

CZYTELNICY

20

RAPORT
Z NAJWIĘKSZEGO
BADANIA CZYTELNIKÓW
W POLSCE



Serwis lubimyczytac.pl, Porozumienie Wydawców Książek – Związek Pracodawców oraz Stowarzyszenie Czytam i Słucham Legalnie prezentują wyniki największego badania internautów czytających książki.

Badanie „Czytelnicy 2.0” zostało przeprowadzone w dniach 24.09 – 14.10.2024 metodą CAWI (*Computer Assisted Web Interviewing*). Wzięło w nim udział **15 336** osób, które przesłały wypełnione anonimowe ankiety. Ankieta składała się z 30 pytań, niektóre z nich były wielokrotnego wyboru. Badanie udostępnione było na stronach i w kanałach social media organizatorów oraz partnerów.

Dziękujemy każdemu, kto znalazł czas na udział w naszym projekcie i rzetelnie odpowiedział na pytania.

Koordynatorem badania był **dr Paweł Kuczyński**, badacz i wykładowca Collegium Civitas w Warszawie.

Poniższa analiza jest komentarzem socjologicznym, który kierujemy przede wszystkim do czytelników książek oraz podmiotów, które tworzą branżę książki. Zebraliśmy opinie czytelników skoncentrowanych na praktykach i nawykach komunikacyjnych, lekturowych i zakupowych. Owe praktyki zmieniają się, tropem skoków technologicznych, ale są i takie, które zachowują swoją trwałość, jak rozmowy o książkach, które mogą toczyć się zarówno offline, jak i online. Przyjrzeliliśmy się czytelnikom naszych czasów. Zbadaliśmy czytelnicze przyzwyczajenia: jakie kategorie książek są najchętniej czytane, a jakie kupowane, pytamy o preferencje dotyczące formatów książek, badamy zachowania czytelników w sieci i poza nią. Spróbowaliśmy znaleźć odpowiedzi na różne nurtujące pytania, m.in.: czy cena książki ma znaczenie, czy i co czyta młodzież, czy rynek e-booków i audiobooków rośnie, gdzie szukamy informacji o książkach i czy wybieramy książkowe abonamenty? Zapytaliśmy również o przyszłość książek.

Spis treści:

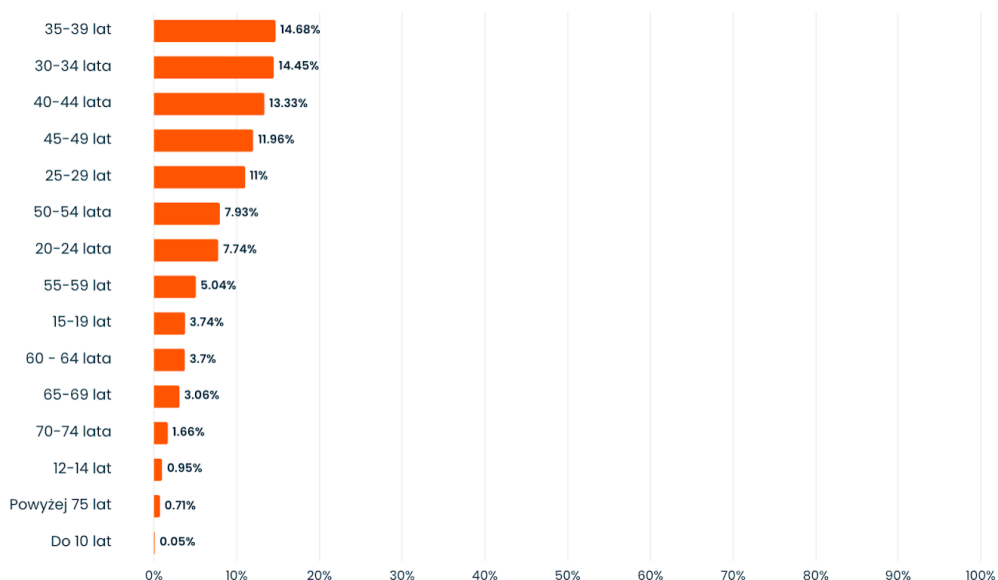
1. Czytelnika 2.0 spotkamy w internecie.....	4
2. Czytelnik 2.0 ceni społeczne rekomendacje książek.....	5
3. Czytelnik 2.0 czyta dla przyjemności i oderwania się od rzeczywistości.....	8
4. Czytelnik 2.0 czyta kryminały, literaturę piękną i fantasy.....	9
5. Czytelnik 2.0 intensywnie szuka w sieci informacji o książkach.....	12
7. Czytelnik 2.0 wydaje rocznie 300 zł na książki drukowane i do 600 zł na abonamenty.....	17
Podsumowanie.....	19

Oto obraz „Czytelnika 2.0”, który wyłania się z niniejszych badań...

1. Czytelnika 2.0 spotkamy w internecie

We wszystkich wcześniejszych badaniach, zrealizowanych w latach 2016–2022 z udziałem Lubimyczytać, w których łącznie zebraliśmy 62 265 ankiet, zdecydowanie przeważały kobiety. Ich udział w kolejnych projektach mieścił się w przedziale od 83 do 78%. Także w tegorocznym projekcie czytelniczki stanowiły zdecydowaną większość (77%). Warto odnotować, że w próbie znalazły się również osoby, które wybrały odpowiedź „inna identyfikacja płciowa” (150 ankiet). Rozkład wieku w tegorocznej próbie przypomina wyniki wspomnianych badań z lat 2016–2022. Najliczniejszą grupę stanowiły osoby z przedziału 30–39 lat (4476 ankiet). Skrajne wartości rozkładu wieku nie przekroczyły 1% dla najmłodszej grupy czytelniczej w wieku do 14 lat (153 ankiet) i dla najstarszej grupy powyżej 75. roku życia (109 ankiet).

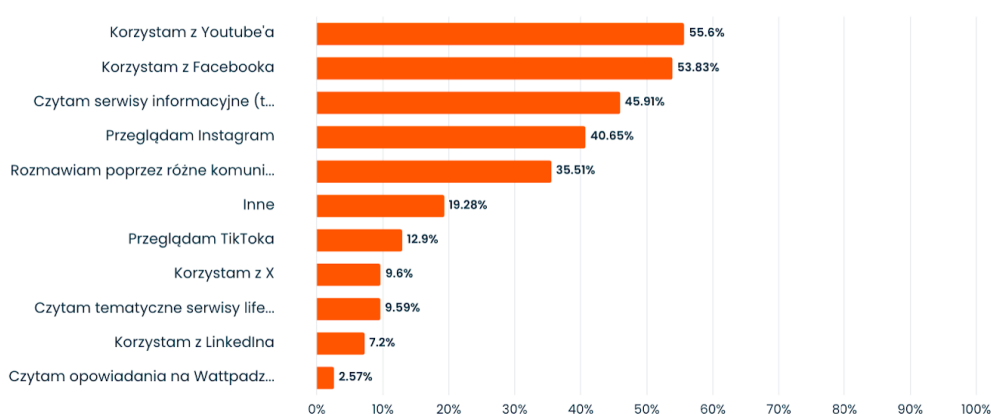
Zaznacz swój przedział wiekowy:



Jeśli idzie o miejsce zamieszkania, to najliczniej byli reprezentowani mieszkańcy miast powyżej połowy miliona mieszkańców (32%). Kolejna duża grupa w próbie (18,5%) mieszka na wsi. Dodajmy, że czytanie książek jest aktywnością przede wszystkim osób z wyższym wykształceniem. W próbie znalazło się ich 68,5%. Odnotowaliśmy wyraźny wzrost udziału tej grupy, która w poprzednich latach mieściła się w granicach od 51 do 56%.

Tu bez zaskoczeń. Ankietowani chętnie korzystają z serwisów społecznościowych – YouTube’a, Facebooka, Instagrama. Najmłodsza grupa ankietowanych wskazała TikToka. Wśród częstej odpowiedzi „Inne” (19,28%) badani najczęściej wskazywali ogólną odpowiedź „Zakupy”.

Co najczęściej robisz w internecie?

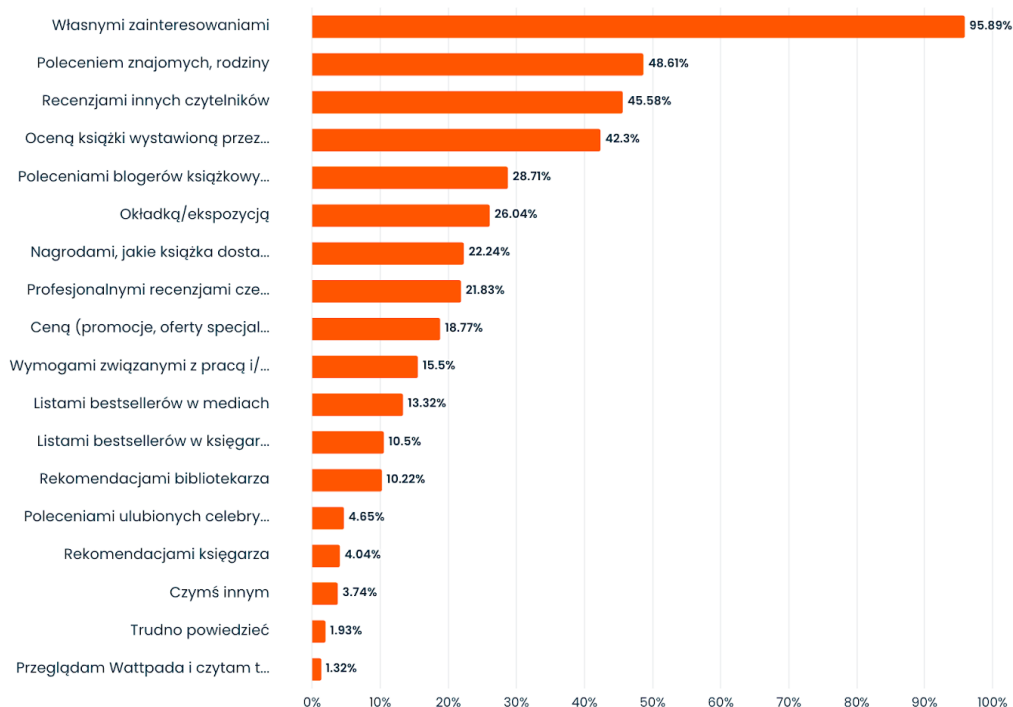


Pytanie: Co najczęściej robisz w internecie? [1. Korzystam z Youtube'a, 2. Korzystam z Facebooka, 3. Czytam serwisy informacyjne (typu: onet.pl, wp.pl, wyborcza.pl), 4. Przeglądam Instagram, 5. Rozmawiam poprzez różne komunikatory typu Discord / WhatsApp, 6. Inne, 7. Przeglądam TikToka, 8. Korzystam z X, 9. Czytam tematyczne serwisy lifestylowe, 10. Korzystam z LinkedIna, 11. Czytam opowiadania na Wappadzie.]

2. Czytelnik 2.0 ceni społeczne rekomendacje książek

Czym kierują się osoby czytające, wybierając książki? Poza oczywistym motywem, jakim są własne zainteresowania (96%), pojawiają się dwa wektory motywacji. Pierwszy, przeważający, to rekomendacje znajomych i rodziny (48,5%) oraz **recenzje i oceny innych czytelników (45,5% i 42,3%)**. Można powiedzieć, że czytanie książek jest „społecznościowe”. Wymiana informacji dokonuje się w kręgu miłośników książek; ten krąg wzmacnia się i buduje. Mowa więc o relacjach horyzontalnych.

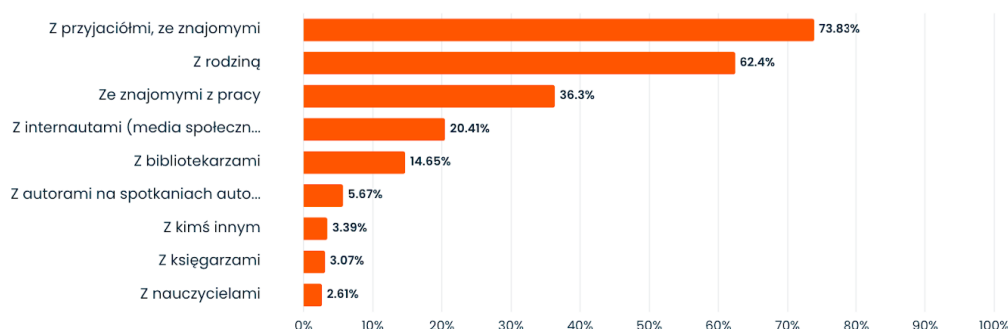
Czym się kierujesz, wybierając książki?



Pytanie: Czym się kierujesz, wybierając książki? [1. Własnymi zainteresowaniami, 2. Poleceniem znajomych, rodziny, 3. Recenzjami innych czytelników, 4. Oceną książki wystawioną przez czytelników, 5. Poleceniami blogerów książkowych, instagramerów, tiktokerów, 6. Okładką/ekspozycją, 7. Nagrodami, jakie książka dostała, 8. Profesjonalnymi recenzjami czerpanymi z mediów, 9. Ceną (promocje, oferty specjalne), 10. Wymogami związanymi z pracą i/lub nauką, 11. Listami bestsellerów w mediach, 12. Listami bestsellerów w księgarniach, 13. Rekomendacjami bibliotekarza, 14. Poleceniami ulubionych celebrytów w ich kanałach social media, 15. Rekomendacjami księgarza, 16. Czymś innym, 17. Trudno powiedzieć, 18. Przeoglądam Wappada i czytam to, co tam znajduję.]

Jest także drugi wektor. Są to relacje wertykalne. Biegają od opiniodawców do czytelników, kiedy influencerzy różnią się kompetencjami, tak jak różnią się blogerzy książkowi, instagramerzy i tiktokerzy. Ich rekomendacje mają spore znaczenie, skoro wskazuje na nie co czwarta osoba (28,5%). Bardzo blisko tej grupy wpływu wykorzystującej media społecznościowe należy usytuować opiniodawców profesjonalnych, tradycyjnie uznanych za wiodących, a więc recenzentów („Profesjonalnymi recenzjami czerpanymi z mediów” 21,8%), a także nagrody, które książka otrzymała w różnych konkursach (22,2%).

Z kim zdarza Ci się najczęściej rozmawiać o przeczytanej książce?



Pytanie: Z kim zdarza Ci się najczęściej rozmawiać o przeczytanej książce? [1. Z przyjaciółmi, ze znajomymi, 2. Z rodziną, 3. Ze znajomymi z pracy, 4. Z internautami (media społecznościowe, fora internetowe, portale internetowe, dyskusyjne kluby książki), 5. Z bibliotekarzami, 6. Z autorami na spotkaniach autorskich, 7. Z kimś innym, 8. Z księgarzami, 9. Z nauczycielami.]

Czynniki o charakterze rynkowym wpływające na wybór książki to przede wszystkim okładka, do której przywiązuje wagę co czwarta czytelniczka lub czytelnik (26%). **Na cenę książki zwraca uwagę co piąta osoba (19%).**

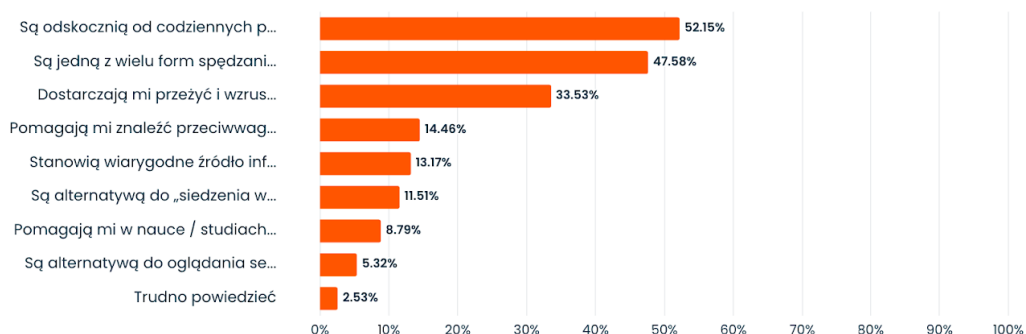
Odpowiedzi na kolejne pytanie: „Z kim zdarza Ci się najczęściej rozmawiać o przeczytanej książce?“, są budujące. Z perspektywy socjologicznej można mówić o wspólnocie wartości, którą wyróżnia zamiłowanie do czytania książek. Okazuje się kolejny raz, że dla tej społeczności równie ważne, co książki, są rozmowy o książkach. Z jednej strony chodzi o wymianę rzeczowych informacji, a z drugiej – dzielenie się przeżyciami wyniesionymi z lektury. Trzy na cztery osoby (74%) wskazały przyjaciół i znajomych jako stronę w takich rozmowach. O książkach rozmawia się często w gronie rodziny (62%), a kolejne „kręgi wtajemniczenia” to: znajomi z pracy (36%), anonimowi internauci (20,5%) i bibliotekarze (14,5%).

Kontakty bezpośrednie i rozmowy twarzą w twarz ustępują miejsca innym formom komunikacji dzięki czatom, SMS-om, mailom czy wiadomościom przesyłanym w formie audio lub video. Książki prowadzą do rozmów, tak offline, jak i online, które wymagają namysłu, pogłębionego kontaktu. Emocje towarzyszące rozmowom o książkach są do pewnego stopnia odbiciem emocji, które decydują o zaangażowaniu w czytanie. **A więc lektura książek zasila energią rozmów, a ta z kolei kieruje nas ku książkom.**

3. Czytelnik 2.0 czyta dla przyjemności i oderwania się od rzeczywistości

W czasach niepokoju, a trudno inaczej nazwać nasze czasy, książka ofiarowuje azyl. Wyniki naszego badania to potwierdzają, skoro co druga osoba wskazuje odpowiedź, że książki „są odskocznia od codziennych problemów” (52%). Równie często wybierana jest opinia, że „są jedną z form spędzania czasu” (47,5%), co pozwala wierzyć, że rozrywka internetowa nie jest jedyną. Co dziesiąta osoba wskazała czytanie książek jako alternatywę do innych form spędzania czasu: „siedzenia w internecie” (11.5%) i oglądania seriali (5%). Generalnie książki zaspokajają bardzo różne potrzeby: od przeżyć i wzruszeń (33.5%) po informacje o świecie (13%).

Które z poniższych stwierdzeń najlepiej oddaje miejsce i rolę książek w Twoim życiu w czasach pandemii, wojny w Ukrainie, czy innych niepokojów społecznych?



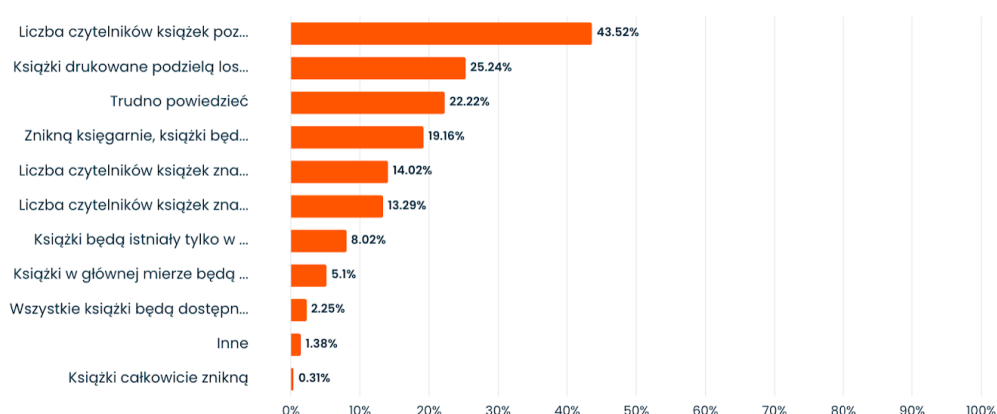
Pytanie: Które z poniższych stwierdzeń najlepiej oddaje miejsce i rolę książek w Twoim życiu w czasach pandemii, wojny w Ukrainie, czy innych niepokojów społecznych? [1. Są odskocznia od codziennych problemów, 2. Są jedną z wielu form spędzania czasu, 3. Dostarczają mi przeżyć i wzruszeń, 4. Pomagają mi znaleźć przeciwwagę w niepokoju, 5. Stanowią wiarygodne źródło informacji pomocnych w zrozumieniu tego, co się dzieje na świecie, 6. Są alternatywą do „siedzenia w internecie”, 7. Pomagają mi w nauce / studiach / samokształceniu, 8. Są alternatywą do oglądania seriali, 9. Trudno powiedzieć.]

Przedmiotem naszego zainteresowania badawczego była i jest zbiorowość, którą bez wahania nazywamy społecznością. Cechuje ją pewien spójny system wartości, co najlepiej wyraża jedna ze spontanicznych wypowiedzi: „Książki zawsze będą dla niektórych ludzi NAJLEPSZYM PRZYJACIELEM I NIGDY nie nadejdzie czas bez książek, księgarń czy bibliotek”.

W odpowiedzi na skategoryzowane pytanie: „Które z poniższych stwierdzeń najlepiej oddaje przyszłość książek”, uczestniczki i uczestnicy sondażu przejawiali umiarkowany optymizm i najczęściej wybierali odpowiedź „Liczba czytelników książek pozostanie mniej więcej taka sama”

(43,5%). Z drugiej strony stosunkowo często (25%) zgadzali się z opinią, że „książki drukowane podzielą los czarnej płyty winylowej, czyli będą drogie i będą je czytać tylko koneserzy”. Aż 19% uważa, że księgarnie znikną, a książki będziemy kupować tylko przez internet.

Które z poniższych stwierdzeń najlepiej oddaje przyszłość książek?

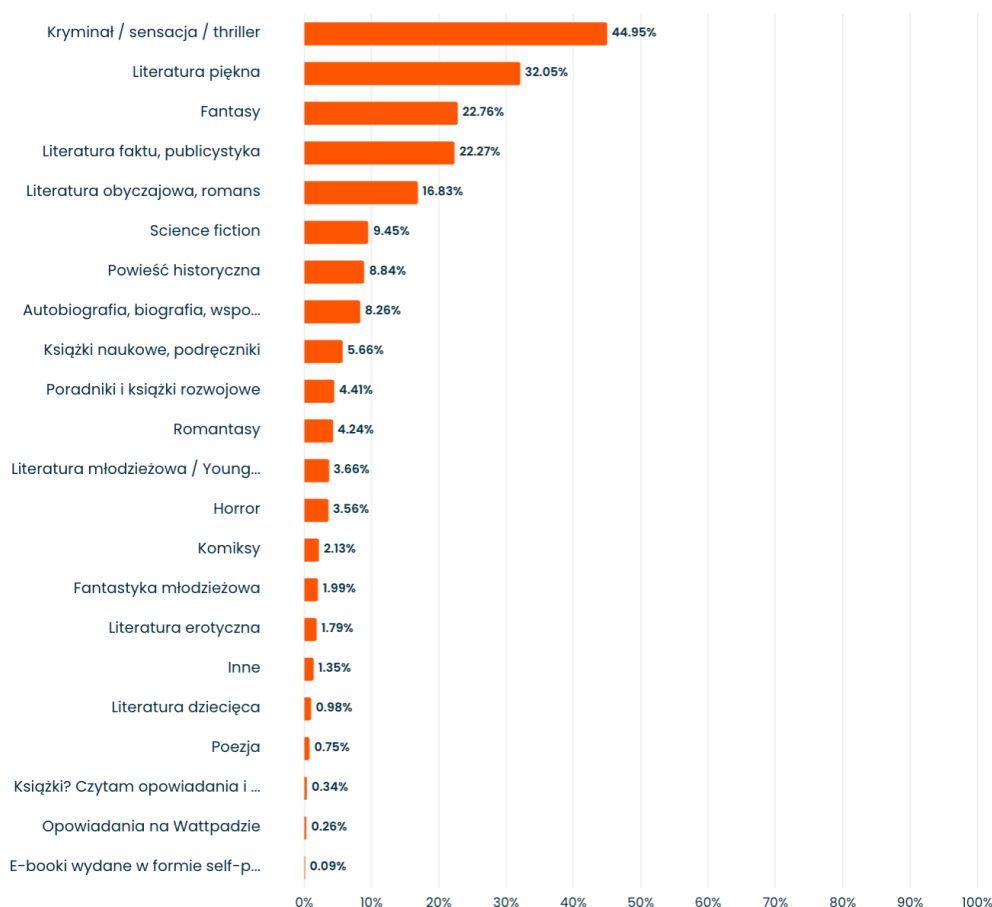


Pytanie: Które z poniższych stwierdzeń najlepiej oddaje przyszłość książek? [1. Liczba czytelników książek pozostanie mniej więcej taka sama, 2. Książki drukowane podzielą los czarnej płyty winylowej, czyli będą drogie i będą je czytać tylko koneserzy, 3. Trudno powiedzieć, 4. Znikną księgarnie, książki będziemy kupować wyłącznie przez internet, 5. Liczba czytelników książek znacząco się zmniejszy, 6. Liczba czytelników książek znacząco się zwiększy, 7. Książki będą istniały tylko w wersji cyfrowej, będziemy je czytać i słuchać w abonamencie, 8. Książki w głównej mierze będą generowane przez sztuczną inteligencję, 9. Wszystkie książki będą dostępne za darmo w internecie, 10. Inne, 11. Książki całkowicie znikną.]

4. Czytelnik 2.0 czyta kryminały, literaturę piękną i fantasy

Niewątpliwym liderem wśród różnych gatunków książek jest kryminał i sensacja. Blisko co druga osoba wymienia tę kategorię książek (45%). Trudno się dziwić, bo w kryminałach i sensacji znajdujemy zarówno emocje, jak i pole dociekań. To wystarczy, aby je pochłaniać w każdych warunkach, nie zważając na tłok w autobusie. Książki kryminalne i sensacyjne mogą nam towarzyszyć wszędzie, podobnie jak odtwarzane na smartfonach seriale, w których znajdujemy fascynację złem, swoistą grę z własnymi lękami i, oczywiście, adrenalinę.

Które kategorie książek czytasz?



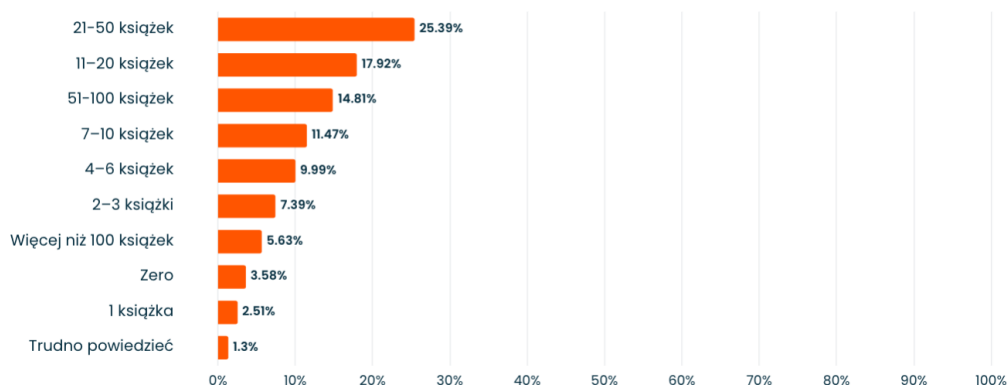
Pytanie: Które kategorie książek czytasz? [1. Kryminał / sensacja / thriller, 2. Literatura piękna, 3. Fantasy, 4. Literatura faktu, publicystyka, 5. Literatura obyczajowa, romans, 6. Science fiction, 7. Powieść historyczna, 8. Autobiografia, biografia, wspomnienia, 9. Książki naukowe, podręczniki, 10. Poradniki i książki rozwojowe, 11. Romantasy, 12. Literatura młodzieżowa / Young adult, 13. Horror, 14. Komiksy, 15. Fantastyka młodzieżowa, 16. Literatura erotyczna, 17. Inne, 18. Literatura dziecięca, 19. Poezja, 20. Książki? Czytam opowiadania i historie, 21. Opowiadania na Wattpadzie, 22. E-booki wydane w formie self-published przez influencerów, youtuberów i blogerów.]

W tym kontekście może cieszyć poczytność literatury pięknej (32%), choć nie wiemy, jak rozumieją ten gatunek miłośnicy książek. Warto wyróżnić jeszcze trzy kategorie, wskazywane stosunkowo często: fantasy (23%), literaturę faktu (22%) i literaturę obyczajową (17%).

Jeśli idzie o intensywność czytania, wyrażoną liczbą **książek drukowanych** przeczytanych w ciągu ostatnich 12 miesięcy, to można powiedzieć, że najczęściej mamy do czynienia z osobami, które czytają od 21 do 50 książek rocznie (25,5%). Inaczej mówiąc: co czwarta osoba, średnio rzecz biorąc, czytała jedną książkę na tydzień. Powyżej tej granicy, a więc od 51 książek wzwyż,

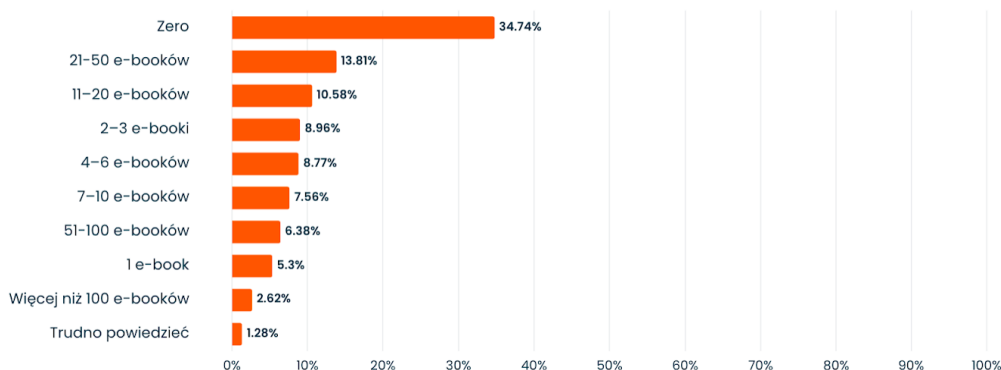
odnajdujemy niemal równie liczną grupę czytelniczek i czytelników, których nazwiemy „intensywnymi” (20%).

Podaj liczbę książek drukowanych przeczytanych w przeciągu ostatnich 12 miesięcy.



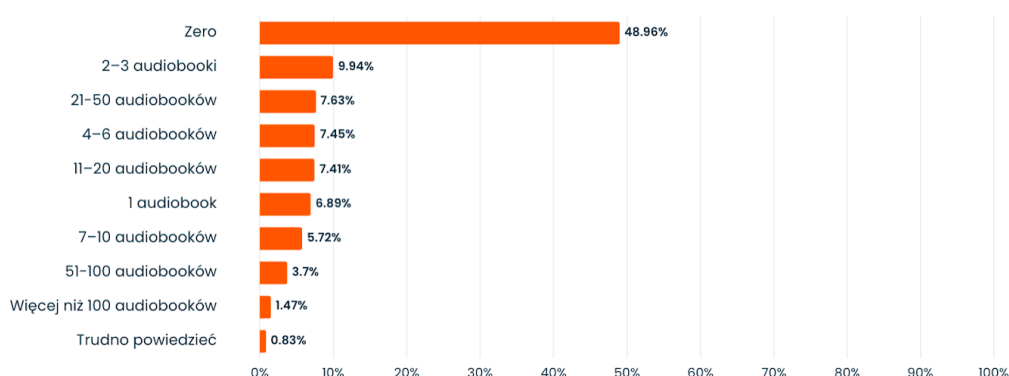
A jak wygląda intensywność czytania/słuchania e-booków i audiobooków w ciągu ostatnich 12 miesięcy na tle książek drukowanych? **E-booki** nie są równie popularne jak te tradycyjne książki, skoro co trzecia osoba z nich nie korzystała (34,5%). Warto jednak odnotować, że również jedna trzecia całej próby przeczytała więcej niż 10 tytułów w tej formie (33,5%). Modalna wartość to przedział 21–50 e-booków rocznie (14%). Co ciekawe, ten sam wynik – w sensie nawyku czytania jednej książki tygodniowo – odnotowaliśmy dla książek drukowanych, czytanych wszakże przez większą grupę (25,5%). Można sformułować ostrożny wniosek na temat podobnego poziomu „uzależnienia od czytania” bez względu na rodzaj książki. A zatem choć mniej osób korzysta z e-booków niż z książek drukowanych, to w wypadku jednych i drugich decyduje nawyk czy też potrzeba regularnego czytania, niezależnie od tego, co jest nośnikiem tekstu.

Podaj liczbę e-booków przeczytanych w przeciągu ostatnich 12 miesięcy.



Czytanie książek elektronicznych nie tylko nie wyklucza się z czytaniem książek drukowanych, ale je uzupełnia i to zwłaszcza w wypadku osób czytających dużo tytułów. **Analiza krzyżowa wykazała, że wzrostowi liczby przeczytanych książek drukowanych, od pewnego progu towarzyszy względnie stała liczba od 21 do 50 e-booków przeczytanych w ciągu roku.** Taka sytuacja ma miejsce począwszy od wyróżnionej przez nas modalnej grupy, czytającej 21–50 takich książek rocznie, poprzez grupę czytającą od 51 do 100 książek, aż do grupy czytającej więcej niż 100 książek.

Podaj liczbę wysłuchanych audiobooków w przeciągu ostatnich 12 miesięcy.



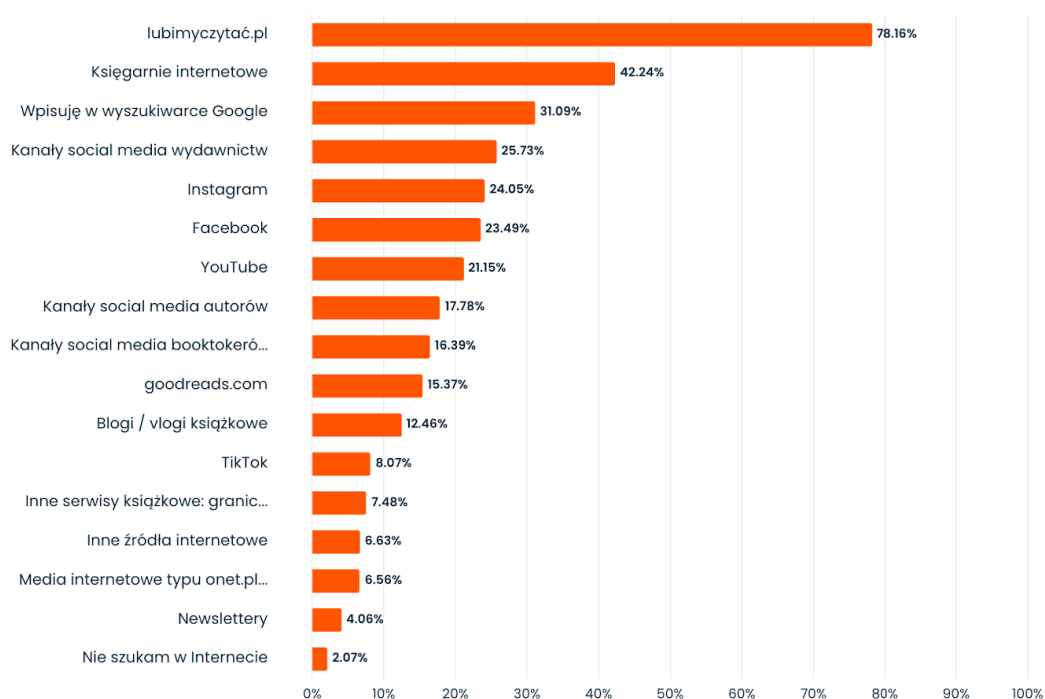
Praktyki audiobookowe wyglądają inaczej niż e-bookowe. Przede wszystkim **audiobooki** są mniej popularne w środowisku czytelniczek i czytelników książek. Co druga osoba nie korzystała w ogóle z audiobooków (49%). Użytkowanie audiobooków jest też mniej intensywne w porównaniu do konsumpcji książek do czytania. Co czwarta osoba (26%) w całej próbie przyznaje się, że wysłuchała od 1 do 6 audiobooków w ciągu roku. Co ważne, stosunkowo liczna grupa (26% w całej próbie) deklaruje słuchanie co najmniej 7 audiobooków. Jest to środowisko, które warto rozpoznać, bowiem wiemy o nim niewiele w porównaniu do znajomości czytelników książek drukowanych i e-booków.

5. Czytelnik 2.0 intensywnie szuka w sieci informacji o książkach

Znalezienie dobrej książki wymaga pewnego wysiłku i rozmowy z innymi miłośnikami książek, choć co ważne, to nie wszystko. Z pomocą przychodzi internet, a więc wyspecjalizowane witryny skierowane do czytelników. Najczęściej wymieniana strona to lubimyczytac.pl (75%), co potwierdza

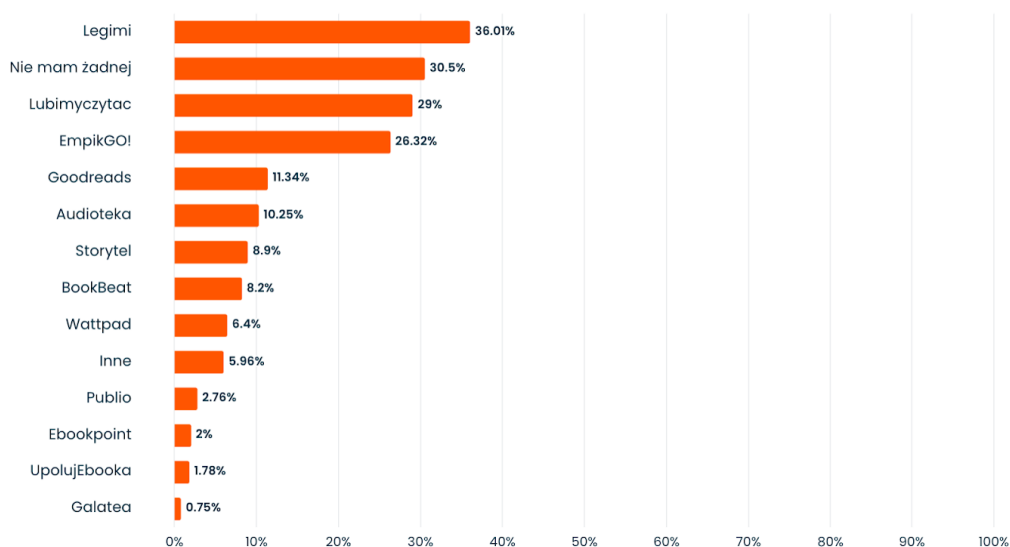
silną pozycję serwisu, który jest organizatorem tego badania i może efektywnie docierać bezpośrednio do swoich milionów użytkowników. Drugie miejsce przypada księgarniom internetowym (42%). Na dalszych pozycjach w tym rankingu jest kilka kanałów o zbliżonej popularności, z których korzysta co czwarty lub co piąty użytkownik sieci szukający informacji o książkach, w czym pomaga Google (31%). Są to: kanały social mediów wydawców (25,5%), Instagram (24%), Facebook (23,5%). Do pozycji Youtube'a (21%) zbliżają się kanały social media autorów (18%) i booktokerów, booktuberów i celebrytów (16,5%).

Gdzie w Internecie szukasz informacji o książkach?



Pytanie: Gdzie w Internecie szukasz informacji o książkach? [1. lubimyczytać.pl, 2. Księgarnie internetowe, 3. Wpisuję w wyszukiwarce Google, 4. Kanały social media wydawców, 5. Instagram, 6. Facebook, 7. YouTube, 8. Kanały social media autorów, 9. Kanały social media booktokerów, booktuberów, celebrytów, 10. goodreads.com, 11. Blogi / vlogi książkowe, 12. TikTok, 13. Inne serwisy książkowe: granice.pl, biblionetka.pl, 14. Inne źródła internetowe, 15. Media internetowe typu onet.pl, wp.pl, interia.pl, 16. Newslettery, 17. Nie szukam w Internecie.]

Które książkowe aplikacje masz zainstalowane w swoim telefonie?

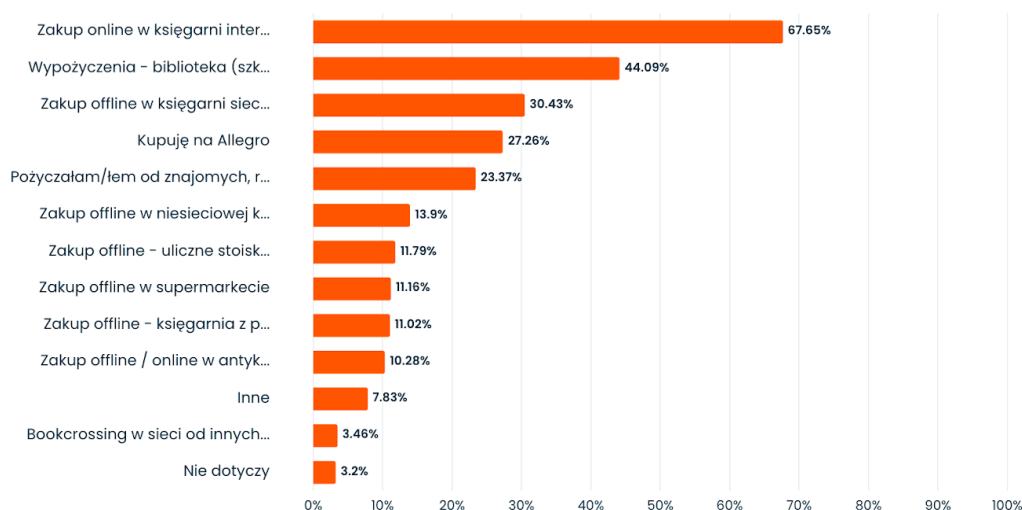


Co trzecia osoba nie ma w swoim smartfonie żadnej aplikacji książkowej (30,5%). Pozostali, a więc większość, najczęściej wskazali Legimi (36%), Lubimyczytać (29%) i EmpikGO (26.5%).

6. Czytelnik 2.0 kupuje książki online i czyta w abonamencie

Nowe technologie sprzyjają wygodzie i nie musimy odwiedzać ani sklepów, ani bibliotek, skoro książki mają formę cyfrową. Choć brzmi to banalnie, to łatwość pozyskiwania poszukiwanych tytułów zmieniła nasze nawyki jako czytelników. Proces ten nie zaszedł jednak na tyle daleko, aby księgarnie stacjonarne straciły rację bytu, choć nie są już one najważniejszym miejscem ich kupowania. Najbardziej klasyczna forma zakupów **książek drukowanych**, dokonywana w stacjonarnych księgarniach sieciowych (30,5%), jest wskazywana dwukrotnie rzadziej niż zakupy online w wygodnych księgarniach internetowych (67,5%), przy czym istotnym kanałem zakupów online jest także Allegro (27,5%). Nie jest to dobra wiadomość dla małych księgarń stacjonarnych, nazywanych „niezależnymi”, z których skorzystało jednak 14% czytelniczek i czytelników. Mniej więcej co dziesiąta osoba kupowała offline książki drukowane na targach i na straganach (12%), w supermarketach (11%), w dyskontach (11%) i w antykwariatach (10%).

Z jakiego źródła pozyskujesz książki drukowane? Uwzględnij ostatnie 12 miesięcy.



Pytanie: Z jakiego źródła pozyskujesz książki drukowane? Uwzględnij ostatnie 12 miesięcy. [1. Zakup online w księgarni internetowej (np. Empik.com, TaniaKsiążka.pl, ŚwiatKsiążki.pl), 2. Wypożyczenia – biblioteka (szkolna, publiczna, naukowa, akademicka), 3. Zakup offline w księgarni sieciowej stacjonarnej (np. Empik, Świat Książki), 4. Kupuję na Allegro, 5. Pożyczałam/łem od znajomych, rodziny, 6. Zakup offline w niesieciowej księgarni (tzw. księgarnie niezależne), 7. Zakup offline – uliczne stoiska z książkami, kiermasz książkowy, targi książki, 8. Zakup offline w supermarkecie, 9. Zakup offline – księgarnia z przecenionymi nowymi książkami (dyskont książkowy), 10. Zakup offline / online w antykwariacie, 11. Inne, 12. Bookcrossing w sieci od innych internautów, 13. Nie dotyczy.]

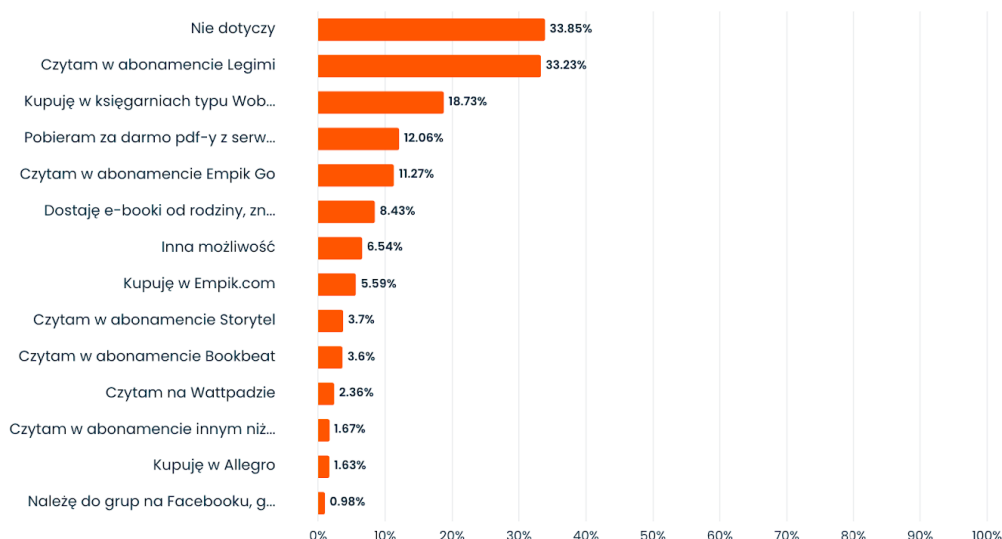
Co ważne, pożyczanie książek ma się dobrze. Blisko połowa czytelniczek i czytelników korzysta z bibliotek (44%). Nadal kontakty rodzinne i towarzyskie dobrze służą pożyczaniu książek (23,5%), co potwierdza ważną obserwację, że czytanie wzmacnia i buduje społeczne więzi.

Dostęp do **e-booków** wygląda inaczej. Najchętniej wskazywany był abonament Legimi (33%). Czytanie w abonamencie było najczęściej wskazywaną odpowiedzią, w sumie aż 53,5% osób czytających e-booki wskazało abonamenty z różnych platform abonamentowych.

Zakupy e-booków dokonywane są głównie w księgarniach typu Woblink.pl, Virtualo.pl, Publio.pl (18,5%), ale wciąż **książki elektroniczne są pobierane za darmo z serwisów typu chomikuj.pl i różnych torrentów (12%).** W stosunku do badań z lat minionych nastąpił spadek piractwa książek z 25% do 12%. Nawet jeżeli założymy, że odpowiedź „Dostaję e-booki od rodziny, znajomych” zawiera w sobie pewną część nielegalnych treści (8,43%), to i tak spadek jest **zauważalny**. W gronie rodziny lub znajomych blisko co dziesiąta osoba (8,5%) dzieli się tytułami

elektronicznymi, ale w stosunku do minionych badań straciły na znaczeniu grupy na Facebooku, gdzie userzy dzielą się plikami (1%; wg badań z 2022 roku – 5%).

Z jakiego źródła pozyskujesz e-booki? Uwzględnij ostatnie 12 miesięcy.



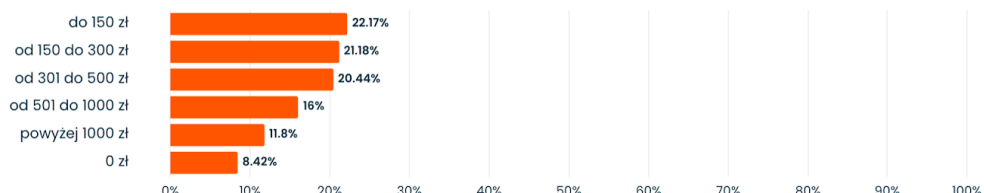
Pytanie: Z jakiego źródła pozyskujesz e-booki? Uwzględnij ostatnie 12 miesięcy. [1. Nie dotyczy, 2. Czytam w abonamencie Legimi, 3. Kupuję w księgarniach typu Woblink.pl / Virtualo.pl / Publio.pl, 4. Pobieram za darmo pdf-y z serwisów typu chomikuj.pl i różnych torrentów, 5. Czytam w abonamencie Empik Go, 6. Dostaję e-booki od rodziny, znajomych, 7. Inna możliwość, 8. Kupuję w Empik.com, 9. Czytam w abonamencie Storytel, 10. Czytam w abonamencie Bookbeat, 11. Czytam na Wappadzie, 12. Czytam w abonamencie innym niż powyższe, 13. Kupuję w Allegro, 14. Należę do grup na Facebooku, gdzie internauci za darmo dzielą się e-bookami.]

Audiobooki, podobnie jak e-booki, najczęściej pozyskiwane są w ramach abonamentu. Najwięcej wskazań przypadło na Legimi (21%), EmpikGO (12%), Storytel (7,5%), Bookbeat (7,5%) i Audiotekę (7,5%). Zakupy audiobooków są znacznie rzadsze niż e-booków, a blisko 7% przyznaje się do innych źródeł, jak biblioteki czy Youtube.

O 4 punkty procentowe większa okazała się grupa, dla której cena audiobooka miała decydujące znaczenie, w porównaniu do grupy kierującej się ceną abonamentu.

7. Czytelnik 2.0 wydaje rocznie 300 zł na książki drukowane i do 600 zł na abonamenty

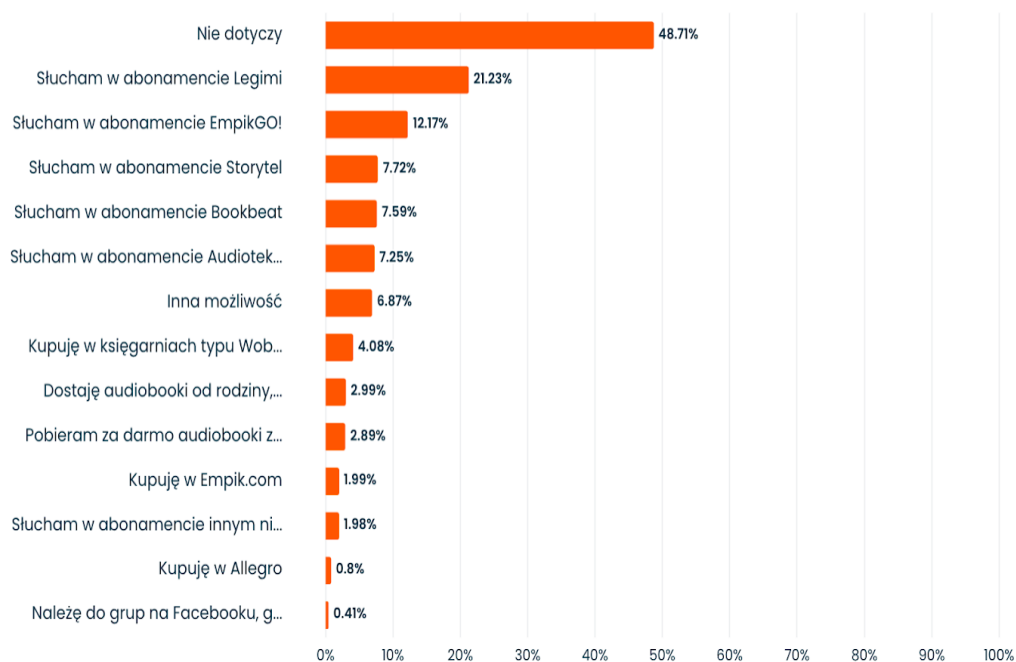
Oszacuj, ile wydajesz na zakup drukowanych książek (innych niż podręczniki). Uwzględnij ostatnie 12 miesięcy.



W końcowej części tego krótkiego raportu nie sposób pominąć budżetów przeznaczonych na czytanie. Inflacja nas nie opuściła na dobre, więc tym ważniejsze jest pytanie: jak dużo wydajemy na książki drukowane, e-booki i audiobooki?

Najwięcej wydajemy na **książki drukowane**, ale struktura tych wydatków w społeczności czytelniczej jest mocno zróżnicowana. Mniej więcej połowa czytelniczek i czytelników (43%) wydała na ten cel w ciągu ostatnich 12 miesięcy do 300 zł. Druga grupa, nieco większa (48%), przekroczyła ten próg rocznych wydatków, czasami bardzo wyraźnie. Od 500 do 1000 zł wydało 16%, a powyżej 1000 zł – 12%, czyli 1837 osób w próbie.

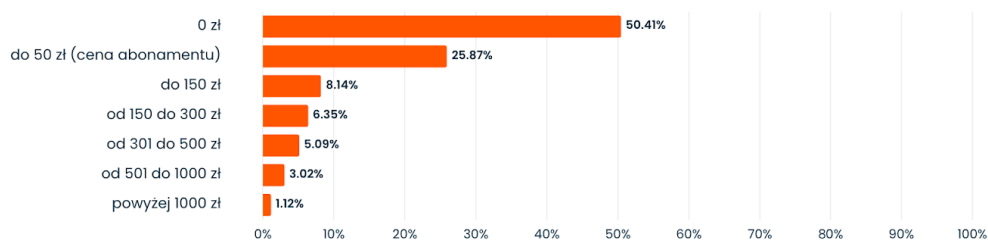
Z jakiego źródła pozyskujesz audiobooki? Uwzględnij ostatnie 12 miesięcy.



Pytanie 1: Z jakiego źródła pozyskujesz audiobooki? Uwzględnij ostatnie 12 miesięcy. [1. Nie dotyczy, 2. Słucham w abonamencie Legimi, 3. Słucham w abonamencie EmpikGO!, 4. Słucham w abonamencie Storytel, 5. Słucham w abonamencie Bookbeat, 6. Słucham w abonamencie Audioteki, 7. Inna możliwość, 8. Kupuję w księgarniach typu Woblink / Virtualo / Publio, 9. Dostaję audiobooki od rodziny, znajomych, 10. Pobieram za darmo audiobooki z serwisów typu chomikuj.pl i różnych torrentów, 11. Kupuję w Empik.com, 12. Słucham w abonamencie innym niż powyższe, 13. Kupuję w Allegro, 14. Należę do grup na Facebooku, gdzie internauci za darmo dzielą się audiobookami.]

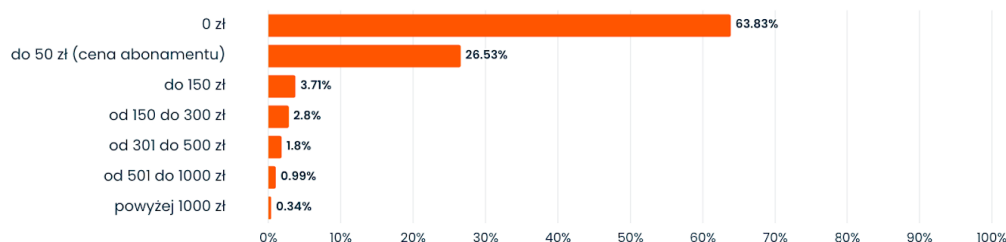
Środki przeznaczone na **e-booki** wyglądają skromniej. Najczęściej mieliśmy do czynienia z abonamentem w wysokości do 50 zł miesięcznie, który wskazała co czwarta osoba (26%). Również co czwarta osoba (24%) była skłonna kupować audiobooki, przeznaczając na ten cel bardzo różne sumy, nawet powyżej 1000 zł (174 osoby).

Oszacuj, ile wydajesz na zakup e-booków (innych niż podręczniki). Uwzględnij ostatnie 12 miesięcy.



W przypadku **audiobooków** zdecydowana większość (4114 osób) zadeklarowała, że w ramach abonamentu ponosili oni opłatę w wysokości do 50 zł miesięcznie, co w przeliczeniu na pełny rok daje około 600 zł. Kupowanie audiobooków, do którego przyznało się blisko 1500 osób, oznaczało najczęściej wydatek do 150 zł rocznie, przy czym 206 osób wydało na ten cel powyżej 500 zł.

Oszacuj, ile wydajesz na zakup audiobooków (innych niż podręczniki). Uwzględnij ostatnie 12 miesięcy.



Podsumowanie

Czytelnicy 2.0 to świadomi użytkownicy nowych technologii, którzy książki drukowane kupują online, chętnie korzystają z abonamentów na książki elektroniczne, książkowych inspiracji szukają w serwisie Lubimyczytać, serwisach społecznościowych oraz korzystają z aplikacji mobilnych. Jeżeli ktoś dokładnie przejrzy badania czytających internautów ze wszystkich edycji naszych badań (wyniki z minionych lat dostępne są bezpłatnie na stronie: <https://lubimyczytac.pl/badania-czytelnikow>), zauważy, jak zmieniają się czytelnicze trendy, kategorie wybieranych książek czy zachowania w sieci, które nagle się pojawiają (jak np. czytanie opowiadań na Wattpadzie czy wyszukiwanie treści na TikToku). Uważam, że to jedno z najważniejszych badań czytających Polaków, bo pokazuje kierunki zmian, które następują w czytelniczym świecie. To bardzo ważne, że możemy je wspólnie z Czytelnikami i Partnerami realizować. Dziękuję.

Izabela Sadowska, prezeska Lubimyczytać

Badania Biblioteki Narodowej i CBOS, realizowane na ogólnopolskich próbach reprezentatywnych, przyciągają uwagę komentatorów m.in. dlatego, że zwracają uwagę na problem nieczytelników książek. Nasze badania, prowadzone od 8 lat, tym tematem się nie zajmują. Nie mają przy tym swojego odpowiednika w Polsce, bowiem dostarczają wiedzy na temat sieciowego środowiska

czytelników książek. Mogą mieć trudną do przecenienia wartość dla tych polityk służących promowaniu czytania, które zechcą się odwołać do wzorotwórczej i więziotwórczej roli środowiska czytelników sieciowych. Czytelniczki i czytelnicy sieciowi to grupa, która wyznacza trendy, jeśli idzie o czytanie książek i słuchanie audiobooków. Co najważniejsze: tworzą oni wzorce dla dominującej kultury czasu wolnego, czyli dla tych, którzy szukają alternatywy dla rozrywki telewizyjnej, internetowej, gier lub seriali.

Dr Paweł Kuczyński

Opracowanie: dr Paweł Kuczyński

Redakcja: Izabela Sadowska

Kontakt w sprawie badań: admin@lubimyczytac.pl

Wyniki badań dostępne są bezpłatnie na stronie: <https://lubimyczytac.pl/badania-czytelnikow>

Listopad 2024

