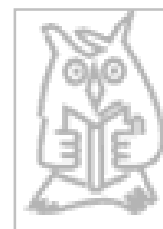


Čtenáři a čtení v České republice (2007, 2010, 2013)

společný projekt
Ústavu pro českou literaturu AV ČR, v. v. i.,
a
Národní knihovny ČR
s finanční podporou Ministerstva kultury ČR
a
Akademie věd ČR
další sponzoři: SMS-finanční poradenství, a.
s., Moravia IT, a. s.
statistické šetření: ppm factum, s. r. o.



autor prezentace:
Jiří Trávníček
(travnicek@ucl.cas.cz)
Ostravský knižní veletrh, Ostrava, 6. 3. 2015



Osnova prezentace

1. co je čtení a schéma, cíle, parametry výzkumu
 2. základní údaje
 3. čtenáři - rozložení
 4. digitální čtení
 5. jednotlivá média
 6. knižní trh
 7. veřejné knihovny
 8. nejoblíbenější autor a kniha
 9. kvalitativní část (výroky a postoje)
 10. typy a postoje
 11. srovnání (EU)
- Závěry

1.1 Co je čtení?

- Jedna z **několika mediálních aktivit**
(neexistuje nic takového jak čtení o sobě a pro sebe)
- Předpoklad **samostatného a kritického myšlení** (klíčová kulturní kompetence)
- **společensko-kulturní stopa** (čtení není je čistě soukromou záležitostí jedince, ale činností, která nás socializuje)

1.2 Celkové schéma našich výzkumů

Čtenáři a čtení



1.3 (Statistický) čtenář

- ten, kdo deklaruje **jednu přečtenou knihu** v průběhu roku – jakoukoli (beletristickou, věcnou, odbornou), k jakémukoliv účelu (kvůli zábavě, informaci, poznání), v jakémkoliv médiu (tištěnou, elektronickou)

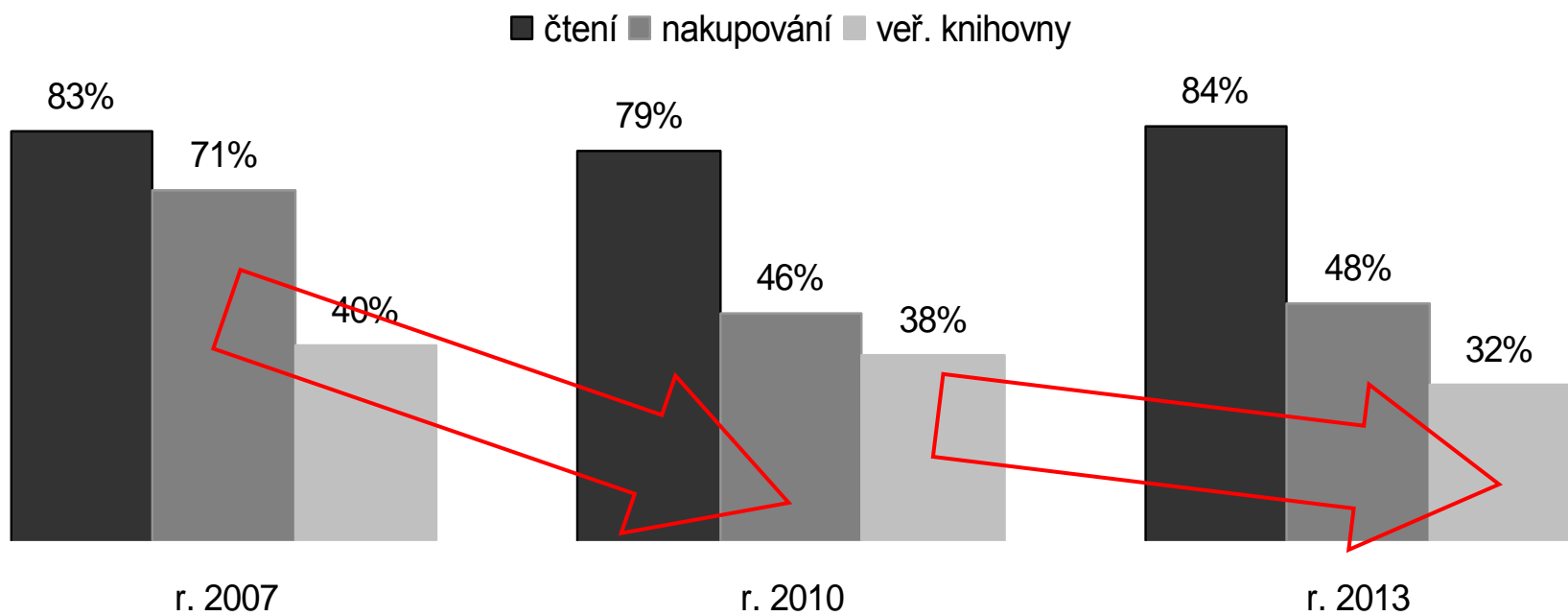
1.4 Co sledujeme

- kolik **čteme**, co (jaké druhy knih) čteme, jak často čteme, kolik času čtení věnujeme
- kolik knih **kupujeme**, kde je nabýváme, podle čeho a k jakému účelu je vybíráme, proč je nekupujeme, které instituce knižního trhu známe
- zda chodíme do **veřejných knihoven**, jaké služby tam vyhledáváme, jak jsme s nimi spokojeni, proč tam nechodíme a co by způsobilo, abychom tam chodili
- kolik se věnujeme jednotlivým **médiím**, jak často užíváme internet, co v digitálním prostoru čteme, na jakých přístrojích
- jaký je náš **nejoblíbenější autor** a jaké je naše **nejoblíbenější kniha**
- čtení **časopisů**
- jak souvisí čtení s aktivitami **volného času** a naší **prací**
- co mělo největší **vliv** na náš **vztah ke čtení**

1.5 Parametry výzkumu

- statistické reprezentativní šetření obyvatel ČR starších 15 let
- kontrolované znaky: pohlaví, věk, ekonomická aktivita, vzdělání, kraj
- velikost vzorku: 1 584 respondentů
- statistická chyba: 2,5 %
- doba šetření: 2. 5. – 25. 5. 2013
- metoda sběru dat: standardizované rozhovory *face-to-face*
- průměrná délka rozhovoru: 30 minut
- hlavní téma výzkumu: knižní trh

2.1 Čtení-nakupování-veř. knihovny



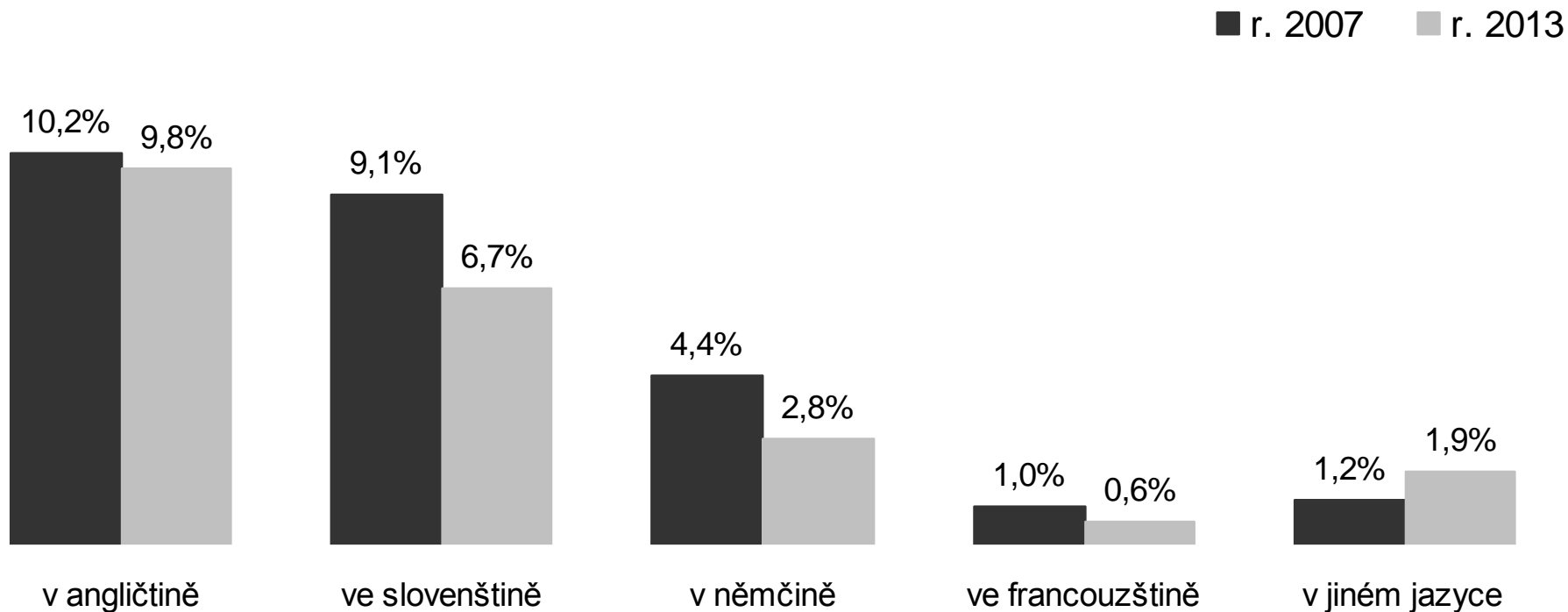
báze: celá populace 15+

2.2 „Index hladu po knihách“

	r. 2007	r. 2010	r. 2013
poměr kupujících ke čtoucím	0,9	0,6	0,6
poměr navštěvujících (veřejné knihovny) ke čtoucím	0,5	0,5	0,4
SOUČET	1,4	1,1	1,0

báze: celá populace 15+

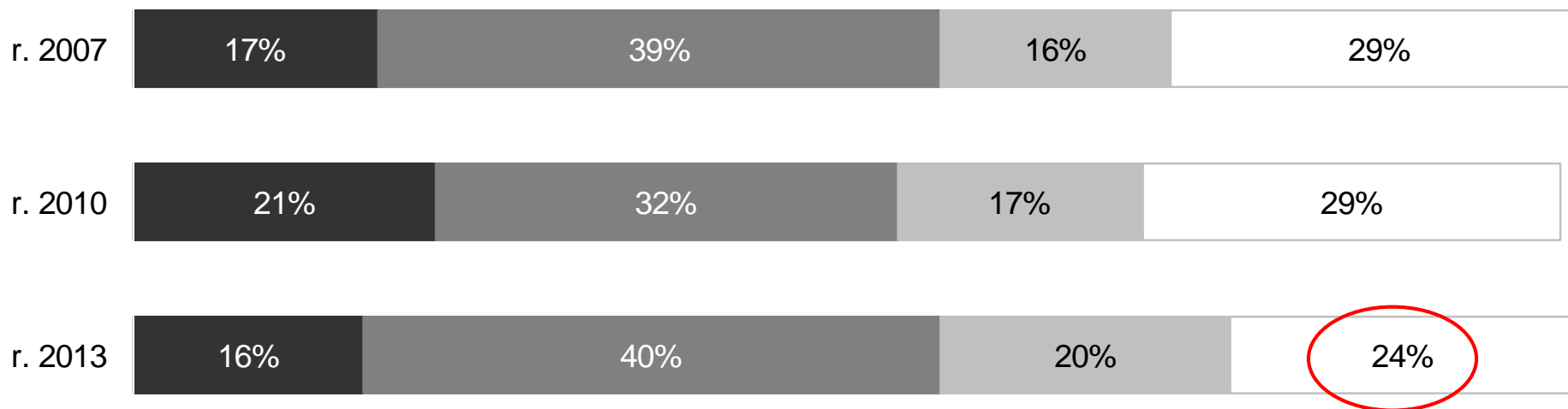
2.3 Čtení v cizích jazycích



báze: celá populace 15+

3.1 Čtenáři - rozložení

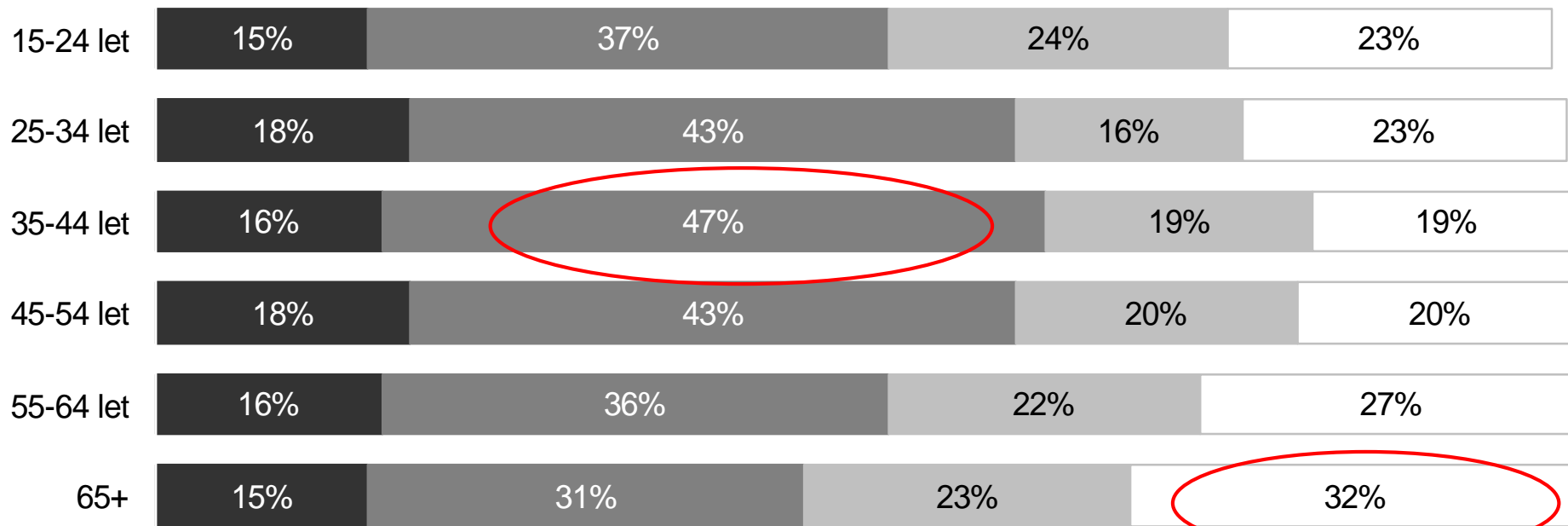
■ nečtenář ■ čt. sporadický (1-6 knih) ■ čt. pravidelný (7-12 knih) □ čt. častý (13 a více knih)



báze: celá populace 15+

3.2 Čtenáři – podle věku (2013)

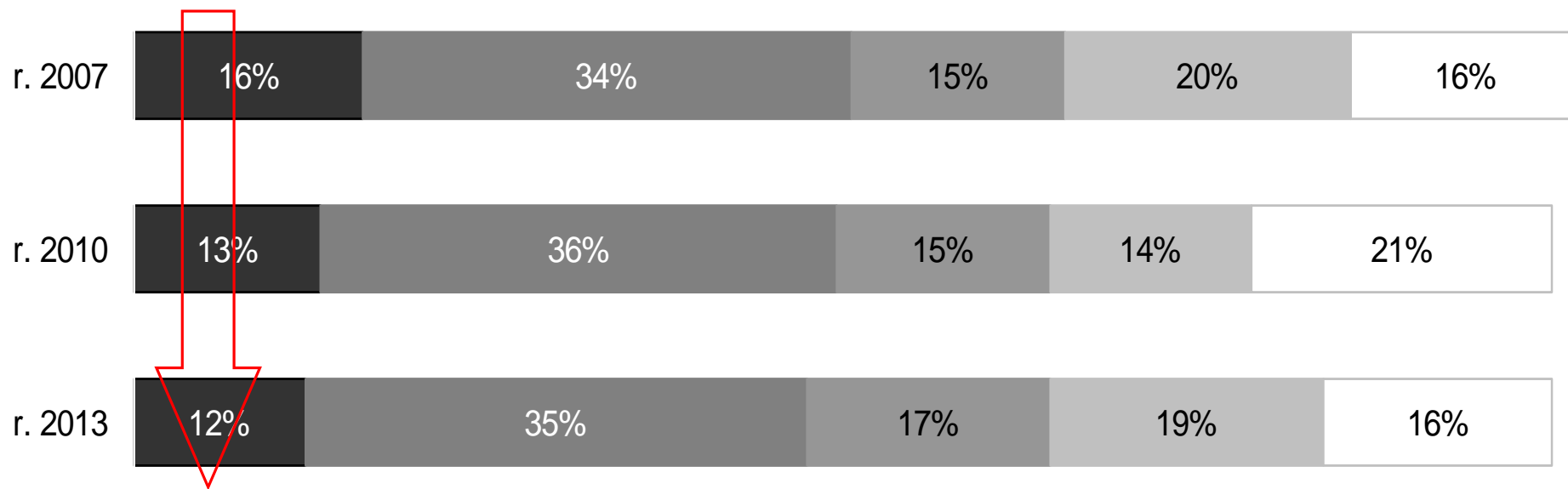
■ nečtenář (0) ■ čt. sporadický (1-6) ■ čt. pravidelný (7-12) □ čt. častý (13+)



báze: celá populace 15+

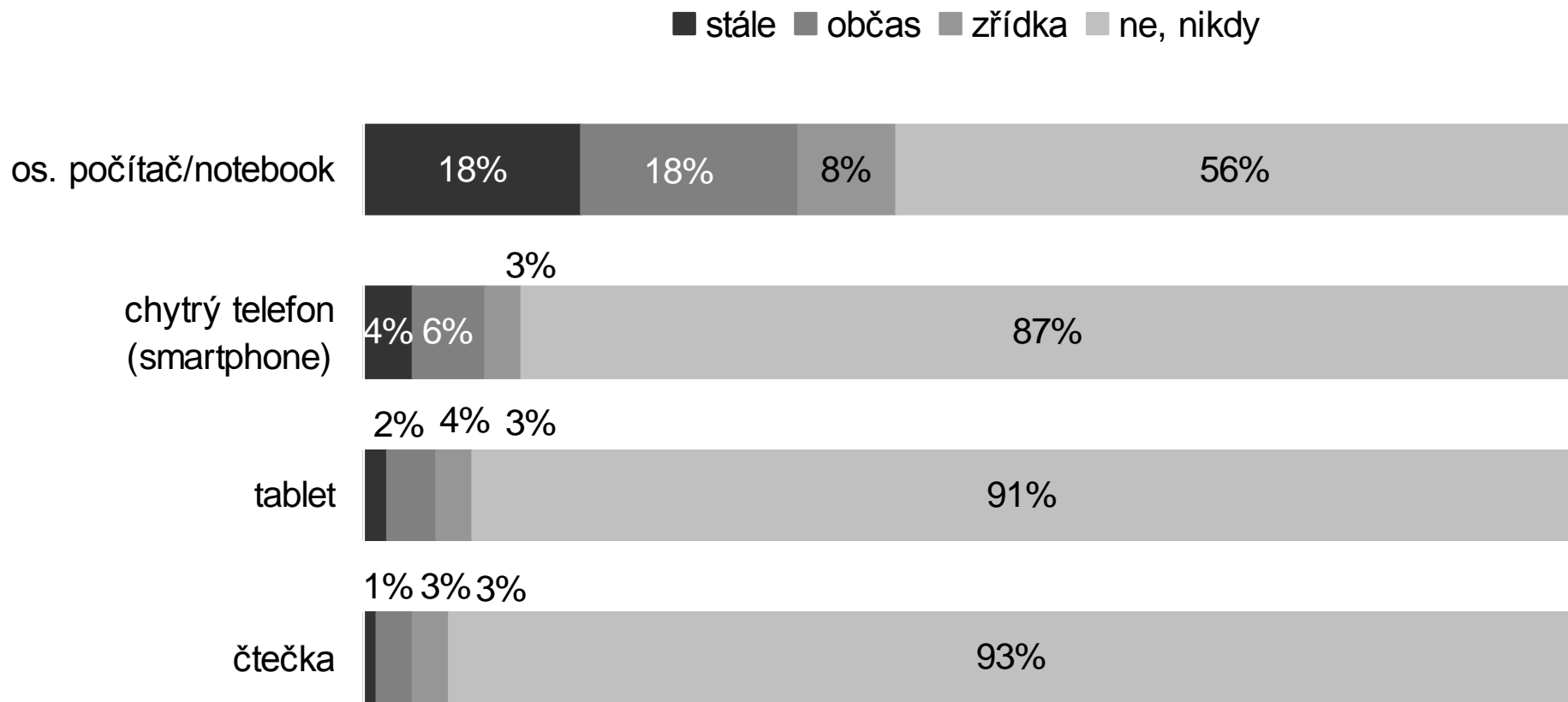
3.3 Čtenáři – jak často

■ denně ■ aspoň 1x týdně ■ aspoň 1x za měsíc ■ aspoň 1x za rok □ méně často



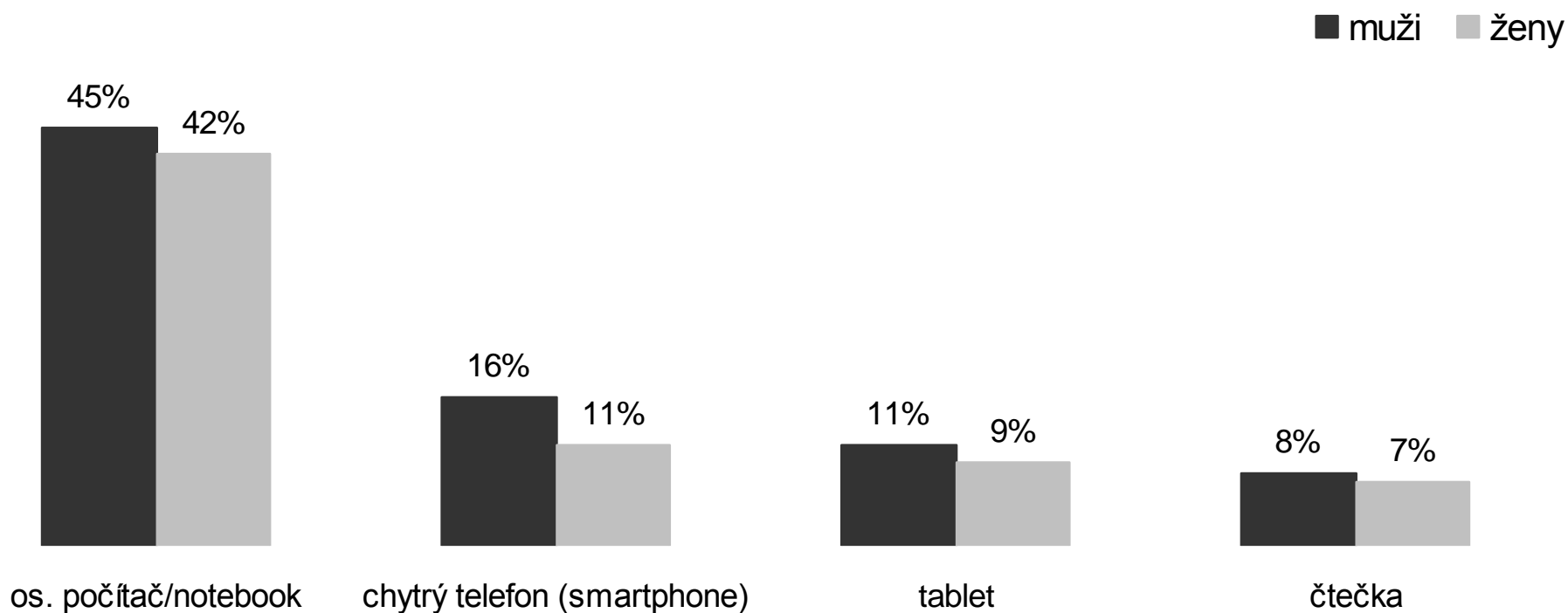
báze: celá populace 15+

4.1 Čtení digitální (přístroje)



báze: celá populace 15+

4.2 Čtení digitální (přístroje-muži a ženy)

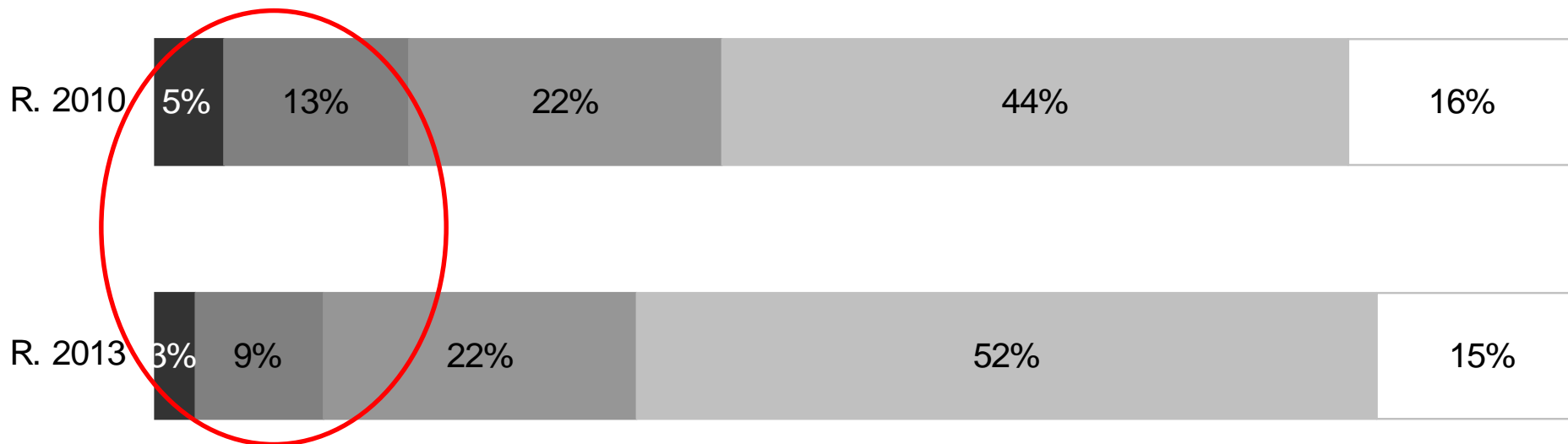


báze: celá populace 15+

4.3 Souhlas - nesouhlas

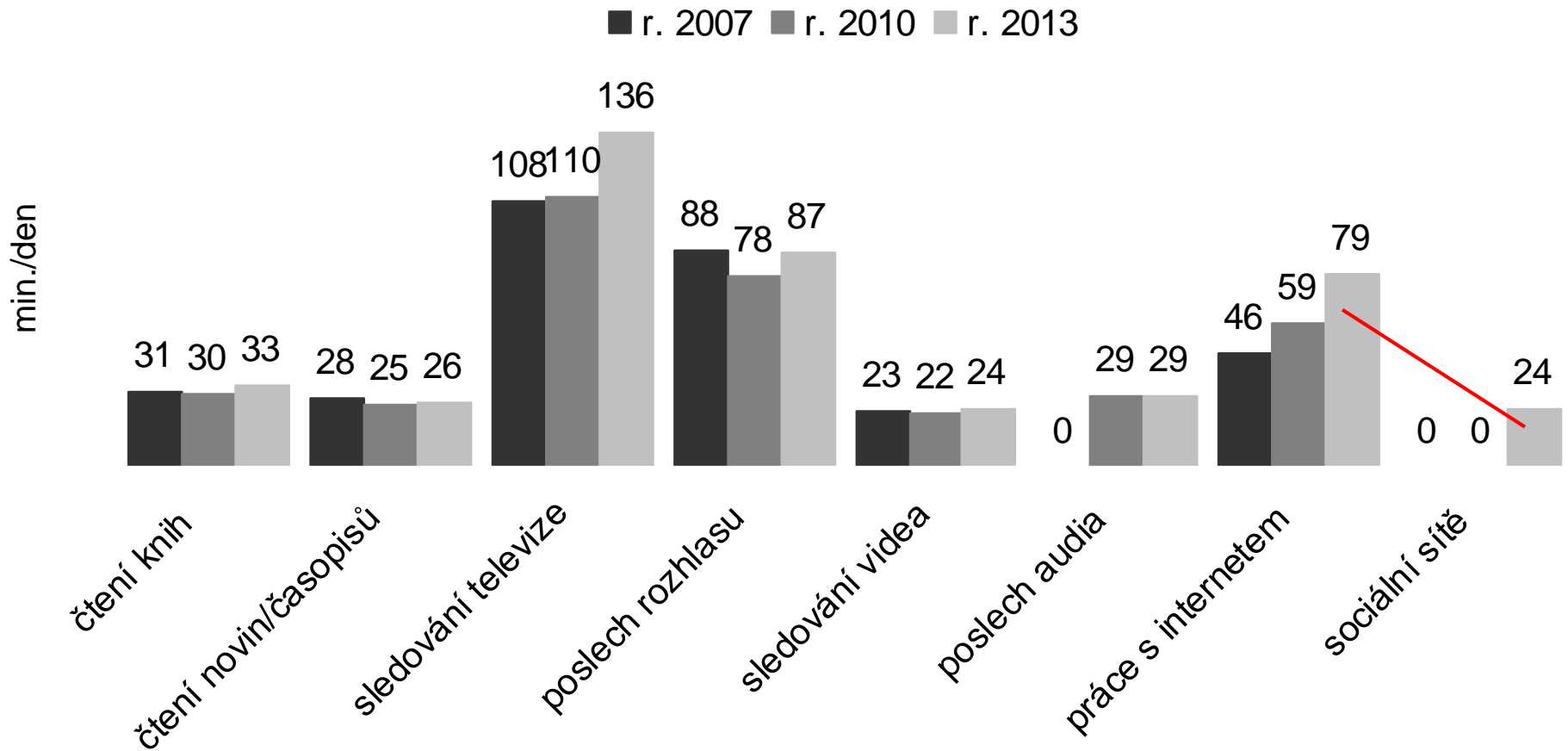
„Nepotřebuji už knihy v podobě tištěné (papírové). Dokážu si představit, že bych je četl pouze v podobě elektronické (na obrazovce počítače, čtečky nebo displeji mobilu).“

■ rozhodně souhlasí ■ spíše souhlasí ■ spíše nesouhlasí
■ rozhodně nesouhlasí □ neví, neuvažoval o tom



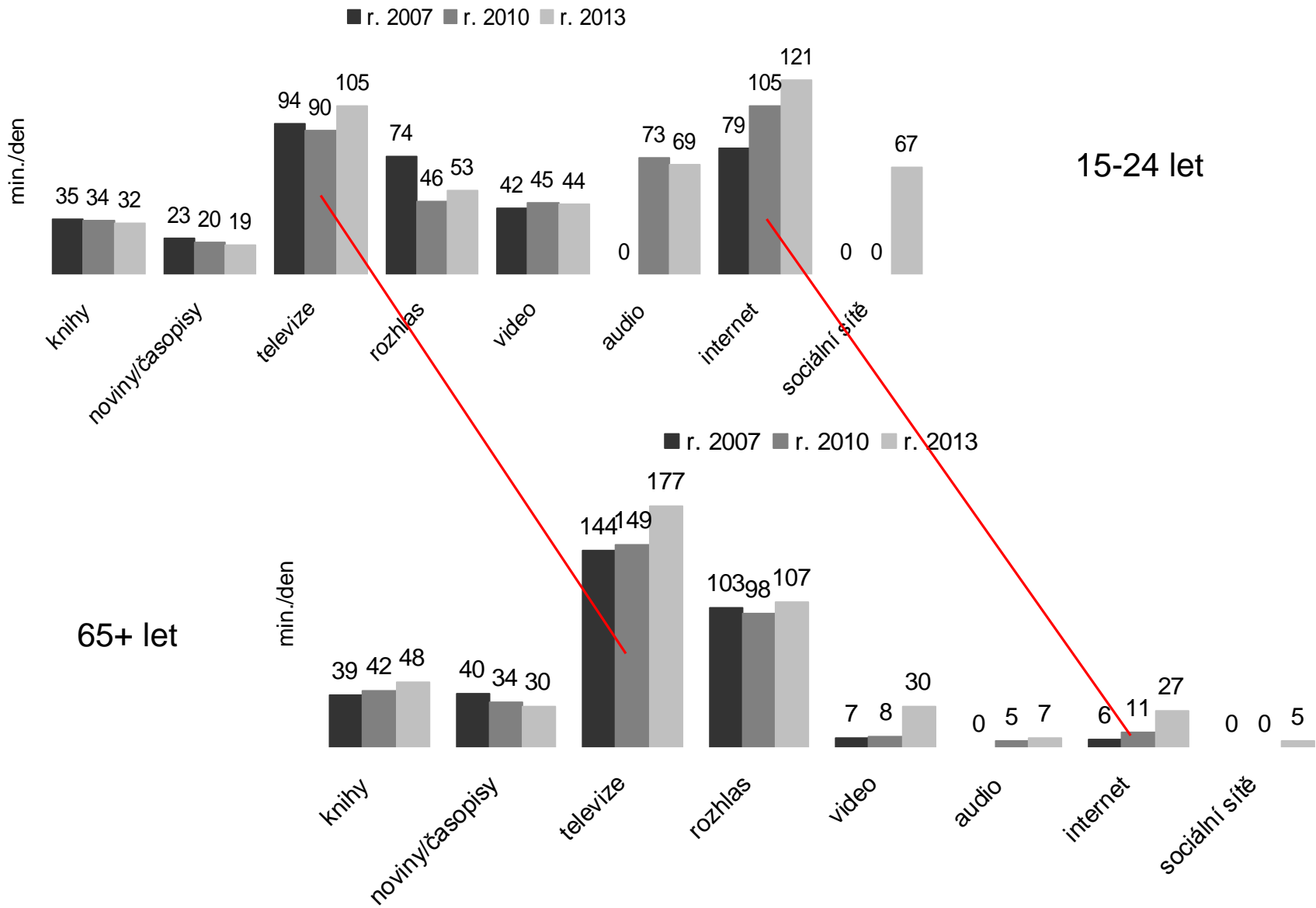
báze: celá populace 15+

5.1 Čtení knih a jiná média



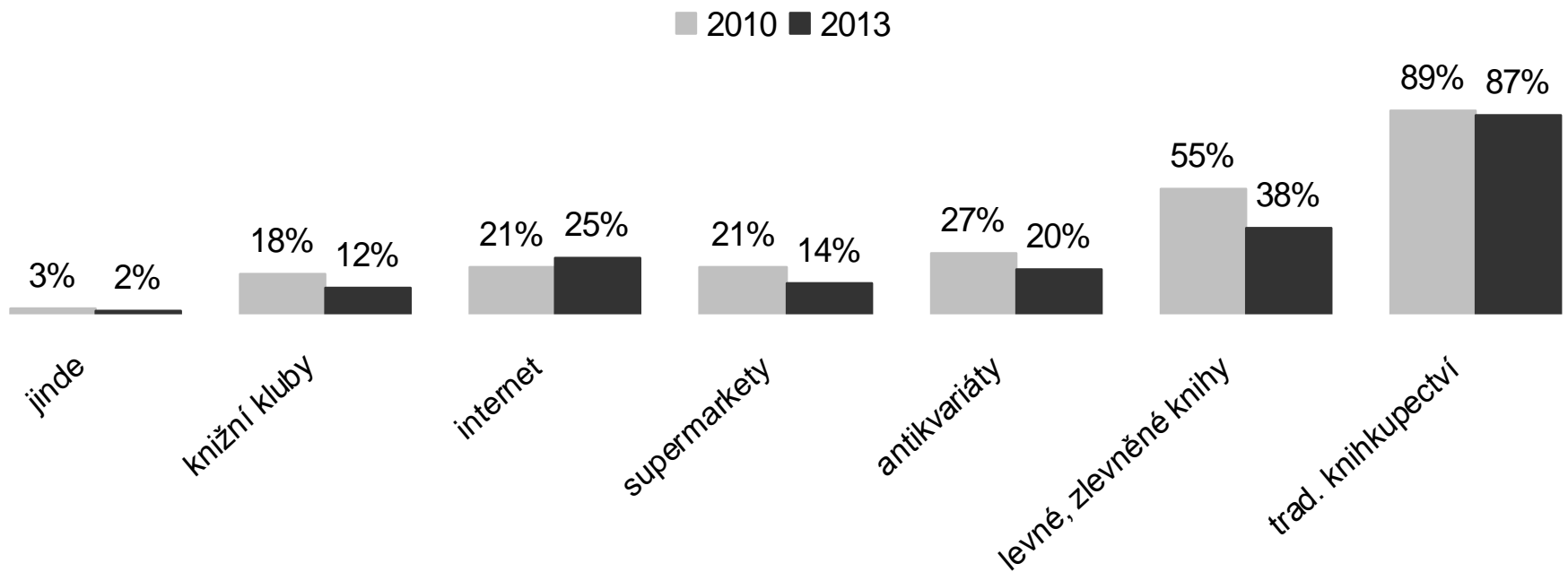
báze: celá populace 15+

5.2 Čtení knih a jiná média (nejmladší-nejstarší)



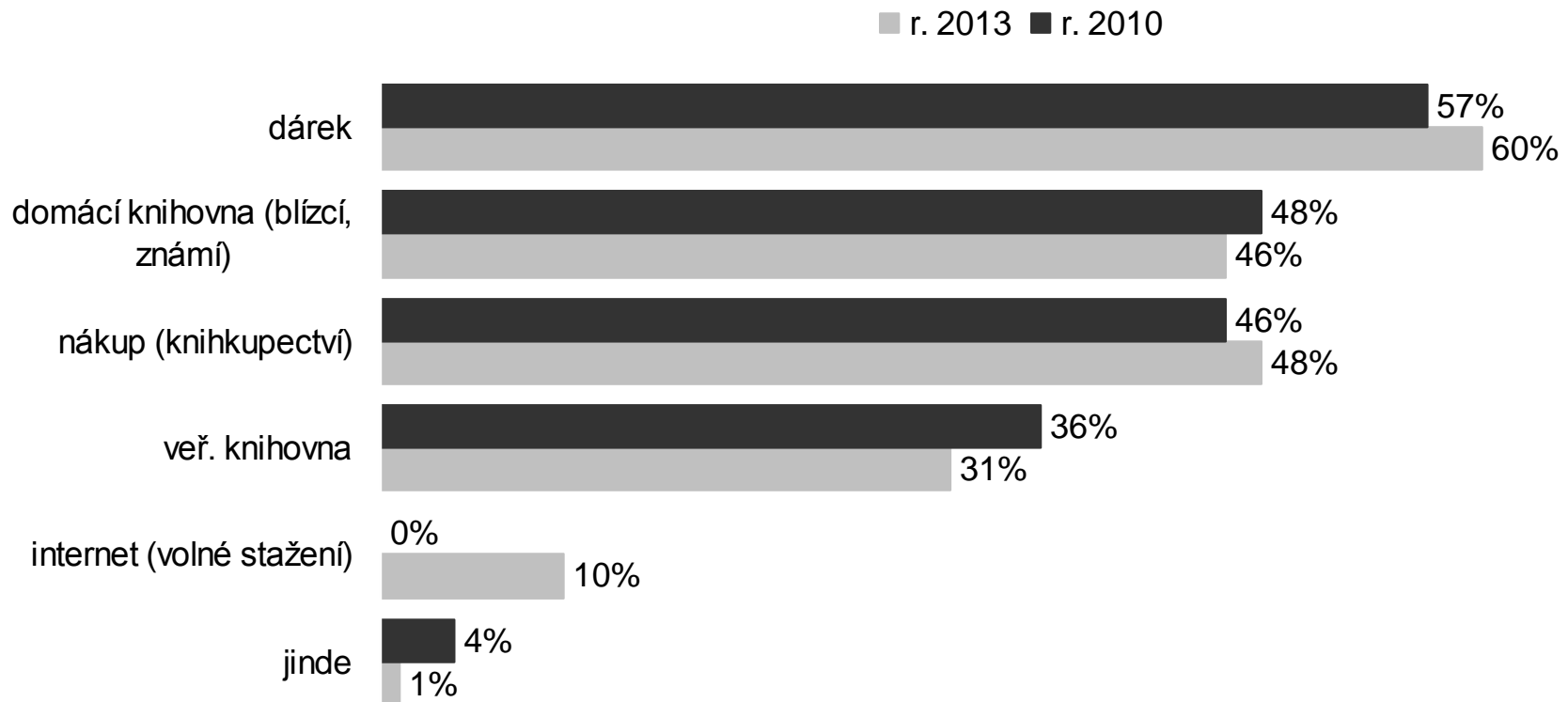
báze: celá populace 15+

6.1 Knižní trh – nabývání (kde)



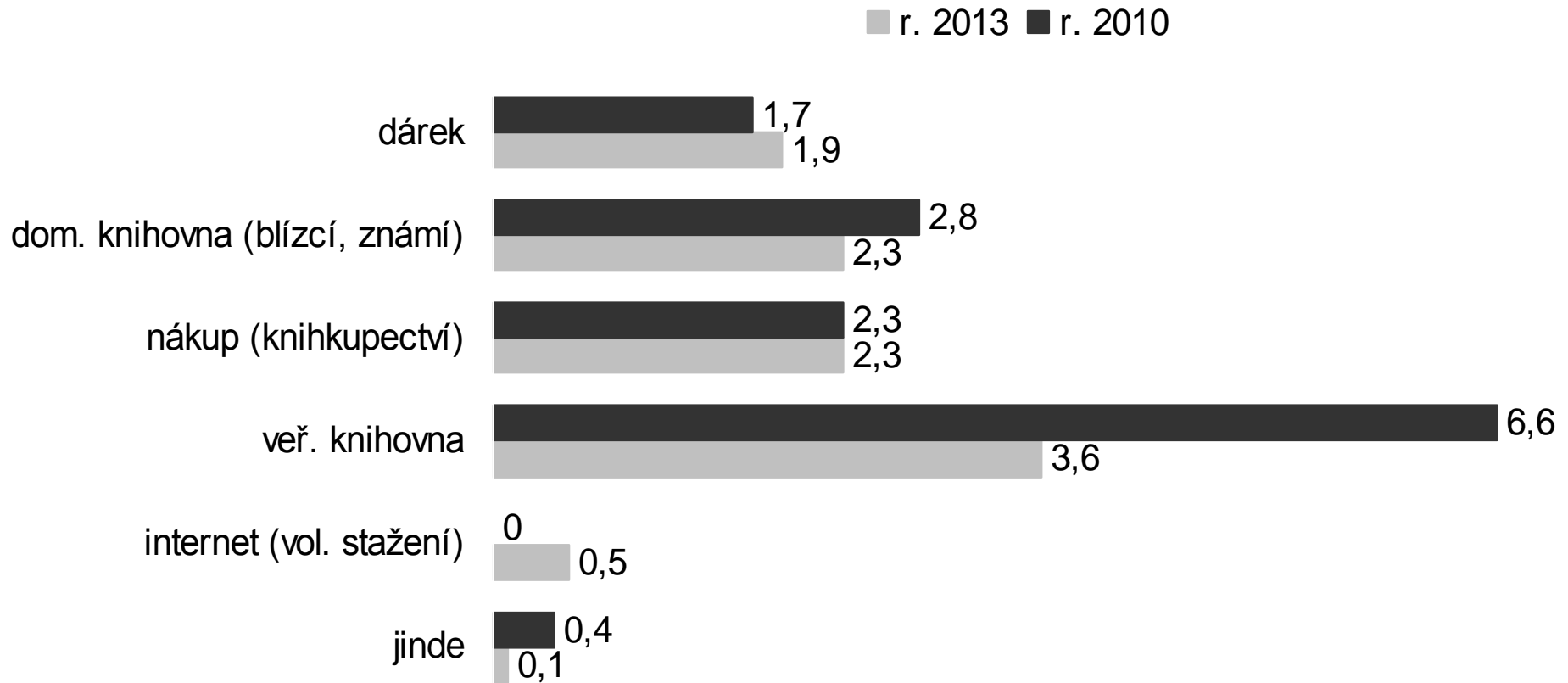
báze: ti, kdo kupují knihy

6.2 Nabývání knih (způsob)



báze: celá populace 15+

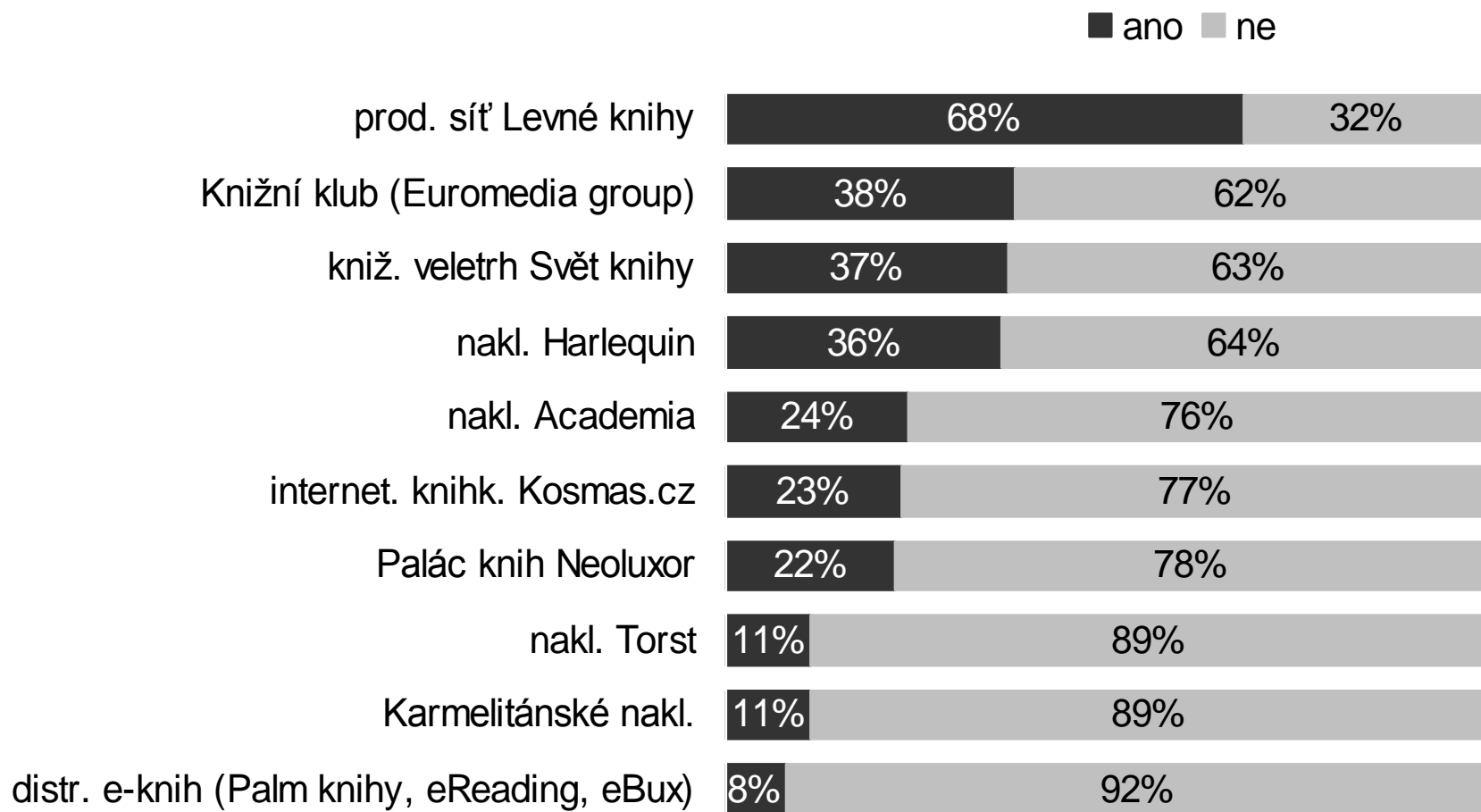
6.3 Nabývání knih (počty)



2010 – 13, 5 knih
2013 – 10,7 knih

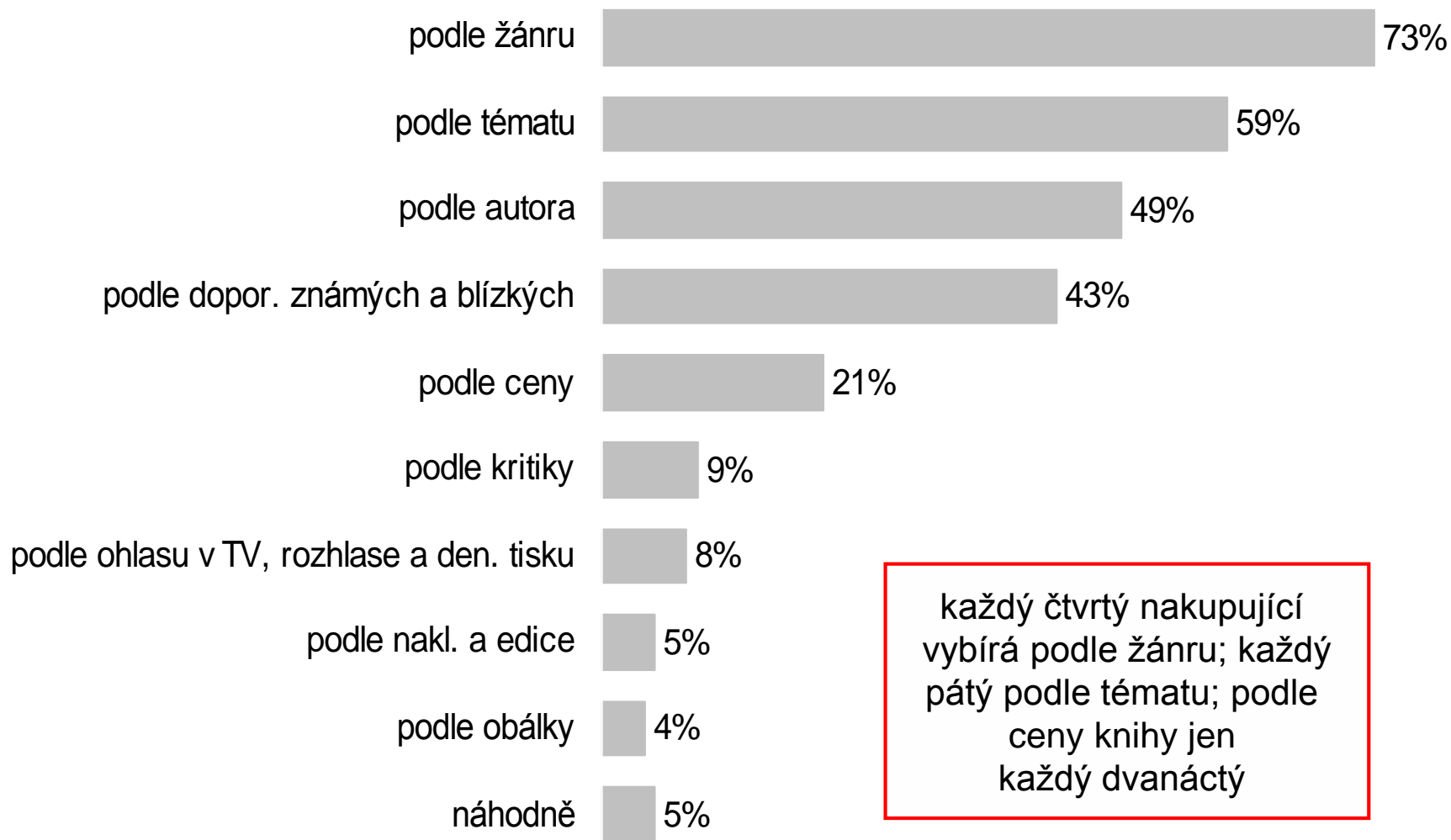
báze: celá populace 15+

6.4 Knižní trh – instituce (znalost)



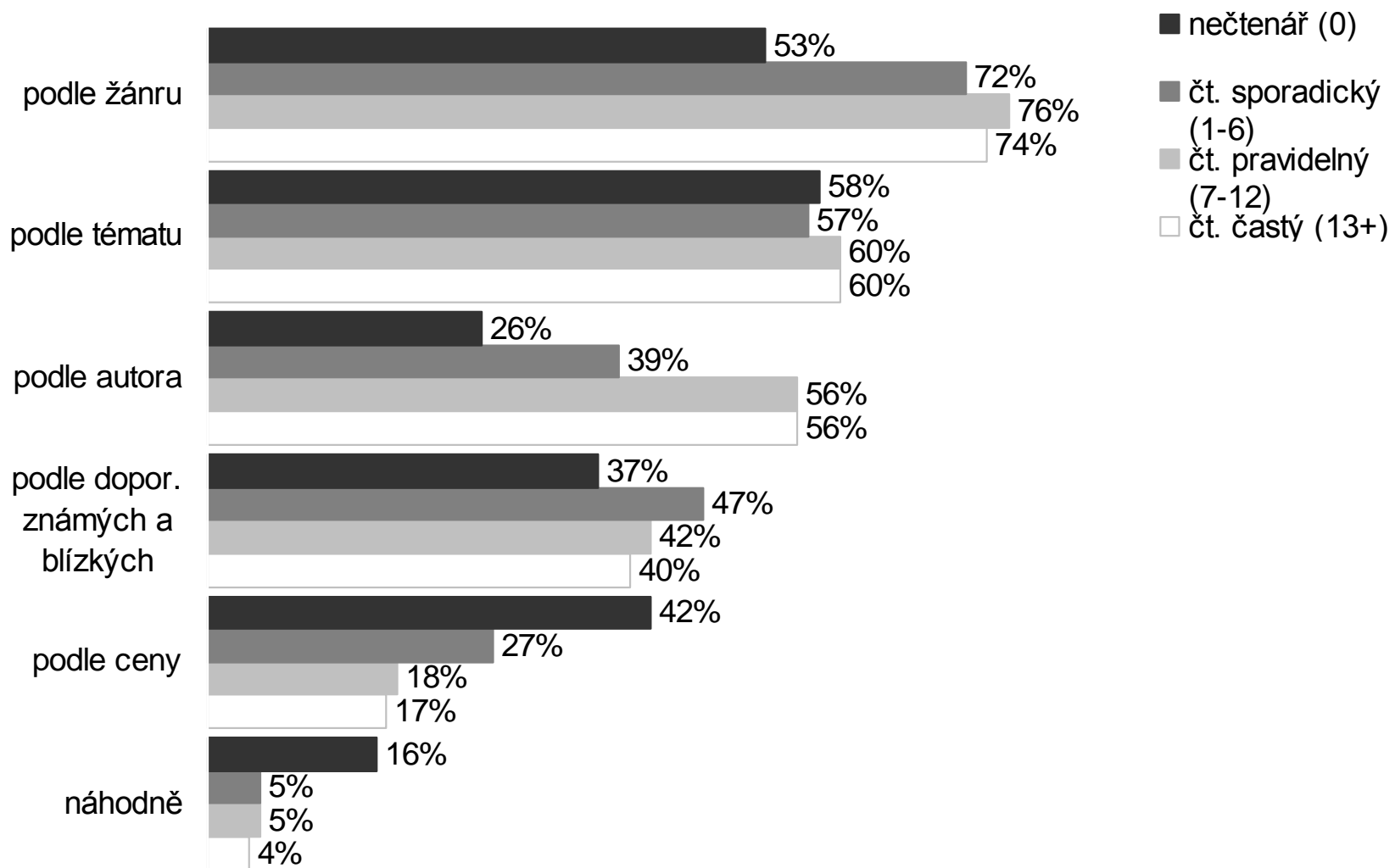
báze: celá populace 15+

6.5 Podle čeho knihy vybíráme



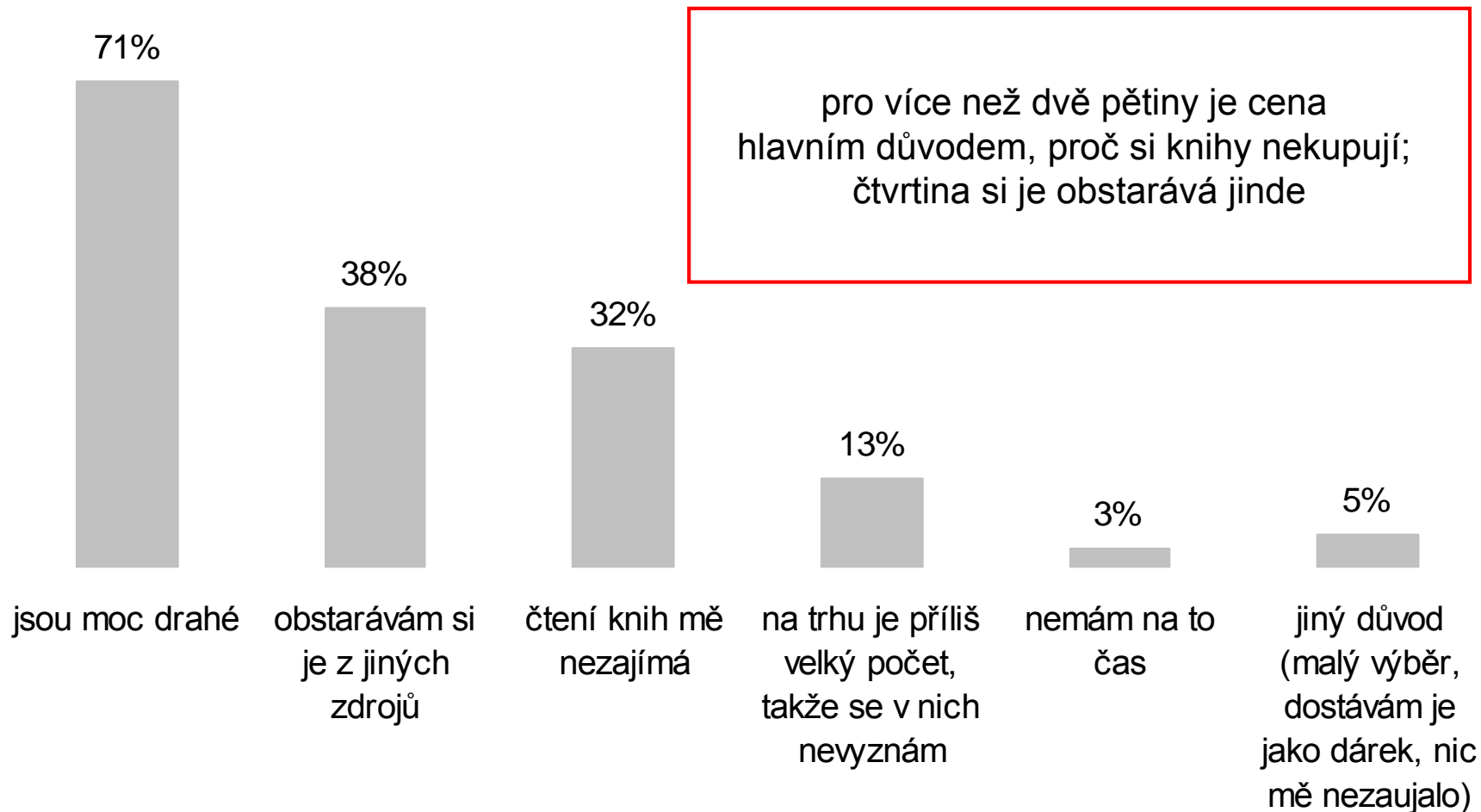
báze: ti, kdo knihy kupují

6.6 Podle čeho knihy vybíráme (čtenáři)



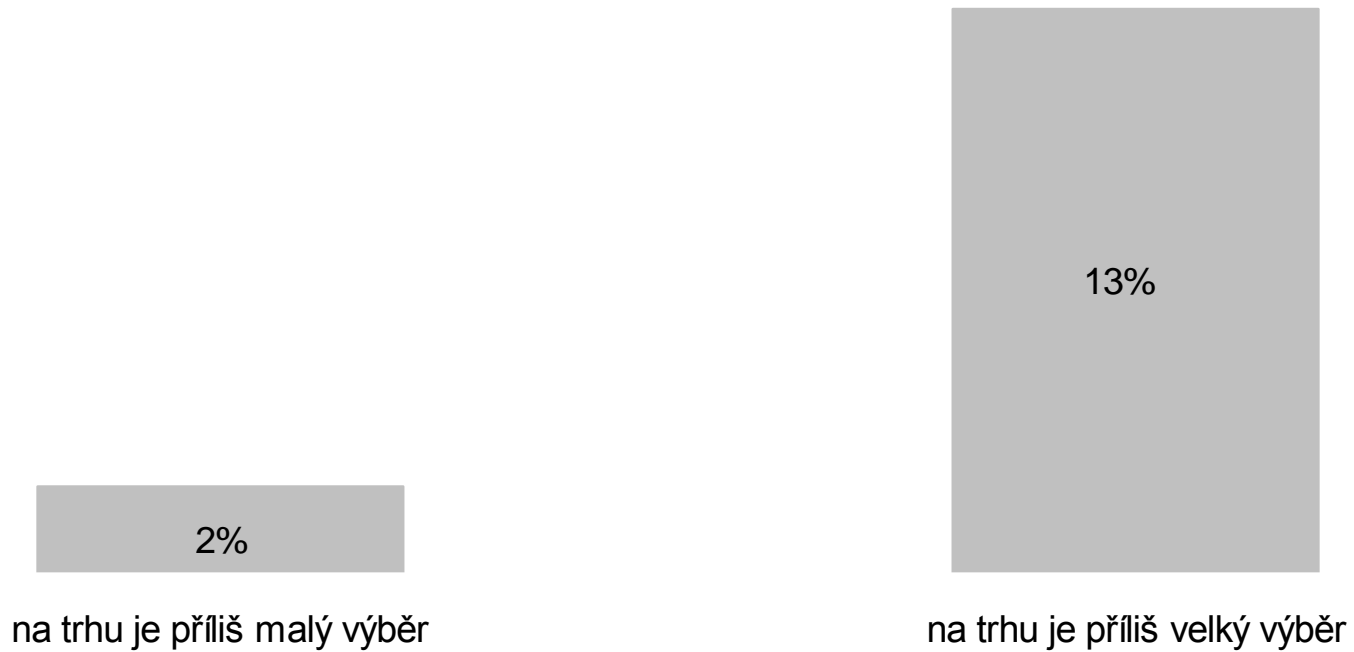
báze: ti, kdo knihy kupují

6.7 Proč knihy nekupujeme



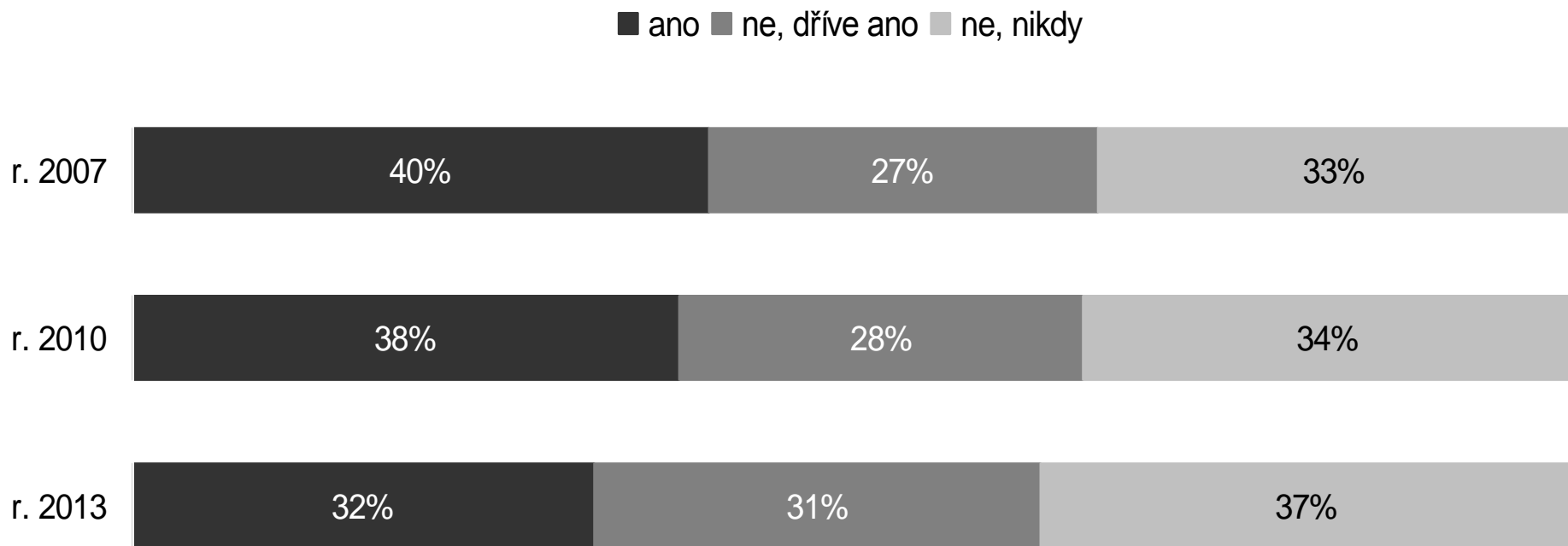
báze: ti, kdo knihy nekupují

6.8 Proč knihy nekupujeme (málo – hodně)



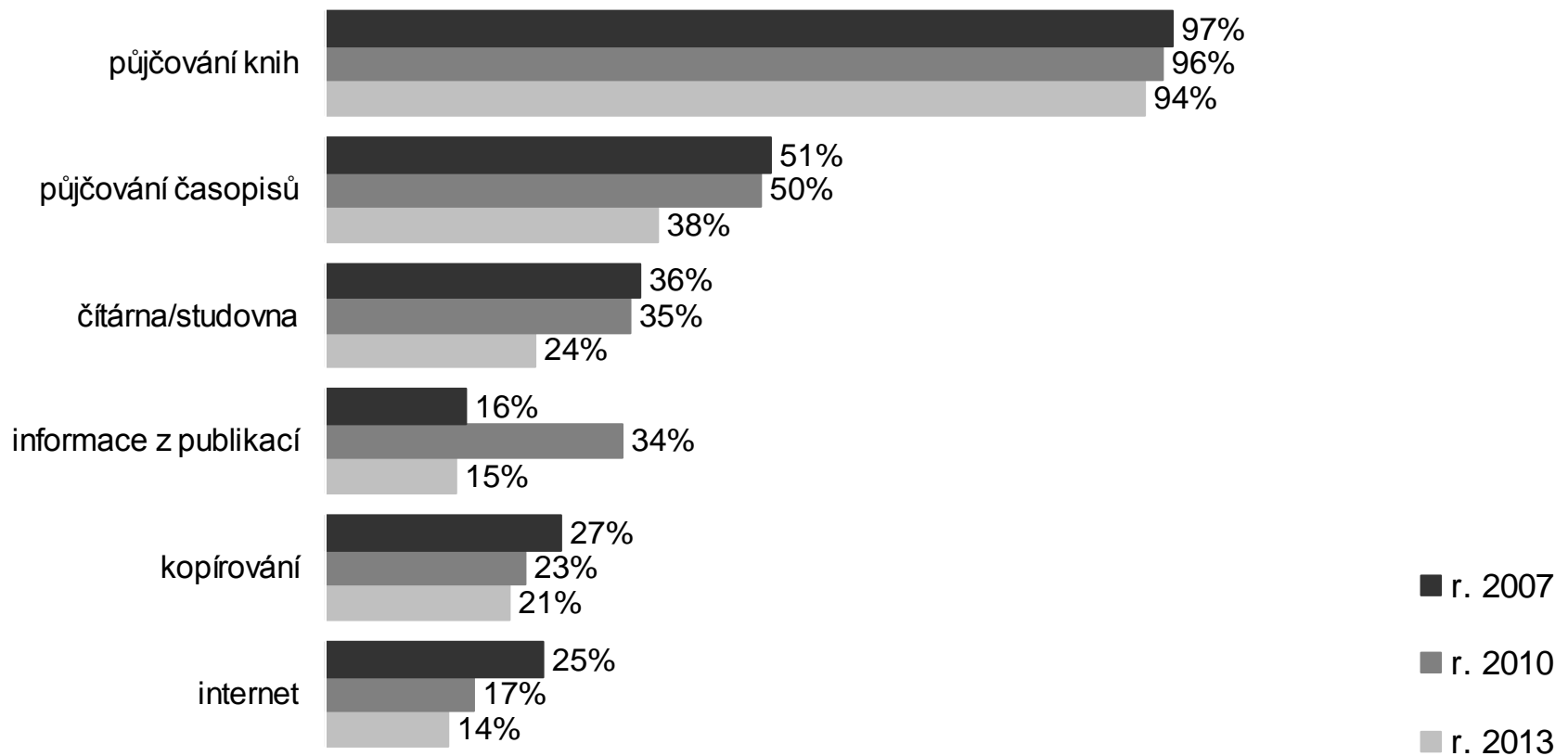
báze: ti, kdo knihy nekupují

7.1 Veřejné knihovny (návštěvnost během roku)



báze: celá populace 15+

7.2 Veřejné knihovny (služby)



báze: celá populace 15+

8.1 Nejoblíbenější autor (2013)

Autor	počet jmenování
M. Viewegh	19
E. M. Remarque	18
D. Francis	15
A. Christie(ová)	13
V. Javořická	10
B. Němcová	9
K. Čapek	8
J. R. R. Tolkien	8
B. Hrabal	7
S. King	7
B. MacDonald(ová)	7
S. Monyová	7
J. K. Rowling(ová)	7

2007 a 2010 – 1. M.
Viewegh

8.2 Nejoblíbenější kniha (2013)

Titul	počet jmenování
<i>Babička</i> (B. Němcová)	10
<i>Harry Potter</i> (J. K. Rowling/ová/)	8
<i>Padesát odstínů šedi</i> (E. L. James/ová/)	8
<i>Pán Prstenů</i> (J. R. R. Tolkien)	8
<i>Vejce a já</i> (B. MacDonald/ová/)	8
<i>Egypt'an Sinuhet</i> (M. Waltari)	7
<i>Saturnin</i> (Z. Jirotko)	7
<i>Osudy dobrého vojáka Švejka...</i> (J. Hašek)	7
<i>Malý princ</i> (A. de Saint-Exupéry)	6
<i>Stmívání</i> (S. Meyer(ová/)	5
<i>Na západní frontě klid</i> (E. M. Remarque)	5

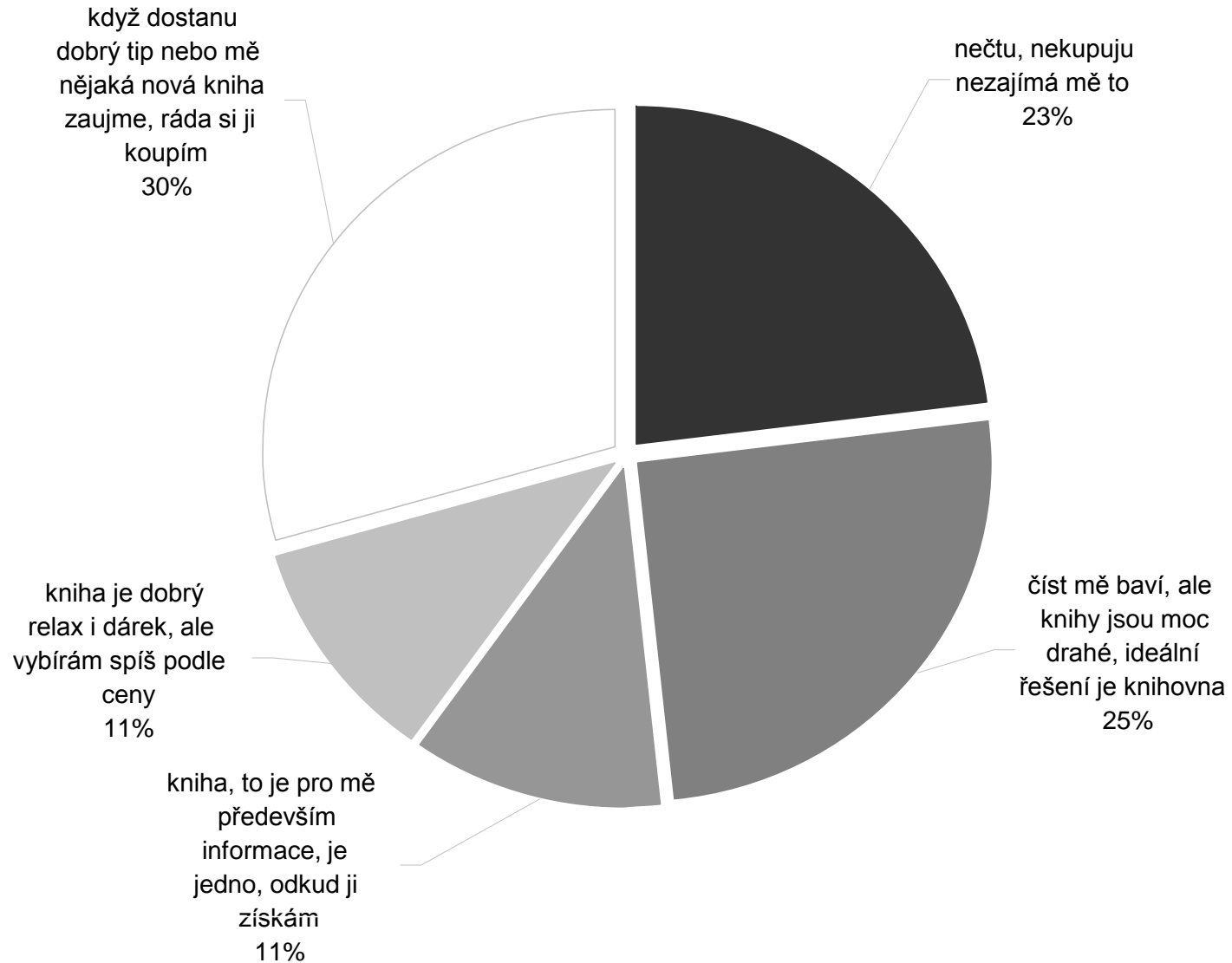
2007 a 2010 – 1.
Vejce a já

9.1 kvalitativní část (výroky, postoje)

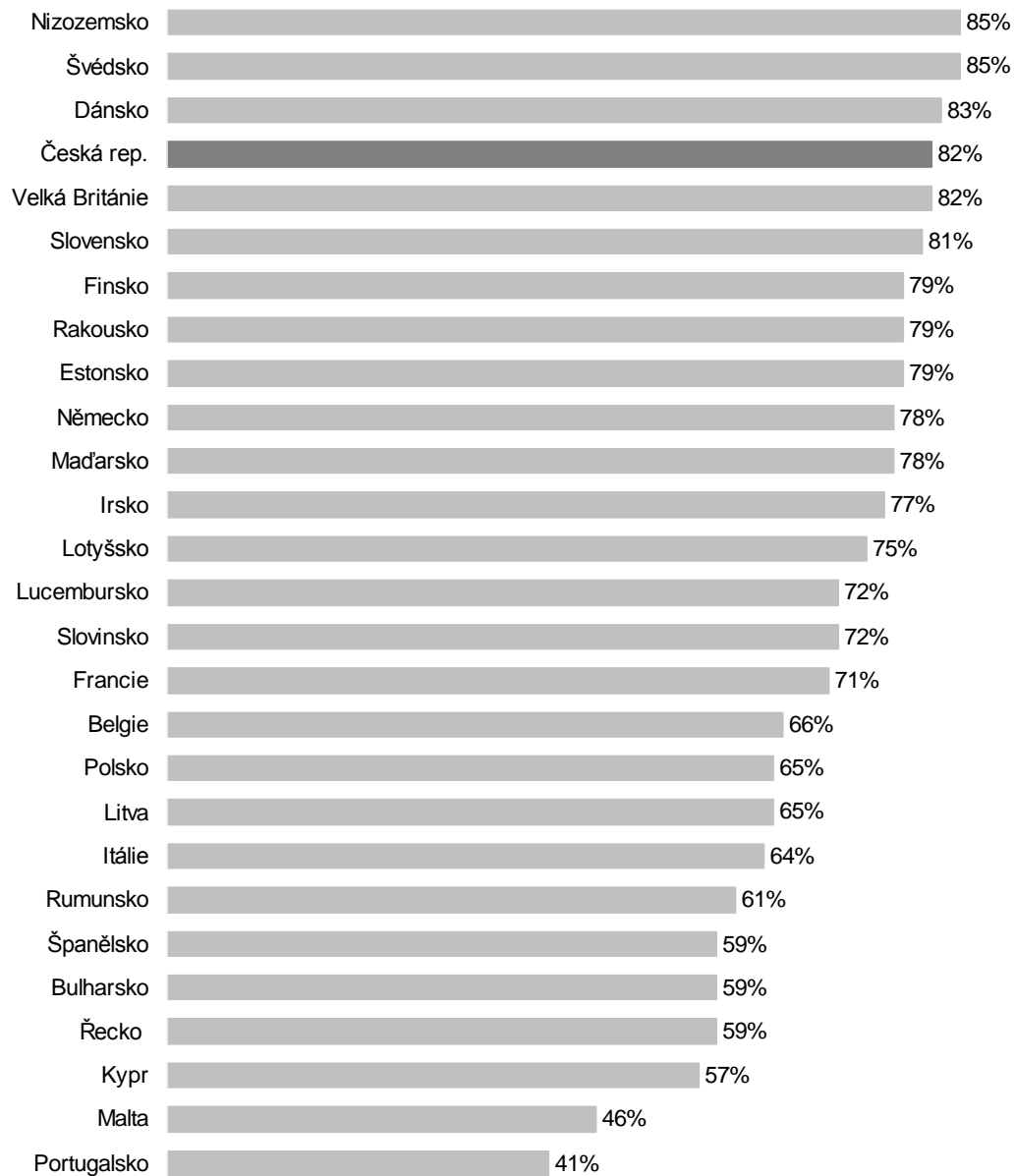
- **Knihy jsou příliš drahé:** „vadí mi stále se zvyšující cena knih v knihkupectví“; „Knihy jsou moc drahé, měly by být mnohem levnější“
- **Příliš velký počet knih:** „knižní trh je přesycen“, „knižní trh je nasycen, autoři již vyčerpali témata“
- jiné: stížnosti na distribuci a knihovny, konkurence televize a internetu atd.

10.1 Typy a postoje

shluková analýza



11.1 Srovnání



Zdroj: Eurobarometr (2008)

Závěry – hl. rysy české čten. kultury

- celkově **silné** čtení (vysoký počet tzv. statistických čtenářů)
- **přesycenost** knihami
- nepatrná **urbanizační** bariéra: malý rozdíl podle velikosti míst
- velká bariéra **genderová**: značný rozdíl mezi muži a ženami
- žádná **věková** bariéra; pouze propad čtení ve středním věku
- početné **domácí knihovny**
- kladný vztah k **veřejným knihovnám**
- zvyk pojímat knihu jako **dárek**
- spíše **konzervativní chování** na knižním trhu

děkuji za pozornost...

