

Zygmunt Gostkowski

Z badań nad społecznymi mechanizmami upowszechniania się czytelnictwa pism społeczno-kulturalnych

Przegląd Socjologiczny Sociological Review 18, 40-59

1964

Artykuł został zdigitalizowany i opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

ZYGMUNT GOSTKOWSKI — ŁÓDŹ

Z BADAŃ NAD SPOŁECZNYMI MECHANIZMAMI UPOWSZECHNIANIA SIĘ CZYTELNICTWA PISM SPOŁECZNO-KULTURALNYCH

Treść: Informacje o organizacji i technice badań. — Aktywni czytelnicy-nabywcy pism a czytelnicy wtórni: dwa kręgi czytelnicze. — Drogi rozpowszechniania się czytelnictwa 4 tygodników.

INFORMACJE O ORGANIZACJI I TECHNICIE BADAŃ

Artykuł niniejszy stanowi rozdział obszernego opracowania części wyników badań nad czytelnictwem czterech tygodników: „Przeglądu Kulturalnego”, „Nowej Kultury”, „Życia Literackiego” i „Polityki”. Badania te prowadzone były przez Ośrodek Badań Prasoznawczych RSW „Prasa” w Krakowie. Objęły one szereg miast i województw — i miały miejsce w roku 1961.

Przedstawiony tutaj fragment oparty jest na ankiecie czytelniczej przeprowadzonej w Warszawie, Lublinie i dwóch miastach powiatowych w południowej części województwa poznańskiego. Kwestionariusze ankiety rozprowadzono w środkowym tygodniu października 1961 roku między czytelnikami wraz z numerami pism nabywanymi w kioskach i dostarczonymi do instytucji prenumerujących. Ankietę poprzedzono odpowiednim apelem w trzech badanych pismach (z wyjątkiem „Nowej Kultury”). Czytelnicy proszeni byli o wypełnienie kwestionariuszy i odesłanie w opłaconej kopercie. Ankietą objęto czytelników, którzy we wspomnianym tygodniu przewinęli się przez wylosowane kioski w Warszawie i Lublinie i wszystkie kioski w miastach powiatowych. Również instytucje, do których wysłano wraz z pismami ankietę, wylosowano z ogółu prenumerujących instytucji w Warszawie, Lublinie i „powiecie”. Na terenie instytucji samorzutny zwrot ankiet był znikomy; niemal cały materiał zebrali

* Artykuł ten stanowi fragment obszerniejszej pracy pt. *Socjologiczne problemy czytelnictwa pism społeczno-kulturalnych*, oddanej do druku przez Ośrodek Badań Prasoznawczych Wydawnictwu Literackiemu w Krakowie.

monitujący ankieterzy, którzy poszli śladem wysłanej ankiety i znaleźli czytelników pism, prosząc ich o wypełnienie kwestionariuszy.

W próbach kioskowych samorzutnie odesłano około $\frac{1}{4}$ przeprowadzonych ankiet. Do reszty czytelników-nabywców pism udali się ankieterzy przypominając o ankiecie i prosząc o jej wypełnienie i oddanie (adresy nabywców kioskowych uzyskali kioskarze w momencie sprzedaży pisma). W ten sposób ankietę „samozwrotną” uzupełniono o tych, którzy z różnych względów na nią nie odpowiedzieli, a więc uzyskany materiał jest w znacznym stopniu reprezentatywny¹.

Tym sposobem uchwycono ogółem w trzech badanych środowiskach 1019 osób, wśród których znajdowali się w różnych proporcjach czytelnicy 4 pism (często 1 osoba była czytelnikiem 2 i więcej pism).

AKTYWNI CZYTELNICY-NABYWCY PISM A CZYTELNICY WTÓRNI: DWA KRĘGI CZYTELNICZE

Czytelnikami najbardziej rzucającymi się w oczy i najłatwiejszymi do objęcia ankietą są ci, którzy zjawiają się najregularniej przed kioskami i kupują pisma. Są to czytelnicy najbardziej aktywni, o wyraźnie skryształizowanych i samodzielnych zainteresowaniach i preferencjach. Jednakże, jak wiadomo, istnieje jeszcze drugi krąg czytelników nie mniej chyba liczny, a całkowicie nieznanymi i najtrudniej dostępnymi dla badania. Są to czytelnicy „domowi”, a więc ci, którzy najczęściej korzystają z numeru nabytego i przyniesionego przez członka rodziny czy domostwa (np. sąsiada). To wtórne czytelnictwo nasuwa cały zespół problemów socjologicznych *stricto sensu*, a więc problemów związanych z układem stosunków międzyludzkich w małych grupach społecznych. Rozważymy tutaj niektóre z nich.

Oddziaływanie pisma na czytelnika nieodłącznie wiąże się i współwystępuje ze specyficzną drogą, jaką pismo do czytelnika tego dociera. Należałoby podkreślić, że nie chodzi tu o stosunek sprawczy: nie należy zakładać, że to właśnie sam sposób uzyskiwania pisma determinuje sposób czytania. Ów sposób, w jaki pismo dociera do czytelnika, rodzaj kontaktu z pismem, jaki sobie czytelnik wybiera, są zwiastunami pewnej ogólnej predyspozycji czytelniczej. Ta to właśnie predyspozycja stanowi „podłoże sprawcze”, determinujące zarówno pewien sposób kontaktu, jak i sposób czytania. Weźmy na przykład nie pracującą zawodowo żonę aktywnego

¹ Bliższe omówienie takiej techniki badawczej zawarte jest w artykule Z. Gostkowskiego, *Jak badać kioskowe czytelnictwo czasopism (próba techniki fiszek adresowych)*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1962, nr 1/2. Wyniki innych badań Ośrodka nad tygodnikami społeczno-kulturalnymi zawarte są w artykule J. Adolfa, *Z badań nad strukturą kręgu czytelników*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 1962, nr 4.

czytelnika-nabywcy kioskowego. Jej kontakt z pismem, sposób uzyskiwania poszczególnych numerów do czytania będzie całkiem odrębny niż kontakt jej męża. Czytuje ona bowiem w zasadzie tylko numery przez niego nabyte i przyniesione do domu, będzie to więc kontakt mniej aktywny. Prawdopodobnie i jej recepcja treści będzie inna, charakterystyczna dla tego sposobu uzyskiwania pisma. Ale zarówno wtórny, bierniejszy, mniej aktywny kontakt z numerami pism, jak i ów charakterystyczny dlań sposób czytania są zdeterminowane trzecim zespołem czynników. Będzie tu w grę wchodziła przede wszystkim rola społeczna w domu, w rodzinie, związany z nią zespół wzorów i norm zachowania, tryb życia i zajęć; struktura zainteresowań z tym związana itd.

Już ten jaskrawy przykład sygnalizuje nam zasadniczą odrębność dwóch rodzajów czytelnictwa. Nabywcy kioskowi są czytelnikami aktywno-selektywnymi, swe zainteresowania czytelnicze realizują poprzez każdorazową decyzję kupna numeru pisma w kiosku czy też, jeśli już czytają i kupują je stale, poprzez fakt wyboru danego tytułu i regularnego nabywania. Takie czytelnictwo wyznaczone jest przez ogólną postawę selektywno-aktywną wobec całokształtu spraw i problemów, docierających do człowieka. Wybór czytowanego pisma czy jego poszczególnych numerów będzie tu jakimś odbiciem tej postawy, znajdzie w nim wyraz pełna struktura zainteresowań i postaw człowieka wobec otaczającej rzeczywistości społecznej.

Inaczej musi wyglądać sytuacja czytelnicza i charakter czytelnictwa tych ludzi, którzy z reguły sami nie kupują dla siebie pisma, lecz korzystają z numerów kupionych i przyniesionych przez kogoś innego, najczęściej członka rodziny, kolegę czy sąsiada.

Tutaj droga do kontaktu z pismem jest pośrednia, a ogniwiem łączącym jest ów pierwotny nabywca-czytelnik aktywny i selektywny. Ma to zasadnicze znaczenie. Ów wtórny czytelnik samym faktem, że zadowala go tego rodzaju kontakt z pismem, zdradza odrębną mniej aktywną strukturę zainteresowań czytelniczych. Przypuszczać też można, że zainteresowania te kształtują się u niego w dużym stopniu pod wpływem bliskich stosunków społecznych, głównie stosunków z owym pierwotnym nabywcą-czytelnikiem, za którego pośrednictwem uzyskuje pismo. Na tej drodze realizuje się chyba znaczna część nieformalnego przywództwa opinii związanego z dwustopniowym przepływem strumienia treści masowego komunikowania, o czym piszą badacze amerykańscy². Czytelnicy-nabywcy występując jako dostarczyciele prasy narzucają w jakimś stopniu swym czytelnikom wtórnym własną sferę i kierunek zainteresowań

² Por. P. Lazarsfeld, B. Berelson, H. Gaudet, *The People's Choice*, New York 1948.

już przez sam fakt przekazywania im tego, co sami czytają, gdyby nawet przekazywanie to nie łączyło się z ustną, oczywiście nieformalną, przeważnie niezamierzoną „agitacją” za tym punktem widzenia, który z taką właśnie strukturą zainteresowań jest związany. Wiadomo bowiem z licznych badań, że ludzie czytają, słuchają i oglądają przede wszystkim to, co jest zgodne z już istniejącymi u nich postawami i opiniami.

Dlatego też badania czytelników-nabywców przy użyciu sondaży przykioskowych — nawet jeśli wymykają nam się wtedy z sieci owi, równie chyba liczni czytelnicy wtórni — ma zasadnicze znaczenie. Można bowiem traktować publiczność kioskową jako „aktywistów” w sferze kształtowania zainteresowań i opinii szerokich, bierniejszych pod tym względem kręgów społecznych. Ich więc zainteresowania i opinie będą nadawały kierunek i torowały drogę zainteresowaniom i opiniom wśród bierniejszych czytelniczo kategorii.

Rozróżnienie między pierwotnym, aktywnym kręgiem czytelników-nabywców pism a kręgiem odbiorczo bierniejszym, wtórnym ma zasadnicze znaczenie dla badań czytelnictwa prasy. Powstaje tutaj cały szereg zagadnień. Jakie kategorie społeczno-demograficzne występują najliczniej w pierwszym, a jakie w drugim kręgu? Z góry można oczekiwać, że w pierwszym kręgu będzie więcej mężczyzn, ludzi z wyższym wykształceniem, aktywistów społecznych (np. członków partii) niż w drugim. Lecz konkretna analiza ukáže dopiero, jaki jest ilościowo określony stopień ich nadreprezentacji wśród przywódców opinii i czytelnictwa. Pozostaje natomiast rzeczą zupełnie niewiadomą, jak wygląda tutaj sprawa wieku: czy przywódcy czytelnictwa są istotnie częściej osobami starszymi, czy w „sile wieku”? Jakie są specyficzne dla czytelników-nabywców zainteresowania treścią pisma w porównaniu z czytelnikami wtórnymi? Jak wygląda — też porównawczo biorąc — stopień krytycyzmu wobec pisma i zasięg czytelnictwa innych tytułów?

Gdy zahaczamy o sprawę zbieżności czytelnictwa kilku pism, nasuwa się problem, który należy tu zasygnalizować i który powinien zostać zbadany w dalszych studiach.

Otóż gdy mówimy o pierwotnym i wtórnym kręgu czytelniczym i w związku z tym o aktywnych czytelnikach-nabywcach i czytelnikach wtórnych bierniejszych, musimy zdać sobie sprawę ze względności tego rozróżnienia. Nie należy go traktować jako absolutnego, mającego zastosowanie w odniesieniu do czytelnictwa wszelkich pism w ogóle, lecz odnosić do konkretnego tytułu. Niech zilustruje to przykład. Ktoś może być czytelnikiem wtórnym i raczej biernym, jeśli chodzi o pismo społeczno-polityczne (np. żona przeglądająca „Politykę” kupowaną przez męża), ale aktywnym czytelnikiem-nabywcą innego pisma (ta sama kobieta kupuje sobie i czyta „Przyjaciółkę”). Na tym gruncie kobieta ta może być nawet

przywódcą czytelnictwa wobec swego męża, który znajduje w domu kupowaną przez żonę „Przyjaciółkę” i przez ciekawość czasami czytuje zamieszczone w tym piśmie artykuły dotyczące na przykład problematyki stosunków w małżeństwie. W ten sposób mąż „wciąga się” w pewną sferę zainteresowań czytelniczych, co przyczynia się, być może, do kształtowania jego zapatrywań na obowiązki męża w domu. Tutaj kobieta wystąpiła w roli przywódcy czytelnictwa „Przyjaciółki”, chociaż w podobnej roli występuje wobec niej mąż na gruncie czytelnictwa „Polityki”³.

Problem przywództwa czytelniczego i dwóch kręgów czytelniczych jest szczególnie aktualny na gruncie czytelnictwa pism rozprawdzanych przez kioski. W instytucjach problem ten nie występuje chyba tak wyraźnie, a w każdym razie jest trudniejszy do uchwycenia za pomocą zwykłej ankiety, bez obserwacji czy pogłębionych wywiadów. Również i trzecia forma czytelnictwa — czytanie w czytelniach, bibliotekach — nie wiąże się tak wyraźnie ze sprawą przywództwa czytelniczego. W prenumeracie indywidualnej na wsiach przywództwo czytelnicze prenumeratorów staje się czymś szczególnie wyraźnym i ważnym. W naszych badaniach jednak temat ten nie był uwzględniony.

Ankieta nasza nie mogła uchwycić kręgu czytelników wtórnych — tych, którzy sami aktywnie pism nie nabywają w kioskach, a tylko w domu korzystają z egzemplarzy kupionych przez kogoś innego. O tych czytelnikach mamy jednak pewne informacje uzyskane od czytelników-nabywców. Trzecie pytanie kwestionariusza brzmiało: Ile osób — oprócz pana(i) — zazwyczaj czytuje ten egzemplarz (pisma), z którego Pan(i) korzysta? Proszę wpisać liczbę ... Proszę podać ich płeć, wiek i wykształcenie, podkreślając właściwy wyraz:

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1. kobieta — mężczyzna. Wiek..... | Wykształcenie..... |
| | podstawowe, średnie, wyższe, uczeń, student |
| 2. kobieta — mężczyzna. Wiek..... | Wykształcenie..... |
| | podstawowe, średnie, wyższe, uczeń, student |
| 3. kobieta — mężczyzna. Wiek..... | Wykształcenie..... |
| | podstawowe, średnie, wyższe, uczeń, student |

Uzyskane w ten sposób dane mają pewne ograniczenia. Nie wiemy bowiem, czy wśród wymienionych przez respondenta osób nie ma takich

³ Nie jest to przykład całkiem fikcyjny. Liczne wypadki czytania przez mężczyzn „Przyjaciółki” przynoszonej do domu przez żony sygnalizują materiały dotyczące czytelnictwa prasy na wsi województwa krakowskiego zebrane przez mgr T. Dobrowolską dla Krakowskiego Ośrodka Badań Prasoznawczych w 1960 roku. Zaskakująco wysoki procent czytelników „Przyjaciółki” wśród mężczyzn sygnalizują i inne badania prowadzone w Ośrodku Badań Prasoznawczych. Por. np. J. Kądzelski, *Publiczność prasowa Katowic*, Kraków 1963, i nie opublikowaną jeszcze pracę R. Dyoniziaka o czytelnictwie prasy w Krakowie (archiwum Ośrodka).

czytelników, którzy w zasadzie sami nabywają dane pismo w kiosku, a tylko czasami, gdy zapomną kupić itp. korzystają z numeru nabytego przez naszego respondenta. Możemy jednak przyjąć, że są to wypadki raczej nieliczne i wśród wymienionych osób muszą przeważać czytelnicy częściej korzystający z numeru naszego respondenta-nabywcy niż z własnego.

Tabela 1. Przeciętna liczba czytelników czytających jeden numer każdego z 4 pism rozprowadzanych poprzez kioski w Warszawie, Lublinie i 2 miastach powiatowych*

Miejscowość	Przegląd Kulturalny	Nowa Kultura	Życie Literackie	Polityka
Warszawa	2,1	1,7	1,9	2,1
Lublin	2,0	2,3	1,8	2,1
2 miasta powiatowe	1,9	1,9	2,1	2,2

* Przeciętne zaokrąglone do pierwszego miejsca po przecinku dziesiętnym. Za podstawę obliczenia przeciętnych wzięto w Warszawie i Lublinie próby czytelników-nabywców kioskowych. Tylko w powiecie oparto się o próbę zwiększoną o „czytelników zbieżnych” (przez „czytelników zbieżnych” pisma A rozumiemy tych, którzy byli przy kiosku „przyłapani” na kupnie pisma B, lecz z ich wypowiedzi w ankiecie okazało się, że są jednocześnie czytelnikami pisma A). W sprawie liczebności bezwzględnych, od których obliczono przeciętne, por. dalsze tabele.

Pierwsze pytanie, jakie się nasuwa w związku z zagadnieniem dwóch kręgów czytelniczych, dotyczy zasięgu oddziaływania pisma. Wiemy z danych „Ruchu”, ile numerów sprzedawanych jest w kioskach, lecz nie wiemy, ilu czytelników przypada na jeden numer pisma.

Tabela 1 podaje nam te dane wyliczone na podstawie przytoczonego wyżej pytania ankiety. Liczby zawarte w niej należy odczytywać pamiętając o tym, że w każdej z nich nadwyżka ponad jeden oznacza czytelnika wtórnego. Możemy więc powiedzieć, że najsilniej przyciągają czytelników „domowych” egzemplarze „Polityki”: we wszystkich trzech środowiskach oprócz nabywcy kioskowego czytuje je nieco więcej niż jeden czytelnik wtórny. W Warszawie i Lublinie na miejscu prawie równorzędnym z „Polityką” jest „Przegląd Kulturalny”. Poza tym wszystkie pisma mają wszędzie bardzo podobne średnie czytelników przypadających na jeden egzemplarz; jeśli pominąć najniższą średnią dla „Nowej Kultury” w Warszawie (1,7), to widzimy, że wahają się one w niedużych granicach 1,8—2,2.

Za tymi wyrównanymi sumarycznymi miarami ukrywa się jednak interesujące zróżnicowanie. Występuje ono między grupami płci i dotyczy proporcji między nabywcami przekazicielami a nabywcami nie przekazującymi pisma. Dalsze zróżnicowanie widać, jeśli chodzi o to, komu (mężczyznom czy kobietom) przekazują pismo jego aktywni nabywcy

Tabela 2. Zasięg przekazywania pism wśród czytelników-nabywców mężczyzn i kobiet

Czasopismo	Miejscowość	P ł e ć											
		mężczyźni					kobiety						
		czytają tylko sami		przekazują innym do czytania		ogółem	czytają tylko same		przekazują innym do czytania		ogółem		
		liczba	%	liczba	%	liczba	%	liczba	%	liczba	%		
Przegląd Kulturalny	Warszawa	19	32	40	68	59	100	14	30	33	70	47	100
	Lublin	14	38	23	62	37	100	3	30	7	70	10	100
	powiat	9	50	9	50	18	100	2	20	8	80	10	100
Nowa Kultura	Warszawa	21	65	11	35	32	100	5	22	18	78	23	100
	Lublin	8	35	15	65	23	100	2	20	8	80	10	100
	powiat	5	50	5	50	10	100	3	38	5	62	8	100
Zycie Literackie	Warszawa	3	38	5	62	8	100	1	17	5	83	6	100
	Lublin	6	54	5	46	11	100	3	27	8	73	11	100
	powiat	4	36	7	64	11	100	4	40	6	60	10	100
Polityka	Warszawa	24	36	42	64	66	100	5	22	18	78	23	100
	Lublin	26	32	56	68	82	100	6	33	12	67	18	100
	powiat	14	44	18	56	32	100	2	25	6	75	8	100

Próby czytelników powiatu zwiększone o czytelników zbieżnych

kioskowi (mężczyźni i kobiety). Wreszcie różna jest intensywność przekazywania wśród przekazujących pismo mężczyzn i kobiet mierzona przeciętną liczbą czytelników wtórnych przypadających na jednego przekaziciela czy przekazicielkę (wskaźnik intensywności przekazywania wyraża się więc wartością ułamka, w którym w liczniku mamy liczbę czytelników wtórnych, a w mianowniku liczbę nabywców przekazicieli pisma). Wszystkie dane dotyczące tych różnicowań zawarte są w tabelach 2 i 3.

Uderzająca prawidłowość polega na tym, że kobiety nabywające pismo w kiosku o wiele częściej niż mężczyźni przekazują je do czytania jeszcze komuś innemu. Różnica ta występuje bez wyjątku wśród czytelników „Przeglądu Kulturalnego” i „Nowej Kultury” we wszystkich środowiskach⁴. „Życie Literackie” wykazuje też tę samą różnicę w Warszawie i Lublinie, lecz wyjątkowo niskie liczebności odbierają tu procentom jakiegokolwiek znaczenie. Natomiast większą wagę mają już procenty dla „Polityki”. Widzimy tutaj, że wspomniana prawidłowość zachodzi w Warszawie i powiecie, w Lublinie zaś kobiety i mężczyźni w jednakowym stopniu są „przekazicielami” pisma.

Kobiety nie tylko są częściej niż mężczyźni przekazicielkami kupowanych pism do dalszego czytania, jednocześnie widzimy, że ich wskaźniki intensywności przekazywania są wyższe. Inaczej mówiąc, gdy kobieta przyniesie nabyte przez siebie pismo do domu, to czytuje je więcej osób, niż gdy nabywcą i dostarczycielem jest mężczyzna (we wszystkich naszych tabelach są tylko dwa wyjątki od tej prawidłowości: wśród czytelników „Życia Literackiego” w Lublinie i powiecie i wśród czytelników „Polityki” w powiecie. Wchodzą tam jednak w grę tak znikome liczby absolutne, że nie warto do tego przywiązywać znaczenia).

Jak można by hipotetycznie wyjaśnić wykryty tu fakt częstszego i intensywniejszego przekazywania pism przez kobiety? Czy można na tej podstawie stwierdzić, że są one z reguły efektywniejszymi przywódcami czytelnictwa niż mężczyźni? Zjawiska kryjące się za wykrytą tu prawidłowością nie są proste. Spróbujmy sformułować hipotezę, która tłumaczyłaby zarówno wyższy procent przekazioelek wśród kobiet, jak i wyższy u kobiet wskaźnik intensywności przekazywania.

Trzeba tu wyjść od dwu grup czytelników: przekazujących i nie przekazujących, i spojrzeć na nie od strony różnego dla kobiet i mężczyzn procentu czytelników-nabywców „samotnych”; tj. takich, od których nikt w domu czy rodzinie nie bierze pisma do czytania. Jak już wiemy, o wiele

⁴ Oczywiście do danych z powiatu ze względu na znikome liczebności absolutne nie można jednak przywiązywać takiej wagi, jak do danych dotyczących stolicy i Lublina. Zresztą i tam liczebności te są bardzo małe.

Tabela 3. Płeć czytelników wtórnych i wskaźniki intensywności przekazywania im pism

Czasopismo	Miejscowość	Czytelnicy-nabywcy (przekaziciele)		Czytelnicy wtórni						Wskaźnik intensywności przekazywania
				mężczyźni		kobiety		razem		
		płeć	liczba	liczba	%	liczba	%	liczba	%	
Przegląd Kulturalny	Warszawa	m	40	19	33	39	67	58	100	1,45
		k	33	28	51	27	49	55	100	1,66
	Lublin	m	23	18	53	16	47	34	100	1,48
		k	7	10	72	4	28	14	100	2,00
	powiat	m	9	1	10	9	90	10	100	1,11
		k	8	7	50	7	50	14	100	1,75
Nowa Kultura	Warszawa	m	11	4	33	8	67	12	100	1,09
		k	18	14	58	10	42	24	100	1,33
	Lublin	m	15	16	59	11	41	27	100	1,80
		k	8	7	41	10	59	17	100	2,12
	powiat	m	5	1	17	5	83	6	100	1,20
		k	5	6	54	5	46	11	100	2,20
Życie Literackie	Warszawa	m	5	2	33	4	67	6	100	1,20
		k	5	3	43	4	57	7	100	1,40
	Lublin	m	5	8	67	4	33	12	100	2,40
		k	8	8	50	8	50	16	100	2,00
	powiat	m	7	4	40	6	60	10	100	1,43
		k	6	6	43	8	57	14	100	2,33
Polityka	Warszawa	m	42	21	33	43	67	64	100	1,50
		k	18	19	59	13	41	32	100	1,77
	Lublin	m	56	40	47	46	53	86	100	1,53
		k	12	14	74	5	26	19	100	1,58
	powiat	m	18	21	58	15	42	36	100	2,00
		k	6	7	70	3	30	10	100	1,66

Próby czytelników powiatu zwiększone o czytelników zbiednych

więcej „samotnych” czytelników jest wśród nabywców pism mężczyzn niż wśród nabywczyń kobiet. Na „samotnych” czytelników składają się w jakimś stopniu mieszkający samotnie ludzie (nieżonaci i niezamężne, wdowy i wdowcy itp.). Lecz ten obiektywny sytuacyjny czynnik nie ma takiej wagi, aby mógł wywołać znaczne procenty czytelników „samotnych”, (a zresztą występuje w jednakowym stopniu wśród czytelników, jak i czytelniczek; ze względu na demograficzną przewagę kobiet należałoby nawet oczekiwać, że w naszej zbiorowości raczej więcej będzie niezamężnych czytelniczek niż niezonatych czytelników).

Wynika stąd, że o zakresie przekazywania wśród nabywców (tj. procencie „samotnych” czytelników) muszą decydować jakieś inne czynniki tkwiące w środowisku społecznym nabywców, w sferze stosunków, łączących ich z członkami ich grupy rodzinnej, koleżeńskiej czy sąsiedzkiej, z której rekrutują się czytelnicy wtórni.

Pytanie więc trzeba postawić w ten sposób: dlaczego kobiety w swej najbliższej grupie częściej znajdują czytelników pism przynoszonych do domu i zarazem znajdują ich więcej niż mężczyźni, pomimo że liczba osób znajdujących się w zasięgu kontaktów społecznych musi być jednakowa wśród kobiet i mężczyzn?

Pierwsze, najprostsze i pozornie najbardziej oczywiste wyjaśnienie, jakie się nasuwa, brzmi następująco: jak wiadomo z innych analiz i badań mężczyźni są w ogóle aktywniejszymi czytelnikami pism niż kobiety. Jeżeli więc kobieta kupi pismo w kiosku i przyniesie je do swego kręgu społecznego, rodzinnego, koleżeńskiego itp., to częściej pismem tym zainteresują się i czytają je mężczyźni niż odwrotnie, tj. wtedy, gdy pismo do domu przynosi mężczyzna (takie różnicujące działanie mechanizmu rekrutacji czytelników wtórnych powinno mieć miejsce nawet i w tych wypadkach, gdy mężczyzna też z zasady kupuje pismo w kiosku: tym bardziej czytywałyby wówczas egzemplarz przynoszony przez „swą kobietę” wtedy, gdy akurat zapomniał czy nie miał czasu sam kupić pisma). Tę hipotezę potwierdzałby następujący układ procentów w tabelach: wśród czytelników wtórnych, czytających egzemplarz pisma nabywany i przekazywany przez kobietę procent mężczyzn powinien być wyższy od procentu kobiet występującego wśród czytelników wtórnych czytających egzemplarz pisma nabywany i przekazywany przez mężczyznę. Ten charakterystyczny układ procentów powinien zaznaczać się najwyraźniej tam, gdzie występuje najsilniej różnica między kobietami a mężczyznami w zakresie i intensywności przekazywania pism (tj. różnica w procencie czytelników-nabywców „samotnych” oraz różnica we wskaźniku intensywności przekazywania).

Spójrzmy na nasze tabele w poszukiwaniu tych związków. Okazuje się, że układ procentowy potwierdzający wysuniętą hipotezę występuje

w Lublinie w odniesieniu do „Przeglądu Kulturalnego” (72% mężczyzn i 47% kobiet) i „Polityki” (74% mężczyzn i 53% kobiet). Poza tymi dwoma wypadkami układ ten znajdujemy również wśród czytelników wtórnych „Polityki” w powiecie (70% mężczyzn i 42% kobiet) oraz wśród znikomej liczbie zbiorowości czytelników „Życia Literackiego” w powiecie (50% mężczyzn i 33% kobiet).

W Warszawie natomiast układ potwierdzający naszą hipotezę nie tylko że nie występuje w stosunku do żadnego z pism, ale widzimy nawet różnice w kierunku odwrotnym do poprzedniego, choć nie tak silne.

Ta różnica między prowincją a stolicą warta jest zastanowienia. Zauważmy, że przedstawione wyżej układy procentów potwierdzające wysuniętą hipotezę występują tylko w odniesieniu do „Przeglądu Kulturalnego” i „Polityki” (jeśli pominąć nieistotną statystycznie zbiorowość czytelników „Życia Literackiego”). Obydwa te pisma przynoszą więcej treści społeczno-politycznych niż dwa pozostałe, które są przede wszystkim tygodnikami kulturalno-literackimi.

Fakt, że właśnie na prowincji mężczyźni z wtórnego kręgu czytelniczego częściej niż kobiety sięgają po pisma społeczno-polityczne, można interpretować jako przejaw znanego i tradycyjnego zróżnicowania zainteresowań (sprawy polityczne i społeczne stanowią domenę mężczyzn, a literaturą i kulturą bardziej interesują się kobiety). Można przy tym przypuszczać, że za kupnem pism społeczno-politycznych przez kobietę kryje się inspiracja mężczyzny z jej kręgu rodzinnego.

Brak omawianego układu różnic procentowych w Warszawie można chyba tłumaczyć znacznym zatarciem takich tradycyjnych odrębności zainteresowań, innymi zaś słowy większym stopniem społecznej aktywności kobiet itp. Niewątpliwie stołeczne środowisko intelektualne sprzyja większej „emancypacji” kobiet.

Przy okazji zanim przejdziemy do zbadania drugiej hipotezy, zauważmy, że prawie wszędzie widzimy prawidłowość następującą: mężczyźni przekazują pismo w większym procencie wypadków kobietom, a kobiety — w większym procencie wypadków mężczyznom. Takich różnic należało oczekiwać, są one wyrazem prostego faktu, że większość naszych respondentów to ludzie w średnim lub w starszym wieku, a więc osoby żonate czy zamężne. Przekazywanie zaś pisma zachodzi chyba najczęściej między małżonkami.

A oto druga hipoteza, jaka mogłaby wyjaśnić częstsze i intensywniejsze przekazywanie pism przez kobiety: jak wiadomo w naszych próbach nabywców kioskowych 4 pism przeważają mężczyźni. Znaczy to, że kobiety wśród całej populacji potencjalnych czytelników w ogóle znacznie rzadziej są aktywnymi czytelniczkami kioskowymi. Jednakże te czytelniczki, które już nabywają pisma w kioskach, stanowią szczególną kate-

gorię wśród kobiet: wybijają się jakąś szczególną aktywnością intelektualną i zainteresowaniami. To zaś może być wynikiem faktu, że pochodzą ze środowisk (rodzin) o wyższym poziomie kulturalnym i intelektualnym. Nic też dziwnego, że częściej znajduje się ktoś, kto czytuje pismo przez kobietę nabyte, a ponadto na jedną kobietę-przekazicielkę przypada więcej takich osób w rodzinie. Co więcej, jeżeli czytelniczki kioskowe pochodzą z rodzin i środowisk, gdzie jest więcej osób aktywnych kulturalnie i o wyższym poziomie intelektualnym, to można oczekiwać, że często te właśnie osoby mogą inspirować nabywanie pisma przez kobietę (np. może ona je nabywać na przemian z taką osobą, na jej prośbę czy tylko z myślą o niej itp.).

Tak więc kobiety, mimo że nabywają pismo w kiosku i podają w ankiecie inne osoby z pisma tego korzystające, nie byłyby tym samym bardziej aktywnymi przywódczyniami czytelnictwa niż mężczyźni; raczej przeciwnie: przy takiej interpretacji wyższy wskaźnik intensywności przekazywania u kobiet świadczyłby raczej o uleganiu przez nie kulturalnym wpływom i inspiracjom czytelniczym najbliższego swego środowiska. Byłoby to zgodne ze stwierdzonym w następnym podrozdziale faktem, że kobiety częściej niż mężczyźni rozpoczynają czytanie pism w rodzinie oraz w szkole i na studiach, a więc częściej ulegają wpływowi swej najbliższej grupy.

Z powyższych wywodów wynikałoby, że mężczyźni jako czytelnicy-nabywcy zajmują w swej grupie inną pozycję niż czytelniczki-nabywczynie. Górują oni raczej nad członkami swej grupy rodzinnej wykształceniem i aktywnością kulturalną, zainteresowaniami itp., a inspiracje czytelnicze czerpią częściej z innych kręgów społecznych: prawdopodobnie ze środowiska pracy czy z bezpośrednich indywidualistycznych kontaktów: z prasy, literatury itp. Nic więc dziwnego, że w najbliższym środowisku społecznym mężczyzn-nabywców znajduje się mniej osób na tym poziomie, aby czytywały przyniesione przez nich pisma społeczno-kulturalne.

Częściowo powyższą hipotezę można zweryfikować, jeśli przyjmiemy, że formalne wykształcenie jest adekwatnym wskaźnikiem ogólnego poziomu zainteresowań społeczno-kulturalnych i związanej z tym wyższej aktywności kulturalnej. Zobaczymy, czy wśród czytelników wtórnych korzystających z pism nabywanych przez kobiety, jest wyższy procent osób z wyższym wykształceniem niż wśród czytelników wtórnych, którym pisma przekazują mężczyźni.

Z tabeli 4 widzimy, że wysunięta hipoteza znajduje pełne potwierdzenie w Warszawie: wszędzie między czytelnikami wtórnymi kobiet a czytelnikami wtórnymi mężczyzn widać znaczną różnicę w procencie osób z wyższym wykształceniem (dla „Przeglądu Kulturalnego” — 11 punktów procentowych, dla „Nowej Kultury” — 13, dla „Polityki” zaś aż 58 punk-

tów procentowych). Natomiast w Lublinie i powiecie układ procentów i kierunek różnic między nimi jest odrębny, choć w ogóle mniej konsekwentny niż w Warszawie. Uderza zwłaszcza w Lublinie diametralnie odwrotny kierunek różnic co do „Przeglądu Kulturalnego”: o wiele więcej

Tabela 4. Wykształcenie a prawidłowości przekazywania pism

Czasopismo	Miejscowość	Osoby z ukończonym wyższym wykształceniem							
		nabywcy kioskowoprzekazaciele				czytelnicy wtórni			
		mężczyźni		kobiety		mężczyźni		kobiety	
		liczba	%	liczba	%	liczba	%	liczba	%
Przegląd Kulturalny	Warszawa	29	72	15	45	26	45	31	56
	Lublin	15	65	5	71	24	70	4	28
	powiat	5	55	3	37	4	40	4	28
Nowa Kultura	Warszawa	9	81	7	38	5	41	15	54
	Lublin	6	39	3	37	8	29	5	29
	powiat	4	80	—	—	3	50	2	18
Życie Literackie	Warszawa	2	40	2	40	3	50	4	57
	Lublin	3	60	4	50	4	33	4	25
	powiat	2	28	1	14	3	30	3	21
Polityka	Warszawa	25	59	7	38	19	30	28	88
	Lublin	36	64	7	58	32	37	5	26
	powiat	6	33	3	50	5	14	5	50

Próby czytelników-nabywców kioskowych dla powiatu zwiększone o czytelników zbieżnych

osób z wyższym wykształceniem jest między czytelnikami wtórnymi mężczyzn niż kobiet. Zresztą i tu niestety mała liczebność bezwzględna kobiet pozbawia procenty większego znaczenia.

Musimy więc wyciągnąć wniosek, że hipoteza wyjaśniająca szerszy zakres i większą intensywność przekazywania pism przez kobiety ich niższym poziomem wykształcenia na tle środowiska rodzinnego znalazła potwierdzenie w Warszawie. Oczywiście nie jest to wyjaśnienie ostateczne: w dalszych badaniach należałoby w kwestionariuszu zadać specjalne pytanie zmierzające do bardziej zadowalającego wyjaśnienia wykrytego tu faktu.

DROGI ROZPOWSZECHNIANIA SIĘ CZYTELNICTWA 4 TYGODNIKÓW

Przywództwo czytelnicze wiąże się ściśle z kioskową drogą uzyskiwania pisma, a ponadto miarą jego natężenia jest niewątpliwie częstotliwość nabywania i intensywność czytania pisma. W grupach o wyższej często-

tliwości nabywania jest na pewno więcej przywódców czytelnictwa niż w grupach o niższej częstotliwości. Ci, którzy co tydzień lub prawie co tydzień nabywają pismo w kiosku, na pewno nie należą do czytelników zmuszonych do korzystania z czyichś egzemplarzy, natomiast rzadko kupujący pismo w kiosku mogą czytywać numery wzięte od kogoś. Być może, że właśnie dlatego nawet pismo rzadko kupują, kupują je bowiem wtedy właśnie, gdy ktoś inny pisma do domu nie przyniesie.

Jeśli więc mamy zbiorowość czytelników, w której przeważają czytelnicy często kupujący pismo, np. co 1—2 tygodnie, to możemy mieć przekonanie, że chyba niewielu jest wśród nich owych czytelników wtórnych. Tak jest w naszej próbie czytelników-nabywców. Dodać jeszcze warto, że wśród nich liczba osób oświadczających, że uzyskuje numer do czytania „biorąc go od znajomych, krewnych”, była całkiem znikoma (w próbie czytelników-nabywców w obydwu miastach było takich osób: dla „Przeglądu Kulturalnego” 4 na 152 czytelników; dla „Nowej Kultury” 0 na 88; dla „Życia Literackiego” 2 na 36; dla „Polityki” 2 na 186).

Oczywiście częste czytelnictwo kioskowe wiąże się tylko potencjalnie z przywództwem czytelniczym: nie wszyscy czytelnicy mają kogoś; komu by mogli przekazywać nabywane przez siebie pismo.

Jak widzimy w naszej próbie, tacy czytelnicy-przekaziciele stanowią ogółem dla 4 pism około połowę.

Niemniej jednak właśnie w odniesieniu do czytelników-nabywców jako aktualnych i potencjalnych przywódców czytelnictwa warto jest postawić problem: jak rodzi się ich czytelnictwo? Na jakiej drodze ludzie ci stali się aktywnymi czytelnikami? Czy na przykład czytelnictwo wtórne w domu i w rodzinie jest w dużym procencie wypadków wstępnym etapem czytelnictwa kioskowego? Jaka rolę odgrywa szkoła, środowisko zakładu pracy?

Z myślą o wyjaśnieniu tych kwestii zadano w kwestionariuszu pytanie: „Prosimy teraz o cofnięcie się pamięcią wstecz do okresu, kiedy zaczął Pan(i) czytywać (...). W jakich okolicznościach zetknął się wtedy Pan(i) z tym pismem?

1. W rodzinie (numery nabywane przez krewnych, domowników)
2. W szkole (lektura zalecona przez nauczycieli, wykładowców)
3. W zakładzie pracy (numery prenumerowane przez zakład)
4. Kupno w kiosku
5. Inaczej (proszę podać jak)...

Zastosowana w tym pytaniu „kafeteria” nie mogła być bardziej precyzyjna z uwagi na konieczność maksymalnego uproszczenia sformułowania. Podział na 4 możliwe sposoby zetknięcia się z pismem i zainicjowania czytelnictwa nie jest wystarczająco ostry. „Kupno w kiosku” mogło wchodzić w grę właśnie jako rezultat zaleceń nauczyciela. Lecz kategorię tę

postanowiliśmy pozostawić z myślą, że będzie ona aktualna dla tych czytelników, którzy nie przypominają sobie jakichś określonych sytuacji społecznych i związanych z nimi inspiracji, a wiedzą tylko, że już najwcześniej kupowali pismo w kiosku. W większości wypadków będą to czytelnicy rozpoczynający czytelnictwo danego pisma bardziej indywidualistycznie i samodzielnie, co nie znaczy oczywiście, że w ogóle nie działały jakieś społeczne potrzeby czy inspiracje.

Interpretując treść tabeli 5 weźmiemy pod uwagę przede wszystkim dane dotyczące liczniejszych grup czytelników. Wszędzie zarówno wśród mężczyzn, jak i kobiet najczęstszym sposobem zetknięcia się z pismem jest kupno w kiosku: prawie zawsze przy każdym tytule i w obydwu miastach w ten sposób rozpoczyna czytanie około połowy lub więcej czytelników i czytelniczek (wyjątkiem są tu dane z bardzo małej liczebnie grupy kobiet i mężczyzn czytelników „Nowej Kultury” i „Życia Literackiego”). Z wyjątkiem czytelników „Polityki” i nielicznych czytelników „Życia Literackiego” w stolicy jest wyższy procent osób zaczynających czytelnictwo poprzez kioski, a więc w sposób bardziej samodzielny i zindywidualizowany. Jednocześnie wszędzie bez wyjątku widać, że mężczyźni częściej od kobiet i to przeważnie z dużą przewagą punktów procentowych — rozpoczynają czytelnictwo od razu od samodzielnego nabywania w kioskach. Oznacza to zarazem, że kobiety częściej stają się czytelniczkami badanych pism na innej drodze — poprzez wyraźniejszy wpływ środowiska szkolnego, zakładu pracy czy rodziny.

Drugą najczęstszą po kioskach instytucją upowszechniania czytelnictwa trzech tygodników społeczno-kulturalnych (z wyjątkiem czytelniczek „Życia Literackiego” w Lublinie) jest szkoła i studia. Ze szkolnego okresu swego życia wyniósł znajomość „Przeglądu Kulturalnego” co 10 jego czytelnik i co 4 czytelniczka w Warszawie, mniej więcej co 5 czytelnik i co 6 czytelniczka w Lublinie. Podobnie przedstawia się sprawa z „Nową Kulturą” i „Życiem Literackim”: w stolicy w szkole lub na studiach nauczył się czytać „Nową Kulturę” co 5 czytelnik i co 3 czytelniczka, „Życie Literackie” zaczął czytać w związku z nauką co 6 czytelnik i przeszło co 4 czytelniczka w Warszawie, a co 7 czytelnik i co 6 czytelniczka w Lublinie. Jak widać, prawie wszędzie znacznie częściej rozpoczynają czytelnictwo pism społeczno-kulturalnych w związku z nauką kobiety niż mężczyźni. Wyjątkiem są tylko czytelnicy „Przeglądu Kulturalnego” w Lublinie.

Od tej prawidłowości odbiega „Polityka”. Wśród jej czytelników zaznacza się najostrej różnica między czytelniczkami a czytelnikami. Wśród czytelników szkoła i studia odgrywają znikomą rolę w upowszechnianiu czytelnictwa — po (dominujących zresztą) kioskach zaś idzie zaraz

zakład pracy (choć i tu zaledwie co 10 czytelnik zetknął się z pismem). Natomiast zaznajomienie się z „Polityką” wśród kobiet w wyjątkowo wysokim procencie wypadków odbywa się w rodzinie czy w domu: w Warszawie co 4, a w Lublinie co 6 — 7 czytelniczka rozpoczęła czytanie „Polityki” od egzemplarzy pisma nabywanych przez krewnych czy domowników (niewątpliwie mężczyzn nabywców kioskowych). W Lublinie ponadto zaznacza się szczególnie duży wpływ środowiska zakładu pracy (a więc prenumeraty instytucjonalnej) na rozpowszechnianie się czytelnictwa „Polityki” wśród kobiet (co 4 — 5 czytelniczka).

Wpływ rodziny i zakładu pracy u czytelników i czytelniczek 3 pism społeczno-kulturalnych zaznacza się rozmaicie w zależności od miasta i płci. „Przegląd Kulturalny”, „Nowa Kultura” i „Życie Literackie” w Warszawie wykazują pod tym względem pewne podobieństwo: wszędzie tylko poniżej 10% czytelników mężczyzn zaczynało czytelnictwo tych pism w rodzinie bądź w pracy. Natomiast z czytelniczkami sprawa wygląda inaczej: dwa pierwsze pisma zaczynała czytać w rodzinie co 5—6 i co 8 czytelniczka, a w zakładzie pracy tylko nieliczne. Dla „Życia Literackiego” procenty układają się zaś odwrotnie: co 8 warszawianka (12%) zaczęła czytać je w zakładzie pracy, a tylko co 16 w rodzinie. W Lublinie w porównaniu z Warszawą zaznacza się odrębny udział rodziny i zakładu pracy w upowszechnianiu czytelnictwa „Przeglądu Kulturalnego” i „Nowej Kultury” wśród kobiet: zakład pracy dominuje wyraźnie nad rodziną. Wśród czytelniczek „Życia Literackiego” zarówno w rodzinie, jak i w pracy nauczyła się czytać to pismo co 5 czytelniczka.

Jeżeli teraz spojrzeć na omawianą tabelę, abstrahując od rozbicia na grupy płci dla każdego tytułu, to okaże się, że pismem najwięcej propagowanym przez szkoły i uczelnie jest w obydwu miastach „Nowa Kultura”, najmniej zaś „Polityka”, którą stosunkowo najbardziej upowszechniają zakłady pracy (jakkolwiek zaledwie co 8 — 9 czytelnik wyniósł stamtąd znajomość tego pisma). Pismem najbardziej „rodzinnym”, jeśli chodzi o upowszechnianie jego czytelnictwa, jest w Warszawie „Przegląd Kulturalny” (co 8 — 9 czytelnik zetknął się w rodzinie z pismem), a w Lublinie „Życie Literackie” (co 9 czytelnik).

Spójrzmy teraz na tabelę 6 przedstawiającą okoliczności rozpoczynania czytelnictwa 4 pism w próbie czytelników uchwyconych poprzez instytucje prenumerujące. Próbka ta dla czytelników instytucjonalnych nie jest w takim stopniu reprezentatywna jak dla czytelników kioskowych była reprezentatywna próbka analizowana w tabeli 5. W instytucjach dobierano ankietowanych nie na zasadzie losowej. Dlatego też w tabeli różne dla poszczególnych tytułów proporcje mężczyzn i kobiet (składające się na rubryki „ogółem” i decydujące o występujących tam zbiorczych procentach) nie mogą być przyjmowane jako reprezentatywne. Ograniczymy za-

Tabl. 5. Okoliczności rozpoczynania czytelnictwa 4 pism wśród kobiet i mężczyzn. Próby czytelników-nabywców kioskowych zwiększone o czytelników zbieżnych (dane w %)

Pierwszy kontakt	Miejsce-wość	Przeгляд Kulturalny		Nowa Kultura		Życie Literackie		Polityka						
		mężczy-żni	kobiety	ogółem	mężczy-żni	kobiety	ogółem	mężczy-żni	kobiety	ogółem				
Rodzina, dom	Warszawa Lublin	7 4	18 3	12 3	4 9	13 8	7 9	2 5	6 21	8 11	4 2	25 15	10 4	
Szkoła, studia	Warszawa Lublin	11 18	24 16	16 17	18 32	31 46	23 36	16 13	29 17	20 14	3 2	14 8	6 3	
Zakład pracy	Warszawa Lublin	6 10	5 16	5 11	5 4	6 13	5 6	5 3	12 21	6 9	12 10	10 28	11 12	
Kupno w kiosku	Warszawa Lublin	64 50	57 48	60 49	70 52	50 33	62 46	57 63	53 42	56 55	63 64	44 54	57 61	
Inaczej	Warszawa Lublin	16 23	7 23	12 23	7 9	13 21	8 13	18 13	6 8	15 11	17 24	10 8	15 21	
Brak danych	Warszawa Lublin	2 1	1 —	2 1	3 2	4 —	3 1	5 8	12 —	6 5	4 1	4 —	4 1	
Razem	Warszawa Lublin	106 N = 105 106 N = 80	112 N = 76 106 N = 31	107 N = 181 104 N = 111	107 N = 77 108 N = 54	117 N = 48 121 N = 24	108 N = 125 111 N = 78	103 N = 44 105 N = 40	118 N = 17 103 N = 2	103 N = 61 105 N = 64	103 N = 117 103 N = 107	107 N = 52 103 N = 107	103 N = 169 108 N = 26	103 N = 102 108 N = 133

Procent obliczony jest wszędzie od liczby czytelników i czytelniczek każdego z pism w 2 miastach. Ponieważ niektórzy podawali dwa lub więcej rodzajów pierwszego kontaktu z piśmie, procenty sumują się do ponad 100

Tabela 6. Okoliczności rozpoczynania czytelnictwa 4 pism wśród kobiet i mężczyzn. Próba czytelników uchwyconych w instytucjach prenumerujących.

Pierwszy kontakt	Miejscowość	Przegląd Kulturalny			Nowa Kultura			Życie Literackie			Polityka		
		mężczyźni	kobiety	ogółem	mężczyźni	kobiety	ogółem	mężczyźni	kobiety	ogółem	mężczyźni	kobiety	ogółem
Rodzina	Warszawa Lublin	10 2	10 16	10 8	6 8	16 16	10 12	6 —	9 26	8 20	2 5	13 10	5 7
Szkoła, studia	Warszawa Lublin	8 16	9 32	8 23	8 19	18 43	12 30	10 38	9 42	10 41	1 2	5 —	2 1
Zakład pracy	Warszawa Lublin	40 29	35 19	38 24	46 27	30 13	39 21	30 7	48 13	37 12	57 49	42 53	54 50
Kupno w kiosku	Warszawa Lublin	52 36	40 32	46 35	45 48	32 33	39 42	40 53	39 21	39 29	38 42	28 20	36 36
Inaczej	Warszawa Lublin	4 16	9 19	6 17	5 14	6 6	5 10	3 15	— 13	2 14	9 8	10 17	9 10
Brak danych	Warszawa Lublin	2 4	— —	1 2	3 2	6 —	4 1	16 —	4 2	12 —	2 —	2 —	2 —
Razem	Warszawa Lublin	116 N = 91 103 N = 55	103 N = 68 118 N = 43	109 N = 159 109 N = 98	113 N = 76 118 N = 37	108 N = 50 111 N = 30	109 N = 126 116 N = 67	105 N = 30 113 N = 13	109 N = 21 117 N = 39	108 N = 51 118 N = 39	109 N = 111 106 N = 91	100 N = 38 100 N = 31	108 N = 149 104 N = 121

Procent obliczony wszędzie od liczby czytelników i czytelniczek każdego pisma w 2 miastach. Ponieważ niektórzy ankietowani podawali dwa lub więcej rodzajów pierwszego kontaktuz pismem, procenty sumują się do ponad 100.

W tak określonej zbiorowości incydentalnie było czytelników nabywających dane pismo tylko w kioskach: „Przegląd Kulturalny” — Warszawa 18, Lublin 11; „Nową Kulturą” — Warszawa 17, Lublin 7; „Życie Literackie” — Warszawa 7, Lublin 8; „Polityka” — Warszawa 22, Lublin 18

tem porównawcze omówienie do różnic w obrębie tych samych grup płci. Tak więc i tabela 6 potwierdza tezę, że kobiety znacznie częściej niż mężczyźni stają się czytelniczkami pism w rodzinie lub szkole czy na studiach, a więc w większym stopniu pod wpływem środowiska społecznego, a mniej na drodze indywidualistycznej, to jest od razu przez samodzielne kupno w kiosku. Zarówno wśród mężczyzn, jak i kobiet uchwyconych na terenie instytucji kupno w kioskach nie jest już najczęstszą drogą rozpoczęcia czytelnictwa: biorąc ogólnie mniej więcej równie częstą drogą jest tu korzystanie z pisma prenumerowanego przez zakład pracy. Szczególnie zaś wyraźna przewaga „instytucjonalnych” początków czytelnictwa nad kioskowymi występuje u czytelników „Polityki”. W Warszawie wyraża się ona w 57% mężczyzn i 42% kobiet rozpoczynających czytanie tego pisma w miejscu pracy wobec 38% mężczyzn i 28% kobiet rozpoczynających czytanie pisma w kioskach. Odpowiednie procenty dla Lublina wynoszą: mężczyźni — 49% w pracy, 42% w kioskach; kobiety — 53% w pracy, 20% w kioskach. Wniosek ogólny, który się nasuwa: prenumerata instytucjonalna nieraz „rozdzielnicowa” (zwłaszcza w wypadku „Polityki”) spełnia istotną rolę upowszechniania czytelnictwa pism wśród pracowników instytucji. Aby odpowiedzieć na pytanie, jaki ma to udział w upowszechnianiu czytelnictwa w skali całej zbiorowości czytelników żyjących w danym rejonie, trzeba by mieć jednak liczniejsze i bardziej rygorystycznie dobrane próby kioskowe i instytucjonalne czytelników.

Wśród czytelników i czytelniczek 4 pism uchwyconych w instytucjach uderza prawidłowość nie występująca w próbie kioskowej: wszędzie (z wyjątkiem nielicznej grupy czytelniczek „Polityki”) o wiele wyższy procent rozpoczął czytelnictwo w szkole i na studiach w Lublinie niż w Warszawie, gdzie szkoła czy studia miały mały udział w krzewieniu czytelnictwa. Zjawisko to występuje tylko wśród czytelników z instytucji. Jego wytłumaczenie wymagałoby dalszych badań i dodatkowego materiału.

Pozostaje na koniec do omówienia kategoria zbiorcza różnych odpowiedzi oznaczonych w kwestionariuszu terminem „inaczej”. Nie będziemy dokonywać tutaj jej rozdrabniania na poszczególne tytuły, tylko przedstawimy łącznie poszczególne rodzaje wymienionych tu okoliczności poczynając od najliczniej występujących. Omówienie poniższe dotyczy materiału łącznie z obydwu prób czytelników.

Odpowiedzi „inaczej” wybrało ogółem 212 czytelników czterech pism, w tym zaś tylko 173 dało konkretniejsze sformułowanie (w Lublinie 84, w Warszawie 89). W obydwu miastach najczęściej wymieniono tu czytelnie lub MKPiK (35 w Warszawie, 41 w Lublinie). Na drugim miejscu wymienienia się rozmowy i rekomendacje znajomych (26 w Warszawie i 20

w Lublinie). Na trzecim miejscu dopiero z niedużą liczbą osób (9 w stolicy i 10 w Lublinie) figurują środki masowego komunikowania: radio, prasa lub telewizja jako źródło informacji, z których czytelnik dowiedział się o piśmie i uzyskał zachętę do rozpoczęcia jego czytania.

Inne rodzaje okoliczności wymieniane łącznie przez 1—4 osób to: dawniejsze czytelnictwo pism poprzedzających „Nową Kulturę” i „Przegląd Kulturalny” („Kuznica”, „Odrodzenie”, „Wiadomości Literackie”), jakiś kontakt osobisty z redakcją, rewelacyjne wspomnienia Eichmanna w „Polityce”, okres przymusowej bezczynności, numer okazowy, kontakt w podróży (od współpasażerów), ktoś ze znajomych zamieścił artykuł lub pismo „opisało” czytelnika, zafrapował tytuł, w wojsku, w drukarni.