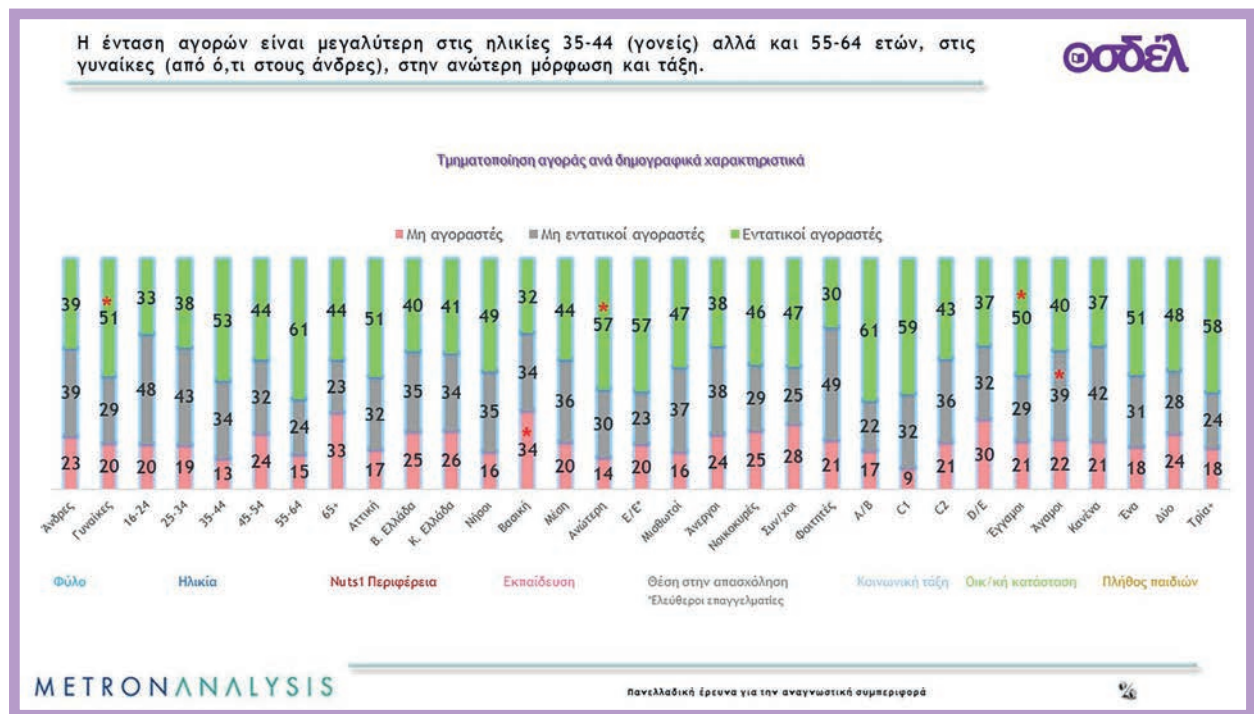
2.4 Αγορά βιβλίων

Πίνακας 32: Αγοραστικές συνήθειες



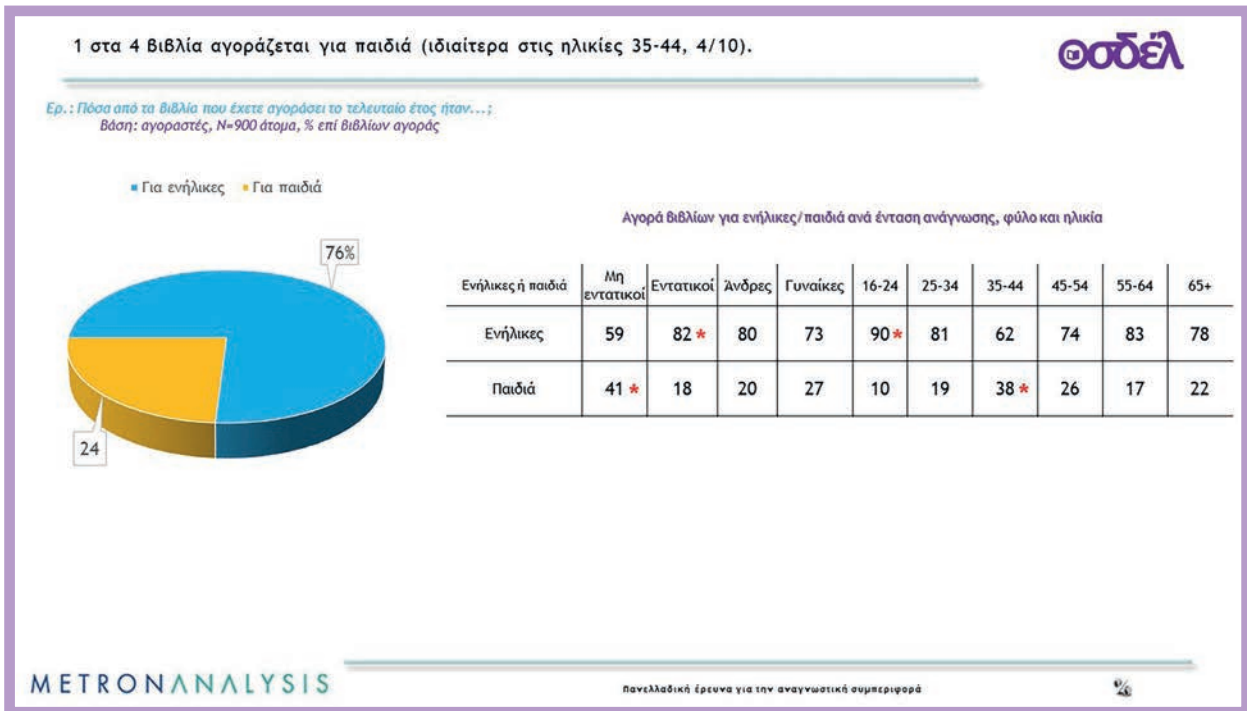
Το παραπάνω γράφημα (βλ. Πίνακα 32) απεικονίζει τις αγοραστικές συνήθειες των ερωτώμενων ως προς τα βιβλία. Το σύνολο των αναγνωστών έχει αγοράσει, όπως φανερώνεται, κατά μέσο όρο 6 βιβλία το τελευταίο έτος, ενώ οι εντατικοί αναγνώστες έχουν αγοράσει 10 βιβλία και 3 οι μη εντατικοί. Πιο αναλυτικά, οι εντατικοί αγοραστές αγοράζουν βιβλία σε ποσοστό 46%· πιο συγκεκριμένα, το 23% εξ αυτών αγοράζει από 5 μέχρι 9 βιβλία τον χρόνο, ενώ το υπόλοιπο 23% από 10 και πάνω. Οι μη εντατικοί αγοραστές, οι οποίοι απαντούν θετικά στην αγορά βιβλίων κατά 34%, αγοράζουν είτε 1 με 2 βιβλία τον χρόνο (σε ποσοστό 16%) είτε 3 με 4 (σε ποσοστό 18%). Τέλος, υπάρχει και ένα ποσοστό των αναγνωστών (21%) που δεν επιλέγει να αγοράσει βιβλία.

Πίνακας 33: Αγοραστικές συνήθειες ανά δημογραφικά στοιχεία



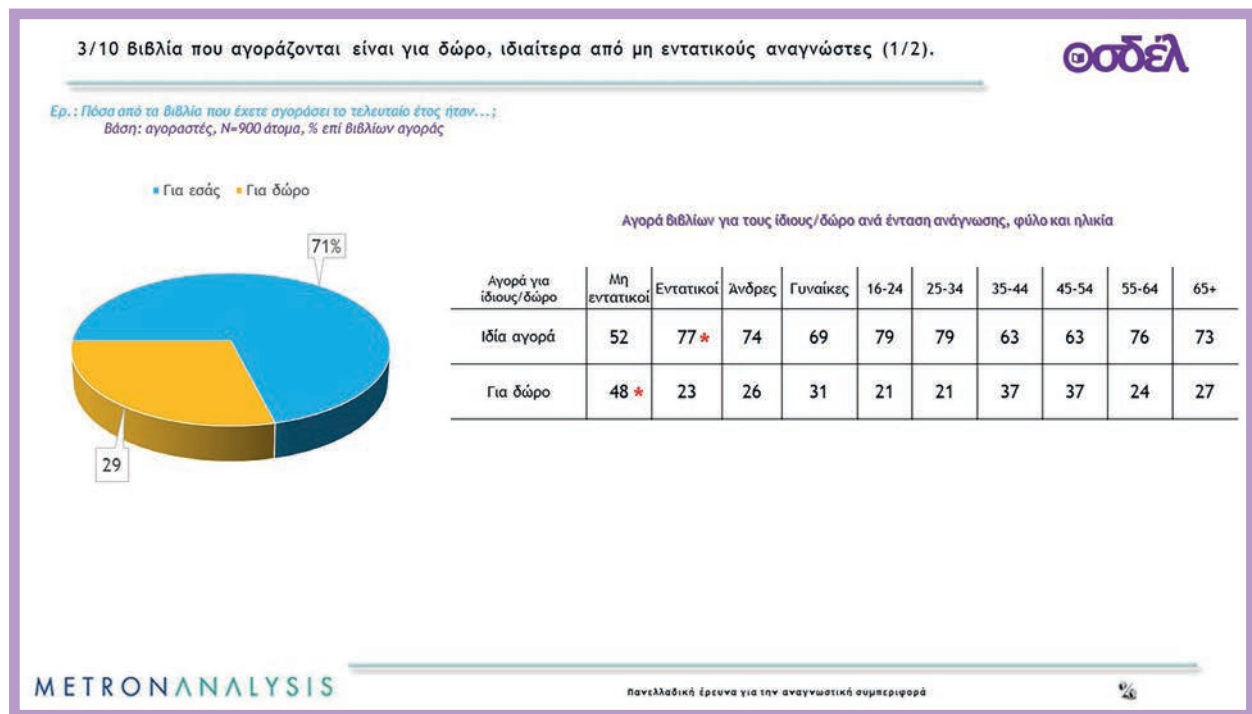
Στο γράφημα που προηγείται (βλ. Πίνακα 33) παρουσιάζονται αναλυτικά οι αγοραστικές συνήθειες σε συνάρτηση με τα δημογραφικά στοιχεία των αγοραστών, όπως το φύλο, η ηλικία, η εκπαίδευση, η κοινωνική τάξη κ.ά. Συγκεκριμένα, οι γυναίκες δηλώνουν σε ποσοστό 51% ότι αγοράζουν εντατικά βιβλία, αντίθετα από τους άνδρες, εκ των οποίων μόνο το 39% εντάσσεται στην ίδια κατηγορία. Από τις ηλικιακές ομάδες, πιο εντατικοί αγοραστής φαίνεται πως είναι τα άτομα 55 έως 64 ετών (σε ποσοστό 61%), με την ηλικιακή ομάδα 35 έως 44 ετών να ακολουθεί με σχεδόν 10 μονάδες διαφορά (53%). Επίσης, οι κάτοικοι της περιφέρειας Αττικής αλλά και των Νησιών του Αιγαίου και η Κρήτη συγκεντρώνουν μεγαλύτερο ποσοστό ως εντατικοί αγοραστής σε σχέση με τους κατοίκους της Κεντρικής και Βόρειας Ελλάδας, έχοντας περίπου 10 μονάδες διαφορά (51% και 49% έναντι 41% και 40% αντίστοιχα). Περνώντας στη μεταβλητή της εκπαίδευσης, το 57% των ερωτώμενων με σπουδές ανώτερης εκπαιδευτικής βαθμίδας δηλώνουν εντατικοί αγοραστής, αφήνοντας πίσω κατά 10 και πλέον μονάδες όσους έχουν ολοκληρώσει τη μέση εκπαίδευση (44%) και τη βασική (32%). Μάλιστα, οι τελευταίοι απαντούν σε μεγαλύτερα ποσοστά είτε ότι δεν είναι εντατικοί αγοραστής είτε ότι δεν αγοράζουν καθόλου βιβλία, και τα δύο σε ποσοστό 34%. Μεγάλη διαφορά από τους υπόλοιπους επαγγελματίες διατηρούν οι ελεύθεροι επαγγελματίες ως προς την εντατική αγορά, ενώ οι φοιτητές είναι οι λιγότερο εντατικοί αγοραστής από κάθε άλλη ομάδα, με ποσοστό 49%. Τα άτομα που ανήκουν στην ανώτερη κοινωνική τάξη είναι εκείνα που, μαζί με την ηλικιακή ομάδα 55 έως 64 ετών, δηλώνουν οι πιο εντατικοί αγοραστής, με ποσοστό 61%, ενώ όσοι ανήκουν στα μεσοαστικά στρώματα συγκεντρώνουν το μικρότερο ποσοστό σε άτομα που δεν αγοράζουν καθόλου βιβλία (9%). Τέλος, οι έγγαμοι είναι εντατικότεροι αγοραστής από τους άγαμους, με ποσοστό 50% έναντι 40%, όπως και όσοι έχουν τρία ή και περισσότερα παιδιά σε σχέση με όσους δεν έχουν κανένα ή έχουν ένα ή δύο παιδιά.

Πίνακας 34: Αγορά βιβλίων για ενήλικες/παιδιά



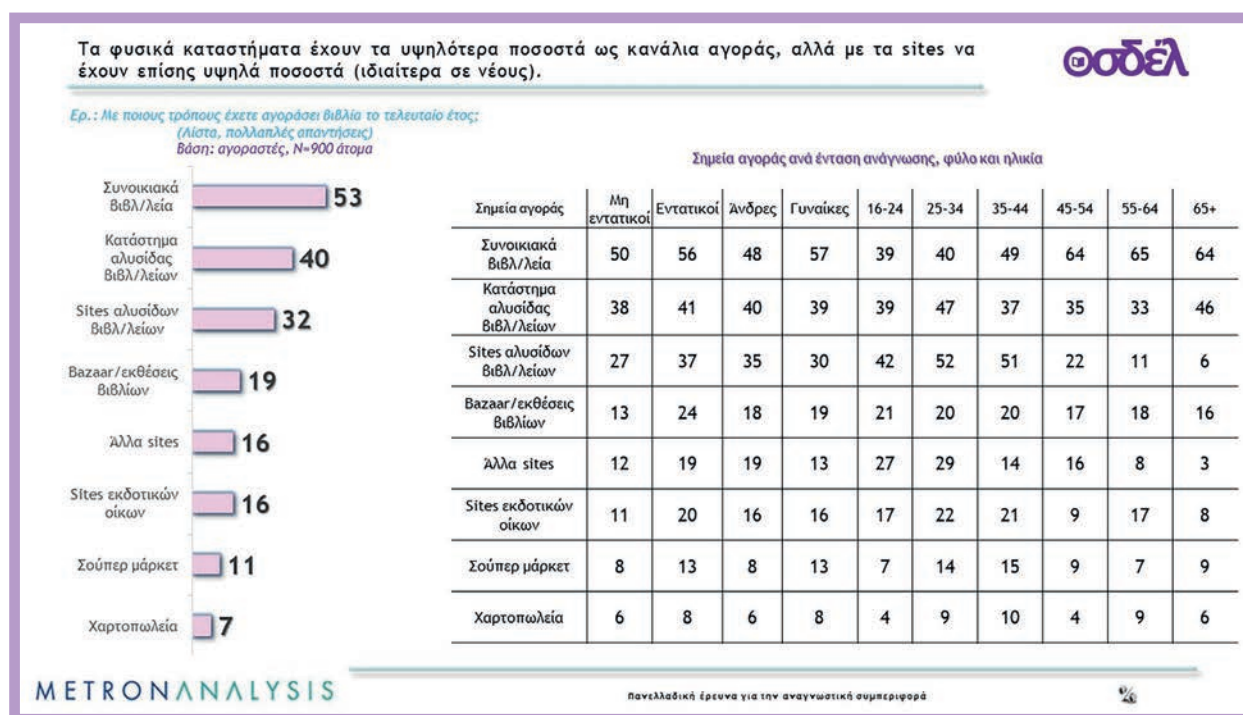
Το επόμενο ερώτημα της έρευνας αφορά το για ποιον προορίζονται τα βιβλία που αγοράζουν οι ερωτώμενοι (βλ. Πίνακα 34). Το 76% απαντά ότι τα βιβλία που αγοράζει προορίζονται για ενήλικες, ενώ το 24% για παιδιά. Οι μη εντατικοί αγοραστές, μάλιστα, είναι εκείνοι που συχνότερα αγοράζουν βιβλία για παιδιά, σε ποσοστό 41%, με τα άτομα που βρίσκονται ανάμεσα στα 35 και στα 44 έτη να ακολουθούν με ποσοστό 38%. Οι εντατικοί αγοραστές, αντίθετα, αγοράζουν στην πλειονότητά τους, σε ποσοστό 82%, βιβλία για ενήλικες (ενώ μόλις σε ποσοστό 18% αγοράζουν βιβλία για παιδιά), όπως και τα πιο νεαρά άτομα ηλικίας 16 έως 24 ετών, που συγκεντρώνουν και το μεγαλύτερο ποσοστό με 90%.

Πίνακας 35: Το βιβλίο ως δώρο



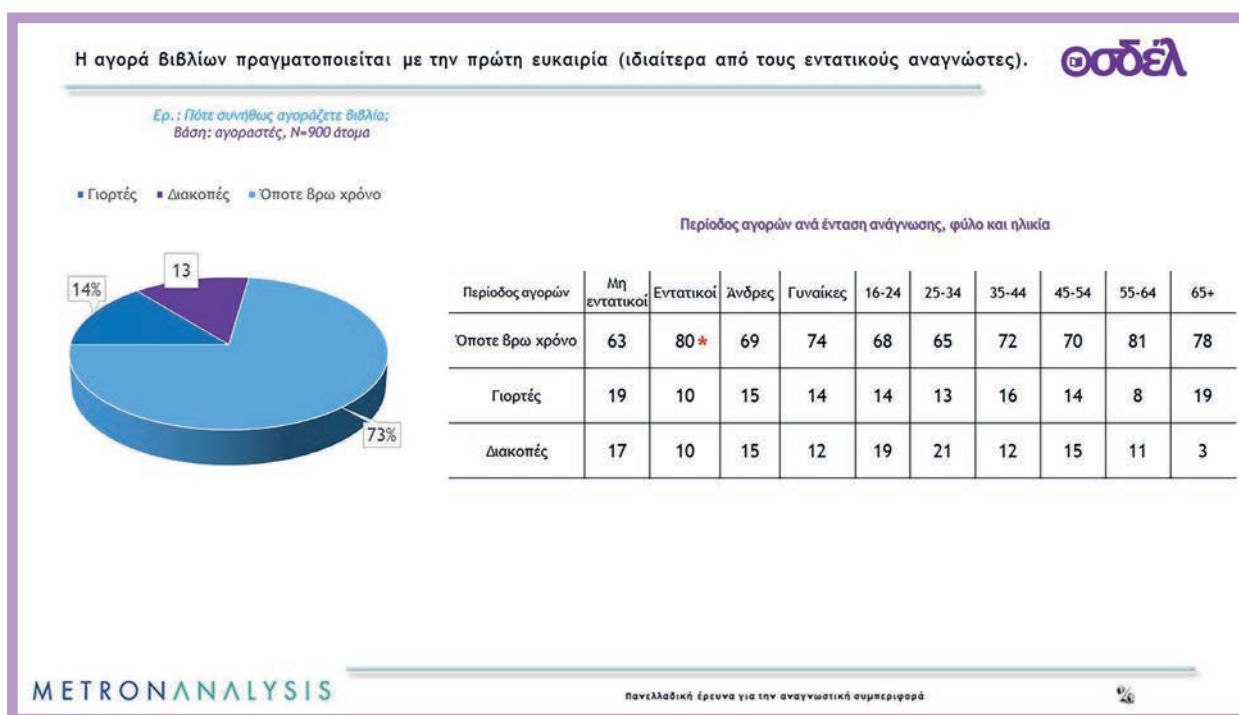
Το παραπάνω γράφημα (βλ. Πίνακα 35) παρουσιάζει τις απαντήσεις στην ερώτηση εάν το εκάστοτε βιβλίο που αγοράζουν οι ερωτώμενοι προορίζεται για κάποιον άλλον ή για προσωπική χρήση. Το 71%, λοιπόν, των βιβλίων συνήθως αγοράζεται για ιδία χρήση, ενώ μόνο το 29% για δώρο, με τους μη εντατικούς αγοραστές να απαντούν σε μεγαλύτερο ποσοστό απ' όλους (48%) ότι αγοράζουν βιβλία για άλλους και λίγα περισσότερα για τον εαυτό τους (52%). Οι ηλικιακές ομάδες 16 έως 24 ετών και 25 έως 34 ετών είναι εκείνες που αγοράζουν βιβλία για προσωπική χρήση σε μεγαλύτερο ποσοστό (79%), καθώς και οι εντατικοί αναγνώστες, που ακολουθούν με ελάχιστη διαφορά (77%).

Πίνακας 36: Σημεία αγοράς



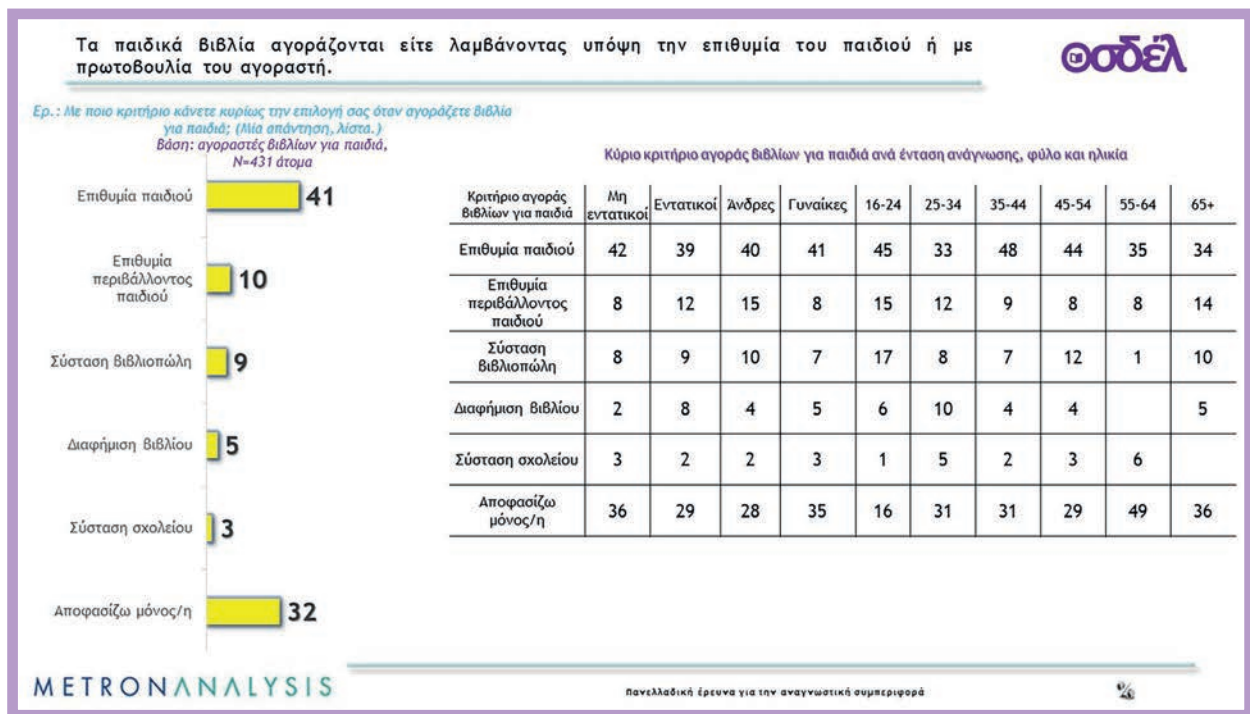
Στον Πίνακα 36 φανερώνεται ο τρόπος με τον οποίο προτιμούν να αγοράζουν βιβλία οι ερωτώμενοι. Όπως διαπιστώνουμε, οι περισσότεροι προτιμούν τα φυσικά καταστήματα, με τις ηλικιακές ομάδες 55 έως 64, 45 έως 54 και 65+ ετών να συγκεντρώνουν τα πιο υψηλά ποσοστά επισκεψιμότητας σε συνοικιακά βιβλιοπωλεία (65%, 64% και 64% αντίστοιχα). Οι νέοι που βρίσκονται ανάμεσα στα 25 και 34 έτη φαίνεται να προτιμούν περισσότερο τις αλυσίδες βιβλιοπωλείων, σε ποσοστό 47% έναντι του 41% των εντατικών αναγνωστών, οι οποίοι είναι οι αμέσως επόμενοι με υψηλότερο ποσοστό σε αυτή την κατηγορία. Υψηλά, ωστόσο, ποσοστά συγκεντρώνουν και τα ψηφιακά καταστήματα των αλυσίδων βιβλιοπωλείων, δηλαδή οι online αγορές, τις οποίες προτιμούν περισσότερο οι νέοι (το 52% της ηλικιακής ομάδας 25 έως 34 ετών αλλά και το 51% των ερωτώμενων 35 έως 44 ετών), ενώ αρκετά λιγότεροι προτιμούν τα bazaar και τις εκθέσεις βιβλίων (το υψηλότερο ποσοστό φτάνει στο 24% και αφορά τους εντατικούς αναγνώστες, ενώ ακολουθεί η ηλικιακή ομάδα 16 έως 24 ετών, με ποσοστό 21%). Τέλος, τα χαρτοπωλεία συγκεντρώνουν τα μικρότερα ποσοστά προτίμησης, με τα άτομα που βρίσκονται ανάμεσα στα 35 και 44 έτη να τα προτιμούν περισσότερο μεν, σε ποσοστό μόλις 10% δε.

Πίνακας 37: Περίοδος αγορών



Πότε όμως πραγματοποιούν οι ερωτώμενοι τις αγορές τους σε βιβλία; Στον Πίνακα 37 βλέπουμε πως οι περισσότεροι απαντούν «όποτε βρουν χρόνο», με την ηλικιακή ομάδα 55 έως 64 ετών να φτάνει το 81% σε αυτή την απάντηση. Ακολουθούν με ελάχιστη διαφορά (80%) οι εντατικοί αναγνώστες, ενώ τα άτομα ηλικίας 65 ετών και άνω φτάνουν σε αντίστοιχα υψηλό ποσοστό (78%)· το μικρότερο ποσοστό συγκεντρώνουν, όπως είναι αναμενόμενο, οι μη εντατικοί αναγνώστες (63%). Όσοι, από την άλλη, απαντούν ότι αγοράζουν βιβλία στις γιορτές δεν ξεπερνούν σε καμία ομάδα το 20%, αφού μόνο οι μη εντατικοί αναγνώστες και η ηλικιακή ομάδα 65 ετών και άνω αγγίζουν το 19% στην απάντηση αυτής της ερώτησης. Στην περίοδο των διακοπών, απ' ό,τι φαίνεται, υπάρχουν οι ίδιες περίπου τάσεις, αφού εν προκειμένω το υψηλότερο ποσοστό είναι το 21% των ερωτώμενων ηλικίας 25 έως 34 ετών, με αμέσως επόμενο το 19% των νέων 16 έως 24 ετών, που δεν έχουν εκπαιδευτικές υποχρεώσεις τη θερινή περίοδο, ενώ το χαμηλότερο ποσοστό συγκεντρώνει η ηλικιακή ομάδα 65 ετών και άνω, που απαντάει θετικά μόνο κατά 3%.

Πίνακας 38: Κριτήρια αγοράς βιβλίων για παιδιά



Στον τελευταίο πίνακα (Πίνακας 38) βλέπουμε με βάση ποιο κριτήριο αποφασίζουν όσοι απάντησαν στο ερωτηματολόγιο να αγοράσουν βιβλία σε ένα παιδί, με επικρατέστερη απάντηση (με ποσοστό 41%) να είναι η επιθυμία του παιδιού. Ακολουθεί η απάντηση (με ποσοστό 32%) ότι πρόκειται για προσωπική απόφαση του ατόμου που αγοράζει τα βιβλία, ενώ οι υπόλοιπες απαντήσεις, που σχετίζονται με τη διαφήμιση, το σχολείο αλλά και το περιβάλλον του παιδιού, κυμαίνονται σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα (5%, 3% και 10% αντίστοιχα). Πιο συγκεκριμένα, τα άτομα ηλικίας 35 έως 44 ετών είναι εκείνα που σε μεγαλύτερο ποσοστό (48%) αποφασίζουν με βάση την επιθυμία του παιδιού στο οποίο αγοράζουν το βιβλίο. Την ίδια τακτική ακολουθούν και οι νέοι 16 έως 24 ετών, σε ποσοστό 45%, όπως και οι μεγαλύτεροι μεταξύ 45 και 54 ετών (44%). Γυναίκες και άνδρες συμμερίζονται την επιθυμία του παιδιού (σε ποσοστό 41% και 40% αντίστοιχα), ενώ το 42% των μη εντατικών αναγνωστών απαντούν το ίδιο. Οι εντατικοί αναγνώστες πέφτουν κάτω από το 40%, στο 39%, στη συγκεκριμένη απάντηση. Τα αμέσως υψηλότερα ποσοστά εμφανίζει η απάντηση της ατομικής επιλογής, με υψηλότερο ποσοστό το 49%, το οποίο συγκεντρώνει η ηλικιακή ομάδα των 55 έως 64 ετών και ακολουθούν οι 65+ ετών και οι μη εντατικοί αναγνώστες με 13 μονάδες διαφορά, δηλαδή με ποσοστό 36%. Τα πιο χαμηλά ποσοστά συγκεντρώνει η σύσταση του σχολείου, με το ποσοστό να μην ξεπερνά το 6%, ενώ αντίστοιχα χαμηλά (με υψηλότερο ποσοστό το 10%) κινείται και ο παράγοντας της διαφήμισης.

3. Ανάγνωση και καλλιεργημένη διάθεση

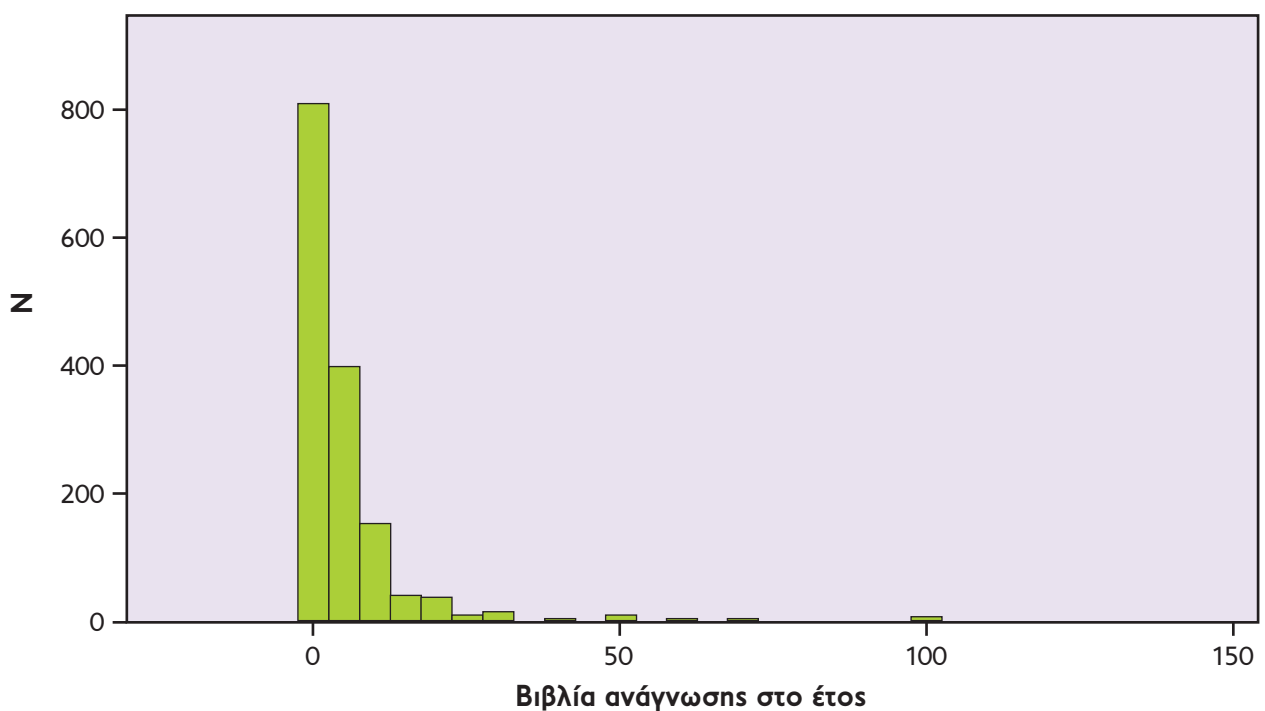
Μέσω των στατιστικών αναλύσεων που προηγήθηκαν, έγινε σαφές πως η συστηματική και εντατική ανάγνωση αποτελεί προνόμιο των καλλιεργημένων τάξεων. Όλα δείχνουν πως, αν και η κοινωνία προσφέρει σε όλους τη δυνατότητα του αλφαριθμητισμού και, συνεπώς, τη θεωρητική δυνατότητα να έλθουν σε επαφή με την ανάγνωση βιβλίων, την πραγματική δυνατότητα, και την πλήρη εκμετάλλευση αυτής της δυνατότητας, την έχουν μόνο ορισμένοι. Έχουμε λοιπόν ένα συστηματικό φαινόμενο μη εγγραμματοσύμης, το οποίο αναδεικνύει ό,τι συγκαλύπτεται από την πλήρη σχεδόν εξάλειψη του αναλφαριθμητισμού στις εγγραμμάτες κοινωνίες μας. Κατά συνέπεια, αυτό που εμφανίζεται ως άνισα κατανομημένο μεταξύ των κοινωνικών ομάδων δεν είναι η ίδια η δυνατότητα ανάγνωσης βιβλίων, αλλά η τάση, η ροπή, η διάθεση (και η δυνατότητα ικανοποίησης αυτής της διάθεσης) που έχει κάποιος για να διαβάσει. Και η διάθεση αυτή, που γεννά την «αναγνωστική ανάγκη», δεν αποτελεί παρά προϊόν εκπαίδευσης.

Η μέτρηση της έντασης ανάγνωσης

Στην αρχή κάθε συνέντευξης στο πλαίσιο της έρευνάς μας, ζητήθηκε από το σύνολο των ερωτηθέντων να δηλώσουν πόσα βιβλία διάβασαν το τελευταίο δωδεκάμηνο σε οποιαδήποτε μορφή (έντυπη, audiobook, ebook), εξαιρουμένων των σχολικών ή των πανεπιστημιακών βιβλίων· στο κεφάλαιο αυτό, παρατίθενται ακολούθως ορισμένες από τις απαντήσεις.

Το μέσο πλήθος βιβλίων ανάγνωσης ήταν 5,24, με διάμεσο πλήθος 2 βιβλία. Η κατανομή παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 1, που ακολουθεί.

Διάγραμμα 1: Κατανομή ανάγνωσης βιβλίων



Με βάση τα αποτελέσματα των διμεταβλητών ελέγχων μεταξύ του δείκτη ανάγνωσης βιβλίων και του καθενός από τους κοινωνικο-δημογραφικούς παράγοντες που παρουσιάζονται παρακάτω, στον Πίνακα 1 και στον Πίνακα 2, προέκυψαν τα εξής:

- ▶ Από τους 17 συνολικά παράγοντες που μελετήθηκαν, διαπιστώθηκαν ισχυρές συσχετίσεις, σε επίπεδο σημαντικότητας $\alpha = 5\%$, στους 11 από αυτούς.
- ▶ Οι μόνοι παράγοντες που δεν σχετίζονται ισχυρά με τον δείκτη ανάγνωσης βιβλίων είναι το φύλο, η ηλικία, η περιοχή, η θέση στην απασχόληση, το πλήθος παιδιών και η εκπαίδευση της μητέρας.

Πιο συγκεκριμένα, από τις στατιστικά ισχυρές συσχετίσεις προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα:

- ▶ Οι έγγαμοι έχουν χαμηλότερη μέση τιμή ανάγνωσης βιβλίων (Μ.Τ. 4,6) από ό,τι οι άγαμοι (Μ.Τ. 6,1, $p\text{-value} = 0,01$).
- ▶ Όσο αυξάνεται το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτώμενων, αυξάνονται και οι τιμές στον δείκτη ανάγνωσης βιβλίων ($p\text{-value} < 0,001$). Ειδικότερα, οι ερωτώμενοι με σπουδές ανώτερης εκπαιδευτικής βαθμίδας έχουν μέση τιμή στον δείκτη 8,1 έναντι 3,5 εκείνων που έχουν ολοκληρώσει μόνο τη βασική εκπαίδευση.
- ▶ Όσο αυξάνεται το εκπαιδευτικό επίπεδο του πατέρα των ερωτώμενων, αυξάνονται και οι τιμές στον δείκτη ανάγνωσης βιβλίων ($p\text{-value} < 0,001$). 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.
- ▶ Όσο υψηλότερη είναι η κοινωνική και οικονομική τάξη του νοικοκυριού τόσο περισσότερα είναι και τα βιβλία που έχουν διαβάσει οι ερωτώμενοι ($p\text{-value} < 0,001$). Ειδικότερα, ερωτώμενοι που ανήκουν στις ανώτερες κοινωνικο-επαγγελματικές ομάδες διαβάζουν κατά μέσο όρο 10,3 βιβλία το έτος έναντι των 3,8 που κατά μέσο όρο διαβάζουν όσοι ανήκουν σε κατώτερη τάξη.
- ▶ Όσο υψηλότερου επιπέδου είναι 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 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-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-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-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-value = 0,01).

Πίνακας 1: Συγκρίσεις του δείκτη ανάγνωσης ανά κοινωνικο-δημογραφικές ομάδες

Κοινωνικο-δημογραφικοί παράγοντες		Μ.Τ. βιβλίων
1. Περιοχή κατοικίας κατά NUTS 1 (p-value = 0,08)	Αττική	6,2
	Βόρεια Ελλάδα	4,9
	Κεντρική Ελλάδα	4,2
	Νησιά Αιγαίου/Κρήτη	5,5
2. Φύλο ερωτώμενων (p-value = 0,05)	Άνδρες	4,6
	Γυναίκες	5,8
3. Ηλικία ερωτώμενων (p-value = 0,65)	16-24 ετών	5,6
	25-34 ετών	6,0
	35-44 ετών	5,8
	45-54 ετών	4,7
	55-64 ετών	4,5
	65+ ετών	5,1
4. Εκπαίδευση ερωτώμενων (p-value < 0,001)	Κατώτερη	3,5
	Μέση	4,9
	Ανώτερη	8,1
5. Οικογενειακή κατάσταση (p-value = 0,01)	Έγγαμοι	4,6
	Άγαμοι	6,1

Κοινωνικο-δημογραφικοί παράγοντες		Μ.Τ. βιβλίων
6. Ύπαρξη και πλήθος παιδιών (p-value = 0,41)	Κανένα παιδί	5,8
	Ένα παιδί	5,5
	Δύο παιδιά	4,8
	Τρία+ παιδιά	4,7
7. Θέση στην απασχόληση (p-value = 0,67)	Ελεύθεροι επαγγελματίες	5,2
	Μισθωτοί	5,7
	Άνεργοι	3,7
	Νοικοκυρές	4,1
	Συνταξιούχοι	5,4
	Άλλο	6,2
8. Ύπαρξη εντατικού αναγνώστη στο περιβάλλον της παιδικής ηλικίας (p-value = 0,01)	Ναι	5,9
	Όχι	4,5

Πίνακας 2: Συγκρίσεις του δείκτη ανάγνωσης ανά κοινωνικο-δημογραφικές ομάδες
(συνέχεια του Πίνακα 1)

Κοινωνικο-δημογραφικοί παράγοντες		Μ.Τ. βιβλίων
9. Κοινωνικοοικονομική τάξη κατά ESOMAR ¹⁴ (p-value < 0,001)	A/B	10,3
	C1	7,5
	C2	5,3
	D/E	3,8
10. Πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό (p-value < 0,001)	Χαμηλό (0-60)	2,9
	Μεσαίο (61-200)	6,1
	Υψηλό (200+)	10,0
11. Πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό των παιδικών χρόνων (p-value < 0,001)	Χαμηλό (0-20)	3,8
	Μεσαίο (21-50)	5,6
	Υψηλό (51+)	7,7
12. Επίπεδο εκπαίδευσης πατέρα (p-value < 0,001)	Κατώτερη	4,5
	Μέση	5,9
	Ανώτερη	7,8

Κοινωνικο-δημογραφικοί παράγοντες		Μ.Τ. βιβλίων
13. Επίπεδο εκπαίδευσης μητέρας (p-value = 0,12)	Κατώτερη	4,9
	Μέση	6,2
	Ανώτερη	6,1
14. Επαγγελματική ομάδα πατέρα (p-value < 0,001)	Ομάδα Α	7,2
	Ομάδα Β	5,6
	Ομάδα Γ	4,4
15. Επαγγελματική ομάδα μητέρας (p-value = 0,02)	Ομάδα Α	6,8
	Ομάδα Β	6,6
	Ομάδα Γ	4,3
	Οικιακά	4,9
16. Επαγγελματική ομάδα πατρογονικού παππού (p-value = 0,01)	Ομάδα Α	6,4
	Ομάδα Β	7,8
	Ομάδα Γ	4,9
17. Επαγγελματική ομάδα μητρογονικού παππού (p-value < 0,01)	Ομάδα Α	10,1
	Ομάδα Β	5,9
	Ομάδα Γ	4,8

Προκειμένου να μελετηθεί η παράλληλη επίδραση των παραπάνω παραγόντων στις τιμές του δείκτη ανάγνωσης, δημιουργήθηκε ένα μοντέλο πολλαπλής παλινδρόμησης που διερεύνησε την επίδραση κάθε παράγοντα στον δείκτη ανάγνωσης λαμβάνοντας υπόψη και τις επιδράσεις των υπολοίπων.

Από το σύνολο των παραγόντων που είχαν κάποια διμεταβλητή συσχέτιση με τον δείκτη ανάγνωσης, το μοντέλο πολλαπλής παλινδρόμησης κατέληξε σε τρεις σημαντικές σχέσεις με τους εξής παράγοντες:

- α. Το πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό.
- β. Το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτώμενων.
- γ. Την ομαδοποιημένη κατηγορία επαγγελμάτων του μητρογονικού πατέρα.

Αυτοί είναι οι παράγοντες που σχετίζονται με τον δείκτη ανάγνωσης λαμβάνοντας υπόψη την επίδραση όλων των παραγόντων στον δείκτη αυτό. Τα αποτελέσματα του μοντέλου παλινδρόμησης εμφανίζονται στον Πίνακα 3, που ακολουθεί.

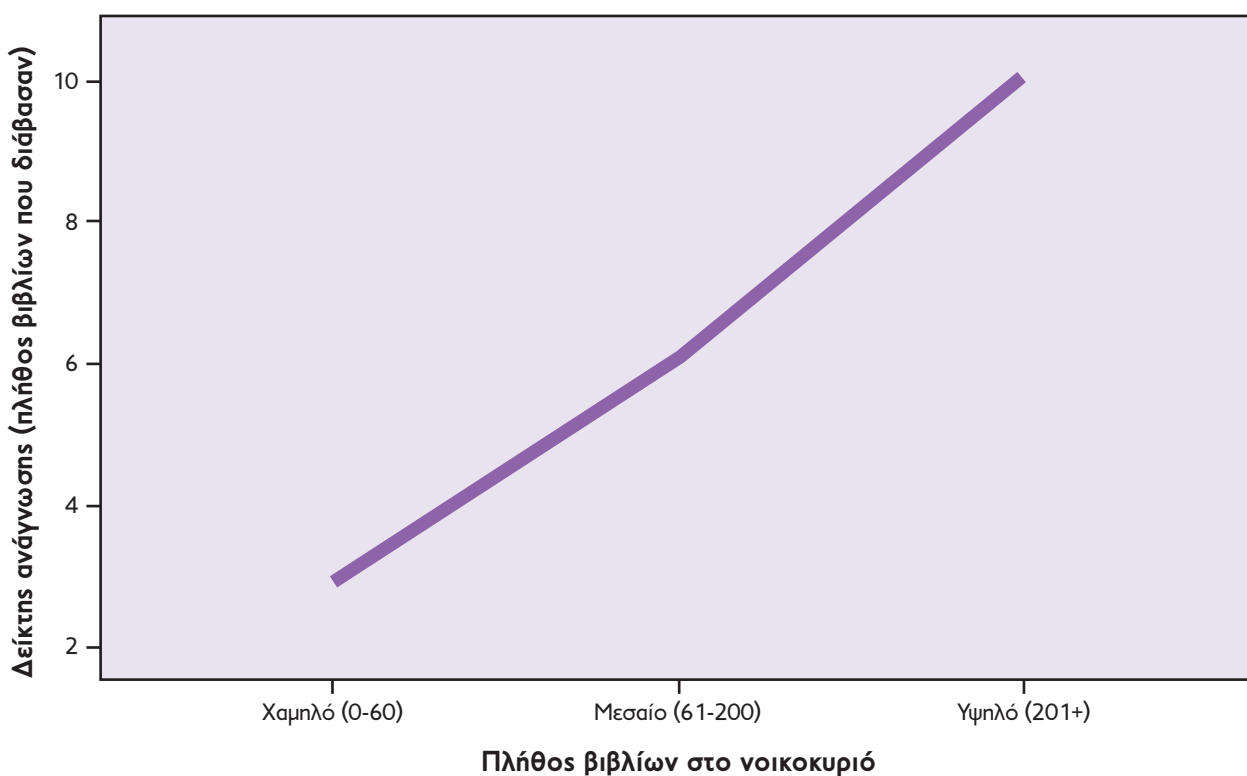
¹⁴ Βλ., εδώ, Παράρτημα.

Πίνακας 3: Αποτελέσματα μοντέλου πολλαπλής παλινδρόμησης στον δείκτη ανάγνωσης

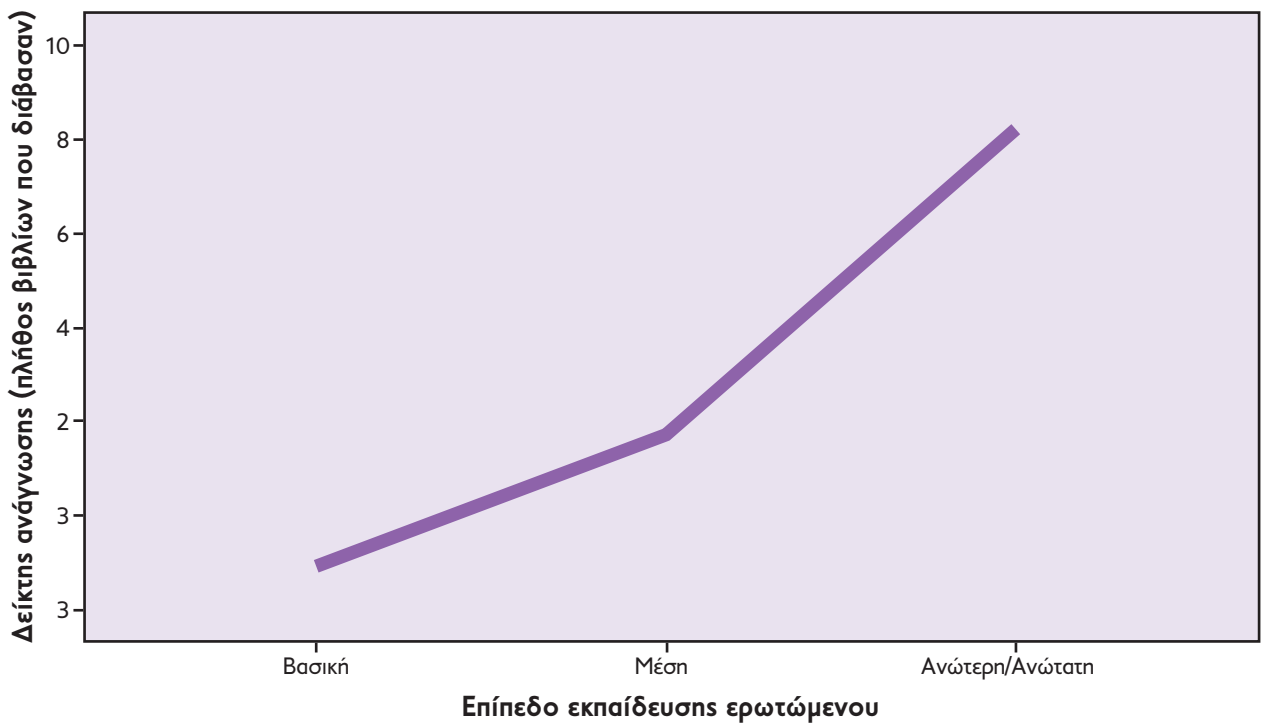
Παράμετροι & συγκρίσεις μοντέλου		B συντελεστής	p-value
Σταθερά		1,83	< 0,001
Πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό	Υψηλό vs Χαμηλό	5,9	< 0,001
	Μεσαίο vs Χαμηλό	2,8	< 0,001
Επάγγελμα πατρογονικού παππού	Ομάδα Α vs Ομάδα Γ	3,9	< 0,001
	Ομάδα Β vs Ομάδα Γ	0,5	0,51
Εκπαίδευση ερωτώμενου	Υψηλή vs Χαμηλή	2,9	< 0,001
	Μεσαία vs Χαμηλή	0,8	0,23

Αναλυτικότερα, το πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό είναι ένας σημαντικός παράγοντας που συσχετίζεται με τον δείκτη ανάγνωσης. Με βάση τις εκτιμήσεις του μοντέλου, όσο αυξάνονται τα βιβλία του νοικοκυριού τόσο αυξάνονται και οι τιμές στον δείκτη ανάγνωσης. Με άλλα λόγια, τόσο οι ερωτώμενοι που διαθέτουν υψηλό πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό τους (200+) όσο και εκείνοι που διαθέτουν μεσαίο πλήθος βιβλίων (60-200) έχουν σημαντικά υψηλότερες τιμές στον δείκτη ανάγνωσης από όσους διαθέτουν λιγότερα από 60 βιβλία (βλ. Διάγραμμα 2).

Διάγραμμα 2: Δείκτης ανάγνωσης και πλήθος βιβλίων στο νοικοκυριό

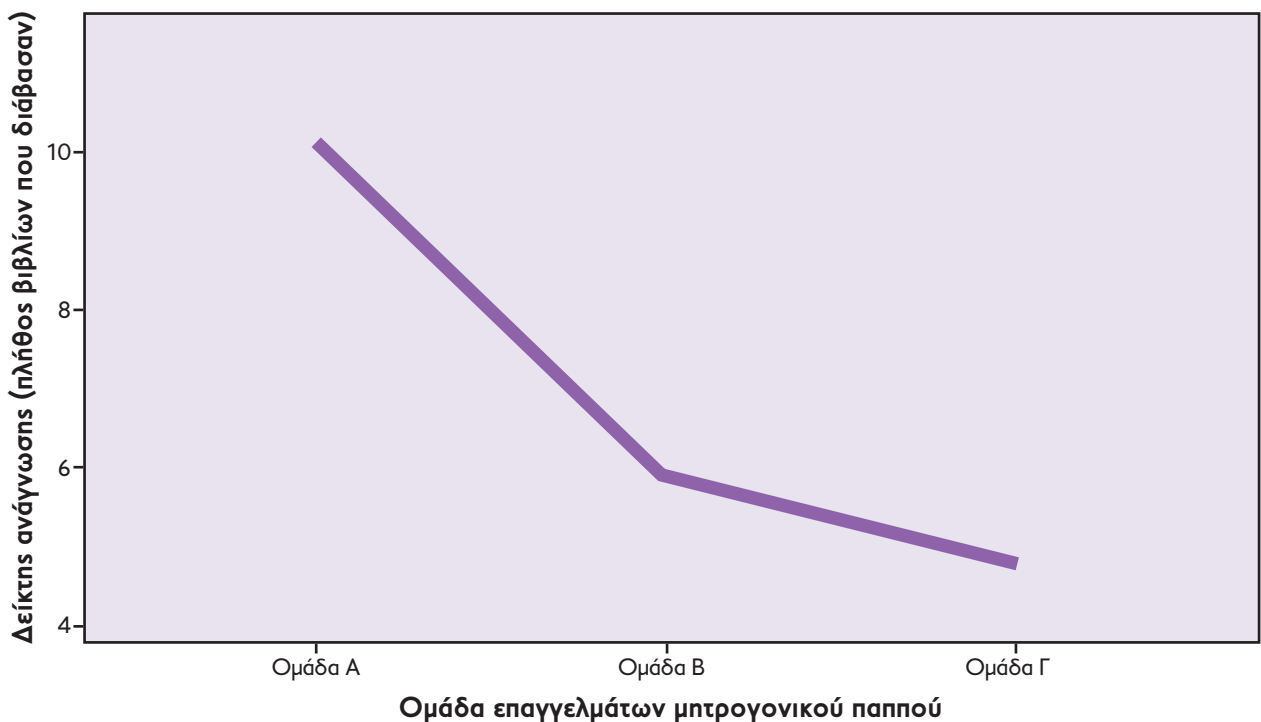


Διάγραμμα 3: Δείκτης ανάγνωσης και επίπεδο εκπαίδευσης ερωτώμενου



Ένας άλλος παράγοντας που εμφανίζει στατιστικά σημαντική σχέση με τον δείκτη ανάγνωσης, λαμβάνοντας υπόψη τους άλλους παράγοντες, είναι το επάγγελμα του μητρογονικού παππού. Οι ερωτώμενοι των οποίων ο μητρογονικός παππούς ασκούσε επάγγελμα της ομάδας Α (διοικητικά, επιστημονικά κ.ο.κ.) έχουν σημαντικά υψηλότερες τιμές στον δείκτη ανάγνωσης από ό,τι οι υπόλοιποι ερωτώμενοι (βλ. Διάγραμμα 4).

Διάγραμμα 4: Δείκτης ανάγνωσης και ομάδα επαγγέλματος μητρογονικού παππού



Με βάση τις εκτιμήσεις του μοντέλου παλινδρόμησης, οι υψηλότερες τιμές του δείκτη ανάγνωσης εντοπίζονται σε έναν ερωτώμενο ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου, που έχει πολλά βιβλία στο νοικοκυριό του (200+) και ο μητρογονικός παππούς του ασκούσε υψηλού επιπέδου επάγγελμα (μέσο πλήθος βιβλίων ανάγνωσης, τα 14,5 ετησίως).

Λοιπές παράμετροι

Πραγματοποιήθηκαν έλεγχοι για διαπίστωση τυχόν ισχυρών στατιστικών συσχετίσεων των παρακάτω μεταβλητών:

- ▶ Κατηγοριοποίηση των βιβλίων που επιλέγονται προς ανάγνωση.
- ▶ Πηγές ενημέρωσης για βιβλία.
- ▶ Κριτήρια επιλογής βιβλίου.
- ▶ Προτιμυτέα περίοδος ανάγνωση βιβλίων.
- ▶ Προτιμυτέα ώρα της ημέρας για ανάγνωση βιβλίων.
- ▶ Προτιμυτέα σημεία για ανάγνωση βιβλίων.
- ▶ Επίδραση της πανδημίας στη συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων.
- ▶ Λόγοι ανάγνωσης βιβλίων σε σχέση με κάθε έναν από τους ακόλουθους δημογραφικούς παράγοντες:
 - εκπαιδευτικό επίπεδο ερωτώμενου,
 - εκπαιδευτικό επίπεδο πατέρα,
 - εκπαιδευτικό επίπεδο μητέρας,
 - επαγγελματική ομάδα πατέρα,
 - επαγγελματική ομάδα μητέρας,
 - επαγγελματική ομάδα πατρογονικού παππού,
 - επαγγελματική ομάδα μητρογονικού παππού.

Από τους ελέγχους αυτούς, διαπιστώθηκε ισχυρή συσχέτιση μεταξύ του εκπαιδευτικού επιπέδου των ερωτώμενων και της ανάγνωσης συγκεκριμένων κατηγοριών βιβλίων. Οι ερωτώμενοι με ανώτερο επίπεδο εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό την ξένη λογοτεχνία από τους ερωτώμενους άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου· 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, όπως φαίνεται στον Πίνακα 4, που ακολουθεί.

Πίνακας 4: Κατηγορία βιβλίων ανάγνωσης σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο του ερωτώμενου

Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτώμενου			
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Ξένη λογοτεχνία ($p < 0,001$)	30%	47%	58%
Αυτοβελτίωση ($p < 0,001$)	13%	25%	25%
Ευ ζην (π.χ., μαγειρική, δίαιτες) ($p < 0,001$)	21%	26%	15%

Οι ερωτώμενοι με πατέρα βασικής εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα βιβλία σχετικά με τη θρησκεία και το ευ ζην από ό,τι οι ερωτώμενοι με πατέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου. Επίσης, οι ερωτώμενοι με πατέρα ανώτερης εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό την ξένη λογοτεχνία από τους ερωτώμενους με πατέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου, όπως φαίνεται στον Πίνακα 5, που ακολουθεί.

Πίνακας 5: Κατηγορία βιβλίων ανάγνωσης σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο του πατέρα του ερωτώμενου

Επίπεδο εκπαίδευσης πατέρα ερωτώμενου			
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Ξένη λογοτεχνία ($p < 0,001$)	41%	50%	56%
Θρησκεία ($p < 0,001$)	24%	14%	12%
Ευ ζην (π.χ., μαγειρική, δίαιτες) ($p < 0,001$)	26%	19%	13%

Οι ερωτώμενοι με μητέρα βασικής εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό βιβλία ελληνικής λογοτεχνίας, σχετικά με τη θρησκεία και το ευ ζην και τους αρχαίους συγγραφείς από ό,τι οι ερωτώμενοι με μητέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου, όπως φαίνεται στον Πίνακα 6, που ακολουθεί.

Πίνακας 6: Κατηγορία βιβλίων ανάγνωσης σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο της μητέρας του ερωτώμενου

Επίπεδο εκπαίδευσης μητέρας ερωτώμενου			
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Ελληνική λογοτεχνία ($p < 0,001$)	67%	53%	51%
Θρησκεία ($p < 0,001$)	25%	15%	11%
Ευ ζην (π.χ., μαγειρική, δίαιτες) ($p < 0,001$)	26%	18%	12%
Αρχαίοι συγγραφείς ($p < 0,001$)	23%	16%	12%

Με βάση τα αποτελέσματα των ελέγχων βρέθηκαν επιπλέον οι ακόλουθες στατιστικά ισχυρές συσχετίσεις (p -value $< 0,001$) αναφορικά με τις πηγές ενημέρωσης σχετικά με τα βιβλία:

- ▶ Οι ερωτώμενοι που έχουν ανώτερη εκπαίδευση, για την αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με τα βιβλία, χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι ιστότοποι 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 μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι ιστότοποι 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

Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτώμενου			
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Από κοινωνικά δίκτυα/ιστότοποι βιβλιοπωλείων ($p < 0,001$)	19%	35%	35%
Από κοινωνικά δίκτυα/ιστότοποι 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 άλλοι ιστότοποι στο διαδίκτυο πέρα από τους ιστότους 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

Επίπεδο εκπαίδευσης μητέρας ερωτώμενου			
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Από άλλους ιστότοπους στο διαδίκτυο ($p < 0,001$)	34%	47%	46%

Με βάση τα αποτελέσματα των ελέγχων βρέθηκαν επιπλέον οι ακόλουθες στατιστικά ισχυρές συσχετίσεις (p -value $< 0,001$) αναφορικά με τα κριτήρια βάσει των οποίων επιλέγονται τα προς ανάγνωση βιβλία, όπως φαίνονται στους πίνακες που ακολουθούν.

Πίνακας 9: Κριτήρια επιλογής βιβλίων σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο του ερωτώμενου

Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτώμενου			
(Μέση τιμή σε 10βάθμια κλίμακα)	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Περίληψη στο οπισθόφυλλο	7,71	7,41	6,94
Εξώφυλλο	6,04	5,59	4,91
Μεγάλη κυκλοφορία	6,79	6,35	5,67

Πίνακας 10: Κριτήρια επιλογής βιβλίων σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο του πατέρα του ερωτώμενου

Επίπεδο εκπαίδευσης πατέρα ερωτώμενου			
(Μέση τιμή σε 10βάθμια κλίμακα)	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Περίληψη στο οπισθόφυλλο	7,66	7,14	6,69
Βραβεύσεις	7,02	6,69	6,03
Μεγάλη κυκλοφορία	6,62	6,19	5,37

Πίνακας 11: Κριτήρια επιλογής βιβλίων σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο της μητέρας του ερωτώμενου

Επίπεδο εκπαίδευσης μητέρας ερωτώμενου			
(Μέση τιμή σε 10βάθμια κλίμακα)	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Συγγραφέας	7,83	7,47	7,13
Περίληψη στο οπισθόφυλλο	7,67	6,97	6,70
Μεγάλη κυκλοφορία	6,59	6,04	5,38

Πίνακας 12: Κριτήρια επιλογής βιβλίων σε σχέση με την επαγγελματική ομάδα του πατέρα του ερωτώμενου

Επαγγελματική ομάδα πατέρα ερωτώμενου			
(Μέση τιμή σε 10βάθμια κλίμακα)	Ομάδα Α	Ομάδα Β	Ομάδα Γ
Τιμή	5,82	5,85	6,56
Βραβεύσεις	6,24	5,50	7,03

Πίνακας 13: Κριτήρια επιλογής βιβλίων σε σχέση με την επαγγελματική ομάδα της μητέρας του ερωτώμενου

Επαγγελματική ομάδα μητέρας ερωτώμενου			
(Μέση τιμή σε 10βάθμια κλίμακα)	Ομάδα Α	Ομάδα Β	Ομάδα Γ
Συγγραφέας	7,18	7,18	7,74
Βραβεύσεις	5,90	6,37	6,88
Μεγάλη κυκλοφορία	5,90	6,36	6,52

Με βάση τα αποτελέσματα των ελέγχων βρέθηκαν επιπλέον οι ακόλουθες στατιστικά ισχυρές συσχετίσεις ($p\text{-value} < 0,001$) αναφορικά με τις προτιμώμενες περιόδους για ανάγνωση βιβλίων:

- Οι ερωτώμενοι βασικής εκπαίδευσης προτιμούν να διαβάζουν βιβλία σχεδόν κάθε ημέρα, αν δεν

έχουν άλλες ασχολίες, σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι οι ερωτώμενοι άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου, όπως φαίνεται στον Πίνακα 14, που ακολουθεί.

Πίνακας 14: Προτίμηση περιόδων ανάγνωσης βιβλίων σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο του ερωτώμενου

Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτώμενου			
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Σχεδόν κάθε ημέρα όταν δεν έχω άλλες ασχολίες ($p < 0,001$)	41%	29%	28%

Με βάση τα αποτελέσματα των ελέγχων βρέθηκαν επιπλέον οι ακόλουθες στατιστικά ισχυρές συσχετίσεις (p -value $< 0,001$) αναφορικά με τα προτιμυτέα σημεία για ανάγνωση βιβλίων:

- ▶ Οι ερωτώμενοι ανώτερου επιπέδου εκπαίδευσης προτιμούν να διαβάζουν βιβλία σε βιβλιοθήκες ή αναγνωστήρια σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι οι ερωτώμενοι άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου, όπως φαίνεται στον Πίνακα 15, που ακολουθεί.

Πίνακας 15: Προτίμηση σημείου για ανάγνωση βιβλίων σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο του ερωτώμενου

Επίπεδο εκπαίδευσης ερωτώμενου			
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Βιβλιοθήκες/αναγνωστήρια ($p < 0,001$)	1%	8%	9%

- ▶ 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, όπως φαίνεται στον Πίνακα 16, που ακολουθεί.

Πίνακας 16: Προτίμηση σημείου για ανάγνωση βιβλίων σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο του πατέρα του ερωτώμενου

Επίπεδο εκπαίδευσης πατέρα ερωτώμενου			
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Βιβλιοθήκες/αναγνωστήρια ($p < 0,001$)	3%	11%	11%

- ▶ 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, όπως φαίνεται στον Πίνακα 17, που ακολουθεί.

Πίνακας 17: Προτίμηση σημείου για ανάγνωση βιβλίων σε σχέση με το εκπαιδευτικό επίπεδο της μητέρας του ερωτώμενου

Επίπεδο εκπαίδευσης μητέρας ερωτώμενου			
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Βιβλιοθήκες/αναγνωστήρια ($p < 0,001$)	3%	9%	14%

Με βάση τα αποτελέσματα των ελέγχων βρέθηκαν επιπλέον οι ακόλουθες στατιστικά ισχυρές συσχετίσεις (p -value $< 0,001$) αναφορικά με την επίδραση της πανδημίας στην ανάγνωση βιβλίων:

- ▶ Οι ερωτηθέντες με πατέρα βασικής εκπαίδευσης ασχολήθηκαν λιγότερο με την ανάγνωση βιβλίων κατά την περίοδο της πανδημίας, σε σχέση με την προ πανδημίας περίοδο, από ό,τι οι ερωτώμενοι με πατέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου, όπως φαίνεται στον Πίνακα 18, που ακολουθεί.

Πίνακας 18: Ενασχόληση με ανάγνωση βιβλίων την περίοδο της πανδημίας σε σχέση με το επίπεδο εκπαίδευσης του πατέρα του ερωτώμενου

Επίπεδο εκπαίδευσης πατέρα ερωτώμενου			
	Βασικό	Μέσο	Ανώτερο
Λιγότερο ($p < 0,001$)	14%	7%	8%

4. Αποτελέσματα, συμπεράσματα, προτάσεις - προοπτικές

4.1 Αποτελέσματα

Συνοψίζοντας τα βασικά αποτελέσματα της έρευνάς μας, **σε επίπεδο γενικού πληθυσμού** διαπιστώνεται ότι:

- ▶ 8 στους 10 πολίτες μιλάνε τουλάχιστον μία ξένη γλώσσα· η πλειοψηφία, αγγλικά, ενώ γνώση πολλών ξένων γλωσσών παρατηρείται σε νεαρές ηλικίες μεσοανώτερης/ανώτερης τάξης.
- ▶ Το διάμεσο πλήθος βιβλίων ανά νοικοκυριό είναι 90, με το αντίστοιχο πλήθος βιβλίων στις βιβλιοθήκες των παιδικών χρόνων των πολιτών να είναι 30. Οι αριθμοί αυτοί αυξάνονται σε άτομα με σπουδές ανώτερης εκπαίδευσης που ανήκουν στη μεσοανώτερη/ανώτερη τάξη.
- ▶ Σχεδόν 1 στους 2 ερωτώμενους είχε στο παιδικό ή/και εφηβικό περιβάλλον του κάποιον εντατικό αναγνώστη (ιδιαίτερα οι άνθρωποι που είναι σήμερα νέοι).
- ▶ Περίπου 1 στους 4 πολίτες ασχολείται με κάποια πολιτιστική δραστηριότητα, μουσική, θέατρο κ.λπ. (ιδιαίτερα οι νεαρές ηλικίες), ενώ 3 στους 10 εκκλησιάζονται τακτικά.
- ▶ Η μέση ημερήσια τηλεθέαση είναι περίπου 3 ώρες (ακόμη μεγαλύτερη στις νοικοκυρές, στις μεγαλύτερες ηλικίες και στην κατώτερη τάξη).
- ▶ 6 στους 10 πολίτες είναι τακτικοί ακροατές ραδιοφώνου, 1 στους 2 τηλεθεατής (ελεύθερης ή συνδρομητικής τηλεόρασης) και 1 στους 3 αναγνώστης εντύπων (ιδιαίτερα οι άνθρωποι μεγαλύτερης ηλικίας), ενώ 8 στους 10 είναι καθημερινοί χρήστες του διαδικτύου (4 στους 10 στις ηλικίες άνω των 65 ετών).
- ▶ Το κινητό είναι το κύριο μέσο πρόσβασης στο διαδίκτυο για όλους (λιγότερο στους χρήστες μεγαλύτερης ηλικίας).
- ▶ Η συλλογή πληροφοριών είναι ο κύριος λόγος χρήσης του διαδικτύου, ενώ ακολουθούν τα emails και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (τα οποία μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι από τους πρώτους λόγους χρήσης του διαδικτύου στις νεαρότερες ηλικίες).
- ▶ 1 στους 2 πολίτες είναι τακτικός χρήστης των κοινωνικών δικτύων (σχεδόν το 100% των ατόμων νεαρής ηλικίας).

Αναφορικά με την **ανάγνωση βιβλίων** διαπιστώνεται ότι:

- ▶ Ο πληθυσμός τριχοτομείται σε μη αναγνώστες, μη εντατικούς αναγνώστες και εντατικούς αναγνώστες.

Το μέσο πλήθος βιβλίων που έχουν διαβαστεί από τον γενικό πληθυσμό είναι τα 5 βιβλία (διάμεσος: μόλις 2 βιβλία).

- ▶ Η τμηματοποίηση της αναγνωστικής συμπεριφοράς αναδεικνύει τις βασικές παραμέτρους που διαμορφώνουν την αγορά ή όχι βιβλίων: η γνώση ξένων γλωσσών, το πλήθος των βιβλίων που υπάρχουν στο νοικοκυριό, το εκπαιδευτικό επίπεδο, ο βαθμός ανάγνωσης άλλων εντύπων και η κοινωνική τάξη.
- ▶ Η έλλειψη χρόνου είναι ο κύριος λόγος για τον οποίο δεν διαβάζουν βιβλία οι περισσότεροι πολίτες, καθώς και, για τους μη αναγνώστες, η μη ελκυστικότητα του διαβάσματος.
- ▶ Σε ποσοστό μεγαλύτερο του 80% τα βιβλία που διαβάστηκαν ήταν έντυπης μορφής (ebooks διάβασαν κυρίως άνδρες νεαρής ηλικίας).
- ▶ Η πρόθεση ανάγνωσης για τον επόμενο χρόνο αφορά κυρίως έντυπα βιβλία. (Για τα ebooks και τα audiobooks ενδιαφέρονται κυρίως τα άτομα νεαρής ηλικίας.)
- ▶ Η λογοτεχνία βρίσκεται στην πρώτη θέση των αναγνωστικών προτιμήσεων και ακολουθούν η ιστορία και η αστυνομική λογοτεχνία –διαφοροποιήσεις εντοπίζονται ιδιαίτερα με βάση το φύλο των ερωτώμενων. Εκτός από το θέμα του βιβλίου, στην απόφαση του αναγνώστη να επιλέξει ένα βιβλίο συμβάλλουν ο συγγραφέας του, η περίληψη στο οπισθόφυλλό του (που σχετίζεται με το θέμα), οι κριτικές ή οι βραβεύσεις του και οι συστάσεις από φίλους.
- ▶ Σημαντικός παράγοντας στην αγορά ενός βιβλίου είναι η διάδοσή του από στόμα σε στόμα (word of mouth), χωρίς να παύει η ανάγκη να το πιάσει ο αναγνώστης στα χέρια του πηγαίνοντας στα βιβλιοπωλεία –σημαντικό ρόλο παίζει επίσης το διαδίκτυο (ιδιαίτερα για τους νέους αναγνώστες).
- ▶ Με την ανάγνωση των βιβλίων επιδιώκεται τόσο η πληροφόρηση και η απόλαυση της τέχνης του λόγου όσο και η φυγή από την καθημερινότητα (escapism). Κάποιοι αναγνώστες διαβάζουν βιβλία την περίοδο των διακοπών ή των αργιών (ιδιαίτερα οι νέοι) και άλλοι όποτε βρουν την ευκαιρία (ιδιαίτερα οι μεγαλύτερης ηλικίας αναγνώστες).
- ▶ Το διάβασμα βιβλίων είναι κυρίως νυκτερινή υπόθεση, ενώ οι περισσότεροι αναγνώστες προτιμούν να διαβάζουν στο σπίτι τους.
- ▶ Η πανδημία ενίσχυσε την αναγνωστική συμπεριφορά, ιδιαίτερα των νέων και των εντατικών αναγνωστών.
- ▶ 6 στους 10 πολίτες έχουν δανειστεί ένα βιβλίο για να διαβάσουν (κυρίως οι νεαροί αναγνώστες).
- ▶ Περισσότερος ελεύθερος χρόνος θα χρειαζόταν για να αυξήσουν οι αναγνώστες τις ώρες ανάγνωσης.

Τέλος, ειδικότερα για την **αγορά βιβλίων**, διαπιστώνεται ότι:

- ▶ Ο μέσος αναγνώστης αγοράζει περίπου 6 βιβλία τον χρόνο (διάμεσος: 4). 1 στα 4 βιβλία που αγοράζονται προορίζεται για παιδιά (στη δε ηλικιακή ομάδα 35-44 ετών, 4 στα 10 που αγοράζονται είναι για παιδιά).
- ▶ 3 στα 10 βιβλία που αγοράζονται προορίζεται για δώρο (στην περίπτωση των μη εντατικών αναγνωστών, το 1 στα δύο βιβλία που αγοράζουν είναι για δώρο).
- ▶ Τα φυσικά καταστήματα έχουν τα υψηλότερα ποσοστά ως κανάλια αγοράς βιβλίων, ενώ οι ιστότοποι των βιβλιοπωλείων και των εκδοτών έχουν επίσης υψηλά ποσοστά πωλήσεων (ιδιαίτερα χάρη στους νέους αναγνώστες). Η αγορά βιβλίων πραγματοποιείται με την πρώτη ευκαιρία (ιδιαίτερα στην περίπτωση των εντατικών αναγνωστών).
- ▶ Η επιλογή των παιδικών βιβλίων που αγοράζονται γίνεται είτε λαμβάνοντας υπόψη την επιθυμία του παιδιού ή με πρωτοβουλία του αγοραστή.

Εξειδικεύοντας και αναλύοντας τις προαναφερθείσες γενικές τάσεις και τα βασικά χαρακτηριστικά της αναγνωστικής συμπεριφοράς του συνολικού πληθυσμού –με στόχο να τα κατανοήσουμε και να τα ερμηνεύσουμε, να τα θεμελιώσουμε δηλαδή κοινωνιολογικά, να εξετάσουμε, με άλλα λόγια, το σύστημα των κοινωνικών παραγόντων που τα εξηγούν–, διαπιστώσαμε ότι:

- ▶ Οι έγγαμοι είχαν χαμηλότερη μέση τιμή ανάγνωσης βιβλίων από τους άγαμους.
- ▶ Όσο υψηλότερο είναι το εκπαιδευτικό επίπεδο των ερωτώμενων τόσο αυξάνονται οι τιμές στον δείκτη ανάγνωσης βιβλίων. Ειδικότερα, οι ερωτώμενοι ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου έχουν μέση τιμή στον δείκτη 8,1 έναντι 3,5 των ερωτώμενων κατώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- ▶ Όσο υψηλότερο είναι το εκπαιδευτικό επίπεδο του πατέρα των ερωτώμενων τόσο αυξάνονται οι τιμές στον δείκτη ανάγνωσης βιβλίων. Ειδικότερα, οι ερωτώμενοι με πατέρα ανώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου έχουν μέση τιμή στον δείκτη 7,8 έναντι 4,5 των ερωτώμενων κατώτερου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- ▶ Όσο ανώτερη είναι η κοινωνικο-οικονομική τάξη του νοικοκυριού τόσο αυξάνεται το πλήθος των βιβλίων που διαβάζουν οι ερωτώμενοι. Ειδικότερα, ερωτώμενοι που κατοικούν σε νοικοκυριά ανώτερης τάξης διαβάζουν κατά μέσο όρο 10,3 βιβλία το έτος έναντι 3,8 όσων ανήκουν σε κατώτερη τάξη.
- ▶ Όσο υψηλότερου επιπέδου είναι τα επαγγέλματα του πατέρα, της μητέρας, του πατρογονικού και του μητρογονικού παππού των ερωτώμενων τόσο υψηλότερος είναι ο δείκτης ανάγνωσης βιβλίων. Ειδικότερα, η μέση τιμή του δείκτη είναι 7,2 βιβλία για τους ερωτώμενους των οποίων ο πατέρας έχει επάγγελμα κατηγορίας Α, ενώ είναι 4,4 για όσους έχουν πατέρα με επάγγελμα κατηγορίας Γ. Για τους ερωτώμενους των οποίων η μητέρα έχει επάγγελμα κατηγορίας Α, η μέση τιμή του δείκτη είναι 6,8 βιβλία, ενώ είναι 4,3 για όσους έχουν μητέρα με επάγγελμα κατηγορίας Γ. Για τους ερωτώμενους των οποίων ο πατρογονικός παππούς είχε επάγγελμα κατηγορίας Β, η μέση τιμή του δείκτη είναι 7,8 βιβλία, ενώ είναι 4,9 για όσους έχουν πατρογονικό παππού με επάγγελμα κατηγορίας Γ. Για

τους ερωτώμενους των οποίων ο μητρογονικός παππούς είχε επάγγελμα κατηγορίας Α, η μέση τιμή του δείκτη είναι 10,1 βιβλία, ενώ είναι 4,8 για όσους έχουν μητρογονικό παππού με επάγγελμα κατηγορίας Γ.

- ▶ Όσο αυξάνονται τα βιβλία που υπάρχουν στο νοικοκυριό ή που υπήρχαν στην παιδική βιβλιοθήκη των ερωτώμενων τόσο αυξάνεται και ο δείκτης ανάγνωσης κατά το τελευταίο έτος. Πιο συγκεκριμένα, όσοι έχουν πολλά βιβλία στο νοικοκυριό τους (200+) διάβασαν κατά μέσο όρο 10 βιβλία στο έτος έναντι 2,9 όσων είχαν λίγα. Επιπλέον, όσοι είχαν πολλά βιβλία στο νοικοκυριό τους όταν ήταν παιδιά (51+) διάβασαν κατά μέσο όρο 7,7 βιβλία στο έτος έναντι 3,8 όσων είχαν λίγα.
- ▶ Τέλος, οι ερωτώμενοι που στο περιβάλλον της παιδικής τους ηλικίας υπήρχε κάποιος εντατικός αναγνώστης έχουν διαβάσει περισσότερα βιβλία το τελευταίο έτος από ό,τι εκείνοι που δεν είχαν στο περιβάλλον τους κάποιον εντατικό αναγνώστη κατά τα παιδικά τους χρόνια.

Με βάση αυτές τις ισχυρές συσχετίσεις εξετάσαμε το σχετικό βάρος των διάφορων παραγόντων και διαπιστώσαμε πως οι υψηλότερες τιμές του δείκτη ανάγνωσης εντοπίζονται σε έναν ερωτώμενο ο οποίος έχει ανώτερη εκπαίδευση, πολλά βιβλία στο νοικοκυριό του (άνω των 200) και ο μητρογονικός παππούς του ασκούσε υψηλού επιπέδου επάγγελμα (μέσο πλήθος βιβλίων ανάγνωσης: 14,5 ετησίως).

Παράλληλα, διαπιστώθηκε ισχυρή συσχέτιση του επιπέδου εκπαίδευσης των ερωτώμενων με συγκεκριμένες κατηγορίες βιβλίων. Ειδικότερα:

- ▶ Οι ερωτώμενοι ανώτερης/ανώτατης εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό την ξένη λογοτεχνία από ό,τι οι ερωτώμενοι των άλλων εκπαιδευτικών επιπέδων· οι ερωτώμενοι μέσης/ανώτερης εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό βιβλία αυτοβελτίωσης από ό,τι οι ερωτώμενοι βασικού εκπαιδευτικού επιπέδου· οι ερωτώμενοι μέσης εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό βιβλία ευ ζην από ό,τι οι ερωτώμενοι των άλλων εκπαιδευτικών επιπέδων.
- ▶ Οι ερωτώμενοι με πατέρα βασικής εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα βιβλία για τη θρησκεία και το ευ ζην από ό,τι οι ερωτώμενοι με πατέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου, ενώ οι ερωτώμενοι με πατέρα ανώτερης εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό την ξένη λογοτεχνία από ό,τι οι ερωτώμενοι με πατέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- ▶ Οι ερωτώμενοι με μητέρα βασικής εκπαίδευσης προτιμούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα βιβλία ελληνικής λογοτεχνίας, θρησκείας, ευ ζην και των αρχαίων συγγραφέων από ό,τι οι ερωτώμενοι με μητέρα άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- ▶ Οι ερωτώμενοι ανώτερης εκπαίδευσης, προκειμένου να ενημερωθούν για τα βιβλία, χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι ιστότοποι των εκδοτικών οίκων από ό,τι οι ερωτώμενοι άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου, ενώ οι ερωτώμενοι μέσης/ανώτερης εκπαίδευσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι ιστότοποι των βιβλιοπωλείων από ό,τι οι ερωτώμενοι βασικής εκπαίδευσης.
- ▶ Οι ερωτώμενοι με μητέρα μέσης/ανώτερης εκπαίδευσης χρησιμοποιούν σε μεγαλύτερο βαθμό ως

πηγή ενημέρωσης για τα βιβλία διάφοροι άλλοι ιστότοποι στο διαδίκτυο πέρα από τους ιστότοπους των εκδοτικών οίκων και των βιβλιοπωλείων.

- ▶ Οι ερωτώμενοι ανώτερης εκπαίδευσης προτιμούν να διαβάζουν βιβλία σε βιβλιοθήκες/αναγνωστήρια σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι οι ερωτώμενοι άλλου εκπαιδευτικού επιπέδου.
- ▶ Οι ερωτώμενοι με πατέρα μέσης/ανώτερης εκπαίδευσης προτιμούν να διαβάζουν βιβλία σε βιβλιοθήκες/αναγνωστήρια σε μεγαλύτερο βαθμό από ό,τι οι ερωτώμενοι με πατέρα βασικής εκπαίδευσης.
- ▶ Οι ερωτώμενοι με μητέρα ανώτερης εκπαίδευσης προτιμούν να διαβάζουν βιβλία σε βιβλιοθήκες/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.

Κοντολογίς, το ισχυρό σε αντικειμενοποιημένη και θεσμοποιημένη μορφή πολιτισμικό κεφαλαίο που κατέχει ο ερωτώμενος, και η αρχαιότητα του κεφαλαίου αυτού, φαίνεται να καθορίζει την ένταση, τη μορφή και τις εκφάνσεις της αναγνωστικής συμπεριφοράς του. Όλα τείνουν να μας δείξουν, επιβεβαιώνοντας πολλές συναφείς έρευνες, ότι έχει κανείς περισσότερες πιθανότητες να διαβάζει όσο πιο πεπαιδευμένη είναι η οικογένεια από την οποία προέρχεται και όσο πιο μακρόχρονες σπουδές έχει ο ίδιος ακολουθήσει. Ακριβέστερα, διαπιστώσαμε πως η σχέση που διατηρούν τα άτομα με την ανάγνωση καθορίζεται από τον όγκο και τη δομή του κεφαλαίου που διαθέτει και από τον τρόπο μέσω του οποίου το απέκτησε.

Ειδικότερα, η κατανόηση της σχέσης με την ανάγνωση περνά από την κατανόηση τριών θεμελιωδών γεγονότων: α) της έντονης συσχέτισης της ανάγνωσης με το σχολικό κεφάλαιο (που υπολογίζεται με βάση τα κατεχόμενα πτυχία) και με την κοινωνική καταγωγή (που προσδιορίζεται με βάση το επάγγελμα και το πολιτισμικό κεφάλαιο)· β) της ειδικής συμβολής της κοινωνικής καταγωγής, καθώς διαπιστώνουμε ότι στα άτομα που έχουν το ίδιο σχολικό κεφάλαιο, όσο απομακρυνόμαστε από τις σχολικά νομιμότερες αναγνωστικές επιλογές, τείνει να αυξάνει το βάρος της κοινωνικής καταγωγής στο σύστημα των ερμηνευτικών παραγόντων των εκ μέρους τους αναγνωστικών συνηθειών· γ) της έντονης συσχέτισης της ανάγνωσης με την κοινωνική τροχιά κάθε αναγνώστη, που κατευθύνει τη σχέση την οποία διατηρεί ο αναγνώστης με το συνολικό πολιτισμικό κεφαλαίο του.

Η ανάλυση του συνδυασμού αυτών των τριών γεγονότων μάς οδήγησε, επίσης, στο να δείξουμε ότι υπάρχει μια πολιτισμική ιεραρχία ως προς την ανάγνωση, της οποίας η δομή είναι ομολογη του όγκου και της δομής του πολιτισμικού κεφαλαίου των αναγνωστών: όσο πιο ισχυρός είναι ο όγκος του πολιτισμικού κεφαλαίου των αναγνωστών τόσο περισσότερο «καταναλώνουν» τα πιο «πρωτοποριακά», «καινοτόμα» και με «κοσμοπολίτικα» χαρακτηριστικά βιβλία.

4.2 Έντεκα χρόνια μετά

Τον Νοέμβριο του 2010 το Εθνικό Κέντρο Βιβλίου (ΕΚΕΒΙ) ανέθεσε στη Metron Analysis τη διεξαγωγή πανελλαδικής έρευνας για την αναγνωστική συμπεριφορά με προσωπικές επιτόπιες συνεντεύξεις σε δείγμα 1.502 ατόμων ηλικίας 15 ετών και άνω. Το 2021, έντεκα χρόνια μετά, ο Οργανισμός Συλλογικής Διαχείρισης Έργων του Λόγου (ΟΣΔΕΛ) ανέθεσε επίσης στη Metron Analysis πανελλαδική έρευνα αντίστοιχης θεματικής με Computer-assisted τηλεφωνικές συνεντεύξεις σε δείγμα 1.500 ατόμων ηλικίας 16 ετών και άνω.

Σε επίπεδο αναγνωστικής συμπεριφοράς, το 2010 το 43% είχε διαβάσει κατά το τελευταίο έτος ένα βιβλίο έναντι 34% το 2004, σύμφωνα με αντίστοιχη έρευνα του ΕΚΕΒΙ. Το 2021, το 65% του πληθυσμού δήλωσε ότι διάβασε (με οποιονδήποτε τρόπο, συμπεριλαμβανομένων και των audiobooks/ebooks) ένα βιβλίο κατά το τελευταίο έτος. Η άνοδος στην αναγνωστική ένταση παρατηρείται και στο μέσο πλήθος βιβλίων που διάβασαν οι αναγνώστες: από 5,8 κατά μέσο όρο το έτος το 2010 σε 8,1 κατά μέσο όρο το έτος το 2021.

Πέρα από τη φάση της πανδημίας που διανύουμε και 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 είναι 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 παραμένουν οι φίλοι και οι 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 της 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 διαδίκτυο, ειδικά στην περίοδο της πανδημίας: ενώ το 2010 το επέλεγε ως πηγή ενημέρωσης το 15%, πλέον έχει πολλαπλή επίδραση με τις επισκέψεις στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στους ιστότοπους των βιβλιοπωλείων (32%) και των εκδοτικών οίκων (26%) ή σε άλλους ιστότοπους (40%). Κατανοπτό 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 διαδίκτυο 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 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 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 διαδίκτυο όμως να ακολουθεί με ποσοστό 32% (ιστότοποι αλυσίδων) ή 16% (ιστότοποι 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.

4.3 Συμπεράσματα

Με βάση τα αποτελέσματα που απορρέουν από τις στατιστικές συσχετίσεις και την ποιοτική εξέταση των στάσεων, των πρακτικών και των απόψεων των πολιτών με τους παράγοντες που αντικειμενοποιήσαμε πως επηρεάζουν την αναγνωστική συμπεριφορά, οφείλουμε να συνεχίσουμε στον καθαυτό κοινωνιολογικό υπολογισμό των αποτελεσμάτων που εκφράζονται στη στατιστική σχέση και στην αποκάλυψη των οποίων συνέβαλαν η στατιστική και η ποιοτική ανάλυση, προσανατολιζόμενες προς την αναζήτηση των δικών τους μορφών κατανόησης.¹⁵

Κατ' αρχάς, είναι σαφές πως υπάρχει μια συνεχής και συστηματική διεύρυνση του αναγνωστικού κοινού, κυρίως του κοινού που διαβάει λίγο και περιστασιακά, και μια εντατικοποίηση των συστηματικών αναγνωστών. Παρόλο που η έρευνά μας διενεργήθηκε την περίοδο της πανδημίας και οπωσδήποτε επηρέασε τα αποτελέσματά της η επίδραση της συγκυρίας, όλα τείνουν να μας πείσουν πως το περιθώριο του σφάλματος ως προς τα συμπεράσματά της είναι μικρό.¹⁶ Όλα μάλιστα μας ωθούν στο συμπέρασμα πως η προαναφερθείσα τάση θα συνεχιστεί καθώς, όπως είδαμε και γνωρίζουμε,¹⁷ η γενικευμένη χρήση του σχολείου από όλες τις κοινωνικές τάξεις ως εργαλείου της κοινωνικής τους αναπαραγωγής εξακολουθεί αμείωτη και θα συνεχίσει να παράγει τα δομικά της αποτελέσματα και στον χώρο του βιβλίου και της ανάγνωσης.¹⁸

¹⁵ Η κοινωνιολογική προοπτική που υιοθετούμε εδώ, τόσο στα συμπεράσματα όσο και στις προτάσεις που ακολουθούν, θεμελιώνεται σε μια ολόκληρη θεωρία του πολιτισμού και της εκπαίδευσης, που έχει την αφετηρία της στην κοινωνιολογία της συμβολικής εξουσίας όπως αυτή είχε προταθεί από τους Bourdieu και Passeron, της οποίας τις αρχές δεν μπορούμε εδώ να αναπαραγάγουμε. Βλ., μεταξύ πολλών άλλων, Pierre Bourdieu & Jean-Claude Passeron, *Η αναπαραγωγή: Στοιχεία για μια θεωρία του εκπαιδευτικού συστήματος*, Αλεξάνδρεια, 2014.

¹⁶ Εξάλλου, όπως είδαμε, η σχέση των λαϊκών τάξεων με την ανάγνωση δεν άλλαξε κατά την περίοδο της πανδημίας, γεγονός που επιβεβαιώνει το θεωρητικό μας υπόδειγμα.

¹⁷ Έχουμε δείξει αλλού ότι οι οικονομικές μεταβολές, οι οποίες διενεργήθηκαν τα τελευταία σαράντα χρόνια και στη χώρα μας, μετασχημάτισαν τη σχέση ανάμεσα στις διαφορετικές κοινωνικές τάξεις και στο εκπαιδευτικό σύστημα. Οι στρατηγικές στις οποίες προσέφυγαν τα κοινωνικά υποκείμενα και οι οικογένειές τους, προκειμένου να διατηρήσουν ή να βελτιώσουν τη θέση τους στη δομή του κοινωνικού χώρου, αναμεταφράζονται σε μετασχηματισμούς που επηρέασαν ταυτόχρονα τα μορφολογικά χαρακτηριστικά των διάφορων τάξεων και τμημάτων τους και τη δομή του πατρογονικού τους κεφαλαίου. Οι μετασχηματισμοί αυτοί είχαν ως συνέπεια την έκρηξη της σχολικής φοίτησης και μια σειρά συνεπαγωγικών αλλαγών του εθνικού μας εκπαιδευτικού συστήματος· βλ., Νίκος Παναγιωτόπουλος & Θεόδωρος Θάνος, «Ο καιρός της κατανόησης ενός unfair game», στο Νίκος Παναγιωτόπουλος (διεύθ.), *Η απομάγευση του κόσμου*, Πολύτροπον & ΕΚΚΕ-ΙΝΕ/ΓΣΕΕ, σ. 37-72.

¹⁸ Αυτό που στην κοινωνική επιστήμη αποκαλείται «γενικευμένο φαινόμενο arrow» –δηλαδή το γεγονός ότι το σύνολο των πολιτισμικών αγαθών, βιβλίων, πινάκων και άλλων έργων τέχνης, μνημείων κ.λπ., και ιδιαίτερα εκείνων που αποτελούν μέρος του κεφαλαίου του περιβάλλοντος όπου γεννήθηκε κανείς, επιφέρουν ένα εκπαιδευτικό αποτέλεσμα χάρη στην ύπαρξή τους και μόνο– θα συνεχίζει να αποτελεί αναμφίβολα έναν από τους δομικούς παράγοντες της «εκπαιδευτικής έκρηξης», υπό την έννοια εκείνη σύμφωνα με την οποία η αύξηση της ποσότητας συσσωρευμένου πολιτισμικού κεφαλαίου στην αντικειμενοποιημένη κατάσταση (υπό τη μορφή πολιτισμικών αγαθών) αυξάνει αυτόματα την εκπαιδευτική δράση. Αν προσθέσουμε σ' αυτό ότι το ενσωματωμένο πολιτισμικό κεφάλαιο (η ενσωματωμένη γνώση, με άλλα λόγια) αυξάνεται διαρκώς, μπορούμε εύλογα να υποθέσουμε ότι, σε κάθε γενιά, αυτό που το σχολικό σύστημα μπορεί να θεωρήσει ως κεκτημένο θα αυξάνεται. Άλλωστε, το γεγονός ότι η επένδυση στην εκπαίδευση έχει μια διαρκώς αυξανόμενη απόδοση είναι ένας από τους δομικούς παράγοντες του πληθωρισμού των εκπαιδευτικών τίτλων.

Ωστόσο, αν θέλουμε είτε να διατηρήσουμε και να αυξήσουμε αυτή την τάση –δηλαδή να διευρυνθεί η χρήση και η ένταση της ανάγνωσης στα μορφολογικά πολυπληθή μικροαστικά στρώματα τα οποία διαβάζουν λίγο και συγκυριακά, είτε, κυρίως, να επεκταθεί στα διάφορα τμήματα των λαϊκών τάξεων για τα οποία η ανάγνωση συνεχίζει να μην αποτελεί αναγνωρισμένη πρακτική–, τότε είναι ανάγκη να εξάγουμε όλα τα δυνατά συμπεράσματα που απορρέουν από τα αποτελέσματα και τις αναλύσεις τους που έχουν προηγηθεί. Και η ικανοποίηση αυτής της ανάγκης δεν είναι μόνο κοινωνικά απαραίτητη και δίκαιη σε έναν κοινωνικό κόσμο που –ενώ παραμένει, όπως είδαμε, αναγκαία προϋπόθεση η κοινωνική ανάταξη– μιμείται όλο και περισσότερο ότι παρέχει σε όλους τα υλικά, τα συμβολικά ή ακόμη και τα πολιτικά αγαθά προκειμένου να διαφυλάξει για όλους τη δυνατότητα ικανοποίησης αυτής της ανάγκης, αλλά προσφέρει την πραγματική και νόμιμη κατοχή τους μόνο σε ορισμένους· η ικανοποίηση αυτής της ανάγκης είναι επίσης οικονομικά λυσιτελής και πολιτικά εφικτή.

Υπό αυτή την οπτική, οφείλουμε να συμπεράνουμε πως, αν προϊόντος του χρόνου παραμένουν ανισότητες και διαφοροποιήσεις στην αναγνωστική συμπεριφορά, αυτό οφείλεται στο γεγονός πως οι σιωπηλές συνθήκες πρόσβασης στην ανάγνωση –και ειδικότερα στην εντατική ανάγνωση–, και ακόμα περισσότερο στην ανάγνωση έργων της «επίσημης», κυρίαρχης κουλτούρας, δηλαδή η πρόωρη επαφή με αυτά τα έργα (η οποία είναι συνδεδεμένη με την υψηλή κοινωνική καταγωγή), καθώς και η σχολική εκπαίδευση και η διάρκειά της παραμένουν άνισα κατανεμημένες μεταξύ των κοινωνικών ομάδων.

Ειδικότερα, επιχειρώντας να δείξουμε πως αυτό που εμφανίζεται ως άνισα κατανεμημένο 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 –η διάθεση, με άλλα λόγια, που γεννά την «αναγνωστική ανάγκη», και η οποία δεν είναι παρά προϊόν εκπαίδευσης, αποτέλεσμα «καλλιέργειας»–, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα, επιβεβαιώνοντας σχετικές έρευνες, πως η ανάγνωση, ή καλύτερα το βιβλίο, αναγνωρίζεται ως συμβολικό αγαθό μόνο από όσους κατέχουν τα μέσα να το ιδιοποιηθούν, δηλαδή από όσους κατέχουν τον ιστορικά συγκροτημένο και κοινωνικά αναγνωρισμένο κώδικα που αποτελεί τον απαραίτητο όρο για τη συμβολική ιδιοποίησή του, προκειμένου να αποκωδικοποιήσουν το συμβολικό αυτό αγαθό.

Κατ' επέκταση, γίνεται κατανοητό πως η σχέση με το βιβλίο και την ανάγνωσή του αποτελεί διάσταση μιας ιδιαίτερης περίπτωσης των γενικότερων νόμων που διέπουν τη διάχυση των συμβολικών αγαθών: η υποδοχή ενός μηνύματος που εκπέμπει ένα βιβλίο συναρτάται με τα σχήματα αντίληψης και σκέψης που διαθέτουν οι αποδέκτες του, έτσι ώστε, στο πλαίσιο της κοινωνικής διαφοροποίησης, να υφίσταται στενή σχέση μεταξύ της φύσης (και της ποιότητας) των μηνυμάτων που εκπέμπονται και της δομής του κοινού στο οποίο τα μηνύματα αυτά απευθύνονται.

Υπ' αυτό το πρίσμα, θελήσαμε να καταδείξουμε πως, στη σημερινή της μορφή, η ανάγνωση –η άμεση επαφή με τα βιβλία ως πολιτισμικά αντικείμενα– υποτάσσεται στον νόμο που γνωρίζουν καλά οι

ειδικοί των φαινομένων της πολιτισμικής διάχυσης: μια τεχνική μπορεί να κάποιος να τη μάθει, ακόμα και να την κατανοήσει πλήρως, και μετά να την ξεχάσει, όταν οι συνθήκες ενεργοποίησης αυτής της τεχνικής δεν είναι δεδομένες και όταν η τεχνική αυτή δεν εγγράφεται σ' ένα σύστημα μόνιμων στάσεων και διαθέσεων, καθώς μόνο αυτές μπορούν να τη θεμελιώσουν, διασφαλίζοντάς την. Η οπτική αυτή, η οποία οδηγεί εντέλει την παρούσα έρευνα στον κοινωνιολογικό χώρο της πολιτισμικής διάχυσης, προϋποθέτει, λοιπόν, πως οι νόμοι που διέπουν την υποδοχή των βιβλίων εκ μέρους των αναγνωστών δεν είναι παρά μια ιδιαίτερη περίπτωση των γενικότερων νόμων που διέπουν τη διάχυση των συμβολικών αγαθών: το μήνυμα που εκπέμπουν τα βιβλία προϋποθέτει, όπως ήδη είπαμε, έναν κώδικα, ο οποίος είναι απαραίτητο να αποκτηθεί μέσω μιας μακράς, θεσμικά οργανωμένης, εκμάθησης· η πρόσληψη του μηνύματος αυτού εξαρτάται από τον βαθμό ελέγχου του κώδικα που διαθέτει ο δέκτης του. Με άλλα λόγια, πρόκειται για συνάρτηση του επιπέδου των προσφερόμενων πληροφοριών με το επίπεδο «αρμοδιότητας» (ικανότητας) του αποδέκτη.

Τα αποτελέσματα της έρευνάς μας, ως προς αυτή τη διάσταση, σταθμίζοντας την αναγνωστική συμπεριφορά και συσχετίζοντάς τη με την κοινωνική εξέλιξη των αναγνωστών, καθώς και με την εξέλιξη της κοινωνικής σύνθεσης του πληθυσμού με πτυχίο ανώτατης εκπαίδευσης στην Ελλάδα, συμπεράναμε πως οι μεσαίες τάξεις, οι οποίες επωφελήθηκαν από τον «εκδημοκρατισμό» της εκπαίδευσης, παρουσιάζουν και τον 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.

Μέσω της κατανόησης του κοινωνικού τρόπου με τον οποίο αφενός «κατασκευάζεται» η διάθεση για ανάγνωση και στον οποίο αφετέρου οφείλεται η «αναγνωστική ανάγκη», συμβάλλουμε στην απονομιμοποίηση του «βιολογικού-φυσιοκρατικού» παράγοντα ερμηνείας της αναγνωστικής συμπεριφοράς, όπως και της σχέσης με τα έργα τέχνης. Θεωρώντας την απόκτηση της πολιτισμικής διάθεσης (ως προϊόντος μιας εργασίας κοινωνικοποίησης) αρχή παραγωγής όλων των πολιτιστικών πρακτικών –άρα, και της ανάγνωσης–, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα πως οι κατηγορίες των αναγνωστών ανάλογα με τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται και αποτιμούν τον κόσμο του βιβλίου, και τη σχέση τους με αυτόν, σχετίζονται με τον βαθμό ενσωμάτωσης των αντικειμενικών δομών αυτού του ίδιου κόσμου.

Με άλλα λόγια, η δημιουργία της αναγνωστικής διάθεσης αποτελεί, τελικά, μια δομική έκφραση του φαινομένου της κοινωνικοποίησης, το αποτέλεσμα μιας ειδικής παιδαγωγικής δράσης. Η πλήρης κατανόηση της λογικής και της μορφής της ανάγνωσης, του τρόπου και του είδους της ανάγνωσης, μας οδηγεί στο γενικότερο φαινόμενο της κοινωνικής επίδρασης στον νου και στο σώμα, επίδραση η οποία συναρτάται με τις συνθήκες ύπαρξης και τα αντίστοιχα αποτελέσματά τους· η κοινωνική αυτή επίδραση

δεν είναι ορατή, καθώς τα αποτελέσματά της, από τη στιγμή που εγγράφονται στο σώμα, καθίστανται ταυτόχρονα πιο δραστικά και λιγότερα αντιληπτά.

Η έρευνά μας και τα αποτελέσματά της αποτελούν εν ολίγοις μια δράση απονομιμοποίησης, μια εργασία ρήξης με τους μηχανισμούς (ανα)παραγωγής της ιδεολογίας του «χαρίσματος» που διαπνέει το σύστημα των αξιών των καλλιεργημένων τάξεων. Επιβεβαιώνοντας πως η αναγνωστική πρακτική ως διάσταση των πολιτιστικών πρακτικών αποτελεί καθαρά το προϊόν κοινωνικών καθορισμών και όχι των «προσωπικών κλίσεων» όπως θα υποστήριζε η ιδεολογία του «χαρίσματος», οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι η μη εξέταση των κοινωνικών όρων οι οποίοι καθιστούν δυνατή την αναγνωστική διάθεση και ικανότητα, που παράγουν την αναγνωστική ανάγκη, αποτελεί συμβολή στην αναπαραγωγή των βασικών όρων αυτής της ιδεολογίας η οποία κατέχει κεντρική θέση στην κουλτούρα των καλλιεργημένων τάξεων και στους μηχανισμούς αναπαραγωγής της νομιμοποίησης των πολιτιστικών και κοινωνικών προνομίων τους.

Το μάρκετινγκ ως τρόπος διαχείρισης της σχέσης των αναγνωστών με το βιβλίο αναπτύχθηκε έντονα στη χώρα μας τα τελευταία τριάντα χρόνια. Η ανάπτυξη αυτή πραγματοποιήθηκε σε ένα περιβάλλον όπου οι καθοριζόμενες σε ευρωπαϊκό επίπεδο πολιτικές στοχεύσεις που αφορούν τον πολιτισμό συντείνουν στο να επιτρέψουν την εμπορευματοποίηση της γνώσης, της εκπαίδευσης και του πολιτισμού, σε συνδυασμό, βέβαια, με την παράλληλη σταδιακή απόσυρση του κράτους από αυτούς τους χώρους.

Στο γενικότερο αυτό πλαίσιο, η επιβολή του μάρκετινγκ για τη διάδοση της ανάγνωσης τείνει να γίνεται σήμερα αντιληπτή ως ένα είδος «φυσικής αναγκαιότητας», και μάλιστα σε τέτοιο σημείο, ώστε οι προβληματισμοί σχετικά με το μέλλον του βιβλίου –που αναπτύσσονται τόσο στο πεδίο διαμόρφωσης των δημόσιων προβληματικών όσο και στο εσωτερικό των αντίστοιχων επαγγελματικών χώρων– να εστιάζονται περισσότερο στον τρόπο λειτουργίας της διαδικασίας του μάρκετινγκ παρά στη σημασία και στις επιδράσεις της. Η «εκσυγχρονιστική» αυτή αντίληψη και η παραδοσιοκρατική αντίληψη για τη σχέση με την κουλτούρα, και ειδικότερα με τα βιβλία, η οποία δομείται ακόμη στη βάση της «ιδεολογίας του χαρίσματος», συγκροτούν το σημερινό κυρίαρχο κοινωνικό διάζευγμα στον χώρο του βιβλίου, ομολόγο της παλιότερης αντίθεσης που παρουσιαζόταν με τους όρους «ναός» και «τόπος συναλλαγής».

Σήμερα, με τον πολλαπλασιασμό των “taste makers” στον χώρο του βιβλίου, ίσως είναι χρήσιμο να υπενθυμίσουμε σε όσους πιστεύουν στη θαυματουργή αποτελεσματικότητα της πολιτικής του μάρκετινγκ –της οποίας η διαφημιστική δράση μέσω του Τύπου, του ραδιοφώνου ή της τηλεόρασης και άλλων, λιγότερο ή περισσότερο, καινοφανών μέσων και εργαλείων μαζικής ενημέρωσης δεν αποτελούν παρά μια διάσταση– πως δεν κάνουν τίποτε άλλο από το να προσθέτουν απλώς κάτι, σχετικά πιο ισχυρό συμβολικά, στην πολυλογία των πληροφοριών που παρείχαν ήδη παλιότερα, και εξακολουθούν να τα παρέχουν ακόμα, ποικίλα ενημερωτικά έντυπα για το βιβλίο, οι φιλιαναγνωστικές οργανώσεις ή τα σχετικά ενημερωτικά πανό. Τέτοιες δράσεις, όπως εν πολλοίς και οι δράσεις του μάρκετινγκ, προσιδιάζουν, λ.χ.,

στην εντύπωση –για να θυμηθούμε τις παλαιότερες παρατηρήσεις των εθνολόγων– πως μπορούμε να γίνουμε κατανοητοί σε έναν ξένο που δεν γνωρίζει τη γλώσσα μας αρκεί να φωνάξουμε πιο δυνατά.

Όλες αυτές οι εμπορούμενες από το μάρκετινγκ προσπάθειες προώθησης της άμεσης επαφής με τα βιβλία ως πολιτισμικά έργα, που επιτρέπουν στους ιθύνοντες να αναπαράγουν την ασυλία της οικονομίας του *laisser-faire*, συμβάλουν μόνο πρόσκαιρα και μερικώς στην άρση των κοινωνικών ανισοτήτων που παρατηρούνται συστηματικά στην πρακτική της ανάγνωσης. Οι σχετικές δράσεις ασφαλώς και διευκολύνουν μια πρώτη επαφή με το βιβλίο –ωστόσο, οι προσπάθειές τους, ελλείψει των θεσμικών και κοινωνικών όρων δημιουργίας μόνιμων και σταθερών διαθέσεων που θα επέτρεπαν, προσφέροντας «ένα θεμέλιο και μια σημασία», την ενεργοποίηση της ζητούμενης συστηματικής ανάγνωσης, είναι καταδικασμένες σε επιτυχία προσωρινή, χωρίς συνέχεια.

Αν ό,τι προηγήθηκε ισχύει, ένα επιπλέον κρίσιμο συμπέρασμα που απορρέει είναι πως ο φαύλος κύκλος της αναπαραγωγής της πολιτισμικής αποστέρησης ως προς την ανάγνωση μπορεί να σπάσει –έστω σε έναν βαθμό, καθώς ο καθοριστικός ρόλος της οικογένειας δεν μπορεί να υποκατασταθεί– μόνο αν επιμηκυνθεί η ανάπτυξη της αναγνωστικής ευχέρειας και ικανότητας εντός του πλαισίου της θεσμικής εκπαίδευσης. Οι επενδύσεις σε προγράμματα και υποδομές «αναγνωστικής αγωγής» μπορούν να αποβούν αποτελεσματικότερες υπό τον όρο ότι θα συνοδεύονται από ανάλογες επενδύσεις στο εκπαιδευτικό σύστημα, στον θεσμό δηλαδή ο οποίος είναι ο μόνος ικανός να «παράγει» με τον καλύτερο δυνατό τρόπο «χρήστες» αυτών των προγραμμάτων και αυτών των υποδομών.¹⁹

Αν ο ρόλος του σχολείου είναι ιδιαίτερα κρίσιμος ως προς τις διαπιστωμένες ανισότητες πρόσβασης στα συμβολικά αγαθά, καθώς το πολιτισμικό προνόμιο δεν είναι ποτέ τόσο έντονο όσο στον χώρο της «ελεύθερης κουλτούρας» –τη βασική έκφραση του πολιτισμικού κεφαλαίου κατά τον Bourdieu–, δηλαδή στον χώρο της κουλτούρας του οποίου τα έργα αποτελούν το πλέον περιορισμένο αντικείμενο της εκπαιδευτικής δράσης, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα αφενός του κομβικού ρόλου του εκπαιδευτικού συστήματος στην αναγνωστική ικανότητα, αφετέρου ότι το εκπαιδευτικό σύστημα μπορεί και οφείλει να εκπληρώσει αυτό τον ρόλο. Ωστόσο, κάθε προσπάθεια ανάπτυξης της αναγνωστικής ευχέρειας, ποιοτικά και ποσοτικά, δεν θα είναι αποτελεσματική αν δεν επιχειρηθεί ο μετασχηματισμός του εκπαιδευτικού συστήματος στην προοπτική της άμβλυνσης της συμβολής του στην αναπαραγωγή της υπάρχουσας κοινωνικής δομής, η οποία θα διασφαλιστεί τόσο με τη μη αναπαραγωγή των κοινωνικών ανισοτήτων στο εκπαιδευτικό σύστημα όσο και με τη μη αναπαραγωγή των κοινωνικών ανισοτήτων που παράγει η κυρίαρχη παιδαγωγική σχέση εκπαιδευτικού - μαθητή.

Μόνο με αυτόν τον διττό, εκπαιδευτικό και παιδαγωγικό, μεταρρυθμιστικό προσανατολισμό, το

¹⁹ Βλ. Νίκος Παναγιωτόπουλος, Μαρία Βιδάλη, *Libido Artistica: Κοινωνική κριτική της καλλιτεχνικής ζήτησης*, ό.π.

σχολείο θα καταφέρει να περιορίσει, έστω σε έναν βαθμό, τον ρόλο της οικογένειας, η οποία, μέσω της οικογενειακής αγωγής, εξοικειώνει το άτομο με τον πολιτισμό και, κατ' επέκταση, με το βιβλίο, και διαμορφώνει προ-διαθέσεις οι οποίες μετασχηματίζονται, στην πράξη, σε πολιτισμική διάθεση· με άλλα λόγια, παράγει και διαμορφώνει «πολιτιστικές ανάγκες» –όπως είναι και η ανάγκη για ανάγνωση–, αυτές τις καλλιεργημένες ανάγκες οι οποίες, ως προϊόντα εκπαίδευσης, βρίσκονται σε αντίθεση με τις λεγόμενες «βασικές και στοιχειώδεις» ανάγκες.

Μόνο οπλισμένοι με τη γνώση της δράσης των κοινωνικών παραγόντων, μπορούμε να επεξεργαστούμε μια 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. Ως εκ τούτου, όλοι οι «μυστικιστικοί λόγοι» με τους οποίους συχνά επενδύεται ο δημόσιος λόγος υπέρ της ανάγνωσης καταρρέουν μπροστά σ' αυτόν τον νόμο και, δυστυχώς, δεν κατορθώνουν τίποτε άλλο από το να καταδικάζουν, περισσότερο ή λιγότερο συνειδητά και υστερόβουλα, όσους στερούνται ακριβώς της συναίσθησης αυτής της στέρησής τους. Οι άνθρωποι που δεν έχουν πνευματική καλλιέργεια στερούνται της συναίσθησης ότι στερούνται πνευματικής καλλιέργειας.²⁰

²⁰ Κατανοούμε ίσως καλύτερα τώρα γιατί η παιδαγωγική δράση σε θέματα πολιτισμού είναι ιδιαίτερα δύσκολη. Δεν αρκεί να παρέχονται βιβλία, είναι απαραίτητο να «παρέχεται» και η ανάγκη για βιβλία. Και ποιος θα «παράγει» την ανάγκη των προϊόντων; Μπορεί κανείς να είναι επιφυλακτικός ως προς την αποτελεσματικότητα του εκπαιδευτικού συστήματος, ωστόσο οι αντιστάσεις απέναντι στην παιδαγωγική προσέγγιση των ζητημάτων που άπτονται του πολιτισμικού κεφαλαίου, με την πρόφαση ότι δεν είναι κατάλληλη, είναι αντιστάσεις των προνομιούχων ατόμων, των ατόμων δηλαδή που έχουν πρόσβαση στην πολιτισμική κατανάλωση κι επομένως τοποθετούνται εξ ονόματος άλλων.

4.4 Προτάσεις - προοπτικές

Εν κατακλείδι, μπορούμε να κωδικοποιήσουμε ορισμένες προτάσεις για τη πολιτική της φιλιαναγνωσίας, και τις προοπτικές της, ως εξής:

- ▶ Οποιαδήποτε πολιτισμική πολιτική στοχεύει στον, έστω και μικρό, περιορισμό των ποσοστών του μη εγγραμματοσίου οφείλει να δημιουργήσει μια ρήξη με την καλά κοινωνικά θεμελιωμένη ψευδαίσθηση πως ο εκδημοκρατισμός μιας πρακτικής τόσο ασκητικής και τόσο σπάνιας όσο η εντατική ανάγνωση έχει ανάγκη μόνο από μια πολιτική αύξησης των μέσων που τίθενται στη διάθεση των λιγότερο προνομιούχων ομάδων. Η γενικευμένη διάδοση της ανάγνωσης δεν θα γίνει ποτέ μηχανική απόρροια της προσφερόμενης δυνατότητας ανάγνωσης, οποιασδήποτε μορφής και είδους, καθώς προϋποθέτει μια τεχνική εξάσκηση η οποία, με τη σειρά της, προϋποθέτει μια ισχυρή και επίμονη επιθυμία πρακτικής.
- ▶ Η υπέρπουσα αναλογία οικονομικού και πολιτισμικού αγαθού και, γενικότερα, η υιοθέτηση του νόμου της προσφοράς και της ζήτησης αποδεικνύονται τελείως αναποτελεσματικές σε κάθε πολιτική αύξησης του εγγραμματοσίου, καθώς δεν εστιάζουν παρά μόνο στο πρόβλημα της υλικής προσβασιμότητας στα συμβολικά αγαθά. Αντίθετα, η καθαυτό πολιτισμική χρήση οποιουδήποτε γραπτού μηνύματος προϋποθέτει την πρόσληψη και την ερμηνεία μιας νοηματοδοτημένης πρότασης.
- ▶ Κάθε δημοκρατικός μετασχηματισμός με στόχο τη διάχυση της ανάγνωσης προϋποθέτει, ήδη από το δημοτικό σχολείο, τη διαμόρφωση θεσμικών μηχανισμών δράσης οι οποίοι να είναι ικανοί να αντισταθούν στους κοινωνικούς μηχανισμούς: έτσι, δεδομένου πως η ανάγνωση βιβλίων είναι αποδοτική και επιθυμητή μόνο από το κατώφλι της «γρήγορης ανάγνωσης», ενδεικτικά μπορούμε να αναφέρουμε τα εξής:
 - Δεδομένου ότι, αφενός, η ανισότητα ανάμεσα σε παιδιά από διαφορετικά κοινωνικά στρώματα προέρχεται ουσιαστικά από διαφορές ανάμεσα στη λαϊκή γλώσσα και στη σχολική γλώσσα (την κυρίαρχη μορφή γλώσσας που είναι, στον μεγαλύτερο βαθμό, και αυτή των βιβλίων, η γλώσσα της διανόησης) και δεδομένου ότι, αφετέρου, οι ιδιόλεκτοι των διάφορων κοινωνικών στρωμάτων είναι άνισα απομακρυσμένες μεταξύ τους, η εκπαίδευση οφείλει να δώσει πολύ σημαντική θέση, από το δημοτικό σχολείο, σε ασκήσεις όπου η σκέψη και η έκφραση των παιδιών θα συνδυάζονται με τον τρόπο ανάγνωσης. Όσο μεγαλύτερο γλωσσικό πλούτο προσφέρει η εκπαιδευτική διαδικασία στα παιδιά, τόσο περισσότερο θα αναπτύσσεται η δεξιότητα της κατανόησης των κειμένων και η ευχέρεια της γρήγορης ανάγνωσης.
 - Δεδομένου ότι η ανισότητα ανάμεσα σε παιδιά διαφορετικών κοινωνικών τάξεων σημαίνει, επίσης, και διαφορές ως προς την πολιτισμική πρακτική ανάμεσα σε διαφορετικά κοινωνικά

στρώματα, η πρωτοβάθμια εκπαίδευση οφείλει να αξιοποιεί κάθε μέσο προκειμένου όλα τα παιδιά να αποκτούν από τους χώρους ανάγνωσης και τους χώρους του βιβλίου τις εμπειρίες εκείνες τις οποίες τα παιδιά των προνομιούχων τάξεων οφείλουν στην οικογένειά τους (ή υποκατάστατα αυτών των εμπειριών). Κάτι τέτοιο προϋποθέτει ότι θα παρέχονται στους διδάσκοντες όλα τα, θεσμικά και υλικά, που απαιτούνται για να έρθουν όλα τα παιδιά σε επαφή με τους χώρους του βιβλίου (συχνές οργανωμένες επισκέψεις σε βιβλιοθήκες και βιβλιοπωλεία, ταξίδια σε ιστορικές, σπουδαίες βιβλιοθήκες κ.λπ.).

- Δημιουργία ενός σώματος βοηθών των εκπαιδευτικών, σωστά αμειβόμενων και με προοπτικές καριέρας, οι οποίοι, έχοντας ειδική κατάρτιση, θα αναλάβουν να ασκούν τα παιδιά στην ανάγνωση (με την αναλογία βοηθού - μαθητών να είναι ένας προς δέκα).
- ▶ Αυτό που καθορίζει αν μια κοινωνική ομάδα καταναλώνει ή όχι βιβλία είναι η αναγνωστική της ικανότητα, καθώς και οι στάσεις που υιοθετεί ως προς την πρακτική της ανάγνωσης ή της μη ανάγνωσης, οι οποίες είναι συνδεδεμένες με το αξιακό σύστημα που διέπει την κουλτούρα της.
- ▶ Οι κυρίαρχες μορφές με τις οποίες επιχειρείται να γίνει ελκυστική η ανάγνωση των βιβλίων από τις βιβλιοθήκες και τα μεγάλα βιβλιοπωλεία ανταποκρίνονται κατ' αρχήν στις προσδοκίες και στις πολιτισμικές πρακτικές των μεσαίων στρωμάτων. Επίσης, οι «νέες» μορφές προώθησης των βιβλίων (χρήση οπτικοακουστικών μέσων, παρεμβάσεις θεσμικών παραγόντων σε σχετικές συζητήσεις κ.λπ.), με τις οποίες έχει εμπλουτιστεί σχετικά πρόσφατα η διάδοσή τους, προσανατολίζονται προς την ίδια κατεύθυνση. Με τους προαναφερθέντες τρόπους θα ενισχυθεί πιθανότατα η φιλιαναγνωσία των μεσαίων τάξεων και των πιο μορφωμένων τμημάτων των μικροαστικών τάξεων, με αποτέλεσμα να διαβάζουν περισσότεροι άνθρωποι περισσότερα βιβλία, ωστόσο πρόκειται για κάτι πεπερασμένο.²¹
- ▶ Για να είναι ρεαλιστικές, οι προσπάθειες εκδημοκρατισμού της ανάγνωσης, πρέπει να λάβουν υπόψη τους δύο κοινωνιολογικές παρατηρήσεις: α) πως η αναγνωστική ευχέρεια δεν είναι ισάξια κατανεμημένη 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. Μια 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–, αλλά και οδηγεί συχνά στον στιγματισμό των κοινωνικών ομάδων που δεν ανταποκρίνονται σε αυτή. Μια πολιτισμική πολιτική που αποσκοπεί στη διάδοση της ανάγνωσης

²¹ Οι αναγνώστες από τα λαϊκά στρώματα που ενίοτε συναντάμε στις βιβλιοθήκες και στα εξειδικευμένα βιβλιοπωλεία αποτελούν ατυπικές περιπτώσεις, οι οποίες συνδέονται με στατιστικά σπάνιες κοινωνικές τροχιές. Οι στατιστικά σπάνιες αυτές περιπτώσεις, που συνήθως τις αποδίδουμε στην αυτοδιδασκαλία, προφανέστατα δεν αφορούν το σύνολο των λαϊκών και των εργατικών τάξεων· βλ., σχετικά, Νίκος Παναγιωτόπουλος, *Οι αφανείς: Κοινωνιολογία των λαϊκών τάξεων*, Πεδίο, 2021.

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 νοσηματοδοτείται από την κουλτούρα της.

► Όλες οι παιδαγωγικές δράσεις με στόχο την «καλλιέργεια της ανάγνωσης» οφείλουν να εκκινούν από την επίγνωση του πώς αποκτάται η διάθεση για ανάγνωση. Μόνο έτσι καθίσταται η επιστημονική θεμελίωση (και άρα, η αποτελεσματική εφαρμογή) ως προς τη δημιουργία και τη δράση της αναγνωστικής ανάγκης.²² Ενδεικτικά και μόνο σημειώνουμε εδώ τα εξής:

- Η μάθηση αποτελεί μια «κατασκευαστική διαδικασία», η οποία όμως δεν ξεκινά από το μηδέν, από ένα είδος γνωστικής *tabula rasa*, ούτε από κάτι έμφυτο. Μεταξύ των αρχών οργάνωσης της διαδικασίας αυτής, ορισμένες είναι ταυτόχρονα υπερβατικές (*transcendantaux*), στο μέτρο που την καθιστούν δυνατή, και ιστορικές, στο μέτρο που εξαρτώνται από ιδιαίτερους πολιτισμικούς και κοινωνικούς όρους, και όχι κατ' ανάγκη συνειδητούς.
- Το «προϊόν» της απόκτησης μιας διάθεσης μέσω της εκπαιδευτικής διαδικασίας δεν είναι ποτέ σταθερό και οφείλει να συντηρείται σύμφωνα με μια διαδικασία ανάλογη με αυτή της αρχικής μάθησης.
- Η μάθηση αποτελεί, συνειδητά ή ασύνειδα, μια επένδυση. Καμιά διαδικασία μάθησης δεν είναι μια αφηρημένη και ανιδιοτελής δραστηριότητα, ανεξάρτητη από καταναγκασμούς και ειδικά εξωτερικά διακυβεύματα. Αντιθέτως, η μάθηση αποτελεί μια δραστηριότητα που ενσωματώνεται σε ένα σύστημα το οποίο συγκροτείται από «ζωτικές» σημασίες για το κοινωνικό υποκείμενο πρακτικές. Έτσι, κάθε θεωρία ως προς την πρακτική της μάθησης οφείλει να συνυπολογίσει τα εξής τρία δεδομένα:
 - ο Η μάθηση δεν αποτελεί μια μεμονωμένη δραστηριότητα. Η μάθηση δεν έχει νόημα παρά σε σχέση με άλλες δραστηριότητες που τις καθιστά δυνατές ή αδύνατες.
 - ο Κάθε είδους μάθηση προσανατολίζεται κατά κανόνα προς έναν στόχο. Ο εκάστοτε εκπαιδευτικός στόχος μπορεί να τίθεται με κριτήρια ανεξάρτητα από την προς μάθηση δραστηριότητα.
 - ο Κάθε είδους μάθηση έχει ένα κόστος το οποίο μπορεί να έχει διάφορες πηγές.

²² Πράγματι, όπως επιχειρήσαμε να δείξουμε αλλού, μόνο δεχόμενοι την αναγκαιότητα των διαθεσιακών εννοιών τόσο στην ανάλυση των ανθρώπινων πρακτικών όσο και στην ανάλυση των μαθησιακών διαδικασιών, μπορούμε να ελπίζουμε ότι θα αυξήσουμε την αποτελεσματικότητα όλων αυτών των προγραμμάτων που στοχεύουν τον πολιτισμικό εκδημοκρατισμό, διάσταση των οποίων αποτελούν τα προγράμματα άσκησης και μύησης στην ανάγνωση· βλ. Νίκος Παναγιωτόπουλος, Μαρία Βιδάλη, *Libido Artistica...*, ό.π.

α) Το να μαθαίνει κανείς απαιτεί χρόνο και ο χρόνος έχει αξία για οποιονδήποτε δεν έχει στη διάθεσή του απεριόριστο χρόνο.

β) Κάθε είδους μάθηση έχει ένα υλικό κόστος, το κόστος της απόκτησης των μέσων μάθησης ή του δικαιώματος πρόσβασης σε αυτά τα μέσα.

γ) Κάθε είδους μάθηση έχει διαφορεικό κόστος, στο μέτρο όπου αποκλείει ή ενοχλεί κάποιου άλλου είδους μάθηση ή άλλες δραστηριότητες. Φαίνεται πως η εκ μέρους μας μάθηση, όπως και οι άλλες μας συμπεριφορές, υποτάσσονται σε ένα είδος οικονομικής αρχής: με ό,τι επιχειρούμε να μάθουμε στοχεύουμε να επιτύχουμε τα περισσότερα πρακτικά οφέλη με το λιγότερο δυνατό κόστος. Αλλά, όπως η δόμηση του προς μάθηση υλικού, έτσι και αυτή η εργασία μεγιστοποίησης των κερδών από τη μάθηση δεν αποτελεί αναγκαστικά αντικείμενο ενός ορθολογικού υπολογισμού ούτε ενός συνειδητού στοχασμού.²³

- ▶ Συνεπώς, όλες οι πολιτικές που στοχεύουν στη διάδοση της ανάγνωσης και, κατ' επέκταση, έχουν επίγνωση της αξίας του πολιτισμού και τηςσχόλης που βασίζονται στη γραπτή επικοινωνία, καθώς και των ποικίλων ικανοτήτων που η γραπτή επικοινωνία απαιτεί, οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη τους, αφενός, ότι μια συστηματική σχέση με τον γραπτό πολιτισμό προϋποθέτει τη δεξιότητα της γρήγορης ανάγνωσης, μαζί με μια ολόκληρη σειρά από πολιτισμικές στάσεις που δεν είναι ποτέ «φυσικές» και αυτονόητες, και, αφετέρου, όλα τα γνωρίσματα που χαρακτηρίζουν την κουλτούρα των κοινωνικών ομάδων που απέχουν περισσότερο από τον εγγράμματο πολιτισμό, για να τα εντάξει στη λογική της δράσης της.
- ▶ Όλες οι έρευνες δείχνουν ότι ο κοινωνικός χώρος του βιβλίου εκπέμπει μηνύματα πριν καν ο δυνητικός αναγνώστης έρθει στην παραμικρή επαφή με το μήνυμα του βιβλίου. Κατά κανόνα, στους χώρους των βιβλιοθηκών και των βιβλιοπωλείων –με την «οικολογία» τους, με τη σωματική και τη γενικότερη στάση του προσωπικού τους, καθώς και με τον συμβολισμό των αντικειμένων της διακόσμησής τους, με το ύφος των ατόμων που συχνάζουν εκεί, εν ολίγοις με κάθε λογής κοινωνική αλληλόδραση που μπορεί να διευκολύνει την πρόσβαση στους χώρους αυτούς ή να λειτουργεί αποτρεπτικά– οι διάφορες κοινωνικές ομάδες αισθάνονται, με άνισο τρόπο, λιγότερο ή περισσότερο οικεία, λιγότερο ή περισσότερο αμήχανα.
- ▶ Κάθε πολιτική διάχυσης της ανάγνωσης οφείλει να αντιμετωπίζει το ζήτημα της συμπεριφορικής και συμβολικής οικειότητας που διατηρούν οι διάφορες κοινωνικές ομάδες με τους χώρους ανάγνωσης.

²³ Συμπερασματικά, τα άτομα είναι ασκημένα να μη δίνουν σημασία στις εξαιρετικές και σπάνιες περιπτώσεις. Γνωρίζουμε από τις ανθρωπολογικές έρευνες ότι οι υποκειμενικές προσδοκίες των κοινωνικών υποκειμένων είναι μάλλον πολύ καλά προσαρμοσμένες στις αντικειμενικές τους ευκαιρίες, και ότι σπάνια τα κοινωνικά υποκείμενα έχουν προσδοκίες τελείως (παρ)άλογες, «εκτός τόπου και χρόνου» όπως λέμε. Βλ., μεταξύ πολλών άλλων, την έρευνα Loïc Wacquant, *Corps et âme, Agone*, 2002.

Η καθυπόταξη της χρήσης των βιβλιοθηκών και των εξειδικευμένων βιβλιοπωλείων στη γνώση του συστηματικού χρήστη ισοδυναμεί πάντοτε με αποκλεισμό των περισσότερων ανθρώπων που δεν χρησιμοποιούν αυτούς τους χώρους. Οι ελάχιστες προσπάθειες σε εθνικό επίπεδο που έχουν δει το φως και είχαν ως στόχο όχι να μειωθεί η κυριολεκτική απόσταση από τις βιβλιοθήκες, αλλά να αλλάξει η κοινωνική σήμανση στον χώρο του βιβλίου, πρέπει να συνεχιστούν και να γενικευτούν, κυρίως στην προοπτική να αξιοποιηθούν, ως χώροι προσφοράς βιβλίων, χώροι διαφορετικοί από τους θεσμικούς χώρους των βιβλιοθηκών: τόποι πιο συγγενικοί με το βιοτικό ύψος των λαϊκών τάξεων, άρα και του τρόπου με τον οποίο αντιλαμβάνονται την έννοια τηςσχόλης, καθώς επίσης χώροι εργασίας ή και τα μέσα μαζικής μεταφοράς.

- ▶ 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 της κάθε κοινωνικής ομάδας. Η διαφοροποίηση αυτή συνδέεται με τις διαφορετικές χρήσεις και αναπαραστάσεις του ελεύθερου χρόνου που έχει κάθε κοινωνική ομάδα, οι οποίες, μεταξύ των άλλων, σχετίζονται και με τα ωράρια εργασίας.
- ▶ Κάθε πολιτική διάδοσης της ανάγνωσης οφείλει να αναστοχαστεί ως προς την έννοια του «διαθέσιμου» και του «προσβάσιμου» βιβλίου. Τα πολιτισμικά αγαθά δεν είναι απλώς υλικά αγαθά, τα ράφια ενός βιβλιοπωλείου διαφοροποιούνται από τα ράφια των σούπερ μάρκετ. Οι πληροφορίες που σχετίζονται με τα προσφερόμενα προς ανάγνωση βιβλία διατηρούν πάντοτε και κάτι το άρρητο, μια γνώση που προϋποτίθεται, συνεπώς ο εκδημοκρατισμός των πληροφοριών αυτών απαιτεί αναπόφευκτα τη ρητή αποσαφήνιση του εν λόγω «άρρητου». Οι υπεύθυνοι των πολιτικών διάδοσης της ανάγνωσης, λοιπόν, είναι απαραίτητο, όταν επεξεργάζονται μορφές διάθεσης και τρόπους πρόσβασης στα βιβλία, να γνωρίζουν τη μορφή, το είδος και την ικανότητα των ταξινομικών σχημάτων που διαθέτουν ήδη όσοι είτε δεν διαβάζουν είτε διαβάζουν λίγο, δηλαδή το κοινό που θέλουμε να μάθει να μην επιλέγει αναγκαστικά ή τυχαία.
- ▶ Κάθε πολιτική διάδοσης της ανάγνωσης οφείλει, καταρχάς, να δημιουργήσει μια ρήξη με την πολιτισμική λογοκρισία εκ μέρους των καλλιεργημένων ή ημι-καλλιεργημένων κοινωνικών ομάδων· και έχει ως λειτουργία τη νομιμοποίηση του δικού τους τρόπου ζωής και των όρων (ανα)παραγωγής του και να ενθαρρύνει την ανάγνωση κάθε κειμένου, να ενθαρρύνει επίσης κάθε συνθήκη ανάγνωσης, κάθε κίνητρο ανάγνωσης, οτιδήποτε ωθεί τα άτομα που διαβάζουν ελάχιστα να διαβάζουν έστω λίγο περισσότερο. Αν και η πράξη της ανάγνωσης συνυφαίνεται με την ιεραρχικοποίηση των πολιτισμικών αξιών, μια αποτελεσματική πολιτική διάδοσης της ανάγνωσης δεν μπορεί παρά να έχει μόνο μία αρχή: δεν υπάρχουν ακατάλληλα βιβλία ούτε άχρηστες και απρόσφορες αναγνώσεις, ακόμα κι αν πρόκειται για αναγνώσεις πρώτου επιπέδου, για «εύκολα» δηλαδή αναγνώσματα.

- ▶ Μια 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 στόχο της δεν αποτελεί η απο-πολιτισμικοποίηση των λαϊκών στρωμάτων, αλλά η ένταξη του βιβλίου στην κουλτούρα τους ως αντικειμένου οικείου και ενεργού· β) πως η υιοθέτηση μιας τέτοιας στόχευσης, και κυρίως η επιτυχία μιας τέτοιας πολιτικής, θα επιφέρει τον ριζικό μετασχηματισμό του πολιτισμικού και ιδεολογικού νοήματος των βιβλίων.

Παρά ταύτα, η έρευνά μας ανέδειξε και τα όρια των συμπερασμάτων μας, όρια περιγραφικά και ερμηνευτικά, τα οποία προσδιορίζουν προτάσεις νέων ερευνητικών εργασιών που θα πρέπει να αναληφθούν, και ιδιαίτερα στις παρακάτω προοπτικές:

Η κοινωνιολογία της αναγνωστικής πρακτικής, της πολιτισμικής διάχυσης και της κοινωνικής σύνθεσης του κοινού λόγω της ειδικής λογικής της κατασκευής του αντικειμένου της –του τρόπου δηλαδή με τον οποίο αντιλαμβάνεται τη χρήση και τη διάδοση των βιβλίων εστιάζοντας στη λογική της κατανάλωσης και όχι τόσο στη λογική της εμπειρίας– δεν επιτρέπει τη σύλληψη ειδικότερων διαφοροποιήσεων στο επίπεδο της αρχικής υποδοχής των βιβλίων και της περαιτέρω εξέλιξής της (λ.χ. τη σύλληψη του είδους των βιβλίων που έχουν μεγαλύτερη διάδοση, την κοινωνική εξέλιξη των αναγνωστικών απολαύσεων, την αλλαγή των «συνόρων» μεταξύ πρακτικών και γούστου κ.ά.), οι οποίες μπορούν να αποκτήσουν κοινωνιολογικό νόημα μόνο αν το κοινωνιολογικό βλέμμα επικεντρωθεί στα ενεργήματα της αναγνωστικής υποδοχής και τα αναλύσει βάσει των σχέσεών τους με την «ενικότητα» των βιβλίων. Μια τέτοια επικέντρωση όμως θα είχε ανάγκη τη συνδρομή άλλων γνωστικών κλάδων και άλλων μεθοδολογικών προσεγγίσεων –όπως αυτών της μικροκοινωνιολογίας, της σημειολογίας, της ψυχολογίας, της ψυχολογίας της αισθητικής– που θα μπορούσαν να προσδιορίσουν πληρέστερα τις μορφές εμπειρίας της υποδοχής των έργων. Ένας τέτοιος τρόπος εξέτασης της διάδοσης και της κατανάλωσης των βιβλίων θα ήταν απαραίτητος, καθώς –γνωρίζοντας γενικότερα ότι η πολιτισμική διάχυση συνδέεται τόσο με τα χαρακτηριστικά του κοινού, τα οποία καθορίζουν τις ικανότητές του και τις προσδοκίες του, όσο και με τα χαρακτηριστικά του διαχεόμενου έργου, αλλά και με τις συνθήκες της επικοινωνίας του κοινού με τα βιβλία– θα συνέβαλλε στον πληρέστερο προσδιορισμό των αρχών της αποτελεσματικότητας των δράσεων υπέρ της διάχυσης της ανάγνωσης.

Όπως έχουμε ήδη δει, η επιμήκυνση της ακαδημαϊκής φοίτησης και, ιδιαίτερα, η εντατικοποίηση της χρήσης της εκπαίδευσης ως μηχανισμού κοινωνικής αναπαραγωγής από τις κοινωνικές τάξεις οι οποίες ήδη την αξιοποιούσαν έντονα, εξηγούν την ανάπτυξη των πολιτισμικών πρακτικών και, συνεπώς, και της αναγνωστικής πρακτικής. Στην ίδια λογική, έχουμε ήδη δει πως στις νεανικές γενιές οι αναγνώστες αυξάνονται. Η συμβολή της αλλαγής της ζήτησης στην αλλαγή του «γούστου» της ανάγνωσης στις διάφορες κοινωνικές κατηγορίες παρατηρείται με διάφορους τρόπους, λ.χ. στο γεγονός ότι αύξηση της ζήτησης συμπίπτει με την αύξηση της ανάγνωσης ολιγοσέλιδων βιβλίων. Όπως επίσης είδαμε, η υψηλότερη ζήτηση καθορίζει μια μετάθεση της δομής του αναγνωστικού γούστου των διάφορων κοινωνικών κατηγοριών, δομή η οποία ασφαλώς είναι ιεραρχική: από τα πιο καινοτόμα βιβλία προς τα

λιγότερο καινοτόμα. Με άλλα λόγια, τα προσφερόμενα βιβλία τείνουν να χάσουν τη σχετική διακριτική τους αξία στο μέτρο που αυξάνεται ο αριθμός των καταναλωτών που τείνουν (και που είναι ικανοί) να τα οικειοποιηθούν και να τα καταναλώσουν. Όμως, για να προσδιορίσουμε, και κατ' επέκταση να επιχειρήσουμε να προβλέψουμε, τη δυναμική εξέλιξης του «αναγνωστικού γούστου» των διάφορων κοινωνικών ομάδων της ελληνικής κοινωνίας, θα πρέπει ταυτόχρονα να γνωρίζουμε και τη λογική της προσφοράς, δηλαδή τις συνθήκες δημιουργίας και παραγωγής του βιβλίου, αντικειμένου συμβολικού και οικονομικού, να γνωρίζουμε άρα τη δομή και τη δυναμική του πεδίου των εκδοτών όπως και των άλλων φορέων που παράγουν πολιτισμό. Κοντολογίς, για να κατανοήσουμε τι διαβάζουν και γιατί διαβάζουν ό,τι και όπως το διαβάζουν τα άτομα, θα πρέπει να γνωρίζουμε όχι μόνο τις διαθέσεις των αναγνωστών –τις οποίες διερευνήσαμε στο πλαίσιο της έρευνάς μας–, αλλά επίσης το είδος των προσφερόμενων βιβλίων στην ελληνική αγορά, κάτι το οποίο είναι προϊόν κοινωνικο-ιστορικών συνθηκών που μένει να διερευνηθούν.

Τέλος, δεν αρκούν οι γενικές κατεύθυνσης αρχές που προτείναμε, υπό μορφή σχεδίασματος, προς μια εκπαιδευτική πολιτική η οποία θα είχε ως στόχο να συμβάλει στον εκδημοκρατισμό των πολιτισμικών προϋποθέσεων για την ανάπτυξη της αναγνωστικής ικανότητας. Μόνο μια έρευνα με ειδικό αντικείμενό της τους κοινωνικούς, πολιτισμικούς και οικονομικούς όρους εφαρμογής μιας πολιτικής η οποία στο επίκεντρό της θα είχε το σχολείο και έναν αποτελεσματικό τρόπο λειτουργίας του, οργανικά συνδεδεμένο με τον κόσμο του βιβλίου και με όλο το σύστημα των ειδικών θεσμών που είναι απαραίτητοι για την κατανάλωση των βιβλίων –άρα και για την παραγωγή καταναλωτών και, ιδιαίτερα, για τη δημιουργία του αναγνωστικού γούστου ως διάθεσης και ως ικανότητας–, θα μπορούσε να αποσαφηνίσει τα ειδικά μέτρα για τον εκδημοκρατισμό της αναγνωστικής πρακτικής. Μια τέτοια έρευνα θα μπορούσε να έχει και σημαντικά πολιτικά αποτελέσματα καθώς, αν τα συμπεράσματά μας ισχύουν, η κοινωνική χρήση των αποτελεσμάτων της θα μπορούσε:

- α. Να θέσει το συγκεκριμένο πλαίσιο μιας ορθολογικής εκπαιδευτικής πολιτικής η οποία, πέρα από τον μοιρολατρικό επιστημονισμό, πέρα και από τον ερασιτεχνικό ουτοπισμό του βολонταρισμού, που συνήθως χαρακτηρίζουν ανάλογες πολιτικές πρωτοβουλίες, θα συμβάλει στον προσδιορισμό των προϋποθέσεων για την καθολική πρόσβαση στα βιβλία ως θεμελιώδους πολιτισμικού έργου και υπέρ της ουσιαστικής άσκησης των δικαιωμάτων του πολίτη.
- β. Να θέσει τους όρους αναγνώρισης της αναγκαιότητας μιας τέτοιας πολιτικής ακόμα και από τον σημερινό κυρίαρχο πολιτικο-οικονομικό, νεοφιλελεύθερης έμπνευσης, τρόπο θέασης του κόσμου, καθώς θα αποσαφηνιζόταν ότι, δεδομένης της ανόδου του συνολικού μορφωτικού επιπέδου, όπως προσδιορίζεται από τους τίτλους σπουδών και, κατά συνέπεια, της αύξηση όλων των συσχετιζόμενων με αυτό πρακτικών που αφορούν την ανάγνωση (επισκέψεις σε βιβλιοπωλεία, βιβλιοθήκες κ.λπ.), μια πολιτική οικονομικής επένδυσης στο εκπαιδευτικό σύστημα θα μπορούσε μακρο-μεσοπρόθεσμα, να είναι αποδοτική για το σύνολο της κοινωνίας, όχι μόνο συμβολικά και κοινωνικά, αλλά και οικονομικά.

Παράρτημα

Κοινωνικοοικονομική τάξη κατά ESOMAR

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΚΥΡΙΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΙΑ	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΚΥΡΙΟΥ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΙΑ				
	ΣΧΕΔΟΝ ΑΝΥΠΑΡΚΤΗ	ΚΑΤΩΤΕΡΗ	ΜΕΣΗ	ΑΝΩΤΕΡΗ	ΑΝΩΤΑΤΗ
ΑΥΤΟΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΙ					
ΑΓΡΟΤΗΣ (-50 ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ)	E	D	D	C2	C2
ΑΓΡΟΤΗΣ (50+ ΣΤΡΕΜΜΑΤΑ)	D	C2	C2	C1	C1
ΕΛΕΥΘ. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ (Χ. ΥΠ.)	D	C2	C2	C1	C1
ΕΛΕΥΘ. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ (1-2 ΥΠ.)	D	C2	C1	C1	C1
ΕΛΕΥΘ. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ (3-5 ΥΠ.)	C2	C2	C1	C1	A/B
ΕΛΕΥΘ. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ (6-10 ΥΠ.)	C2	C2	C1	C1	A/B
ΕΛΕΥΘ. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ (11-49 ΥΠ.)	-	C1	C1	A/B	A/B
ΕΛΕΥΘ. ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ (50+ ΥΠ.)	-	C1	A/B	A/B	A/B
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΕΣ / ΕΙΔΙΚΟΙ	-	-	-	-	A/B
ΑΡΝΗΣΗ / ΔΑ	E	D	D	C2	C1
ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ (ΕΡΓΑΣΙΑ ΓΡΑΦΕΙΟΥ)					
ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΕΣ / ΕΙΔΙΚΟΙ	-	-	-	-	A/B
ΓΕΝ. ΔΙΕΥΘΥΝΤΕΣ (-5 ΥΠ.)	-	C2	C1	C1	A/B
ΓΕΝ. ΔΙΕΥΘΥΝΤΕΣ (6 10 ΥΠ.)	-	C1	C1	A/B	A/B

ΓΕΝ. ΔΙΕΥΘΥΝΤΕΣ (11+ ΥΠ.)	-	C1	C1	A/B	A/B
ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΙ (-5 ΥΠ.)	-	C2	C2	C1	C1
ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΟΙ (6+ ΥΠ.)	-	C2	C2	C1	A/B
ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	D	D	C2	C2	C1
ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ (ΕΚΤΟΣ ΓΡΑΦΕΙΟΥ)	D	D	C2	C2	C1
ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ (ΧΕΙΡΩΝΑΚΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ)					
ΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟΙ	D	D	C2	C2	C1
ΑΝΕΙΔΙΚΕΥΤΟΙ	E	D	D	C2	C2
ΝΟΙΚΟΚΥΡΕΣ/ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΙΕΣ	E	D	D	C2	C1
ΦΟΙΤΗΤΕΣ/ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ	-	D	C2	C2	C1

Με την υποστήριξη του



Θεμιστοκλέους 73, 106 83 Αθήνα | **T** 210 3849100 | **E** info@osdel.gr | **W** osdel.gr