

Naročnika raziskave:

Republika Slovenija  
Ministrstvo za kulturo  
Maistrova 10  
1000 Ljubljana  
Skrbnica pogodbe: Laura Škerbec

Izvajalec projekta:

UMco d. d.  
Leskoškova 12  
1000 Ljubljana  
Vodja raziskave: dr. Samo Rugelj

in

Javna agencija za knjigo RS  
Tržaška cesta 2  
1000 Ljubljana  
Strokovna spremljevalka projekta: Vlasta Vičič

**Poročilo raziskave z naslovom**  
**»Bralna kultura in nakupovanje knjig v Republiki Sloveniji«**

Ljubljana, september 2014



# VSEBINA

1 Uvod	5
1.1 Uvodna pripomba	5
1.2 Anketiranje	5
2 Primerjava vprašanj iz raziskav <i>KiB IV</i> in <i>KiB V</i> ( <i>Patricia Rupar</i> )	7
2.1 Uvod	7
2.2 Primerjalna analiza vprašanj	8
2.2.1 Bralci in nebralci na splošno	8
2.2.2 Bralci in nebralci glede na demografske značilnosti	9
2.2.3 Razlogi za branje oziroma nebranje	11
2.2.4 Knjige in bralci	12
2.2.5 Kupovanje knjig	14
2.3 Literatura	17
3 <i>Nacionalni program za kulturo 2014-2017</i> in <i>Knjiga in bralci V</i> ( <i>Andrej Blatnik</i> )	19
3.1 NKP, KiB in cena knjige	19
3.2 Česa ni treba	20
3.3 Od kvantitete h kvaliteti	22
4 Rezultati raziskave <i>KiB V</i> v primerjavi s knjigotrškimi in knjižničnimi statistikami ( <i>Miha Kovač in Rok Gregorin</i> )	25
4.1 Osnovna struktura slovenskega založništva	25
4.2 Branje in kupovanje knjig v Sloveniji	26
4.3 Dinamika prodaje knjig: upad števila intenzivnih kupcev	28
4.4 Kako do ocene števila prodanih knjig na trgu	29
4.5 Knjižni profesionalci in obiskovanje knjižnic v letu 2014	31
4.6 Slovenski knjižni trg in knjižni profesionalci v letu 1998	32
4.7 Spremembe prodajnih poti v založništvu	34
4.8 Knjigarniška prodaja in vpliv tujih knjigotržcev	35
4.9 Spremenjene navade bralcev in kupcev	35
4.10 E-knjige kot logično nadaljevanje spletne prodaje tiskanih knjig	38
4.11 Zagata s cenovnim sidrom	40
4.12 Knjižnice kot dopolnilo knjižnega trga	41
4.13 Subvencije in povečan obseg avtorskega dela v knjižni dejavnosti	42
4.14 Nekaj opazk za konec: knjižnice, založbe in bralna kultura	43
4.15 Ko bralci izpuhtijo: splet, univerze in visoke šole	44

5 Slovenski kupci knjig, njihov demografski profil in njihove nakupne navade v povezavi z bralnimi ter drugimi navadami ( <i>Samo Rugelj</i> )	47
5.1 Osnovna demografija kupcev knjig	47
5.2 Izobrazba prebivalstva in njihovi prihodki v povezavi s kupovanjem knjig	49
5.3 Nakupovanje knjig glede na slovenske regije	50
5.4 Povezava branja in nakupovanja knjig	51
5.5 Načrti z branjem knjig v prihodnosti in nakupovanje knjig	53
5.6 Branje v tujih jezikih in nakupovanje knjig	53
5.7 Obiskovanje knjižnic in nakupovanje knjig	55
5.8 Izposojanje knjig (splošno) in nakupovanje knjig	55
5.9 Pogostnost branja in kupovanje knjig	56
5.10 Število knjig doma in nakupovanje knjig	57
5.11 Dejavniki, ki vplivajo na branje knjig in posledično na nakupovanje knjig	58
5.12 Način pridobitve zadnje leposlovne knjige in nakupne navade	59
5.13 Nakupovanje bralcev glede na tip leposlovnih knjig v slovenščini, ki jih najraje berejo	60
5.14 Nakupovanje bralcev glede na tip romanov v slovenščini, ki jih najraje berejo	61
5.15 Splošni kriteriji, na podlagi katerih začnejo anketiranci brati knjigo v slovenščini ter nakupovanje knjig	61
5.16 Nakupovanje knjig glede na to, za koga kupci kupujejo knjige	62
5.17 Vir pridobivanja informacij o knjigah v povezavi z nakupnimi navadami	62
5.18 Dejavniki, ki bi spodbudili nakupovanje knjig	66
5.19 Kraj kupovanja knjig v povezavi s številom kupljenih knjig	67
5.20 Oddaljenost od knjigarn in nakupovanje knjig	68
5.21 Pogostost obiskovanja knjigarn in nakupovanje knjig	68
5.22 Najbolj pogosta obdobja obiskovanja knjigarn in nakupovanje knjig	69
5.23 Najpogostejši razlog za obisk knjigarn v povezavi z nakupovanjem knjig	70
6 Sklep	71
6.1 Prilika o mrtvem konju in beli knjigi ali nekaj misli o prihodnosti ( <i>Miha Kovač</i> )	71
6.2 Možni ukrepi za izboljšanje stanja na področju branja in nakupovanja knjig ( <i>Samo Rugelj</i> )	74
Priloga: Anketni vprašalnik	77

# 1 UVOD

## 1.1 Uvodna pripomba

Po odobritvi projekta raziskave *Bralna kultura in nakupovanje knjig v Republiki Sloveniji* smo sestavili ožjo raziskovalno ekipo, v kateri so bili poleg dr. Sama Ruglja in prof. dr. Mihe Kovača še izr. prof. dr. Andrej Blatnik, Rok Gregorin in Patricia Rugar. Ker je bilo anketiranje reprezentativnega vzorca slovenskega prebivalstva ključni del raziskave, smo z uporabo dosedanjih domačih anket (predvsem *Knjiga in bralec 4*, v nadaljevanju *KiB IV*) in primerljivih tujih anket zastavili sestavljanje vprašalnika. Pri tem se je izkazalo, da bo zaradi spremembe družbenoekonomskih in medijskih okoliščin na področju knjige v zadnjih petnajstih letih, odkar je bila narejena zadnja širša raziskava, smiselno nekatera vprašanja spremeniti in/ali nadgraditi, kar je po seriji sestankov in korespondence tudi z zunanjimi svetovalci (Bronislavo Aubelj in Branimirjem Nešovićem iz založbe Modrijan ter Vlasto Vičič z Javne agencije za knjigo) pripeljalo do končne verzije vprašalnika. Ta vprašalnik je potem strokovno pregledala agencija Valicon, ki ima na področju anketiranja dolgoletne izkušnje, potem pa smo opravili še ekspertni pregled delovanja vprašalnika v praksi – deset rednih sodelavcev agencije Valicon je skupaj z vodjo anketiranja Andražem Zorkom izvedlo anketo; njihove pripombe in nejasnosti, ki so jih opazili pri odgovorih, smo upoštevali pri končni različici vprašalnika. Čeprav se je vprašalnik v teh postopkih oddaljil od vzorca, ki so ga vzpostavile dosedanje raziskave slovenskih bralnih navad pod skupnim poimenovanjem *Knjiga in bralci*, je navezava dovolj močna, da tokratno raziskavo lahko imenujemo *Knjiga in bralci V*, skrašano *KiB V*.

Po izvedbi ankete smo z Valiconom začeli sejati in križati podatke med različnimi spremenljivkami ipd., kar je raziskovalni ekipi omogočilo interpretacijo poročila. Anketa oziroma njena interpretacija je tako postala en vir raziskave, drugi pa so podatki, ki smo jih pridobili v vmesnem času: prodaja v knjigarnah, izposoja v knjižnicah, primerjava s prejšnjimi raziskavami itn. Vse skupaj ponuja jasnejšo sliko slovenskega knjižnega polja. Temu delu je bila namenjena nadaljnja aktivnost raziskovalcev, ki se je sklenila v tem poročilu, ki je bilo pripravljeno konec septembra 2014.

## 1.2 Anketiranje

Izvajalec, agencija Valicon, je predlagal kombinirano izvedbo spletnega in osebne anketiranja (CAWI + CAPI). Metoda spletnega anketiranja CAWI na vzorcu članov spletnega panela postaja standard v trženjskem raziskovanju in vedno pogosteje nadomešča telefonsko anketiranje CATI, predvsem zaradi slabe dosegljivosti določenih demografskih skupin (predvsem mlajših od 40 let) in zaradi nizkih stopenj sodelovanja. Dosegljivost oseb po stacionarnem telefonu je v zadnjih letih močno upadla, hkrati se je zelo znižala tudi stopnja sodelovanja v tovrstnih anketah. Valicon je tako že pred leti krenil v smeri razvoja spletnega anketiranja, ki vedno bolj nadomešča klasično telefonsko anketiranje. Kombiniranje vzorca z mobilnimi telefoni kot alternativa klasičnemu anketiranju na stacionarnih telefonih namreč ne rešuje druge od obeh težav telefonskega anketiranja, to je stopnje sodelovanja. Ob že tako padajočem deležu ljudi, ki še imajo stacionarni telefon, je po novem zakonu o elektronskem komuniciranju vsak ponudnik telefonskih imenikov

obvezan omogočiti vsem naročnikom, da se ob vpisu v imenik odločijo, ali svojo telefonsko številko dovolijo uporabljati za telefonsko prodajo in/ali telefonsko anketiranje. Ponudniki telefonije to uporabljajo v nagovoru naročnikom, da bi jih s tem motivirali za privolitev za objavo njihovih števil.

Na drugi strani ima spletno anketiranje več prednosti – od dosegljivosti (predvsem populacije pod 40. letom starosti, katere že več kot petina ni dosegljiva po telefonu) prek veljavnosti (ni vpliva anketarja, kar zagotavlja manjši delež t. i. socialno zaželenih odgovorov, kar zna biti še posebno izrazito v raziskavi, kot je ta) do kakovosti odgovorov (možnost uporabe vizualnih predlog, predvsem pa dejstvo, da si anketiranec za anketo vzame čas, kadar mu najbolj ustreza – najbolj prepričljiv indikator v tej smeri so vprašanja odprtega tipa, pri katerih so odgovori bistveno bolj vsebinsko bogati). V Valiconu imajo največji spletni panel anketirancev v Sloveniji, ki šteje več kot 20.000 članov; najbolj pomembno pa je, da več kot tri četrtine panela sestavljajo anketiranci, izbrani po verjetnostnem vzorčenju, kar je edini način za doseganje reprezentativnosti. Danes je stopnja uporabe interneta v Sloveniji takšna, da za raziskave na populacijah do 60 let starosti ne potrebujemo več drugih načinov anketiranja. Ker nas je zanimala tudi populacija, starejša od 60 let, je agencija uporabila kombinirano metodo, ki je vključevala tudi osebno anketiranje CAPI s predstavniki tistega dela populacije, ki je prek spleta nedosegljiva. Valicon je razvil posebno metodo pametnega vzorčenja, ki zagotavlja pravi izbor oseb v obeh anketah, tako da so rezultati reprezentativni za ciljno populacijo v celoti. Za zastavljeno ciljno skupino je bilo tako približno 15 % anket opravljenih z osebnim anketiranjem, ki je bilo prav tako podprto računalniško. Tak način zagotavlja višjo kakovost podatkov, tako z vidika reprezentativnosti kot z vidika veljavnosti.

Pri raziskavi, kot je *Bralna kultura in nakupovanje knjig v Republiki Sloveniji*, je treba še posebej poudariti, da branje in kupovanje knjig spadata med t. i. socialno zaželena dejanja, za katera v raziskavah velja, da so odgovori anketirancev vedno nekoliko bolj pozitivni, kot so v resnici. Natančna razsežnost tovrstnega odgovarjanja ni znana, ocenjujejo pa, da je pretiravanje pri pozitivnih odgovorih nekako do 20 % (npr. če 50 % vprašanih trdi, da bere knjige, je bolj verjetno pravi rezultat 40 %). To je treba upoštevati tako pri branju kot tudi interpretaciji podatkov in ugotovitev raziskave. Ker je šlo za večinoma spletno samoanketiranje, je ta učinek nižji, kot bi bil, če bi bilo anketiranje izvedeno s pomočjo anketarjev, kar je bila praksa prejšnjih raziskav *Knjiga in bralec*.

Lastnosti ankete in anketirane populacije:

KLJUČNE LASTNOSTI	
Anketirana populacija	15–75 let
Način anketiranja	Kombinacija CAWI + CAPI
Velikost vzorca	n = 1037
Dolžina vprašalnika	12 minut + demografija
Reprezentativnost	Spol, starost, izobrazba, regija in tip naselja
Čas izvedbe	2.–17. junij 2014

V nadaljevanju prehajamo na posamezne ugotovitve v zvezi z raziskavo.

## 2 PRIMERJAVA VPRAŠANJ IZ RAZISKAV *KiB IV* IN *KiB V*

*Patricia Rupar*

### 2.1 Uvod

Raziskovanje bralnih in kupnih navad, povezanih s slovensko knjigo, je resneje začel Gregor Kocijan leta 1973 z raziskavo *Knjiga in bralci*. V prvi raziskavi so anketirali 1.312 naročnikov tedanje RTV Ljubljana, starejših od 18 let. Pri naslednji leta 1979 se je Kocijanu pridružil Martin Žnideršič in skupaj sta ponovno anketirala naročnike RTV, tokrat na vzorcu 1.455 anketirancev. Tretja raziskava je bila vključena v raziskavo *Slovensko javno mnenje* 1984, anketiranih je bilo 2.435 ljudi. Zadnja celovita raziskava do leta 2014 je bila *Knjiga in bralci IV*, izvedena 1998 v 1.084 gospodinjstvih, pri čemer je večstopenjsko vzorčenje zagotavljalo reprezentativnost (zmanjšanega) vzorca. Rezultati vseh raziskav so bili javno objavljeni (Kocijan 1974; Kocijan in Žnideršič 1980; Kocijan idr. 1985; Žnideršič idr. 1999).

Upanje, ki so ga izvajalci zadnje raziskave zapisali v uvodu k zadnjim objavljenim rezultatom, »da bo *Knjiga in bralci* postala stalna raziskava na vsakih pet let in da bo mogoče v vmesnem času z določenimi manjšimi raziskavami osvetliti nekatera podrobnejša in pereča vprašanja« (Žnideršič idr. 1999: 9), se ni uresničilo. Zdi se, da je umanjalo zanimanje potencialnih financerjev, ki so v obstoječih raziskavah izpričali partnerstvo javnega (financer je bila od začetka Kulturna skupnost Slovenije, predhodnica Ministrstva za kulturo) in zasebnega sektorja (pri drugi raziskavi se je financiranju pridružilo Splošno združenje grafične, grafično predelovalne industrije, časopisne in založniške dejavnosti ter knjigotrštva Slovenije pri Gospodarski zbornici Slovenije, torej zastopnik »tržne« funkcije knjižne proizvodnje). Javna agencija za knjigo, ki deluje od 1. januarja 2009, je prevzela naloge skrbi za knjigo v javnem interesu od Ministrstva za kulturo (to pa od Kulturne skupnosti Slovenije), vendar med nalogami, ki jih navaja na svoji spletni strani ([http://www.jakrs.si/o\\_agenciji/](http://www.jakrs.si/o_agenciji/)), ni zaslediti raziskav in analiz delovanja slovenskega knjižnega trga. Javna agencija za knjigo je sicer naročila nekaj »manjših raziskav«, če ohranimo dikcijo iz uvoda v *Knjiga in bralci IV*, o »podrobnejših in perečih vprašanjih«, recimo o sistemu knjižničnega nadomestila, vendar se zdi, da je slovenska kulturna politika v zadnjih desetletjih investirala precej več v subvencijski sistem, torej v neposredno vzdrževanje, morda celo reševanje slovenske knjige, kot v analizo njenega stanja. Privatizacija knjižnega sektorja leta 1991 je v njem povzročila vrsto strukturnih sprememb (več o tem Blatnik idr. 2005; Breznik idr. 2003; Kovač 1999; Rugelj 2010) in novih problemov, zaradi katerih ta sektor še ni začel resno »osvetljevati« samega sebe in vlagati v obsežnejše raziskave, ki bi segale prek specifičnega parcialnega prodajnega interesa.

Do leta 2014, ko je Ministrstvo za kulturo ponovno financiralo podobno raziskavo, je torej minilo že šestnajst let. Čeprav se najnovejša raziskava, spremenjenim družbenim okoliščinam ustrezno, bolj usmerja v raziskovanje nakupovalnih kot bralnih navad, je pri nekaterih vprašanjih mogoče potegniti vzporednice in primerjalno pregledati odgovore anketirancev. Tako lahko opazimo nekatere trende, ki se pojavljajo na tem področju.

Seveda je treba opozoriti, da je med primerjanima raziskavama nekaj metodoloških, pa tudi vsebinskih razlik. Raziskava *Knjiga in bralci IV* (v nadaljevanju *KiB IV*) je za potrebe raziskave uporabila vzorec starejših od 18 let (od 18 do 75 let), medtem ko je zadnja raziskava vključevala populacijo od 15 do 75 let. Kljub temu je bil končni vzorec pri obeh raziskavah precej podoben: 1.084 anketirancev v *KiB IV* in 1.037 v *KiB V*. Pomembna razlika je tudi

dejstvo, da so v *KiB IV* anketirance spraševali po aktivnostih v tekočem letu, medtem ko so v *KiB V*, po zgledu tovrstnih tujih raziskav, vključili obdobje zadnjih dvanajstih mesecev, kar seveda ne zajema enakega časovnega obdobja. Prav tako so nekatera vprašanja v *KiB IV* zastarela in so bila zato v *KiB V* izpuščena, druga, ki jih leta 1998 še ni bilo, pa dodana (npr. o nakupovanju in branju elektronskih knjig). Tudi pri številu vprašanj se raziskavi razlikujeta: prva je vsebovala 33 vprašanj, druga pa 63. Razlike so se pojavljale še pri uporabljenih tipih odgovorov pri podobnih vprašanjih (ponekod so bile podane možnosti, drugje pa je bil mogoč odprt tip odgovora). V takih primerih smo skušali smiselno kategorizirati odgovore in s tem omogočiti primerjavo ter grafično predstavitev izsledkov.

Primerjava torej ne vključuje vseh vprašanj, zajetih v raziskavah, izbrali smo samo tiste, pri katerih je primerjava mogoča in smiselna. Ponekod smo vključili tudi demografske podatke anketirancev, kot so spol, starost in izobrazba. S primerjavo smo želeli ugotoviti, ali so se trendi pri branju in kupovanju tiskanih knjig v skoraj dvajsetletnem premoru raziskovanja na tem področju spremenili ali ostajajo podobni.

## 2.2 Primerjalna analiza vprašanj

### 2.2.1 Bralci in nebralci na splošno

Prva in najpomembnejša primerjava je seveda število bralcev in nebralcev. Če primerjamo podatke o segmentaciji bralcev, opazimo, da je bilo leta 1998 61 % anketirancev bralcev knjig (ki so prebrali vsaj eno knjigo v zadnjem letu), leta 2014 pa je bilo takih, ki so prebrali vsaj eno knjigo v zadnjih 12 mesecih, 58 %.<sup>1</sup> V primerjavi z ameriško raziskavo,<sup>2</sup> ki ugotavlja, da je v zadnjem letu (2013) vsaj eno knjigo prebralo 76 % odraslih Američanov, starejših od 18 let, vidimo, da Slovenci bistveno zaostajamo za primerljivo populacijo v Ameriki. Po podatkih Eurobarometra podobno zaostajamo tudi za najbolj bralnimi evropskimi narodi (Eurostat Cultural Statistics 2011).

Podobno primerjavo navaja tudi Karmen Erjavec (Erjavec, 2014) v raziskavi medijske potrošnje slovenskih otrok: čeprav ameriški otroci medije uporabljajo v precej večjem obsegu kot slovenski (s temi se po uporabi medijev izenačujejo britanski otroci), berejo dnevno povprečno deset minut več. Ta podatek dopolnjuje njeno ugotovitev, da obstaja med branjem knjig in gledanjem televizije šibka negativna povezava: da torej ni mogoče trditi, da gledanje televizije izpodriva branje. Večjo negativno korelacijo (pri fantih v starostni skupini 11 let) je mogoče zaslediti med branjem in igranjem iger na konzolah ali spletu.

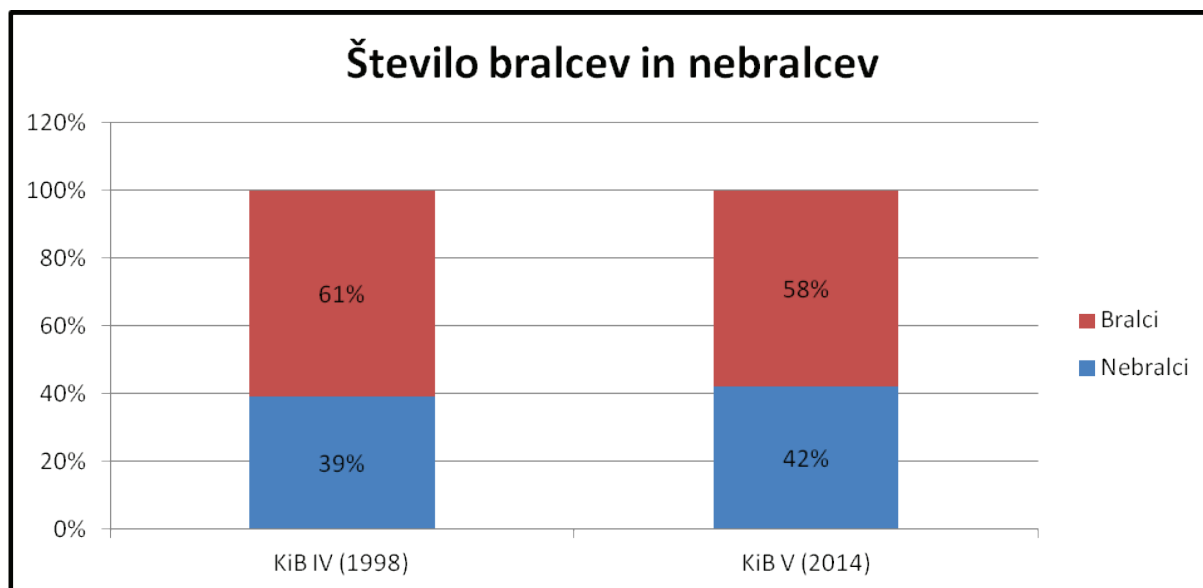
Glede na zmanjšanje števila bralcev se je seveda število nebralcev nekoliko povečalo, kot prikazuje preglednica 2.1. Od 39 % nebralcev leta 1998 (tisti, ki v zadnjem letu oziroma v zadnjih 12 mesecih niso prebrali nobene knjige) se je delež nebralcev leta 2014 povečal na 42 %.

<sup>1</sup> V *KiB V* se je sicer 68 odstotkov anketirancev označilo za bralce knjig, vendar je bilo takih, ki so v zadnjih 12 mesecih prebrali vsaj eno knjigo, le 58 odstotkov. To razliko lahko pripišemo družbeno zaželenemu odgovoru, saj branje knjig še zmeraj simbolizira kultiviranost in izobrazbo, zato anketiranec običajno navaja podatke, ki odstopajo od resničnih, v družbeno pričakovani smeri.

<sup>2</sup> <http://www.pewinternet.org/2014/01/16/e-reading-rises-as-device-ownership-jumps/>



Slika 2.1: Število bralcev in nebralcev



### 2.2.2 Bralci in nebralci glede na demografske značilnosti

Če si ogledamo razliko med spoloma, vidimo, da je pri obeh raziskavah večji odstotek žensk, ki berejo (64 % leta 1998, 66 % leta 2014), kot moških, ki berejo (58 % leta 1998, 52 % leta 2014). Kot vidimo, se je za štiri odstotke povečalo število žensk, ki berejo, medtem ko se je število moških bralcev glede na leto 1998 zmanjšalo za šest odstotkov.

Med vsemi anketiranimi, ki so se označili za nebralce (39 %), glede na spol v letu 1998 ni bilo večje razlike: med moškimi jih je bilo 52 %, med ženskami pa 48 %. Leta 2014 pa je bilo med vsemi nebralci (42 %) 59 % nebralcev med moškimi in 41 % med ženskami. Lahko rečemo, da je pri *KiB V* razlika med številom nebralcev pri ženskah in pri moških postala statistično pomembna, in zanimivo bi bilo to spremembo postaviti v kontekst najbolj izposojanih knjig v slovenskih splošnih knjižnicah, saj med njimi prevladuje t. i. lažje žensko branje. V raziskavi *KiB V* se pokaže, da je največ bralcev v starostni skupini od 15–24 let (80 %), podobno je bilo tudi v raziskavi *KiB IV*, pri kateri je bilo v skupini od 18–25 let tudi 80 % bralcev. Tako visok odstotek bralcev v tej starostni skupini lahko pojasnimo z dejstvom, da ta skupina zajema največji delež šolajočih se oseb, pri katerih je velikokrat najpogostejši razlog branja povezan z »obvezo«, ki izhaja iz šolanja.

Glede primerjave med starostnimi skupinami in nebralci lahko ugotovimo, da se v *KiB IV* s starostjo sorazmerno večja delež nebralcev (od 20 % pri skupini od 18–25 let na 50 % pri skupini 61 let in več), pri *KiB V* pa delež nebralcev raste od 20 % pri skupini od 15–24 let do 33 % pri skupini od 25–34 let. Pri starostni skupini 35–49 let delež nekoliko upade (na 29 %) in se potem pri starostni skupini nad 50 let zopet poveča na 36 %.

Primerjali smo tudi podatke o branju glede na izobrazbeno strukturo. Zanimalo nas je predvsem, pri kateri stopnji izobrazbe se pojavlja največ bralcev in pri kateri je najvišji delež nebralcev. Pri obeh raziskavah največji preskok pri deležih bralcev in nebralcev pomeni dokončana štiriletna srednja šola. Pri izobrazbeni skupini osnovna šola je nebralcev namreč kar 61 % (leta 1998) oziroma 64 % (leta 2014), pri strokovni oziroma poklicni šoli pa 58 % leta 1998 oziroma 64 % leta 2014. Pri izobrazbeni skupini štiriletna srednja šola pa se deleži obrnejo: 72 % bralcev in 28 % nebralcev leta 1998 ter 61 % bralcev in 39 % nebralcev

leta 2014. Zanimivi so tudi podatki pri skupini višja/visoka izobrazba: pri *KiB IV* je bil delež bralcev znotraj skupine kar 90 %, pri *KiB V* pa delež znaša skoraj 70 %. Opazimo lahko, da se je indeks bralcev pri zadnji izobrazbeni skupini znižal za 22 %.

Želeli smo primerjati tudi bolj natančne podatke glede na pogostost branja, vendar so v raziskavah podane drugačne kategorije, tako da v tem primeru ne moremo podati primerjalne analize, ki bi ponudila natančen vpogled, koliko je rednih, pogostih in občasnih bralcev. Primerljiv je bil samo razred nebralcev.

Pri podatku o številu nebralcev je mogoče prikazati celo štiridesetletno primerjavo. Kot je razvidno iz preglednice, se je število nebralcev skozi leta spreminjalo, vedno pa se giblje okoli 40 %.

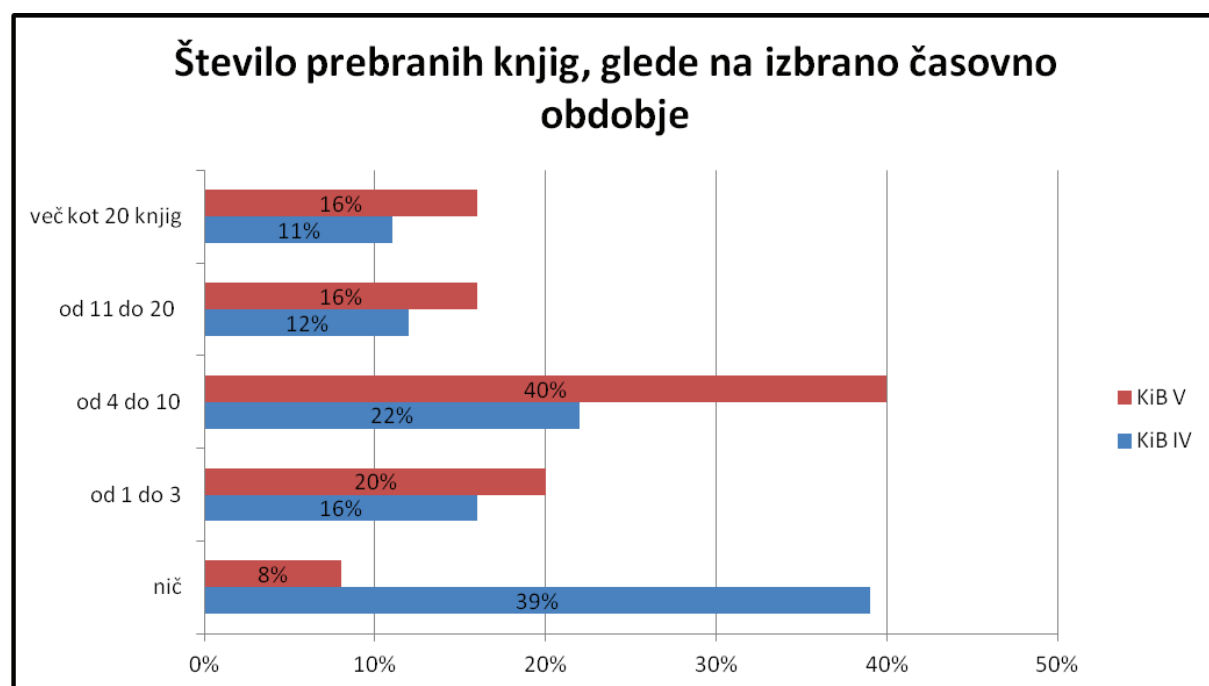
Preglednica 2.1: Število nebralcev v odstotkih – 40-letna primerjava

	KiB I	SJM	KiB II	SJM	KiB III-SJM	KiB IV	KiB V*
	1973	1978	1979	1983	1984	1988	2014
% nebralcev	48	44	34	40	48	39	42

\*KiB = Knjiga in bralci, SJM = Slovensko javno mnenje

Naslednja primerjava se nanaša na število prebranih knjig v tekočem letu (*KiB IV*) oziroma v zadnjih 12 mesecih (*KiB V*). Razlika je bila v tem, da so pri *KiB IV* vključili vse anketirance, torej tudi tiste, ki ne berejo, kar je razvidno tudi na sliki 2.2, pri *KiB V* pa so na to vprašanje odgovarjali samo tisti, ki so se opredelili, da berejo (takih je bilo 68 %). Rezultati torej niso povsem primerljivi, lahko pa potegnemo nekatere vzporednice.

Slika 2.2: Število prebranih knjig glede na izbrano časovno obdobje

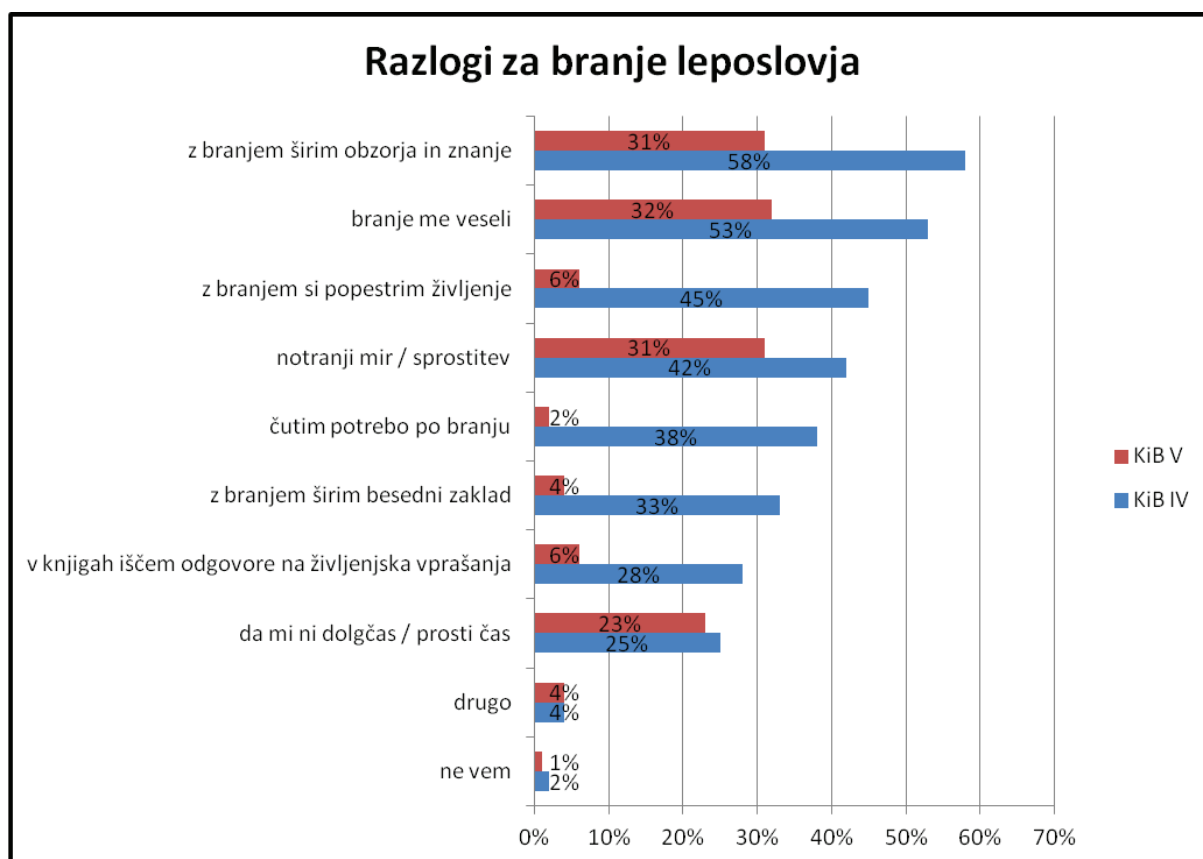


Kot lahko vidimo na sliki, je največ anketirancev odgovorilo, da je v izbranem obdobju prebralo od 4 do 10 knjig (kar 40 % pri *KiB V* in 22 % pri *KiB IV*), sledi odgovor od 1 do 3 knjige, nato pa še kategoriji z največ prebranimi knjigami (od 11 do 20 knjig ter več kot 20 knjig). Takšna struktura je pozitivna, saj pri *KiB V* slaba tretjina prebere vsaj eno knjigo na mesec, pri *KiB IV* pa je takih skoraj četrtna bralcev. Kot je razvidno, se je sicer število prebranih knjig povečalo, vendar je to relativno, če vemo, da so pri *KiB V* upoštevali obdobje zadnjih 12 mesecev, pri *KiB IV* pa tekoče leto, kar logično zajema manjše časovno obdobje.

### 2.2.3 Razlogi za branje oziroma nebranje

Zanimivi so tudi razlogi, zakaj ljudje berejo oziroma kakšne so ovire, da niso prebrali nobene leposlovne knjige v tekočem letu/v zadnjih 12 mesecih. Pri prvem vprašanju smo odgovore predstavili v obliki grafičnega prikaza, treba pa je opozoriti na metodološke posebnosti. V raziskavi *KiB IV* so spraševali po razlogih za (ne)branje leposlovja, možnosti so bile podane vnaprej, anketiranci pa so morali izbrati tri izmed njih (pri nebranju je bilo mogočih več odgovorov), v raziskavi *KiB V* pa so spraševali, zakaj berejo na splošno oziroma kaj jih ovira, da ne berejo več, na voljo pa je bil odprt tip odgovora. Za potrebe primerjave smo kategorije smiselno združili s pomočjo podanih možnosti in najpogosteje podanih odgovorov, vendar kljub temu prihaja do odstopanj, saj je bil način odgovarjanja različen. Lahko pa dobimo približen vpogled v najpogostejše razloge za branje.

Slika 2.3: Razlogi za branje leposlovja



Kot je prikazano na sliki, so najpogostejši razlogi anketirancev za branje »širjenje obzorja in znanja« (informiranje, učenje), »ker jih branje veseli«, »si z njim popestrijo življenje« oziroma »čutijo potrebo po branju«. Te razloge so anketiranci najpogosteje navedli v raziskavi *KiB IV*, v kateri so odgovarjali, zakaj berejo leposlovne knjige. Pri raziskavi *KiB V*, v kateri so spraševali po razlogih za branje na splošno, sta na prvem mestu prav tako odgovora, da si s tem »širijo obzorja in znanje« oziroma se informirajo, učijo in »ker jih branje veseli«, pomemben razlog pa je tudi, da branje pomeni »sprostitve« oziroma prinaša notranji mir. Pri obeh raziskavah je visoko tudi odgovor, da ljudje berejo za prosti čas, da jim ni dolgčas. Podanih je bilo še nekaj drugih razlogov, ki so razvidni na zgornji sliki.

Med najpogostejšimi razlogi za nebranje so anketiranci v obeh raziskavah podali približno podoben vrstni red:

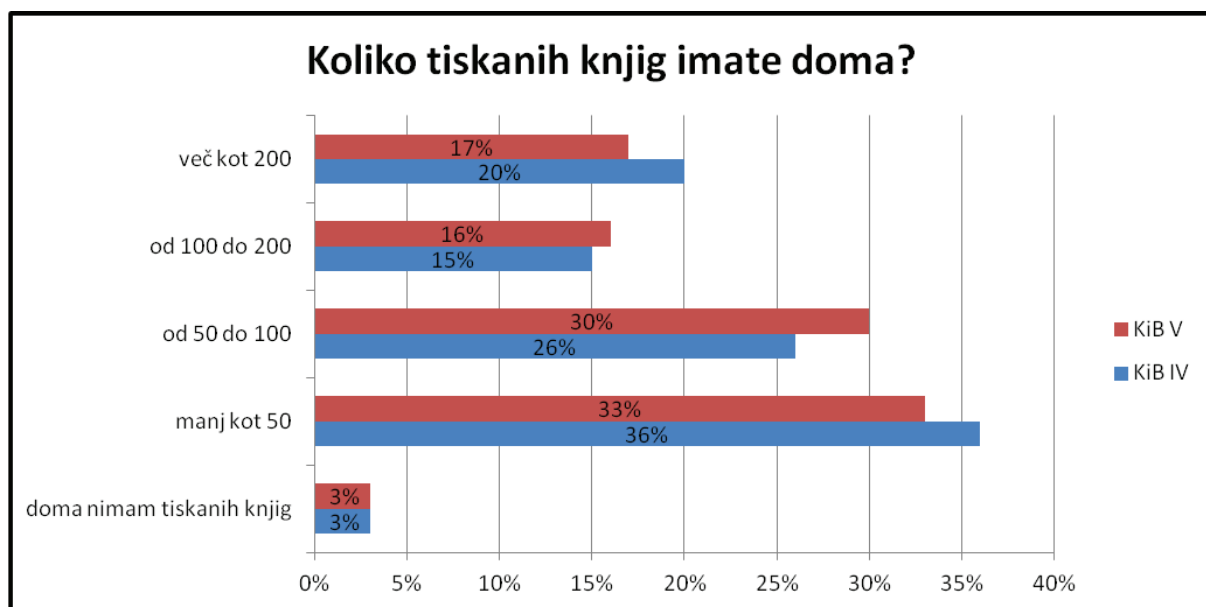
1. pomanjkanje časa,
2. kaj drugega (bolezen, ker je to dolgočasno, lenoba, vse je na spletu, brez razloga),
3. ne čutijo potrebe po branju,
4. raje berejo časopise, revije,
5. raje se ukvarjajo z drugimi dejavnostmi,
6. knjige jim nadomešča televizija.

V obeh raziskavah lahko ugotovimo, da anketiranci najpogosteje posegajo po leposlovnih knjigah za odrasle, sledijo pa priročniki in strokovna (znanstvena) literatura.

#### 2.2.4 Knjige in bralci

Primerjali smo tudi vprašanja, pri katerih so anketiranci odgovarjali, koliko tiskanih knjig imajo doma in kje so dobili knjigo, ki so jo nazadnje prebrali. Pri teh vprašanjih ni bilo nobenih posebnosti, povezanih z metodologijo, tako da so kategorije jasne, primerjava pa smiselna in brez odstopanj.

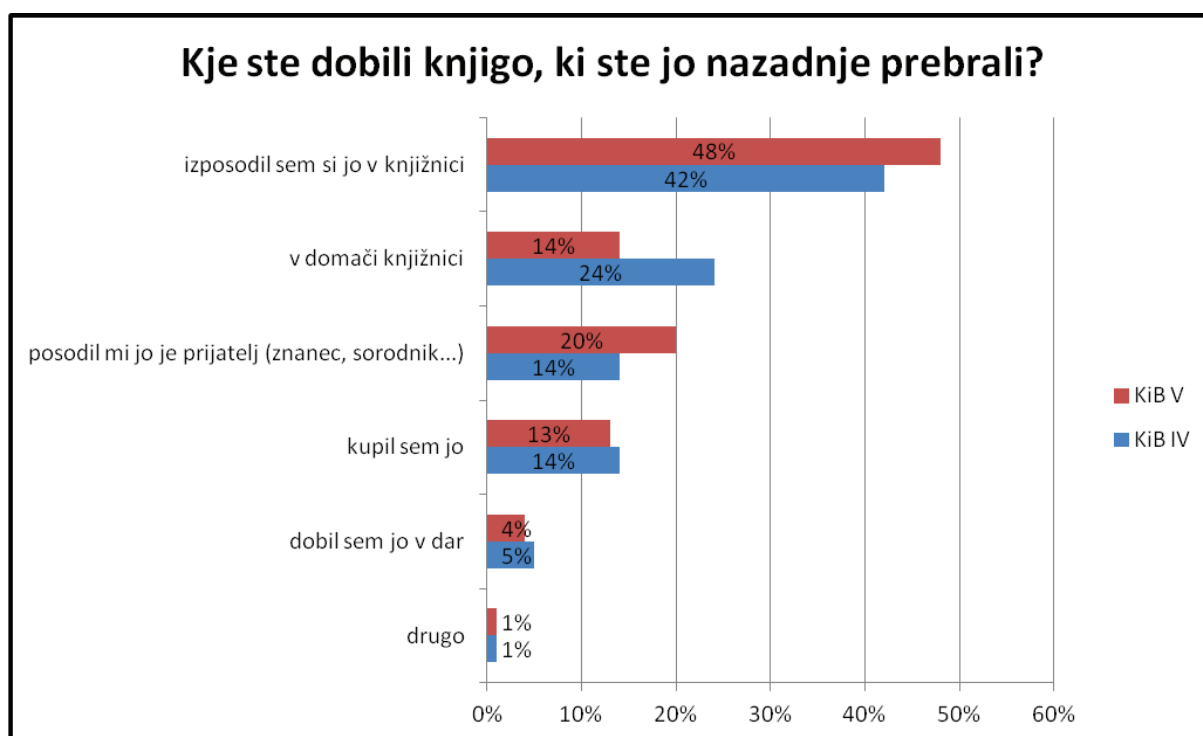
Slika 2.4: Koliko tiskanih knjig imate doma?



Kot je razvidno iz slike 2.4, sta obe raziskavi prišli do podobnih ugotovitev pri vprašanju, koliko tiskanih knjig imajo anketiranci v domači knjižnici. Slabi dve tretjini anketirancev ima na domačih knjižnih policah do sto knjig, približno ena tretjina pa sto knjig ali več. Že res, da količine knjig niso zelo velike, vendar se je izkazalo, da ljudje imajo domače knjižnice, četudi še v zametkih. To je spodbudna ugotovitev, saj raziskave kažejo, da sama prisotnost in velikost domače knjižnice pomembno vplivata na uspešnost in izobrazbo otrok in je ta dejavnik celo pomembnejši od izobrazbe staršev. Manj spodbudno je, da se kljub potrojitvi števila knjižnih naslovov, ki letno izidejo v Sloveniji, statistična količina knjig v domači knjižnici le neznatno spreminja, kar najbrž pomeni, da večje število naslovov in iz njega najverjetneje izhajajoča pestrejša ponudba knjižnega branja ne vpliva na odločilno povečanje količine knjig v domači knjižnici.

Takih, ki doma sploh nimajo knjig, je v obeh raziskavah 3 % anketirancev. Je pa ob tem treba opozoriti, da so pri tej primerjavi upoštevane le tiskane knjige, ne pa tudi elektronske, saj teh knjig raziskava iz leta 1998 ni zajela.

Slika 2.5: Kje ste dobili knjigo, ki ste jo nazadnje prebrali?



Na vprašanje »Kje ste dobili knjigo, ki ste jo nazadnje prebrali« je najpogostejši odgovor pri obeh raziskavah izposoja v knjižnici. To seveda ni presenetljiv podatek, če vemo, da je kar 25 % prebivalstva članov slovenskih splošnih knjižnic in da je v knjižnicah v zadnjih letih vsako leto izposojenih približno 14 knjig na prebivalca. Sledita odgovora, da so jo dobili v domači knjižnici oziroma pri prijatelju, znancu, sorodniku. Po pogostosti si odgovora v obeh raziskavah izmenjata drugo mesto. Sledi odgovor, da so knjigo kupili (bodisi v knjigarni, trgovskih centrih, knjižnem klubu, antikvariatu ali spletnih knjigarnah založb). Odgovori so bili pri *KiB V* bolj podrobno razdelani, zato lahko ugotovimo, da je takih, ki so knjigo kupili v knjigarni 6 %, v trgovskih centrih 3 %, v knjižnem klubu 2 % ter v antikvariatu in v spletni knjigarni po 1 %. V dar je knjigo dobilo približno 5 % anketirancev v obeh raziskavah. Opozoriti velja, da je izposoja iz splošne knjižnice v teh šestnajstih letih

močno narasla (podobno kažejo tudi podatki o primerjavi izposoje v splošnih knjižnicah po letih, ki jih prikazujeta spodnji preglednici).

Preglednica 2.2: Prikaz števila izposoj knjižničnega gradiva na dom v obdobju 2000–2013

	1. 2000	1. 2004	1. 2006	1. 2010	1. 2013
Število izposoj knjižničnega gradiva na dom v slovenskih splošnih knjižnicah <sup>3</sup>	16.093.244	20.411.375	21.747.611	23.576.322	26.405.122

Slika 2.6: Število izposoj knjižničnega gradiva na dom v slovenskih splošnih knjižnicah

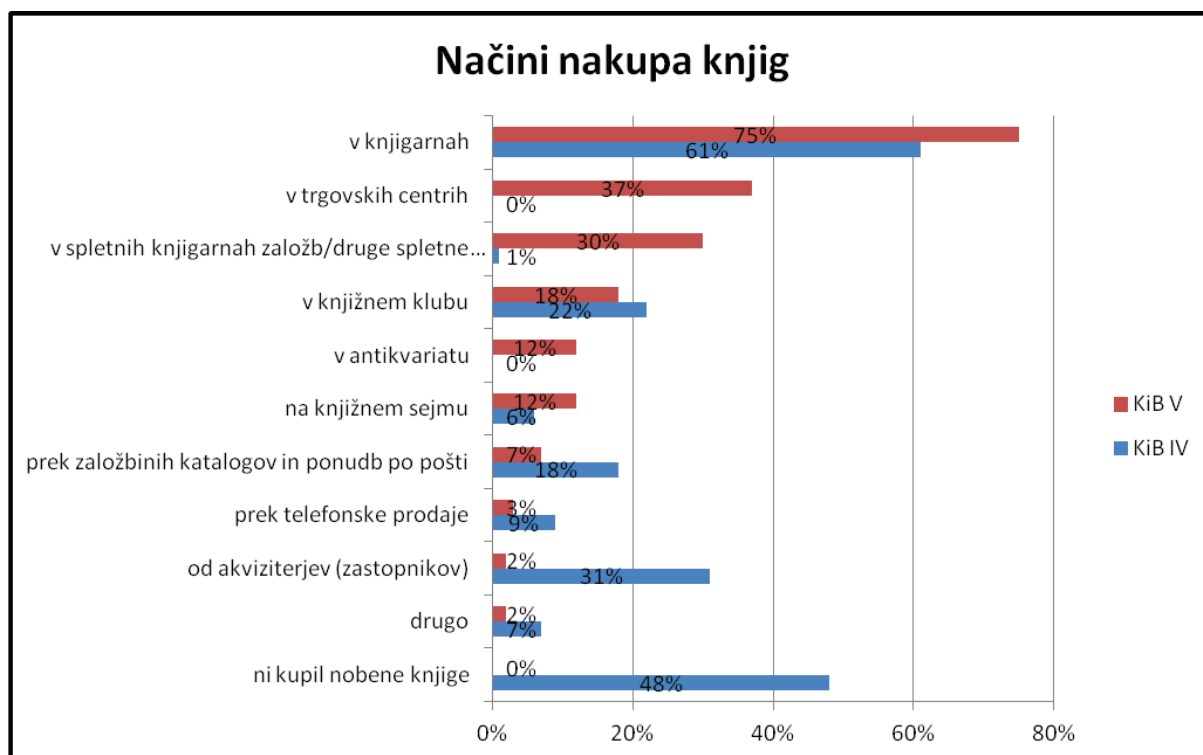


## 2.2.5 Kupovanje knjig

Tudi pri področju nakupovalnih navad je mogoče prikazati nekatere primerjave. V raziskavi *KiB IV* je največji delež kupcev tvorila starostna skupina od 31 do 40 let, v kateri je knjigo kupilo 73 % anketirancev, podobno pa je tudi pri raziskavi *KiB V*, v kateri je največji delež kupcev v starostnih skupinah od 25 do 34 let (27 %) in od 35 do 44 let (30 %). Pri vprašanju, povezanem z načini kupovanja knjig, je opazen predvsem razvoj novih prodajnih poti, ki jih raziskava iz leta 1998 še ni zajela. Opozoriti je treba tudi na drugačno podlago za prikaz podatkov, saj so pri raziskavi *KiB IV* upoštevali vse anketirance, pri *KiB V* pa samo tiste, ki so v zadnjih 12 mesecih kupili vsaj eno knjigo. To zelo nazorno prikaže tudi spodnja slika, saj je z odgovorom »Nisem kupil nobene knjige« soglašala skoraj polovica (48 %) anketirancev v *KiB IV*. Je bilo pa pri obeh raziskavah mogočih več odgovorov.

<sup>3</sup> Statistični podatki o knjižnicah. Pridobljeno 24.8.2014 s spletne strani <http://bibsist.nuk.uni-lj.si/statistika/index.php>

Slika 2.7: Načini nakupa knjig



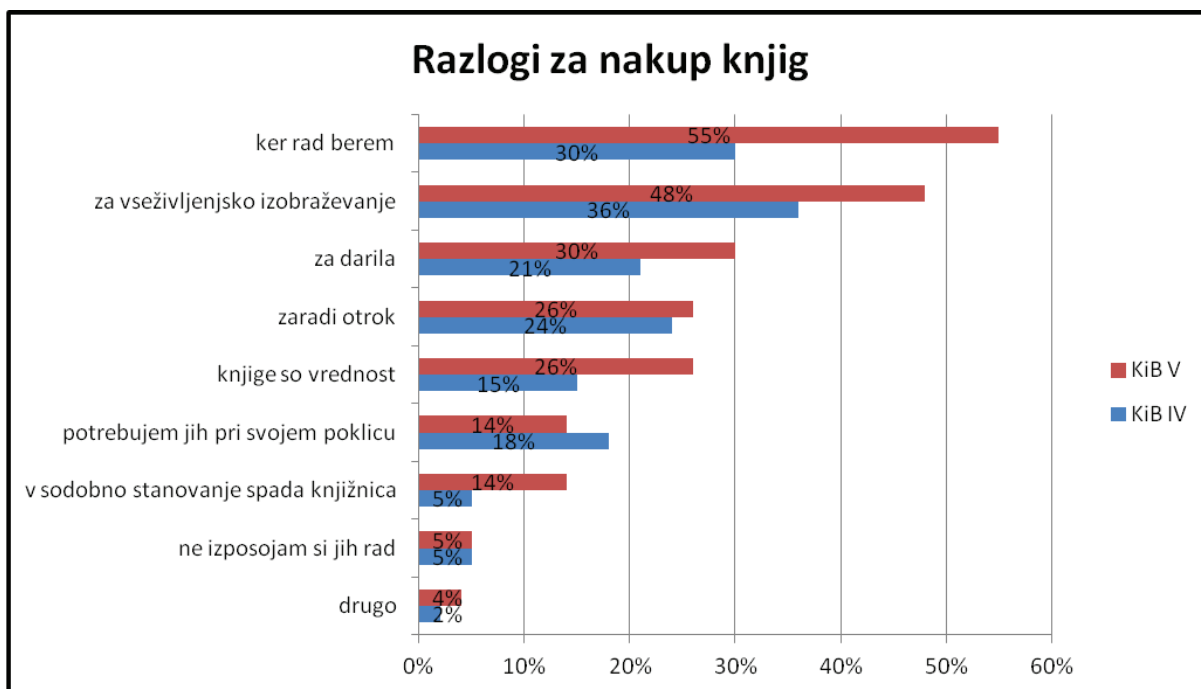
Kot prikazuje zgornja slika, še vedno največ ljudi knjige kupi v knjigarni (61 % leta 1998 in 75 % leta 2014), kar je daleč najpomembnejša prodajna pot za knjigo. Omenili pa smo že, da je v tem vmesnem obdobju prišlo do razvoja novih prodajnih poti, kot so trgovski centri, spletne knjigarne in spletne knjigarne založb. Ti dve poti imata v raziskavi *KiB V* zelo pomemben odstotek kupcev (med 30 % in 40 %), medtem ko pri *KiB IV* teh kategorij sploh ni bilo na voljo (1 % anketirancev je odgovoril, da je knjigo kupil na spletu). Zanimivo je tudi, da je v raziskavi *KiB V* kar 12 % anketirancev knjigo kupilo v antikvariatu, medtem ko v prejšnji raziskavi te možnosti ni bilo podane. Močno se je povečal tudi odstotek kupcev, ki knjigo kupi na knjižnem sejmu (iz 6 % v letu 1998 na 12 % v letu 2014). Jasno pa preglednica prikazuje tudi ugašanje nekaterih prodajnih poti, ki so bile včasih zelo pogoste in uveljavljene – akviziterji, telefonska prodaja in prodaja prek katalogov oziroma ponudb po pošti.

Naslednja preglednica prikazuje razloge za nakup knjig, ki so jih podali udeleženci obeh raziskav. V tem primeru je bila primerjava zelo preprosta, saj so bile kategorije identične. Različna je le podlaga obdelave podatkov, saj so pri *KiB IV* vključili vse anketirance, tudi tiste, ki knjig ne kupujejo (takih je 27 %), pri *KiB V* pa smo tiste, ki knjige kupujejo.

Najpogostejša razloga za nakup knjig pri obeh raziskavah sta »ker rad berem« ter za potrebe vseživljenjskega izobraževanja. Vidimo lahko, da je delež odgovorov »za vseživljenjsko izobraževanje« narasel za več kot 10 % glede na prejšnjo raziskavo. To verjetno lahko pripišemo družbenim zahtevam po novih znanjih, spretnostih in nenehnemu učenju na različnih področjih življenja (poklicno, zasebno, družbeno). Slaba tretjina anketirancev je podala odgovore, da knjige kupujejo »za darila«, »zaradi otrok« in ker »knjige predstavljajo vrednost«. Sledi odgovor, da knjige kupujejo zato, ker jih potrebujejo pri svojem poklicu (delno ta odgovor sovpada z vseživljenjskim izobraževanjem). Precej pa je narasel tudi delež anketirancev, ki so odgovorili, da knjige kupujejo zato, ker v sodobno stanovanje

spada knjižnica (od 5 % leta 1998 na 14 % v letu 2014). V obeh raziskavah je 5 % udeležencev odgovorilo, da knjige kupujejo zato, ker si jih neradi izposojajo.

Slika 2.8: Razlogi za nakup knjig



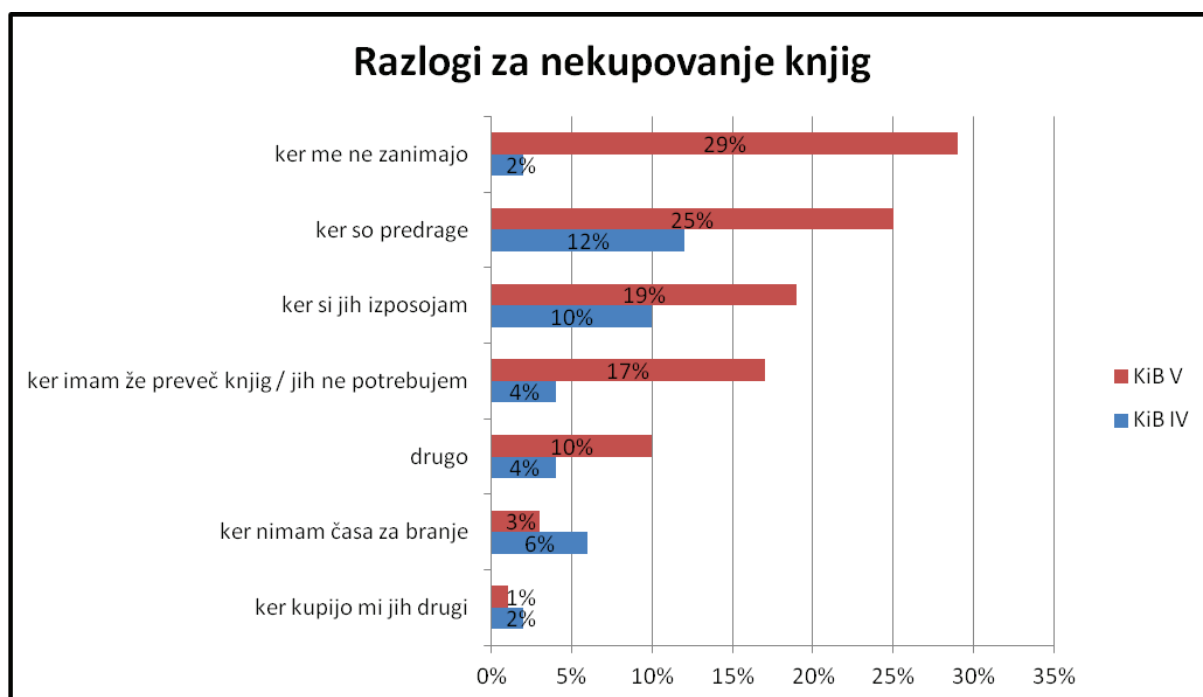
Pomembni so tudi razlogi, zakaj ljudje ne kupujejo knjig. Razlika med uporabljenimi podatki je bila v tem, da so pri *KiB IV* upoštevali vse anketirance (mogoči odgovori so bili tudi, da »je kupil knjige«, takih je bilo 52 % in da »sploh ne kupuje knjig«, ki jih je bilo 27 %), pri *KiB V* pa so vključili samo tiste, ki niso kupili vsaj ene knjige v zadnjem letu (takih je bilo 45 %, pri *KiB IV* pa 48 %). Tudi način odgovarjanja je bil različen – pri *KiB IV* so med podanimi možnostmi izbrali en odgovor, pri *KiB V* pa je bil na voljo odprt tip odgovora, anketiranci so lahko podali tudi več odgovorov. Prav te razlike so vplivale na opazno manjše odstotke pri odgovorih, zajetih iz raziskave *KiB IV*. Za potrebe primerjave smo pri podatkih iz raziskave *KiB IV* izločili tiste anketirance, ki so obkrožili odgovor »je kupil knjige«.

Na sliki 2.9 vidimo, da je skoraj tretjina anketirancev odgovorila, da jih knjige ne zanimajo, četrtnina pa jih je mnenja, da so knjige predrage. Razlike med odstotki so ponekod še vedno precej visoke, kljub temu da smo za prikaz izločili udeležence, ki so knjige kupili (pri podatkih o *KiB IV*). Največje odstopanje je pri odgovoru »ker me knjige ne zanimajo«. Stopnja rasti pri tem razlogu se je iz leta 1998 povečala za 13,5-krat v letu 2014.

Še vedno pa je razvidno, da je bilo 12 % (leta 1998) oziroma 25 % (leta 2014) tistih, ki ne kupujejo knjig, mnenja, da so te predrage (stopnja rasti znaša 110 %). Pomemben razlog je tudi, da ljudje namesto nakupa raje izberejo izposojajo knjige v knjižnici. Veliko udeležencev je podalo tudi razlog »ker imam že preveč knjig/jih ne potrebujem«, stopnja rasti se je povečala za 3,3-krat. Glede na leto 1998 pa se je stopnja rasti v letu 2014 zmanjšala pri odgovorih »ker nimam časa za branje« in »ker mi jih kupujejo drugi«; pri obeh za 50 %. Pri odgovoru »drugo« so anketiranci v raziskavi *KiB V* največkrat navajali, da knjig ne kupujejo zaradi slabe izbire, ker do njih dostopajo prek interneta, ker knjige prejmejo v dar itd.



Slika 2.9: Razlogi za nekupovanje knjig



## 2.3 Literatura

- Blatnik, Andrej idr. (2005): Zgubljeno v prodaji : slovenska knjiga med državo in trgov v tretjem tisočletju : [sedem pogledov na prihodnost slovenske knjige]. Ljubljana: UMco.
- Blatnik, Andrej idr. (2007): Slovenska knjiga včeraj in jutri : osem pogledov na pomen domače knjige. Ljubljana: UMco.
- Blatnik, Andrej in Kovač, Miha (2011): Knjiga kot nosilka razvoja človeštva : [zbornik kongresa] / Svetovni vrh knjige 2011. Ljubljana : Cankarjev dom, kulturni in kongresni center.
- Breznik, Maja idr. (2003): Bralne kulture v novih razmerah slovenske založniške produkcije. Ljubljana: Mirovni inštitut.
- Breznik, Maja idr. (2005): Knjižna kultura. Ljubljana: UMco.
- Erjavec, Karmen (2014): Medijska potrošnja in branje knjig pri slovenskih otrocih. *Otrok in knjiga* 89.
- Kocijan, Gregor (1974): Knjiga in bralec. Ljubljana: Delavska enotnost.
- Kocijan, Gregor in Žnideršič, Martin (1980): Knjiga in bralec II. Ljubljana: Raziskovalni center za samoupravljanje pri RS ZSS.
- Kocijan, Gregor idr. (1985): Knjiga in bralec III. Ljubljana: Kulturna skupnost Slovenije.
- Kovač, Miha (1999): Skrivno življenje knjig : protislovja knjižnega založništva v Sloveniji v 20. stoletju. Ljubljana : Filozofska fakulteta, Oddelek za bibliotekarstvo.
- Rugelj, Samo (2010): Za vsako besedo cekin? Slovensko knjižno založništvo med državo in trgov. Ljubljana : Cankarjeva založba.
- Statistični podatki o knjižnicah. Pridobljeno 24. 8. 2014 s spletne strani <http://bibsist.nuk.uni-lj.si/statistika/index.php>.
- Žnideršič, Martin idr. (1999): Knjiga in bralec IV. Ljubljana: Filozofska fakulteta, Oddelek za bibliotekarstvo.



## 3 NACIONALNI PROGRAM ZA KULTURO 2014–2017 IN KNJIGA IN BRALCI V

*Andrej Blatnik*

### 3.1 NKP, KiB in cena knjige

Resolucijo o nacionalnem programu za kulturo 2014–2017 (nadalje NPK) je na podlagi 11. člena Zakona o uresničevanju javnega interesa za kulturo (Uradni list RS, št. 77/07) Državni zbor Republike Slovenije sprejel na seji 27. novembra 2013. Namen tega besedila je preučiti možnosti za uresničevanje NPK v luči podatkov, ki jih je prinesla raziskava *Knjiga in bralci V* (nadalje *KiB V*), izvedena junija 2014.

Po dikciji Ministrstva za kulturo, objavljeni v uvodu knjižne objave NPK, ki jo je Ministrstvo za kulturo založilo leta 2014 in iz katere prihajajo vsi navedeni citati, je namen tega dokumenta opredelitev ciljev in prioritete na vseh področjih umetnosti in kulture. Skladno s slovensko kulturnozgodovinsko tradicijo je prvo navedeno področje knjige, ki v knjižni objavi zavzema strani od 13 do 18.

Opredelitev javnega interesa se začne z analizo stanja v slovenskem knjižnem polju: z založništvom se po NPK ukvarja 500 subjektov, v letu 2012 je izšlo 5.685 knjig in brošur, od tega 883 knjig izvirnega leposlovja. Približno polovica v Sloveniji izdanega leposlovja je slovenskega (v smislu »napisanega v slovenščini«). Sledi analiza stanja kupovanja in izposoje v splošnih knjižnicah, ki se izteče v ugotovitev, da smo Slovenci sorazmerno dobri bralci in slabši kupci knjig; podatki iz *KiB V* o branju knjig slovensko branje po dostopnih primerjalnih podatkih umeščajo nekako v evropsko sredino, ugotovitev o kupovanju pa se scela potrjuje. Ta raziskava pa nemara postavlja pod vprašanje naslednjo trditev NPK, namreč da se v knjigarnah proda le tretjina vseh prodanih knjig; analize sprememb deležev prodajnih poti, ki jih je na temelju raziskave pripravil Miha Kovač, kažejo drugačno sliko.

Kot temeljne probleme področja NPK navaja nižanje naklad knjig, visoko prodajno ceno in neurejeno cenovno politiko ter padec prodaje v knjigarnah. Če smo zadnji problem že nekoliko relativizirali in če se prvega *KiB* ne dotika (dokazujejo pa ga številni drugi kazalniki), na neurejeno cenovno politiko pa se je ministrstvo že odzvalo z Zakonom o enotni ceni knjige, katerega učinka na kupovanje pa v raziskavi še ni bilo mogoče izmeriti, saj je v veljavo stopil šele po njeni izvedbi, je iz raziskave *KiB V* in tudi iz raziskave *Kultura in razred (KiR)*, ki jo je leta 2011 izvedla Fakulteta za družbene vede, jasno, da so slovenske cene knjig v kupčevi percepciji resnično problem: povprečna cena knjige je glede na različne metodologije zajema podatkov v zadnjih letih nekje med 15 in 25 evrov (več o tem v poglavju o slovenskem knjižnem trgu), ceno, ki bi jo bili kupci pripravljene plačati, pa sami ocenjujejo med 10 in 12 evrov, torej v vsakem primeru pod najmanjšo izračunano maloprodajno ceno knjige in nekje na polovici najvišje izračunane povprečne cene, čemur gre pripisati še nekaj želje po družbeno sprejemljivem odgovoru; torej je realna cena, ki jo kupec brez večjega omahovanja pripravljen nameniti za knjigo, še nekoliko nižja.

Opozoriti velja, da so višjo ceno pripravljene plačati anketiranci v raziskavi *KiB*, ki je zajela celotno Slovenijo, kot tisti iz raziskave *KiR*, ki je zajela le urbani središči Ljubljano in Maribor, kar smemo pripisati večji pripravljenosti neurbanega okolja, da investira v simbolno vrednost knjige (in to pripravljenost še potencira nižja raven prejemkov v tem

okolju). Žal pa je na zelo omejenem tržišču knjig v slovenskem jeziku cene, nižje od 10 evrov, mogoče doseči le z izločanjem katerega od elementov iz komunikacijskega kroga knjige, torej jih za knjige, ki pokrivajo avtorske stroške, založniške storitve, tisk in distribucijo, v slovenskih razmerah ni mogoče pričakovati – serije, ki so v zadnjih letih skušale uveljaviti kvalitetno literaturo z dostopno ceno med 3 in 5 evri (npr. *Vrhunci stoletja, Slovenska zgodba, Knjige za vsakogar ...*), so to dosegle bodisi z brezplačnim oglaševanjem in znižanimi stroški distribucije (prvi dve seriji sta objavili časopisni hiši Delo in Dnevnik in ju distribuirali skupaj s časopisi) ali z znatnim proračunskim vložkom tako v proizvodnjo kot v promocijo izbranih knjižnih naslovov (zbirko *Knjige za vsakogar* je sprožil projekt Ljubljana – svetovna prestolnica knjige 2010) in so torej znaten odstop od običajnega dogajanja na knjižnem trgu.

Nadalje se NPK v prehodu iz splošnega knjižnega polja posveti javnemu interesu na področju knjige, katerega uresničevanje pomeni zlasti zagotavljanje spodbudnih okoliščin »za izdelovanje in povečevanje prodaje kvalitetnih knjig in revij«. Tako je kot prva med cilji in ukrepi navedena »večja prodaja kakovostnih knjig in revij«.

### 3.2 Česa ni treba

V četrtek, 24. aprila 2014, je spletni portal siol.net objavil članek *Deset stvari, za katere plačujemo, pa nam ne bi bilo treba*.<sup>4</sup> Na prvem mestu je bil nasvet: »Ne kupujte knjig. Namesto tega si jih raje izposodite v knjižnici ali od prijatelja. Obstajajo tudi spletne strani, ki omogočajo branje knjig na spletu.«

NPK navaja naslednje ukrepe za podporo večje prodaje kakovostnih knjig in revij:

- sprejetje Zakona o knjigi kot ekonomskega instrumenta, s katerim se uvede enotna cena knjige in poveča dostopnost knjig v knjigarnah,
- izvedba nacionalne raziskave bralnih in nakupovalnih navad na področju knjige s poudarkom na možnih rešitvah za povečanje kupovanja knjig,
- izvedba nacionalnih kampanj za promocijo kulture branja in kupovanja knjig in revij,
- ciljna podpora programom za pospeševanje prodaje knjig in revij v knjigarnah,
- razvoj portala knjige na trgu.

Kot že rečeno, je prvi (pa tudi drugi) ukrep že izpeljan, je pa še prezgodaj za meritve njegove učinkovitosti, tretji in peti ukrep sta sodeč po nekaterih javnih objavah razpisov za financiranje in oglasnih akcij v pripravi, enako najverjetneje tudi četrti. Za učinkovitost teh ukrepov se s stališča podatkov, ki jih kaže *KiB V*, obeta nekaj težav.

Če bo cena knjige še tako poenotena, se bo težko približala od kupca zaželeni ceni, še težje v primerjavi s ponudbo branja v splošnih knjižnicah, ki bodo še naprej poglobitni vir branja knjig v slovenskem jeziku, saj raziskava *KiB V* nedvoumno kaže, da domače posedovanje knjig ne narašča. Odgovori na vprašanje, kje so tisti anketiranci, ki berejo knjige, dobili knjigo, ki so jo nazadnje prebrali, tradicionalno navajajo visok odstotek izposoje iz splošne knjižnice, v primerjavi z letom 1998 pa je leta 2014 kar za 10 odstotkov manjši zajem knjig iz domače knjižnice, kar lahko razumemo kot znak, da domače knjižnice zadovoljujejo manjši obseg bralnih potreb kot leta 1998. Glede na to, da se je število knjižnih naslovov na letni ravni medtem tako rekoč potrojilo, je razlog nemara tudi v tem, da domače knjižnice kljub povečani ponudbi knjig na trgu nimajo ustreznega

4 [http://www.siol.net/novice/gospodarstvo/2014/04/deset\\_stvari\\_za\\_katere\\_placujemo\\_pa\\_nam\\_ne\\_bi\\_bilo\\_treba.aspx](http://www.siol.net/novice/gospodarstvo/2014/04/deset_stvari_za_katere_placujemo_pa_nam_ne_bi_bilo_treba.aspx) (zajeto 21. avgusta 2014)

prirasta knjižnega fonda, kar potrjuje tako povečana izposoja v splošnih knjižnicah kot upad prodaje knjig, ki ga zadnja leta izpričuje večina slovenskih založniških programov. (Telega prirasta knjižnega fonda ni očitno povečala niti vrsta prej omenjenih cenovno dostopnih zbirk kakovostnega leposlovja, ki so prišle na trg v zadnjih letih, prezgodaj pa je še meriti, ali bosta nanj vplivala načina nakupovanja knjig, ki sta v *KiB V* v primerjavi s *KiB IV* močno narasla, torej prodaja v trgovskih centrih (v teh knjige kupuje 37 % anketiranih v *KiB V*, ki so kupili vsaj eno knjigo, *KiB IV* te možnosti ni upoštevala, saj je bila zanemarljiva), in na knjižnih sejmi (ta način se je med obema raziskavama podvojil in znaša 12 %, pri čemer je treba opozoriti, da se odgovor ne nanaša nujno na Slovenski knjižni sejem, ki se vsakoletno dogaja v Cankarjevem domu, temveč morda tudi na kak drug sejem, kakršni so Slovenski dnevi knjige in drugi sejmi, tudi taki, ki jih organizirajo posamezni založniki).

To stagnacijo domače knjižne zaloge podpira kar nekaj sodobnih družbenih dejavnikov. Slehernik se najbrž slej ko prej vpraša, zakaj danes, v času kulture zastojarske vsedostopnosti, v kateri so se udomačile zlasti mlajše generacije, knjige sploh posedovati. (Podoben trend prehajanja slovenskega stanja duha iz plačljive v brezplačno uporabo knjig so povzročili tudi učbeniški skladi.) Če jih potrebuje, so mu v vse večji meri dostopne zastoj, slovenske v splošnih knjižnicah, angleške pa na spletu, na legalen ali ilegalen način.

Knjiga zaradi sprememb v slovenskem vrednostnem sistemu tudi nima več simbolne vrednosti, kakršna ji je bila pridružena v polpreteklem času. Raziskava *KiB V* je pri vprašanju, zakaj anketiranci ne berejo knjig, največje odstopanje v primerjavi s *KiB IV* ugotovila pri odgovoru »ker me knjige ne zanimajo«. Stopnja rasti pri tem razlogu se je iz leta 1998 povečala za 13,5-krat v letu 2014. Glede na večje število objavljenih naslovov in zato širšo (in vsaj načeloma bolj zanimivo) knjižno ponudbo v letu 2014 lahko zlasti sklepamo, da je nezanimanje za knjige postalo bolj družbeno sprejemljivo, kot je bilo pred šestnajstimi leti, in da je malo tovrstnih odgovorov v letu 1998 pripisati tudi tedaj bistveno večji družbeni nesprejemljivosti tovrstnega odgovora, pa tudi spletna anketa, ki je bila eden od anketnih načinov leta 2014, omogoča večjo anonimnost, zato je najbrž rezultat *KiB V* bližji resničnemu stanju. Visok je tudi odstotek tistih, ki pravijo, da bi jih k pogostejšemu kupovanju knjig pripravila večja prepričanost, da jim knjige res koristijo – 11 %, s čimer sicer odgovor zaostaja za tradicionalnimi razlogi (nižje cene 63 %, več časa za branje 58 % idr.), a močno presega pričakovane v NPK: le 8 % si želi boljšo dostopnost knjig na večjih prodajnih mestih, le 4 % boljše spletne knjigarne, le 3 % več knjigarn; poudariti pa je treba, da se skoraj nihče ne pritožuje nad izbiro.

Splošnega prepričanja, da posedovanje domače knjižnice odločilno vpliva na branje, ne zanika niti *KiB V*, ki na obeh področjih med letoma 1998 in 2014 ugotavlja stagnacijo), vendar branje knjig v Sloveniji ni več razumljeno kot *conditio sine qua non* za socialno napredovanje oziroma se je spremenil koncept formiranja družbene lestvice: raziskava *KiR* je pokazala, da je najmanj kupcev knjig prav v najvišjem sloju, med tistimi z več kot 2.000 evri mesečnega dohodka, ki kupijo manj knjig kot nezaposleni, kar je velik odstop od običajnih meritev, pri katerih kupovanje narašča skladno z izobrazbo (več o preobrazbi razmerja med izobrazbo in knjigo v prispevku Mihe Kovača) in s prihodki. Vsaj kar se naraščanja glede na starost tiče, pa je volja po investiciji v knjigo v pričakovani rasti, saj se glede na starost anketiranca cena knjige, ki bi jo kupil brez pretiranega premisleka, premika od 9,8 evra pri mlajših od 24 let do 13,7 evra pri starejših od 50 let (povprečna cena pa je 12,3 evra).

V tem smislu velja uvedbo enotne cene knjige premisliti tudi v luči ohranjanja javnega prostora za knjige, saj zanesljivo pomaga knjigarnam v primerjavi z drugimi, bolj

obiskovanimi prodajnimi mesti in posledično ohranja knjižno kulturo tudi posredno, saj kupec v knjigarni pride v stik tudi z drugimi, ne le vnaprej zaželeno knjigo. (Navsezadnje je v *KiB V* poglaviten razlog za obisk knjigarne v 24 % nakup nečesa drugega in ne knjige, nakup vnaprej izbrane knjige dosega 19 %, naključne knjige pa 8 %.) Vendar je ta pomoč omejena z dejstvom, da knjigarne še zmeraj delujejo kot trgovinske in ne kulturne organizacije in so zato bolj zainteresirane za prirejanje dogodkov in prodajo knjig z večjim odzivom in ne za, rečeno z dikcijo NPK, »povečanje prodaje kvalitetnih knjig in revij«, saj obseg poslovanja iz tega naslova težje pokriva običajne stroške poslovanja. Tako imenovana – spet v dikciji NPK – »mešana kalkulacija«, pri kateri višja dodana vrednost pri prodaji uspešnic pomaga izdajam komercialno manj zanimivih kvalitetnejših knjig, pa je prepuščena razsvetljenosti posameznih knjigotržcev (in, reči smemo, tudi založnikov).

(Podobne pojave je mogoče spremljati tudi pri programskih usmeritvah splošnih knjižnic, vendar je pretehtavanje prave mere prilagajanja tržišču oziroma »želje bralcev« tako pri organizaciji obknjižničnih dejavnosti kot pri nabavni politiki stvar kake druge analize in razprave; dodajmo le, da NPK vidi založnike in knjižničarje kot usmerjene k istemu cilju, dvigu branja knjig, torej tako prodaje kot izposoje, saj si kot kazalnik uspeha NPK ne želi le več prodanih, temveč tudi več izposojenih knjig, natančneje rast izposoje na prebivalca z 12 leta 2012 na 15 leta 2017.)

### 3.3 Od kvantitete h kvaliteti

V uvodu k NPK minister dr. Uroš Grilc »večanje dostopnosti kakovostnih kulturnih vsebin« izpostavlja kot prvi cilj in temu sledi tudi drugi sklop ciljev in ukrepov v poglavju Knjiga, imenovan »bolj učinkovita državna podpora knjigi v smeri celovite politike do knjige«. Predlagani ukrepi v tej smeri so:

- JAK v okviru srednjeročne strategije oblikuje usmeritve za podporo knjižni in revijalni produkciji, v kateri opredeli tudi najvišje število sofinanciranih knjig glede na razpoložljiva proračunska sredstva ter najvišje in najnižje pragove sofinanciranja projektov glede na pričakovane učinke (višina avtorskih honorarjev, cena knjige, potencialni krog bralcev ipd.),
- spodbujanje pretvorbe subvencioniranih knjig in revij v elektronski format ter podpora pretvorbi že izdanih subvencioniranih knjig v elektronski format,
- razvoj platforme za prodajo elektronskih knjig,
- podpora projektom krepitev kompetenc na področju knjige in določitev minimalnih založniških standardov.

Glede omejevanja števila sofinanciranih knjig so načeloma mnenja poenotena – v Sloveniji namreč po obstoječih podatkih izhaja nadpovprečno število knjižnih naslovov na prebivalca, pravzaprav smo po tem razmerju v samem svetovnem vrhu, in vse več je mnenj, da je zmanjšanje selektivnosti prešlo svoje dobre strani, recimo demokratizacijo knjižnega prostora, ter zašlo v negativne, npr. prekomerno obremenjevanje in dezorientacija vsakega od členov komunikacijskega kroga knjige. Zanesljivo so tri stopnje državnega sofinanciranja knjižnih izdaj (od neposrednih subvencij prek odkupa za splošne knjižnice do znižane stopnje DDV) dobra spodbuda k povečevanju števila naslovov na knjižnem trgu in zanesljivo bi omejitev aktivne podpore pomenila večjo selektivnost pri izdajanju. NPK kot kazalnik za ta ukrep navaja zmanjšanje števila subvencioniranih knjig s 352 leta 2012 na 300 leta 2017, in ta ukrep bo Javna agencija za knjigo zlahka dosegla, vendar ne bo prinesel negativnih posledic izvajalcem knjižnih programov v javnem interesu samo v

primeru, da se bo ustrezno, torej vsaj za kakih 15 %, povečala prodaja njihovega knjižnega programa (NPK kot kazalnik uspešnosti prodaje subvencioniranih naslovov predvideva celo dvig prodaje za 50 %), kar pa je glede na vse pokazatelje raziskave *KiB V* nemogoče pričakovati.

Pretvorba subvencioniranih knjig in revij v elektronski format kljub dvema usposobljenima ponudnikoma z lastnima platformama (Biblos in E-Emka) zaostaja za pričakovanji, saj zlasti manjši založniki za take objave nimajo interesa; najbrž upravičeno sklepajo, da z njimi ne bodo dobili dodatnih, temveč izgubili še nekatere od redkih preostalih kupcev, če ne zaradi piratskega razmnoževanja knjig, pa z možnostjo izposoje e-knjig v splošnih knjižnicah. Dodatno nezaupanje povzroča tudi dejstvo, da sta oba portala v lasti in upravljanju dveh pomembnih založnikov, zato se pojavljajo vprašanja o ekvidistančni obravnavi vseh založnikov na prodajnem seznamu. Eden zapisanih ciljnih ukrepov na tem področju, dostopnost celotne subvencionirane knjižne produkcije v elektronski obliki do leta 2017, je sicer dobrodošel v smislu javne dostopnosti te produkcije, vendar glede na izide raziskave *KiB V* (po kateri vsaj 90 % anketirancev e-knjige pridobiva brezplačno) v nasprotju z drugim ciljem, po katerem naj bi se povprečno število prodanih izvodov subvencioniranih naslovov dvignilo z 200 leta 2012 na 300 leta 2017.

Glede na te podatke bi bilo subvencioniranje e-izdaj, ki ga Javna agencija za knjigo ponuja kvalitetnim izdajam zadnjih let, smiselno preusmeriti v subvencioniranje razprodanih naslovov, ki bi, če založnik ne bi načrtoval ponatisa in bi bile avtorske pravice ustrezno urejene, lahko prešli tudi v prosti dostop – kar se ujema tudi s pričakovanji glede cene elektronskih knjig, ki so jih izrazili anketiranci v *KiB V*.

Poseben problem je podpora projektom krepitve kompetenc na področju knjige in določitev minimalnih založniških standardov. Padanja standardov, ki ga je potencirala povečana knjižna proizvodnja, namreč vsaj za zdaj tržno obnašanje ne kaznuje. Opozoriti velja, da se večina anketiranih za branje knjige odloči na priporočilo prijatelja ali seznama najbolj branih ali prodajanih knjig, ki po učinkovanju precej presegata strokovne kritike in nagrade, dejavnik založbe je skoraj zanemarljiv. Ob strukturnem spreminjanju poročanja o knjigah v množičnih medijih, ki prehaja, poenostavljeno rečeno, iz vrednotenja v predstavljanje, ni pričakovati spremembe tega trenda, zato se uveljavljanje strokovnih kompetenc kaže kot eden ključnih dejavnikov pri povečevanju branja kakovostne literature – dober primer je nagrada kresnik za najboljši slovenski roman, ki v zadnjih letih zelo vpliva tako na prodajo kot na izposoje ne le nagrajene knjige, ampak tudi tistih, ki pridejo v ožji izbor. Na tem področju je v slovenski knjižni politiki še precej rezerve: velike založbe so tako rekoč opustile tisto, kar NPK imenuje povezovanje vrhunskosti z dostopnostjo, zlasti v smislu vzgajanja oziroma z dobesednim prevodom fraze »audience development« morda ustrezneje razvoja občinstva, konkretno bralstva. Na tem področju je bil opaznejši, vendar tudi ne ravno enoznačno prepoznan in usvojen pristop javnih zavodov na področju knjižne kulture, zlasti splošnih knjižnic, v katerih je vrsta usmerjenih akcij (Priročniki za branje kakovostne mladinske literature, Primorci beremo, Posavci beremo in podobne) usmerjala bralčevo pozornost na kvalitetnejše med v slovenščini objavljenimi knjižnimi naslovi. Na področju založniških ustanov so bile tovrstne dejavnosti opaznejše pri tistih, ki se v večji meri napajajo iz javnih sredstev, še zlasti zato, ker je bilo zanje mogoče pridobivati dodatna javna sredstva iz naslova financiranja bralne kulture in v nekaterih primerih tudi literarnih branj ali festivalov.

Strnjeno in z upoštevanjem drugih dostopnih podatkov o branju v Sloveniji torej lahko ugotovimo, da količina branja v Sloveniji stagnira, kakovost tega branja pa se zmanjšuje. V zadnjih šestnajstih letih se domače knjižnice niso povečale, njihova uporabnost pa se je

zmanjšala, in čeprav se nekateri podatki o branju ne razlikujejo od preteklih raziskav in tujih izsledkov (moški berejo manj, ženske berejo več), bralna izbira izkazuje spremembo kvalitativnih bralnih navad, ne le ob pogledu lestvice največje izposoje v splošnih knjižnicah, temveč tudi po delnih izidih, kakršne ob konkretnih knjižnih naslovih kaže raziskava *KiR*. Knjiga se po teh izidih vse bolj premika iz medija intelektualnega izziva v medij zabave – morda dobra novica za knjižno industrijo, nemara pa slabša za kulturno politiko.

Tretji sklop ukrepov in ciljev se združuje v projektu *Republika Slovenija – osrednja gostja na mednarodnem knjižnem sejmu v Frankfurtu*, vendar teh na tem mestu ne bomo obravnavali, saj na branje in nakupovanje knjig v Sloveniji vplivajo le posredno, čeprav morda odločilno: po *KiB V* je večinsko slovensko branje romanov: med tistimi, ki so v zadnjem letu brali leposlovje, 67 % anketirancev najraje bere prevedene romane, 21 % pa slovenske romane. Z nekaj ironije je torej mogoče reči, da bo naslednji slovenski nacionalni program za kulturo moral več pozornosti kot povečevanju ekonomskega kapitala slovenskih knjig posvetiti povečevanju njihovega simbolnega kapitala.



## 4 REZULTATI RAZISKAVE KIB V V PRIMERJAVI S KNJIGOTRŠKIMI IN KNJIŽNIČNIMI STATISTIKAMI

*Miha Kovač in Rok Gregorin*

### 4.1 Osnovna struktura slovenskega založništva

Ena od večjih težav, s katero se soočamo raziskovalci knjižnih trgov in bralne kulture, je izjemna razvejanost prodajnih poti slovenskih založb. Poleg klasične prodaje knjig v knjigarnah so namreč slovenske založbe že od šestdesetih let naprej prodajale knjige s pomočjo akviziterjev in s pošiljanjem katalogov po pošti, kar so v seštevku poimenovali direktna prodaja. Temu se je v sedemdesetih letih minulega stoletja pridružil knjižni klub, kasneje pa tudi prodaja knjig prek spleta in v trgovskih centrih ter s pomočjo franšize Readers' Digest. V letih 2012 in 2013 je prek dveh domačih in ene tuje distribucijske platforme stekla tudi resnejša prodaja e-knjig.

Kot je pokazala tudi raziskava *KiB V*, so se v zadnjih petnajstih letih pomembno spremenila razmerja med prodajnimi potmi. Tako je direktna prodaja močno upadla, narasla pa je prodaja knjig prek spleta in prodaja knjig v trgovskih centrih; okrepila se je tudi knjigarniška prodaja knjig. Nekako vzporedno s to spremembo se je pomembno spremenila tudi struktura knjižnega trga: če so na njem pred osamosvojitvijo in ob njej prevladovali tri velike založbe (Mladinska knjiga, DZS, Cankarjeva založba), od katerih je vsaka obvladovala večino prodajnih kanalov, izdajale pa so vse knjižne žanre od učbenikov do poezije in množičnemu trgu namenjene beletristike, je od omenjene trojice kot resen knjigotrško-založniški pogon v letu 2014 obstajala le Mladinska knjiga, ki je pod svoje lastniško okrilje vzela tudi Cankarjevo založbo. DZS se je spremenila v trgovsko-turistično-medijski konglomerat, ki na področju založništva in knjigotrštva množično izdaja le še učbenike in obvladuje maloprodajno mrežo, ki proda razmeroma malo knjig. Ob njih pa so že od konca osemdesetih let razvijale specializirane založbe, ki obvladujejo posamezne programske in prodajne segmente knjižnega trga. Daleč največja med novimi založbami je bila v letu 2014 založba Učila, ki je po letu 2005 postala drugi največji splošni založnik, ob tem pa je ustanovila tudi lastno knjigarniško verigo in razvila prodajo knjig v trgovskih centrih in na bencinskih servisih; Rokus Klett je postal največji slovenski učbeniški založnik, Študentska založba in Sanje uspešno zalagata zahtevnejše leposlovje in esejistiko, pri čemer Študentska založba vzpostavlja tudi svoj sistem distribucije e-knjig, Modrijan izdaja učbenike in resnejše leposlovje, Morfem slikanice itd. S tega zornega kota bi lahko rekli, da je Mladinska knjiga svojevrstno zrcalo knjižnega trga, saj znotraj svoje organizacijske strukture počne vse, kar počnejo omenjene založbe same zase, obenem pa je svojevrsten zadnji Mohikanec na področju direktne prodaje; zaradi svoje velikosti na trgu nima resnega konkurenta, se pa zato srečuje z množico konkurentov na vsaki posamezni prodajni poti in v vsakem večjem programskem segmentu, ki jih obvladuje.

Posledica take razvejanosti knjižnega trga in številnih prodajno-distribucijskih poti je pomanjkanje natančnih knjižnih statistik na nacionalni ravni: Zbornica založnikov je šele v zadnjih dveh letih uspela preseči tradicionalni založniški odpor do posredovanja osnovnih podatkov o svoji dejavnosti in je začela zbirati in javno objavljati podatke o prodajnih poteh, prometu, gibanju zaposlenih in dobičkih založb. Hkrati s tem je po prelomu tisočletja objavljanje podatkov o nakladah in cenah knjig v knjigah postala zakonska obveza

založb, NUK pa o tem vodi javno dostopno statistiko; vsi ti podatki so za zadnji dve leti dostopni na spletni strani Zbornice založnikov. Seveda pa nam ti podatki zaradi kratkotrajnosti zbiranja ne povedo ničesar o dolgoročnih spremembah na trgu: avtorji tega poročila smo zato hvaležni skupini Mladinska knjiga, ki je za potrebe drugih raziskav omogočila dostop do nekaterih osnovnih podatkov o prodajnih trendih v zadnjih petnajstih letih, izsledke, do katerih smo se dokopali na njihovi podlagi, pa smo deloma uporabili tudi tu. Zaradi velikosti, programske pisanosti in razvejanosti prodajnih poti te založbe namreč verjamemo, da so ti podatki ob ustreznih korekcijah dovolj dobri pokazatelji nekaterih ključnih dolgoročnih trendov v založniški in knjigotrški dejavnosti. K temu velja dodati še to, da ima Slovenija solidno razvejano mrežo splošnih knjižnic, ki s svojo nabavno in izposojevalno politiko pomembno vplivajo tako na delovanje knjižnega trga kot na bralne navade. Kot bomo opozorili v nadaljevanju, se je ta mreža v času po osamosvojitvi okrepi-la in povečala javno dostopen obseg podatkov o svojem delovanju.

Ne glede na vse omenjene težave smo zato pri pripravi tega poročila imeli na voljo več podatkov, kot so jih imeli raziskovalci slovenskega knjižnega prostora kadar koli doslej.

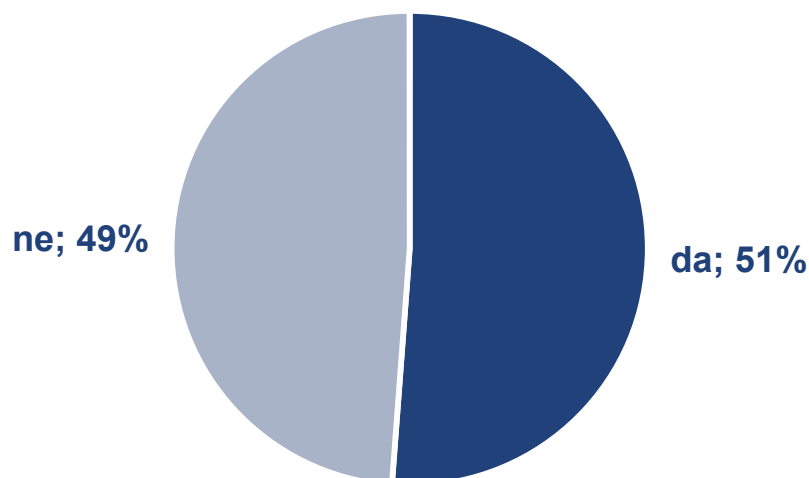
Po drugi strani imamo v Sloveniji pri raziskovanju knjižnih trgov veliko prednost: kot že omenjeno v prejšnjem poglavju, smo raziskavo Knjiga in bralci v letih 1974 do 2014 ponovili petkrat, s čimer smo dobili relativno dobro podobo o tem, kako se je v zadnjih štiridesetih letih v Sloveniji spreminjalo samorazumevanje bralnih in knjižnonakupovalnih navad. V tem poglavju bomo zato pregledali, kako sovpadajo in se križajo spremembe v samorazumevanju bralnih navadah s spremembami v načinih delovanja knjižnega trga. Verjamemo namreč, da je razumevanje tovrstne dolgoročne prepletenosti bralnih in nakupnih navad ter tržnih mehanizmov temelj za vsakršno aktivno in dolgoročno kulturno politiko na področju knjige.

Pri tem smo za izhodišče izbrali tri letnice – 1998, 2008 in 2013. Razlogi za to so trojni: prvič, zdelo se nam je smiselno primerjati knjižna trga v letih 1998 in 2013 (za leto 2013 smo imeli namreč na voljo zaključene statistične podatke, pri čemer je raziskava *KiB* deloma segla tudi v to leto, zato se nam tak pristop zdi metodološko sprejemljiv), saj sta bili v teh dveh letih opravljeni raziskavi o bralnih navadah, hkrati pa v tem obdobju v širšem knjižnem ekosistemu ni prišlo do radikalnih družbenih sprememb; zaradi najmanj treh revolucij, ki jih je doživela večina sedanje bralne populacije (konec socializma, konec Jugoslavije in konec analogne civilizacije), namreč domnevamo, da so bile kulturne, politične in medijske razmere leta 1984 (ko je bila opravljena zadnja raziskava Knjiga in bralci pred letom 1998) in prej preveč drugačne, da bi jih lahko primerjali s sedanjim stanjem brez poglobljenih socioloških in zgodovinskih analiz.

## 4.2 Branje in kupovanje knjig v Sloveniji

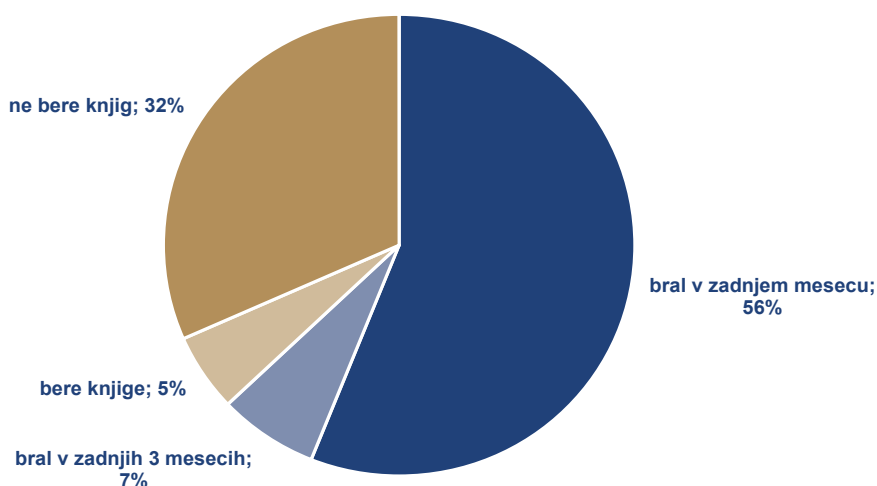
V nasprotju s prej omenjenimi izhodišči vseeno še enkrat opozarjamo na preglednico 2.1 v poglavju 2: prvo in temeljno dejstvo, ki ga kaže dolga linija raziskav bralnih navad, je navidezna stabilnost populacije, ki v Sloveniji kupuje knjige, saj je bilo v populaciji med 18 in 75 leti takih leta 1973 50 %, leta 2014 pa v populaciji med 15 in 75 leti 49,5 %. Po drugi strani pa se je odstotek tistih, ki sami sebe deklarirajo za nebralce, vztrajno zmanjševal: leta 1978 je bilo takih 44 %, leta 1984 48 %, leta 1998 39 % (Žnidaršič idr. 1999: 10), leta 2014 pa je bilo samodeklariranih nebralcev le še 32 %. Pri tem jih je 56 % trdilo, da so brali knjige v zadnjem mesecu, dodatnih 7 % jih je navedlo, da so brali knjigo v zadnjih treh mesecih, še dodatnih 5 % pa, da berejo knjige, čeprav tega niso počeli v zadnjih treh mesecih.

Slika 4.1: Kupci in bralci knjig v letu 2014



Toda med tistimi, ki imajo sami sebe za bralce, je kar 10 % takih, ki v zadnjih 12 mesecih sploh niso brali knjig: če bi še njih – v skladu z načinom štetja nebralcev v prejšnjih raziskavah – prišteli v skupino nebralcev, bi bilo teh slabih 42 %, torej 3 % več kot pred šestnajstimi leti.

Slika 4.2: Pogostost branja



Število nebralcev nas zato v letu 2014 po naših meritvah uvršča nekam na pol poti med osemdesetimi in devetdesetimi leti. Kot smo že omenili v poglavju 2, je Eurobarometrova raziskava iz leta 2007 dala nekoliko boljši rezultat, takrat je bilo v Sloveniji namreč okoli 35 % nebralcev, kar nas je v EU uvrstilo na enajsto mesto med dvajsetimi članicami, ki so sodelovale v raziskavi – a še vedno daleč stran od najbolj »bralnih« držav, kot so Švedska, Finska in Češka, kjer se je število nebralcev gibalo okoli 20 %. Ker je težko verjeti, da bi bralne navade v Sloveniji v sedmih letih zanihale kar za 7 odstotnih točk, podatka iz leta 2007 in 2014 slej ko prej kažeta, da so rezultati takih raziskav povezani tudi z raziskovalno metodologijo, zato jih velja razumeti predvsem kot kazalnike trendov, ne pa kot natančno sliko dejanskega stanja v družbi.

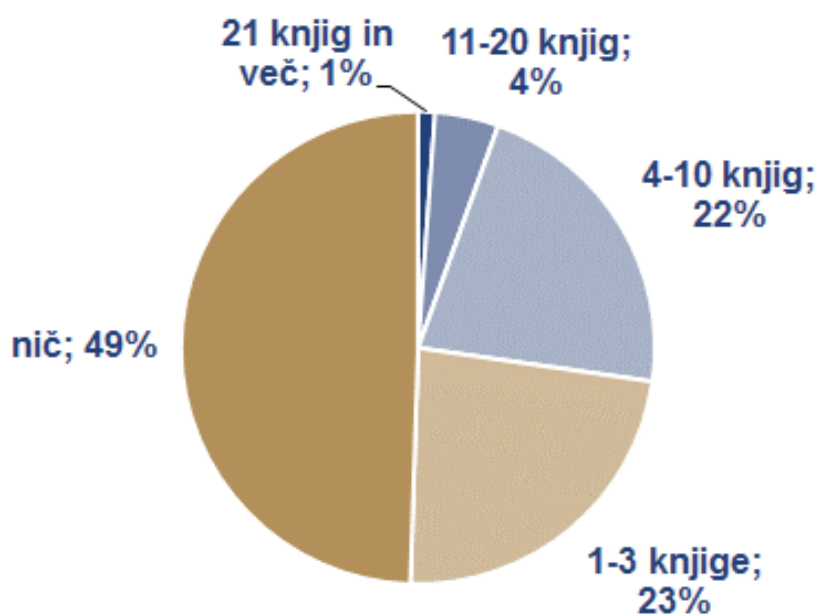
Povedano drugače, iz meritev knjižnonakupovalnih in bralnih navad v letih 1973–2014 lahko z relativno veliko stopnjo gotovosti sklepamo predvsem to, da se v Sloveniji v letih 1998–2013 soočamo z na videz stabilnim številom kupcev knjig in z blagim upadanjem števila nebralcev. Da bi lažje razumeli to stanje, si velja nekoliko podrobneje ogledati dinamiko razvoja knjižnega trga v zadnjih petnajstih letih in načine, kako bralci in kupci v Sloveniji dostopajo do knjig.

### 4.3 Dinamika prodaje knjig: upad števila intenzivnih kupcev

Leta 1998 je v raziskavi *Knjiga in bralci IV* 3 % anketirancev trdilo, da letno kupijo več kot 20 knjig, 7 % jih je trdilo, da kupijo od 11 do 20 knjig, 19 % jih je trdilo, da so kupili od 4 do 10 knjig, 21 % pa jih je trdilo, da so kupili eno do tri knjige. Če odstotke prevedemo v število prebivalcev in prebivalk Slovenije, starejših od 18 in mlajših od 75 let, kot jih je zajela raziskava (ta skupina je po podatkih Statističnega letopisa iz 1998 obsegala cca 1,5 milijona prebivalcev), in jih pomnožimo s srednjo vrednostjo števila kupljenih knjig, nakupe najbolj rednih nakupovalcev knjig pa konzervativno zaokrožimo na 23,5 knjižnega nakupe letno, se izkaže, da smo po samooceni kupcev knjig pri nas v letu 1998 kupili okoli 5,3 milijona knjig, oziroma 3,1 knjige na odraslega prebivalca RS (3 % intenzivnih kupcev je kupilo  $45.000 \times 23,5$  knjige = 1,050.000 knjig, 7 % rednih kupcev je kupilo  $105.000 \times 15,5$  knjige = 1,625.000 knjig, 19 % občasnih kupcev je kupilo  $285.000 \times 7,5$  knjige = 1,995.000, 21 % naključnih kupcev pa je kupilo  $315.000 \times 2$  knjige = 630.000 knjig).

Leta 2014 se je število intenzivnih kupcev knjig pomembno zmanjšalo, tako je le 1 % anketirancev kupil več kot 20 knjig, 4 % jih je trdilo, da so kupili od 11 do 20 knjig, 22 % jih je trdilo, da so kupili od 4 do 10 knjig, 23 % pa, da so kupili eno do tri knjige.

Slika 4.3: Kupci glede na število kupljenih knjig v letu 2014



Če tudi te odstotke prevedemo v število prebivalcev in prebivalk Slovenije in njihovo število zaokrožimo na 1,7 milijona (raziskava v letu 2014 je namreč zajemala osebe, starejše

od 15 let, teh pa je bilo po statističnem letopisu zaokroženo 1,7 milijona) in jih na enak način pomnožimo s številom kupljenih knjig, zaokroženim na srednjo vrednost, se izkaže, da smo leta 2014 v dvanajstih mesecih pred opravljeno raziskavo po samooceni kupili 4,785.500 knjig oziroma zaokroženo 4,8 milijona knjig (1 % intenzivnih kupcev je na letni ravni kupilo 17.000 x 23,5 knjige = 399.500 knjig, 4 % rednih kupcev je kupilo 68.000 x 15,5 knjige = 1,054.000 knjig, 22 % občasnih kupcev je na letni ravni kupilo 374.000 x 7 knjig = 2,618.000 knjig, 21 % naključnih kupcev pa je kupilo 714.000 knjig). Povsem enak rezultat dobimo, če povprečni nakup na odraslega prebivalca (2,8 knjige) pomnožimo s številom prebivalcev in prebivalk Slovenije, zaokroženim na 1,7 milijona.

Primerjava podatkov iz obeh raziskav nam torej pokaže, da se je po samooceni anketirancev število kupljenih knjig med letoma 1998 in 2014 zmanjšalo s 5,3 na 4,8 milijona oziroma za 9,4 %; realno je ta padec najbrž še malenkost večji, ker je raziskava v letu 2014 zajela tudi populacijo v starostnem razredu od 15 do 18 let. Že hitra primerjava nam pokaže, da se je najbolj zmanjšala skupina intenzivnih kupcev, saj se je število tistih, ki so letno kupili več kot 20 knjig, zmanjšalo za dve tretjini, kar je v letu 2014 prineslo za okoli 650.500 manj prodanih knjig, število tistih, ki so kupili 10 do 20 knjig, pa se je zmanjšalo za slabo polovico, kar je nanese nadaljnjih 571.000 manj prodanih knjig letno. Sloj občasnih kupcev knjig se je v raziskavi leta 2014 glede na leto 1998 sicer res okrepil, a premalo, da bi lahko nadoknadil izpad prodaje pri najbolj intenzivnih kupcih: število tistih, ki so kupili 4 do 10 knjig letno, se je povečalo za 3 odstotne točke, kar je nanese nekaj več kot 620.000 prodanih knjig, kar pokrije približno polovico izgubljenih nakupov pri najbolj intenzivnih in rednih kupcih knjig. Sloj tistih, ki so kupili eno do tri knjige, je ostal enak.

Med letoma 1998 in 2014 se je torej po samooceni kupcev število prodanih knjig zmanjšalo za okoli 500.000 izvodov, število rednih in intenzivnih kupcev knjig pa se je zmanjšalo za 43 % – s 150.000 na 85.000. Ker se je število občasnih kupcev povečalo za 85.000, se je skupno število kupcev knjig celo malenkost povečalo, se je pa zato zmanjšalo število knjižnih nakupov.

#### 4.4 Kako do ocene števila prodanih knjig na trgu

Tako pridobljene ocene o prodaji knjig ne odstopajo bistveno od knjižničarskih in knjigo-trških statistik o knjižni produkciji in od dostopnih podatkov o prodaji knjig. Po podatkih NUK je leta 2013 izšlo 3.661 trgu namenjenih naslovov (od tega 739 učbenikov in delovnih zvezkov) v povprečni nakladi 1.179 izvodov za knjige in 1.463 za učbenike, kar nanese 4,316.198 knjig in 1,081.157 učbenikov; skupna naklada vseh izdanih knjig v letu 2013 je bila torej 5,4 milijona oziroma 0,6 milijona več, kot so anketiranci trdili, da so v tem letu kupili knjig. Po podatkih NUK je bila povprečna cena monografije leta 2013 21,30 evra, slovenske založbe pa so v tem letu s prodajo knjig v slovenščini po podatkih Zbornice založnikov ustvarile 81 milijonov evrov prometa (brez DDV). Na podlagi podatka o prometu in povprečni ceni knjige bi tako lahko ocenili, da je bilo leta 2013 v Sloveniji skupaj z učbeniki prodanih okoli 3,8 milijona knjig oziroma 25–30 % manj, kot jih je bilo natisnjenih.

Preglednica 4.1: Knjižna produkcija v letih 2011–2013

	2011	2012	2013
Tip knjige	6623	6209	4950
Učbeniki	896	830	715
stvarna za odrasle	3324	3151	2440
leposlovje za odrasle	1230	1168	925
SLO leposlovje za odrasle	599	563	436
knjige za otroke	1178	1062	873
Slikanice	561	489	450
SLO slikanice	173	140	166
»knjige«	4968	4607	3661

Preglednica 4.2: Tiskane naklade v letih 2011–2013

	2011	2012	2013
Tip knjige	1235	1138	1179
Učbeniki	1479	1431	1463
stvarna za odrasle	1190	958	973
leposlovje za odrasle	799	832	772
SLO leposlovje za odrasle	563	525	572
knjige za otroke	1608	1642	1803
Slikanice	1756	1961	2285
SLO slikanice	1039	998	1692
»knjige«	983	1056	1076

Podatki, ki smo jih glede cen knjig pridobili od največjih slovenskih knjigotržcev in Zbornice založnikov, kažejo nekoliko drugačno sliko. Samo trije največji slovenski knjigotržci in založniki so namreč v letu 2013 prodali okoli 4 milijone knjig (od tega je bilo učbenikov približno 1,5 milijona, v knjigotržkih mrežah pa so bile seveda na prodaj tudi knjige številnih manjših založnikov); po naši oceni to pomeni cca 90 % trga. Odstopanje števila prodanih izvodov od ocene, narejene na podlagi prometa založb in povprečne maloprodajne cene izdane knjige, izračunane v NUK, si lahko pojasnimo s tem, da se cena NUK razlikuje od dejanske, na trgu dosežene maloprodajne cene knjig zato, ker ta vsebuje popuste, upoštevati pa je seveda treba tudi dejansko prodane naklade. Posledično je, denimo, dejanska povprečna cena prodane knjige v mreži MKT (cca 1,2 milijona prodanih knjig) v letu 2013 znašala 14,5 evra (oziroma skupaj z DDV 15,60 evra), v sistemu Učil pa je bila še nižja, okoli sedem evrov (ta založba je namreč po podatkih Ajpesa ustvarila sedem milijonov prometa ob milijonu prodanih knjig). Na podlagi razmeroma velike neskladnosti med deklarirano in dejansko povprečno maloprodajno ceno knjig v obeh največjih knjigotržskih mrežah lahko domnevamo tudi to, da so se knjige z nižjimi maloprodajnimi cenami prodale v precej večjih nakladah kot tiste z višjimi cenami, in da je bilo posledično tudi število prodanih izvodov višje, kot smo ga izračunali s pomočjo podatkov NUK in GZS. Če bi, denimo, povprečno ceno prodane knjige v mreži MKT upoštevali kot

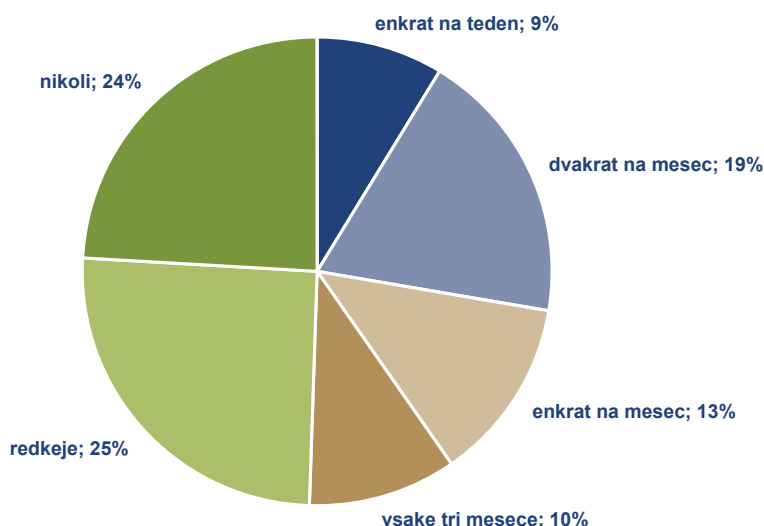
dejansko povprečno maloprodajno ceno prodane knjige na slovenskem trgu, bi prodaja vseh knjig na slovenskem trgu v letu 2014 znašala 5,5 milijona knjig. Če bi kot povprečno ceno upoštevali povprečje med cenami knjig v MK in v knjigarnah Učil (ki po številu prodanih izvodov pomenijo približno četrtno knjigarniškega trga), bi bila ta številka bistveno višja, 7,7 milijona.

Vsa ta računška telovadba tako opozarja, da velja podatke o številu prodanih izvodov obravnavati zgolj kot približne ocene, narejene na podlagi indecev: tako je z veliko stopnjo gotovosti mogoče reči le to, da se v letu 2013 zelo verjetno ni prodalo manj kot 4 milijone knjig in ne več kot 7 milijonov knjig, vključno z učbeniki. V razliki med tako izračunanim številom prodanih knjig, dejansko prodajo v največjih knjigotrških sistemih in samooceno kupcev pa se slej ko prej skrivajo standardni odkloni, zagate s premalo natančnimi podatki in težave s knjigami v angleščini, ki v Slovenijo pridejo mimo slovenskih knjigotrških kanalov. Dejstvo, da je ta številka presenetljivo blizu skupni nakladi knjig, kaže na racionalno odločanje založnikov o višini naklad.

#### 4.5 Knjižni profesionalci in obiskovanje knjižnic v letu 2014

Kupci knjig so v letu 2013 imeli na voljo 3.661 novih knjižnih naslovov (in 715 učbenikov), za njih pa je po podatkih GZS skrbelo 693 redno zaposlenih v založništvu in okoli 600 zaposlenih v knjigotrško-papirniški mreži. Bralci so si knjige izposojali tudi v mreži splošnih knjižnic, ki so za svoje delovanje porabile okoli 55 milijonov evrov, v njih pa je bilo leta 2012 zaposlenih 1.212 oseb. V splošnih knjižnicah, ki jih nekaj manj kot četrtna anketiranih obiskuje do dvakrat na mesec, četrtna pa nikoli, je bilo leta 2013 opravljenih 22,943.415 izposoj knjig in brošur (vseh izposoj, se pravi knjig in neknjižnega gradiva je bilo 26,405.122, v tem podatku pa je upoštevanih tudi 10,292.883 podaljšanj roka izposoje, ki pomenijo 39 % vseh izposoj), pri čemer so odrasli skupaj s podaljšanji opravili 16,123.153 izposoj.

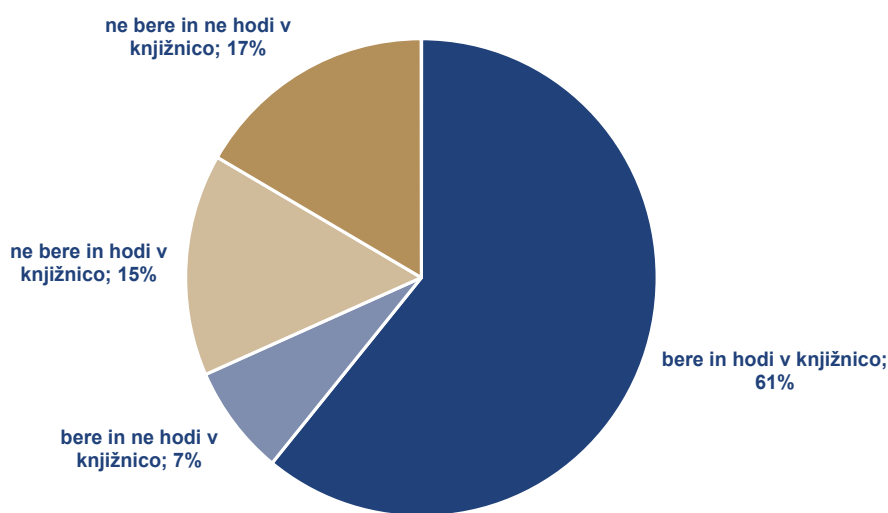
Slika 4.4: Pogostost obiska knjižnic



Če bi torej izposoje v splošnih knjižnicah na prebivalca merili z podobnim vatlom kot prodajo knjig, oziroma če podaljšanj ne bi šteli, kot da gre za novo izposajo, bi bilo število izposoj nižje in bi nanese 12,650.532 izposoj oziroma šest na prebivalca. Če pa bi

upoštevali le odrasle uporabnike knjižnic in bi predpostavili, da je razmerje med podaljšanim roka izposoje pri odraslih in mladoletnih enako (1 : 2, mladi so namreč leta 2013 opravili nekaj več kot 8 milijonov izposoj), bi to pomenilo, da so si odrasli uporabniki knjižnic izposodili nekaj več kot 8 milijonov knjig, ki jih potem niso brali dlje, kot je zapovedala knjižnica, kar nanese 4,8 knjige na odraslega prebivalca. Tako izračunana izposoja knjig na prebivalca je bila leta 2013 torej nekaj manj kot še enkrat večja kot prodaja knjig na prebivalca. Na pomen knjižnic pri vzdrževanju bralnih navad kaže tudi podatek, da je bilo leta 2014 bralcev, ki ne hodijo v knjižnico, le 7 %.

Slika 4.5: Bralne navade in obiskovanje knjižnic



V seštevku vse to pomeni, da je vsota izposoj in prodaje na odraslega prebivalca oziroma poraba knjige na prebivalca leta 2013 znašala 7,6 knjige. Ta podatek seveda ne upošteva izposoj učbenikov iz šolskih skladov in izposoj v šolskih knjižnicah.

Skupno se je za ta dosežek trudilo okoli 2.500 knjižnih profesionalcev, celotna knjižničarsko-knjigotrško-založniška dejavnost pa je v seštevku obrnila okoli 130 milijonov evrov, pri čemer je bilo razmerje med založniškimi in knjižničnimi sredstvi 1 : 1,4.

#### 4.6 Slovenski knjižni trg in knjižni profesionalci v letu 1998

Za leto 1998 imamo na razpolago bistveno manj podatkov o prodaji knjig: tako po podatkih NUK vemo, da je v tem letu izšlo 2.926 knjižnih naslovov, ni pa na voljo podatkov o nakladah, prodaji in povprečni ceni knjig. Vemo tudi, da se je založba DZS leta 2000 statistično izločila iz založniške dejavnosti, zato so podatki o prometu založb za to leto bolj primerljivi s podatki za leto 2013 kot podatki za leto 1998, saj se je po letu 1991 začela DZS spreminjati iz knjigotrško-založniškega podjetja v podjetniški konglomerat, znotraj katerega je knjižno založništvo pomenilo razmeroma majhen del poslovanja. Na podlagi tega predpostavljamo, da je promet knjižnega založništva v letu 1998 podobno kot v letu 2000 znašal okoli 28 milijard tolarjev; ta znesek preračunan v evre in revaloriziran z indeksom rasti cen v letih 1998–2014 nanese 137 milijonov evrov (brez revalorizacije 120 milijonov), kar pomeni, da se je v obdobju 1998–2013 panoga realno skrčila za okoli 56 milijonov evrov oziroma za okoli 40 %. Pri tem se je število izdanih naslovov povečalo, in



to za 735, oziroma za 25 % – z 2.926 v letu 1998 na 3.661 v letu 2013, kar v seštevku slej ko prej pomeni, da so se ob znižanju prometa in povečanju števila izdanih naslovov v letih 1998–2013 zmanjšale naklade, s tem pa tudi zasluzki založnikov na izdani knjižni naslov. Tej ugotovitvi pritrjujejo tudi prej omenjene samoocene kupcev, po katerih se je leta 2014 na odraslega prebivalca prodalo malenkost manj izvodov kot šestnajst let prej (2,8 : 3,2). Brez podatkov o povprečnih cenah knjig v letu 1998 je to največ, kar lahko zapišemo glede gibanja nakupov knjig na prebivalca v letih 1998–2014.

Preglednica 4.3: Povečanje števila izdanih naslovov v letih 1998–2014

	1998	2013 (maj 2014)	2013 (julij 2014)
Tip knjige	4372	4950	5119
Učbeniki	714	715	739
stvarna za odrasle	2459	2440	2549
leposlovje za odrasle	665	925	944
SLO leposlovje za odrasle	428	436	450
knjige za otroke	648	873	891
Slikanice	268	450	453
SLO slikanice	36	140	169
»knjige«	2926	3661	3781

Ker je hkrati tiskana knjiga po definiciji produkt z razmeroma visokimi fiksnimi stroški, velja padec naklad in povečanje števila novo izdanih naslovov slej ko prej razumeti kot enega od razlogov za finančno krčenje knjižnega trga in za zmanjševanje dobičkov v dejavnosti.

Preglednica 4.4: Upadanje dobička in prometa v knjižnem založništvu

leto	število zaposlenih	prihodek na zaposlenega	stroški dela na zaposlenega	dodana vrednost na zaposlenega	neto čisti dobiček na zaposlenega	prihodki
2013	693	111.471 €	27.863 €	33.153 €	-5617 €	77,288.000 €
2012	773	112.210 €	27.645 €	35.428 €	1466 €	86,718.000 €
2011	815	119.573 €	28.499 €	38.185 €	2822 €	97,424.000 €

Podobno malo podatkov kot za založniško dejavnost jih je za leto 1998 na voljo tudi za dejavnost splošnih knjižnic, saj za leto 1998 ni na voljo podatka o razmerju izposoj med mladimi in odraslimi ter o izposojah knjižnega in neknjižnega gradiva. Tako za leto 1998 vemo le to, da je bilo vseh izposoj v splošnih knjižnicah nekaj več kot 19 milijonov; če predpostavimo, da je bilo razmerje med podaljšanji roka izposoje in izposojami ter razmerje med mladimi in starimi uporabniki knjižnic podobno kot leta 2013 (26 milijonov vseh izposoj in cca 9,5 milijona izposoj odraslih brez podaljšanj roka izposoje), lahko domnevamo, da so si odrasli v tem letu izposodili okoli sedem milijonov knjig, oziroma dobre štiri knjige na prebivalca, kar je malenkost manj kot leta 2013. V seštevku to pomeni, da je bila leta 1998 skupna poraba knjige – če za izhodišče vzamemo samooceno anketirancev – 7,2 knjige na prebivalca.

Ob tem velja omeniti še to, da je bilo leta 1998 v splošnih knjižnicah zaposlenih 775 ljudi oziroma 437 manj kot leta 2012. V založništvu in knjigotrštvu je takrat delalo okoli 1.500 ljudi. Na podlagi tega lahko domnevamo, da se je v tem letu s knjigami, namenjenimi splošnemu trgu, profesionalno ukvarjalo skupaj okoli 2.300 ljudi oziroma približno 100 manj kot leta 2014. V skladu s povečanjem števila zaposlenih so knjižnice leta 2014 porabile 55 milijonov evrov za svoje delovanje, leta 1998 pa (po preračunu z revalorizacijo) 39 milijonov evrov (41-odstotno povečanje). To povečanje se je neposredno odrazilo v kazalnikih o kakovosti poslovanja knjižnic, saj se je, denimo, kvadratura knjižnic v letih 1998–2011 povečala z 52.352 na 105.473 kvadratnih metrov (101-odstotno povečanje), več je prireditev na osrednjo knjižnico (to je naraslo s 158 na 406 oziroma za 157 %), naraslo je število letno izposojenih enot na člana (to se je povečalo s 34 na 51, kar je 50-odstotno povečanje – pri tem seveda upoštevamo vse izposojene enote in podaljšanja roka izposoje), velikost zbirk pa se je s 6 povečala na 10 milijonov oziroma za 66 %. Toda, pri tem velja opozoriti, da so se zmanjšala sredstva za nakup knjižnega gradiva, tako je bilo leta 2013 temu namenjeno 7,5 milijona evrov, leta 2000 pa 1.266.516.793 tolarjev oziroma 8,5 milijona evrov (BibSiSt, pridobljeno 5. 9. 2014).

Sklenemo torej lahko, da se »poraba« knjige v letih 1998–2014 ni bistveno spremenila oziroma se je, merjeno z našo metodologijo, povečala za okoli 5 % – s 7,2 na 7,6 knjige na prebivalca. Tisto, kar se je korenito spremenilo, pa je način porabe knjige, saj se je v tem času knjižnična izposoja na prebivalca povečala za 20 % (oziroma za 36 %, če upoštevamo vse izposoje in podaljšanja roka izposoje), prodaja na prebivalca pa je padla za dobrih 10 %. S stališča celotne knjižne panoge vse to seveda pomeni, da sta bila, kar zadeva knjigo, v letih 1998–2013 javni in zasebni sektor v različni koži, če je javni sektor rasel in ponujal svojim uporabnikom vedno nove storitve, se je zasebni založniški sektor krčil. Hkrati s tem lahko govorimo tudi o delnem preoblikovanju knjižničnega sektorja, saj njegova rast ni prinesla sorazmernega povečanja sredstev za nabavo knjižnega gradiva, ampak predvsem investicije v infrastrukturo, v povečane stroške dela in v dodatne, na knjigo le posredno vezane dejavnosti knjižnic.

## 4.7 Spremembe prodajnih poti v založništvu

Seveda bi ravnali rokohitrsko, če bi med rastjo in delnim »razknjiženjem« javnega dela knjižnega sektorja na eni ter krčenjem zasebnega segmenta v knjižnem prostoru na drugi strani postavili enačaj. Glavna razloga za upadanje prometa v knjižnozaložniškem sektorju sta namreč vezana na dva specifična segmenta založništva, na usihanje zastopniške prodaje od vrat do vrat in na upadanje prodaje učbenikov, ki s knjižnično izposojjo nimata neposredne zveze.

Kot je razvidno iz preglednice o spremembah prodajnih poti v poglavju 2, se je število kupcev, ki kupujejo knjige pri zastopnikih, znižalo na 2 %, medtem ko je bilo takih leta 1998 še 30 %; posledično so izginile ali so temeljito spremenile svojo dejavnost skoraj vse založbe, ki so se ukvarjale s tem tipom prodaje (Slovenska knjiga, DZS, Prešernova družba, Cankarjeva založba, zastopniško prodajo ohranja le še Mladinska knjiga). Upad te prodaje je povzročil tudi drastičen upad pomembnega segmenta knjižne produkcije, vezanega na leksikografijo, saj so z njo umrli veliki nacionalni knjižni projekti, kot so Enciklopedija Slovenije, Slovenski biografski leksikon, Krajevni leksikon Slovenije in podobni; delen razlog za njihov konec se seveda skriva tudi v tem, da jim je država v celoti odtegnila pomoč. Po drugi strani je po letu 1998 začela naraščati prodaja prek spleta in v trgovskih centrih, kjer se praviloma prodajajo knjige nižjega cenovnega razreda; vse te spremembe prodajnih poti so verjetno povezane tudi s percepcijo zelene cene knjige, ki

je razmeroma nizka, saj so hkrati s tem ugasnile prodajne poti, po katerih so se prodajale predvsem dražje knjige, s čimer so te začele počasi izginjati s trga in s tem iz zavesti kupcev. Oba procesa je recesija po letu 2008 samo še pospešila, ni pa bila njun glavni razlog, saj so direktne prodajne poti z zastopniško prodajo na čelu pri nas začele ugašati že pred recesijo, na mnogih založniških trgih pa še precej prej.

Hkrati s tem je država po letu 2010 tako rekoč prenehala obnavljati učbeniške sklade in reducirala rabo delovnih zvezkov. Če nekoliko poenostavimo in povzamemo, je prodaja učbenikov in delovnih zvezkov v obdobju 1998–2006 naglo naraščala zaradi uvedbe delovnih zvezkov in zaradi zaveze šol, da občasno (načeloma na tri leta, a se tega niso nikoli držali) menjavajo tudi učbenike v učbeniških skladih. Zaradi tega so bili učbeniki v celotni dejavnosti pomemben amortizer pri upadanju prometa zaradi zmanjšanja zastopniške prodaje – po letu 2010, ko se prodaja učbenikov in delovnih zvezkov ustavi, pa so se spremenili v enega od pospeševalcev krčenja panoge. Še dodaten negativen vpliv so imeli učbeniški skladi na socializacijo bodočih kupcev knjig, saj cele generacije osnovnošolcev in srednješolcev odraščajo v prepričanju, da so knjige blago, za katerega je brezplačna dostopnost samoumevna.

## 4.8 Knjigarniška prodaja in vpliv tujih knjigotržcev

Kot je razvidno iz slike o spremembah prodajnih poti v poglavju 2, je knjigarniška prodaja edina prodajna pot iz leta 1998, ki je vsaj glede na samoopredelitev kupcev v letu 2014 doživela rast. Na to nakazujejo tudi podatki GZS, po katerih je maloprodaja knjig v letih 1998–2013 zrasla s 40 na okoli 50 milijonov evrov (uradni podatek je sicer 60 milijonov, a je od te številke treba odšteti določene dejavnosti, ki niso vezane na knjigo). Že preprost račun nam pokaže, da je ta rast lahko nadomestila le drobec od okoli 57 milijonov evrov izgube letnega prometa, za katerega sta za več kot polovico zaslužna predvsem padec prodaje učbenikov in usihanje zastopniške prodaje. Čeprav nimamo konkretnih podatkov o tem, bo nekoliko kasneje razvidno, da ostalega izpada nista mogli nadoknaditi niti prodaji po spletu in v trgovskih centrih.

Posledično torej lahko sklepamo, da gre del razlogov za krčenje dejavnosti iskati tudi v spremenjenem obnašanju kupcev in bralcev knjig: že uvodoma smo namreč omenili, da se je v letih 1998–2014 za 43 % zmanjšalo število rednih in intenzivnih kupcev knjig, posledično pa so vsi kupci po samooceni leta 2014 kupili 500.000 manj knjig kot leta 1998. Dejstvo, da se je pomemben del rednih kupcev preselil med občasne, zagotovo lahko pripišemo recesiji; kot bo razvidno iz spodnjih podatkov, pa ga ne moremo v celoti.

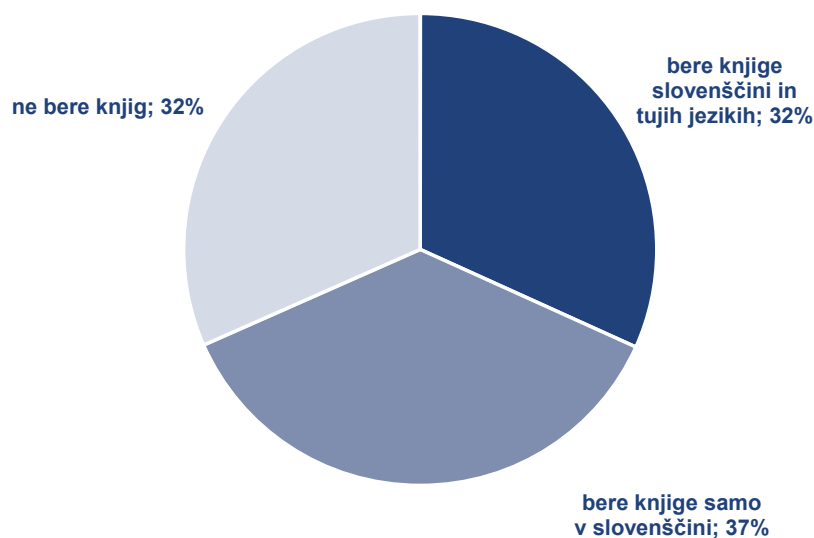
## 4.9 Spremenjene navade bralcev in kupcev

V celotni anketirani populaciji je namreč kar 32 % takih, ki berejo knjige v tujih jezikih. Najpogostejši tuji jezik, v katerem berejo, je angleščina.

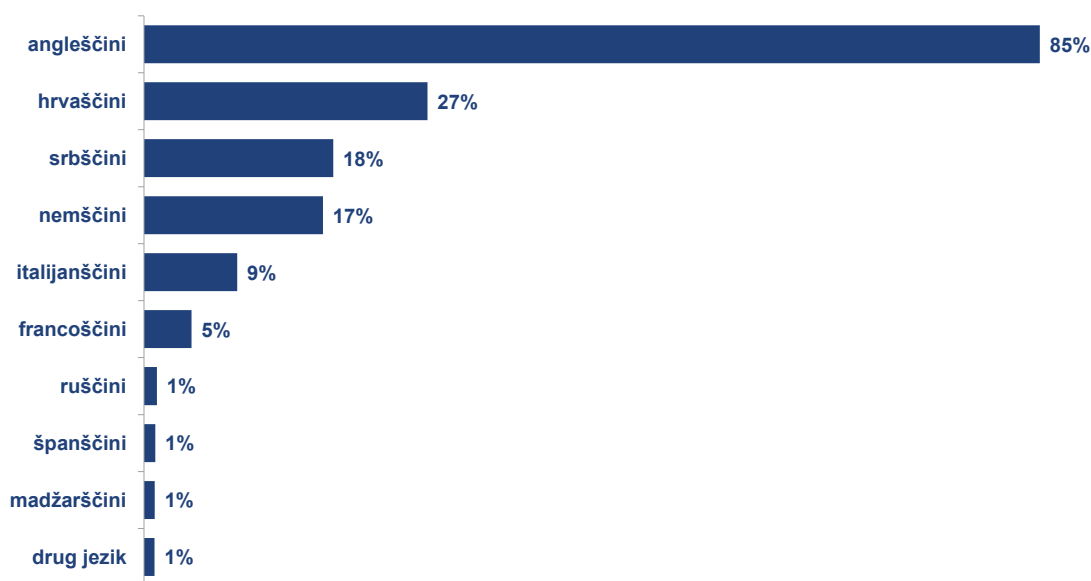
Podrobnejša analiza podatkov je tudi pokazala, da je med najbolj intenzivnimi kupci, tistimi, ki so kupili več kot 20 knjig letno, kar 89 % takih, ki berejo in kupujejo knjige tudi v tujem jeziku, med tistimi, ki so kupili od 11 do 20 knjig, pa je takih 68 %.

Nasploh je bilo leta 2014 takih, ki so kupovali knjige v tujem jeziku, v celotni populaciji 11 %, med kupci knjig pa 22 %. Še več, med vsemi, ki so v odgovorih trdili, da so v zadnjem mesecu kupili vsaj eno knjigo, je 2 % takih, ki so kupovali le knjige v angleščini, 4 % pa takih, ki so kupili več kot polovico knjig v tujem jeziku, kar povedano drugače pomeni, da

Slika 4.5: Kupci knjig in bralci v tujem jeziku



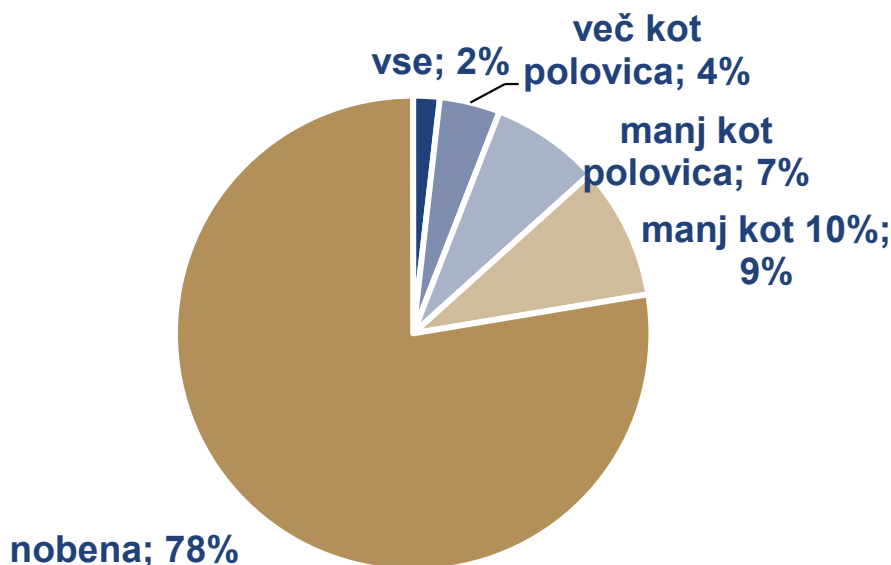
Slika 4.6: Tuji jeziki, v katerih berejo slovenski bralci



je približno 6 % slovenskih kupcev knjig bolj ali manj izgubljenih za slovenske založnike. Ti trendi so povsem v skladu z gibanji v podobno velikih evropskih jezikovnih skupnostih (več o tem Kovač, 2014). Opozoriti velja tudi, da se je leta 2013 ameriški izvoz e-knjig v neangleško govoreče države povečal za kar 63 %.

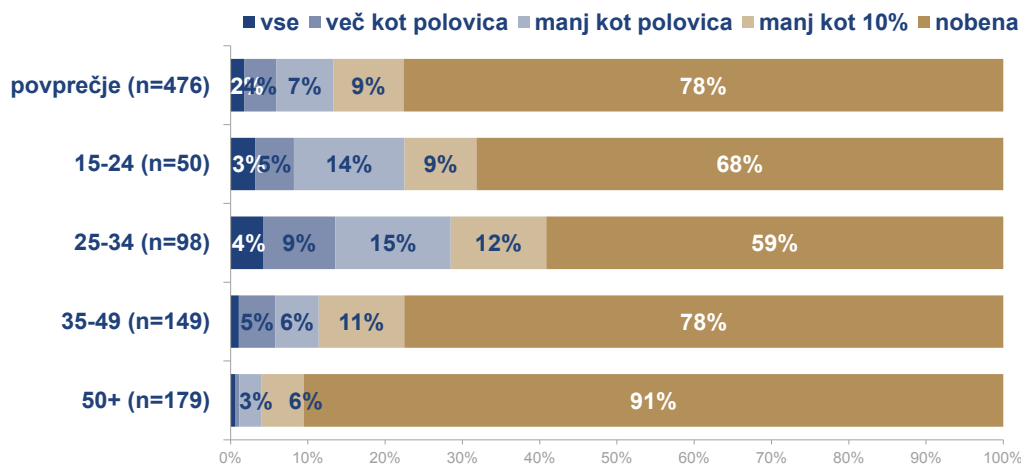
Pri tem je treba opozoriti, da je odstotek tistih, ki imajo doma več kot 20 % knjig v tujih jezikih, enak med onimi, ki so v zadnjem letu kupili tri do pet knjig, in tistimi, ki so kupili več kot 20 knjig (20 %), največji pa je med tistimi, ki letno kupijo od 6 do 10 knjig (23 %). To pomeni, da so bralci in kupci knjig v tujem jeziku precej enakomerno razporejeni med občasnimi, rednimi in intenzivnimi kupci knjig; na podlagi tega podatka lahko domnevamo, da v tujih jezikih berejo različni bralci, znova pa tudi to, da je pri nekaterih recesija znižala število nakupov knjig, saj si težko predstavljamo, da bi v tujih jezikih knjige kupovali

Slika 4.7: Nakupi knjig v tujih jezikih



bralci, ki že dlje časa berejo le občasno. Pri tem velja omeniti starostno strukturo bralcev v angleščini: med njimi prevladujejo mlajši od 34 let.

Slika 4.8: Kupci knjig v angleščini po starosti



Zanimivo je, da je bilo takih, ki kupujejo knjige v tujem jeziku, v letu 1998 prav tako 11 % kot v letu 2014; žal je to edini podatek, ki je iz raziskave v letu 1998 ostal zabeležen, tako da ni možno oceniti, ali je bilo denimo tistih, ki trdijo, da berejo (ne pa tudi kupujejo) v tujem jeziku, v letu 2014 več, kot jih je bilo v letu 1998. Prav tako v raziskavi v letu 2014 žal nismo uspeli zajeti podatka o tem, koliko tistih, ki kupujejo knjige v tujih jezikih, jih kupuje v slovenskih knjigarnah. Toda takih, ki kupujejo knjige preko spleta, je v celotni populaciji kar 30 % (leta 1998 jih je bil le 1 %), medtem ko založniki v seštevku trdijo, da preko spleta prodajo le 2 % knjig (podatki zbornice založnikov, 2014). Ta dva podatka se sicer ne izključujeta (povsem možno je, da nekdo kupi letno 20 knjig v knjigarnah in eno preko spleta), vendar razlika med podatkom slej ko prej nakazuje, da se del nakupov preko spleta izvrši v tujini; domnevamo, da tam kupujejo predvsem tisti, ki so spodaj odgovorili, da knjige kupujejo v »drugih spletnih knjigarnah in trgovinah«. Povedano drugače, domnevamo, da v Amazonu in njegovih

podružnicah kupuje okoli 15 % kupcev knjig. Spodnja preglednica še kaže, da je odstotek nakupovalcev knjig v tujini med tistimi, ki kupijo več kot 4 knjige letno, razmeroma stabilen.

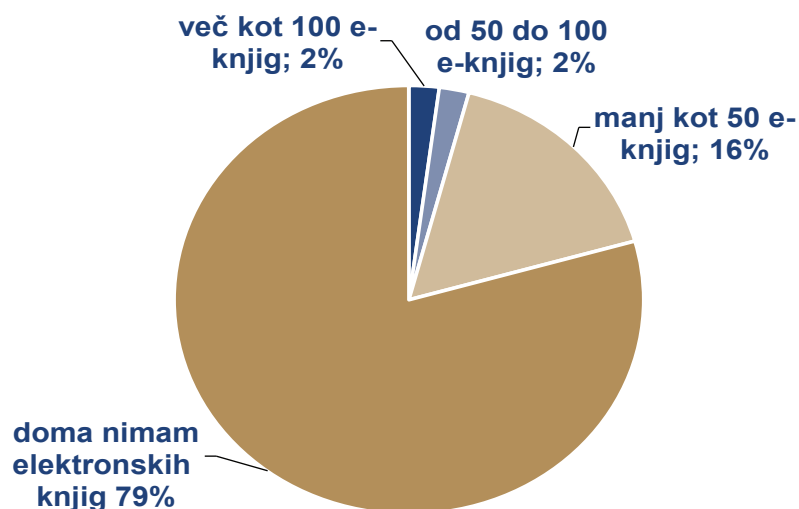
Preglednica 4.5: Nakupi po prodajnih poteh

		Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik								
		1-3 knjig		4-10 knjig		11-20 knjig		21 knjig in več		
		Stolpec v %	Število	Stolpec v %	Število	Stolpec v %	Število	Stolpec v %	Število	
Q39_M: Kje oziroma na kakšen način kupujete nove tiskane knjige	v knjigarnah	78,20 %		77,20 %		72,20 %		91,80 %		
	v trgovskih centrih in drugih trgovinah z mešanim blagom	37,50 %		36,30 %		45,60 %		46,90 %		
	v spletnih knjigarnah založb	9,10 %		24,45 %		31,80 %		21,90 %		
	v drugih spletnih knjigarnah in trgovinah	9,40 %		14,30 %		14 %		15,50 %		
	v knjižnem klubu	11,70 %		25,80 %		36,10 %		8,10 %		
	prek založbinih katalogov in ponudb po pošti	5 %		5,50 %		8,40 %		7,90 %		
	prek telefonske prodaje	1,20 %		3,40 %		8,80 %		10 %		
	od zastopnikov (akviziterjev)	3,10 %		0,40 %		3 %		0 %		
	na knjižnih sejmih	8,60 %		13 %		16,80 %		23,40 %		
	kupil v antikvariatu	7,80 %		15 %		17,10 %		26,70 %		
	drugo	1,40 %		2 %		5,40 %		0 %		
	skupaj			172		194		40		11

#### 4.10 E-knjige kot logično nadaljevanje spletne prodaje tiskanih knjig

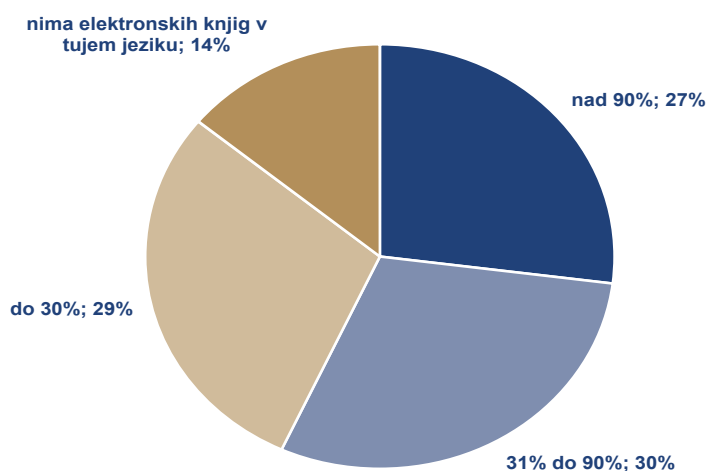
V tem kontekstu so zanimivi tudi podatki o branju, kupovanju in posedovanju e-knjig. Med vsemi anketiranimi je 20 % takih, ki imajo doma e-knjige, izmed njih jih 55 % kupuje e-knjige samo v angleščini, 16 % pa jih kupi največ e-knjig v angleščini.

Slika 4.9: Razširjenost e-knjig



Za povrh je nakup e-knjige ena najmanj pogostih oblik dostopanja do tovrstnih vsebin, saj kar 75 % bralcev e-knjig trdi, da jih brezplačno pridobi na spletu, 8 %, da jih bere na blogih, 8 % si jih kupi pri globalnih e-trgovcih, 4 % bralcev si jih izposoja v slovenskih knjižnicah,

Slika 4.10: Posedovanje e-knjig v angleščini



Slika 4.11: Način dostopanja do e-knjig

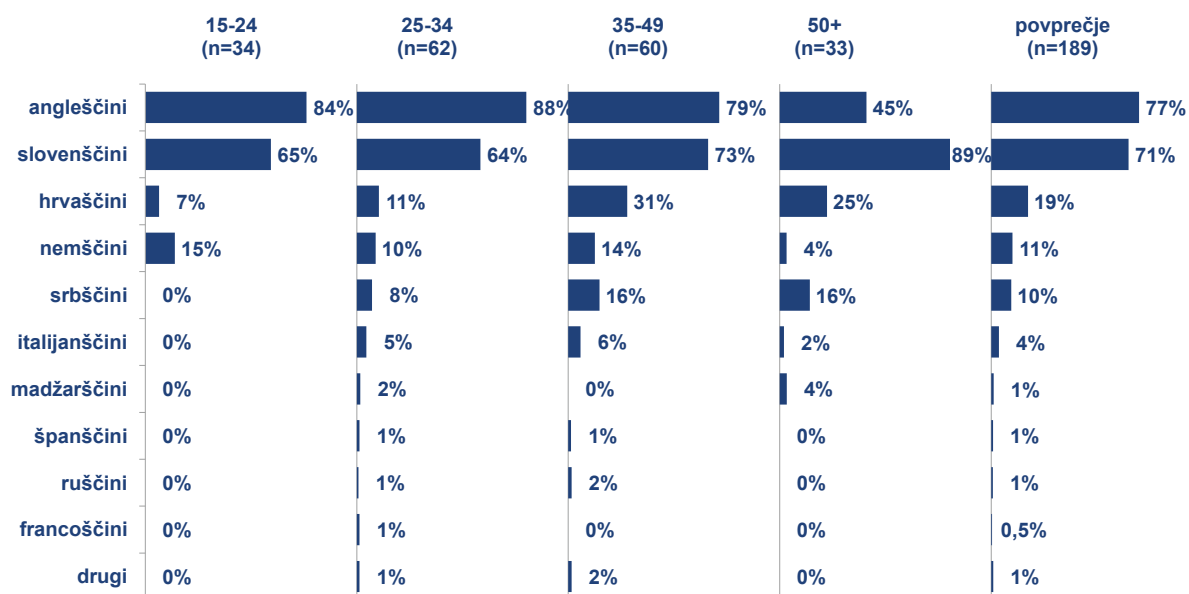


2 % pa jih kupuje pri domačih ponudnikih e-vsebin. V seštevku vse to pomeni, da se več kot 90 % branja in nakupov e-knjig zgodi mimo slovenskih knjigotržcev in knjižničarjev, pri čemer je več kot dve tretjini prebranih, kupljenih ali prenesenih e-knjig v angleščini.

Opozoriti velja še na to, da ima več kot sto elektronskih knjig v svojih napravah oziroma v oblaku na voljo 2 % anketiranih, prav tako ima 2 % anketiranih od 50 do 100 e-knjig; ker je večina teh knjig v angleščini, to pomeni, da tisti, ki imajo v svojih napravah več kot sto e-knjig, spadajo med tistih 6 %, ki imajo doma več kot petsto knjig, hkrati pa tudi med desetino tistih, ki imajo doma več kot 20 % knjig v tujem jeziku. Če izkušnje na drugih jezikovnih trgih v Sloveniji kaj štejejo, je logično pričakovati, da se bodo med bralce e-knjig v naslednjih letih selili predvsem tisti, ki so vajeni nakupovati tiskane knjige po spletu, kar pomeni, da je trenutno med slovenskimi kupci knjig 30 % potencialnih migrantov v e-okolje.

Povedano drugače, naraščanje prodaje knjig prek spleta in zametki e-branja nas sicer res usmerjajo k sklepu, da v Sloveniji trenutno razmeroma majhen del branja poteka mimo – recimo temu tako – slovenskega knjižnega prostora; a kljub temu, da gre za trenutno za lekarniško majhno število ljudi, je njihov vpliv na celotni knjižni trg večji od njihovega števila, saj gre za najbolj intenzivne kupce in bralce, ki v marsičem določajo trende v panogi. Še več: ker gre hkrati za mlajše kupce in bralce, pri čemer tudi pri nakupih knjig v angleščini prevladujejo mlajši od 34 let, je povsem mogoče, da nam njihovo obnašanje nakazuje bodoče prevladujoče trende na knjižnem trgu.

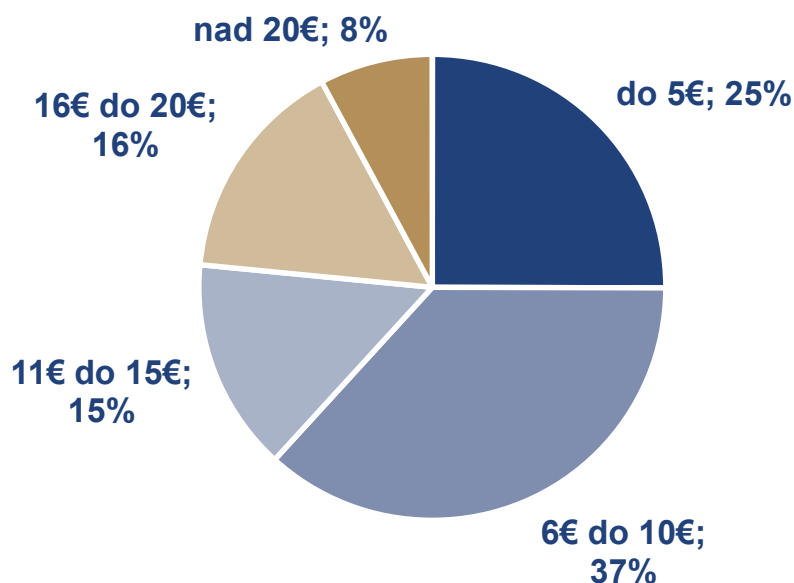
Slika 4.12: Jezik, v katerem berejo e-knjige, in starost bralcev



#### 4.11 Zagata s cenovnim sidrom

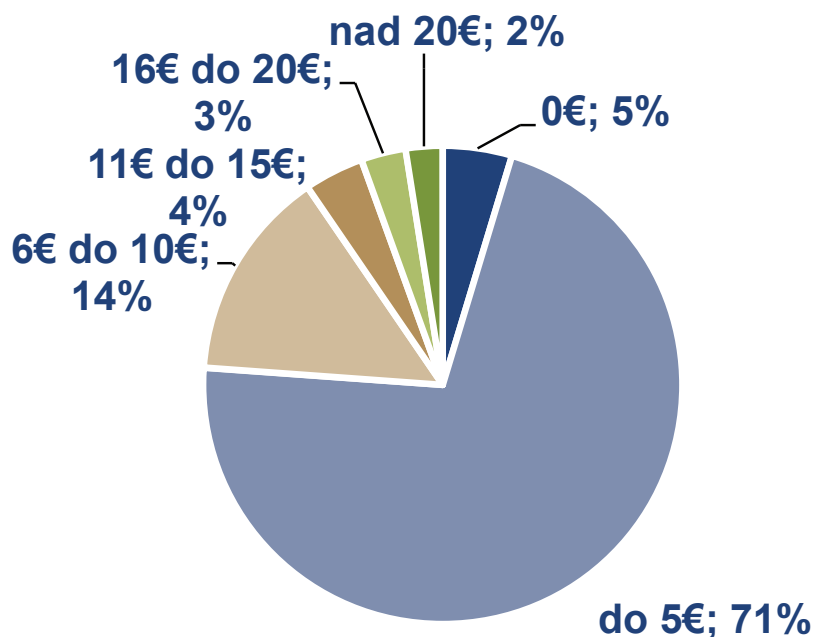
Še dodatna težava založnikov in knjigotržcev je vpliv e-knjig na pričakovane cene tiskanih knjig: kot je razvidno iz spodnjih slik, kar 71 % kupcev ocenjuje, da bi e-knjige morale stati manj kot pet evrov, medtem ko za tiskane knjige tako meni le 5 % kupcev. Ta precej velika razlika nas usmerja k sklepu, da kupci ne povezujejo cen knjig z njihovo vsebino in stroški priprave vsebine, ampak v kmetijsko-rokodelskem duhu s formatom oziroma stroškom izdelave nosilca, na katerem je shranjena knjiga. Ker vsaj načeloma kupci kupujejo knjige zaradi vsebine, ne pa zaradi njihovega nosilca, lahko na podlagi tega – kot že omenjeno – pričakujemo, da se bodo kupci dolgoročno usmerjali k cenejšim formatom oziroma da bodo posledično pričakovali, da se bodo cenam e-knjig začele bližati tudi cene tiskanih knjig.

Slika 4.13: Cena tiskane knjige, ki bi jo kupili brez razmisleka





Slika 4.14: Cena e-knjige, ki bi jo kupili brez razmisleka



Podoben vpliv na bralno-nakupne navade ima tudi prodaja knjig v nakupovalnih središčih: ker je iz preglednice 4.5 razvidno, da v njih podobno pogosto kupujejo redni, občasni in intenzivni kupci knjig, hkrati pa so knjige v trgovskih središčih praviloma cenejše od knjig v knjigarnah (ustna informacija MK in Učila), se s tem nizka cenovna pričakovanja glede knjig še dodatno povečujejo.

Posledično se zna zgoditi, da bodo imeli slovenski knjigarnarji in založniki v prihodnosti dve vrsti težav: splošni trendi na knjižnem trgu jim vlečejo cenovna sidra navzdol, hkrati pa jim bo pomemben del bralcev emigriral v tujejezično okolje. K temu gre dodati še to, da ima, kot smo videli, na slovenskem knjižnem trgu v zadnjih dvajsetih letih vsaj v nekaterih segmentih posla s knjigo vedno večjo težo mreža knjižnic, ki cenovnih pričakovanj glede knjig sicer res ne niža – domnevamo pa lahko, da skupaj s šolskimi skladi vsaj pri delu uporabnikov ustvarja pričakovanja, da morajo biti vse knjige prosto dostopne.

## 4.12 Knjižnice kot dopolnilo knjižnega trga

Podobno kot vpliv tujejezičnih knjig je težko oceniti tudi vpliv knjižnic na slovenski knjižni trg, zato velja biti pri interpretaciji spodnjih podatkov previden in jih predvsem razumeti kot kazalnike trendov, ne pa kot številčno natančen opis razmer.

Prvo, na kar velja opozoriti, je to, da so založniki po podatkih Zbornice založnikov v letu 2013 s prodajo knjižnicam ustvarili okoli 6 % svojega letnega prometa, po podatkih, ki jih o delovanju knjižnic zbira NUK, pa so v tem letu splošne knjižnice za nakup gradiva porabile 7,5 milijona evrov (<http://bibsist.nuk.uni-lj.si/statistika/index.php>, pridobljeno 23. 8. 2014), kar znese slabih 10 % celoletnega prometa založnikov; na podlagi tega lahko domnevamo, da založniki dobro polovico prometa s knjižnicami ustvarijo s pomočjo neposredne prodaje, slabo polovico gradiva pa knjižnice kupijo prek distributerjev ali knjigarn. Kot smo že omenili, knjižnice nato ustvarijo na prebivalca približno še enkrat več izposoj kot prodajo založniki in knjigotržci.

Ob tem je treba posebej poudariti, da je tako tudi zato, ker z mrežo podružnic knjižnice sežejo v kraje, kamor klasične knjigotrške poti niso; s tega zornega kota velja vlogo knjižnic v obravnavanem obdobju razumeti prej kot nadgradnjo knjižnega trga kot njegovo konkurenco. Podobno velja tudi za nekatere knjižne žanre. Prevladujoč žanr med knjižnični izposojami so namreč ljubezenski romani, ki pa jih na knjigarniških lestvicah uspešnic do leta 2012 tako rekoč ni bilo. To dvojnost knjigarniških in knjižničnih lestvic uspešnic smo drugje (Gregorin idr. 2013) povezali z dejstvom, da je tržna logika tovrstne žanrske književnosti precej blizu periodiki, saj se bralke in bralci praviloma ne vračajo večkrat k istemu naslovu, hkrati pa konzumirajo razmeroma veliko število tovrstnih knjig. V ZDA, kjer mreža splošnih knjižnic ni tako razvita kot v Sloveniji in kjer knjižni trg deluje po drugačnih pravilih, se je to pokazalo ob pojavu e-knjig: ljubezenski romani so bili prvi žanr, ki je množično emigriral iz tiskanega v elektronski format, hkrati pa se je ob tem prehodu povečal obseg njihove prodaje, merjen s številom prodanih izvodov (več o tem Shatzkin Files January 30th 2012 <http://www.idealog.com/?s=Allromance>, pridobljeno 22. 8. 2014; Gregorin idr. 2013).

S tega zornega kota smo postavili tezo, da splošne knjižnice pri branju ljubezenskih romanov opravljajo podobno funkcijo kot jo e-knjige v ZDA: podobno kot je slovenska knjižnična mreža neprimerno bolj razvejana od knjigarniške in s pomočjo bibliobusov tako rekoč seže v vsako slovensko vas, tako tudi e-knjige sežejo do tistih bralcev, ki jih ne dosežejo klasične knjigotrške poti, hkrati pa so ljubezenski romani očitno žanr, za katerega kupci niso pripravljeni plačati veliko, čeprav ga konzumirajo v velikih količinah, kar povedano drugače pomeni, da je to žanr, za katerega večina bralcev ni zainteresirana, da bi ga hranili na domačih knjižnih policah.

Domnevamo torej lahko, da si v letih 1998–2013 založbe, knjigarne in knjižnice niso resno konkurirale, ampak so se, gledano z zornega kota knjižnega trga, knjižnice in založbe komplementarno dopolnjevale; povedano drugače so knjižnice postale tako rekoč monopolni distributer pri knjižnem žanru, ki ga založniki tiskanih knjig na način, kot to pričakujejo bralke in bralci, niso bili sposobni servisirati, zato jim knjižnice omogočajo zaslužke tam, kjer jih s prodajo sami doslej niso.

Ne glede na to pa velja tvegati napoved, da rast prodaje v trgovskih centrih in širjenje e-knjig v slovenščini v seštevku nakazujejo, da se bo to razmeroma miroljubno razmerje med založniki in knjižničarji v naslednjih letih morda spremenilo, saj obe prodajni poti v kombinaciji s spuščanjem cenovnega sidra načeloma omogočata dostop do kupcev, ki ji založniki doslej zaradi geografskih ali cenovno-žanrskih razlogov niso mogli doseči.

### 4.13 Subvencije in povečan obseg avtorskega dela v knjižni dejavnosti

Ob tem velja omeniti še, da se je hkrati z nižanjem sredstev za nabavo knjižničnega gradiva zmanjševal tudi obseg sredstev za subvencije. Podatki glede subvencij so sicer nekoliko paradoksní, v letih 1998 do 2014 se je število subvencioniranih knjižnih naslovov namreč povečalo z 239 na 303 (26-odstotno povečanje), vendar so se hkrati s tem po letu 2008 znižala sredstva za knjižne subvencije, tako da so s 344,233.114 tolarjev oziroma 2,5 milijona evrov v letu 1998, če znesek revaloriziramo na današnje vrednosti, padla na današnjih 1,4 milijona evrov (44-odstotni padec) (informacija Vlaste Vičič, uslužbenke JAKRS). Na podlagi tega lahko domnevamo, da so se zaradi povečanja števila subvencioniranih naslovov sredstva za posamični knjižni naslov zmanjšala, vendar je nemogoče oceniti za koliko, saj

so se v obravnavanem obdobju znižale tudi naklade subvencioniranih del, s tem pa deloma tudi stroški za njihovo izdajo. K še dodatnemu znižanju stroškov je prispevala tudi uvedba digitalne tiskarske tehnologije, s katero so postali ekonomsko sprejemljivi tudi natisi do naklade 300 izvodov.

S povečanjem števila subvencioniranih knjig in splošnim povečanjem števila izdanih naslovov se je povečal obseg dela tistih, ki so jim knjige pomenile dodatni vir zaslužka: če konservativno predpostavimo, da ima vsaka za trg izdana knjiga vsaj enega v Sloveniji živečega in delujočega avtorja (pa naj bo ta pisec, prevajalec ali ilustrator), pomeni 25 % več izdanih knjig tudi 25 % povečan obseg dela za vse knjižne avtorje, 22 % več subvencioniranih del pa pomeni 22 % večji obseg dela za vse tiste avtorje, ki se ukvarjajo z izvirnimi ali zahtevnejšimi prevodnimi knjižnimi deli in imajo – za razliko od drugih avtorjev – zagotovljen tudi dostojen avtorski honorar. Da bi potrdili ali ovrgli hipotezo, da tak povečan obseg avtorskega dela pomeni, da je leta 2013 od knjig živelo več ljudi kot leta 1998, bi morali opraviti dodatno raziskavo; povsem mogoče je namreč tudi, da enako število ljudi za manjše plačilo opravi precej več dela kot leta 1998.

#### 4.14 Nekaj opazk za konec: knjižnice, založbe in bralna kultura

Slovenske bralne navade so torej v kombinaciji z delovanjem slovenskega knjižnega trga z eno besedo protislovne. Kot smo pokazali, se v obdobju 1973–1998–2013 soočamo s stabilnimi bralnimi in nakupnimi navadami, v obdobju 1998–2013 pa tudi s stabilno porabo knjige, ki se je – merjeno z našo metodologijo – malenkost povečala, s 7,2 na 7,6 knjige na prebivalca.

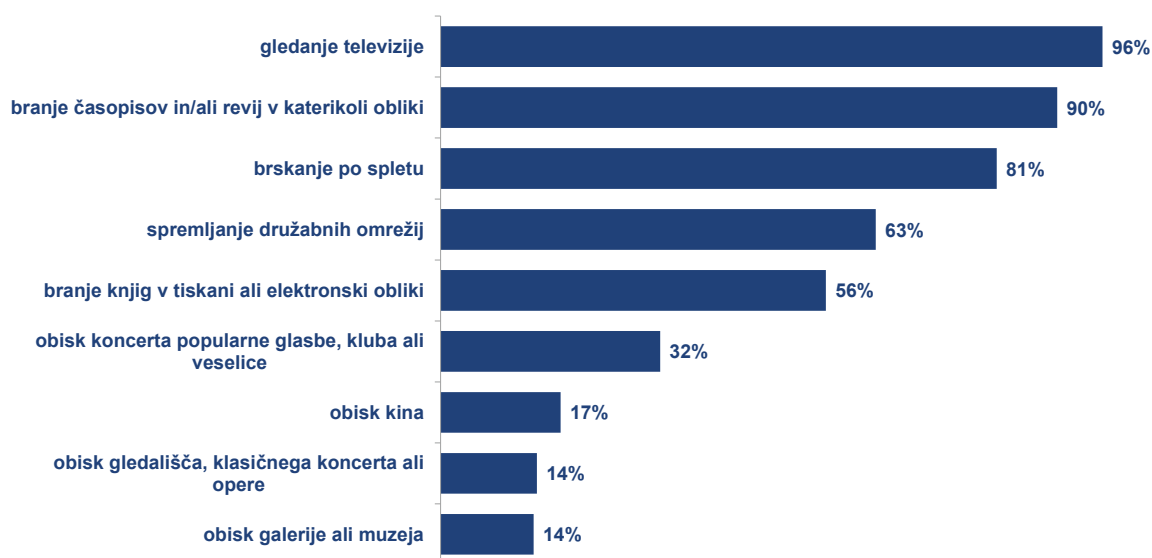
A kot smo pokazali, je to le ena plat medalje, saj se je v obravnavanem obdobju za 25 % povečalo število novo izdanih naslovov, kar pomeni, da se je pomembno povečala izbira, povečale so se investicije v knjižnično mrežo, knjige so začeli prodajati na bencinskih servisih in v nakupovalnih središčih, cenovna sidra so se začela spuščati, za povrh pa se je pojavila še elektronska knjiga. Kar pomeni, da je leta 2014 postala knjižna ponudba bolj pisana kot šestnajst let prej, hkrati pa so knjige postale lažje dostopne in cenejše. Merjeno skozi prizmo bralne kulture to pomeni, da so založniki, knjižničarji, knjigarnarji in avtorji leta 2014 z bistveno več napora dosegli skoraj enak »bralni rezultat« kot leta 1973 ali 1984, pri čemer so se v izrazito slabi koži znašli založniki in knjigotržci, ki so ves ta čas izgubljali dohodke in se krčili glede na število zaposlenih. S tega zornega kota je njihov rezultat, merjen skozi daljše časovno obdobje, naravnost stahanovski in ima pred sabo relativno črno prihodnost, saj je večina kazalnikov o delovanju knjižnega trga po letu 2010 usmerjenih navzdol.

A zakaj je bilo treba vložiti več založniškega, knjižničarskega in knjigotrškega dela za to, da smo leta 2013 dosegli enak »bralni« rezultat kot leta 1998? Čeprav je načeloma mogoče tudi to, avtorja teh vrstic ne verjameta, da bi bilo tako zato, ker bi zadnjih šestnajst let vsi v knjižni dejavnosti delali vse narobe. Po našem mnenju gre vzroke za tak rezultat iskati predvsem na dveh »neknjižnih« ravneh: v vedno večji rabi računalnikov, ki jih leta 1984 v Sloveniji še ni bilo, in v drugačnem vplivu izobrazbe na branje knjig, kot so ga avtorji podobnih raziskav opažali v prejšnjih letih. Ker gre za izjemno kompleksno problematiko, bomo le na hitro nakazali nekatere mogoče odgovore, z njihovo bolj podrobno analizo pa se bomo ukvarjali drugje.

## 4.15 Ko bralci izpuhtijo: splet, univerze in visoke šole

Kot je razvidno s slike 4.15, bosta brskanje po spletu in raba družabnih omrežij v primeru, če se bodo sedanji trendi nadaljevali, razmeroma kmalu izrinila televizijo s piedestala najbolj konzumiranega medija. Ti procesi seveda niso del naše analize; v njenem kontekstu velja omeniti to, da čas, preživet za računalnikom, ne zmanjšuje le časa, ki bi ga sicer lahko porabili za branje, ampak vpliva tudi na zavest, saj kar nekaj raziskav kaže, da se s pretirano rabo spleta manjša zmožnost koncentracije in verbalnih komunikacijskih sposobnosti, kar posledično še dodatno vpliva na manj pogosto rabo knjig (več o tem denimo Mangen idr. 2013; Greenfield 2007 in 2014).

Slika 4.15: Raba medijev v Sloveniji



Podobno pomenljive – in s prvim procesom slej ko prej povezane – so tudi spremembe bralnih navad pri srednje in visoko izobraženih. Naša raziskava je namreč pokazala, da je eden od ključnih razlogov za stagnacijo bralnih navad v Slovenji prav zmanjšanje števila najbolj intenzivnih bralcev med najvišje in srednje izobraženimi.

Kot že omenjeno v preglednici o pogostosti branja poglavju 2, je tako leta 1998 kot leta 2014 namreč največji preskok pri deležih bralcev in nebralcev pomenila dokončana štiri-letna srednja šola, pri čemer je leta 2014 padlo število izobraženih bralcev pri najbolj izobraženi skupini prebivalstva kar za 22 %.

V seštevku to pomeni, da izboljševanje izobrazbene strukture v Sloveniji ni izboljšalo bralnih navad, ampak so se, ravno obratno, po bralnih navadah visoko izobraženi začeli približevati srednješolsko izobraženim, ti pa poklicno izobraženim. To upadanje branja pri srednje in visoko izobraženih je še toliko pomembnejše zaradi tega, ker se je po letu 1971 v Sloveniji pomembno spremenila izobrazbena struktura prebivalstva. Če je namreč leta 1971 v Sloveniji imelo le 3,3 % prebivalcev univerzitetno ali visokošolsko diplomu, jo je leta 1981 imelo 6,9 %, leta 1991 8,8 %, leta 2013 pa je bilo visokošolsko izobraženega že 15 % prebivalstva, za povrh pa so se na univerze vpisovale tako rekoč cele generacije (vir: Statistični letopis 2013). Povedano drugače, leta 2013 je bilo v Sloveniji visokošolsko izobraženih skoraj še enkrat več ljudi, kot jih je leta 1981 imelo srednješolsko izobrazbo (182.302 : 314.519), zaradi česar je povečanje nebralcev med visoko izobraženimi imelo

Preglednica 4.6: Bralci in nebralci glede na izobrazbo v letu 2014

	N	Procenti	ne bere	redkeje	enkrat do trikrat na mesec	najmanj enkrat na teden	večkrat tedensko	vsak dan
<b>Total</b>	1037	100	31,6	8,9	15,7	15,6	16,4	11,7
<b>Izobrazba anketiranca + šolajoči</b>								
			<i>p: 0</i>					
osnovna šola ali manj	61	6	11,2	4,3	4,3	2,5	2,9	3,3
poklicna šola	164	16	29,2	12,0	11,1	11,0	7,0	7,4
štiriletna srednja šola	311	30	28,3	31,5	30,9	29,4	28,7	33,9
višja, visoka šola ali več	364	35	21,6	31,5	31,5	39,9	55,0	45,5
šolajoči	126	12	8,5	20,7	21,0	14,7	5,8	9,1
ne vem/b.o.	11	1	1,2	0,0	1,2	2,5	0,6	0,8
<b>Dohodki anketiranca (brez osnovno+srednješolcev)</b>								
			<i>p: 0</i>					
do 365 EUR	118	12	11,4	17,9	14,4	10,3	7,7	12,5
nad 365 EUR do 730 EUR	251	25	32,9	22,6	23,5	21,9	21,4	16,7
nad 730 EUR do 1100 EUR	255	25	24,6	21,4	28,1	27,7	20,8	30,8
nad 1100 EUR do 1460 EUR	111	11	7,4	9,5	5,9	14,8	17,3	14,2
nad 1460 EUR	69	7	6,8	8,3	8,5	6,5	7,1	4,2
ne vem/b.o.	200	20	16,9	20,2	19,6	18,7	25,6	21,7
<b>Dohodki gospodinjstva</b>								
			<i>p: 0.18</i>					
do 730 EUR	117	11	15,9	12,0	8,6	8,0	7,6	10,7
nad 730 EUR do 2200 EUR	474	46	46,6	42,4	47,2	49,4	41,2	45,5
nad 2200 EUR	181	17	13,7	17,4	17,2	19,8	22,4	18,2
ne vem/b.o.	264	25	23,8	28,3	27,0	22,8	28,8	25,6

večji vpliv na skupno število nebralcev v populaciji, kot bi ga imelo štirideset let prej, ko je bilo število visoko izobraženih lekarniško majhno.

Ta trend povečevanja nebranja med izobraženimi gre nekako v korak z vprašanjem, zakaj anketiranci ne kupujejo knjig (glej sliko 2.9): podatek, ki se nam zdi ključen in na katerega smo opozorili že v poglavju 2, je, da se je število takih, ki jih knjige ne zanimajo, povečalo z 2 % v letu 1998 na 29 % v letu 2014 oziroma za kar 13,5-krat.

Ta dva podatka nas zato peljeta do dveh socialno-kulturnih trendov, ki vplivata na upadanje bralnih navad: med izobrazbo in bralnimi navadami vsaj v Sloveniji očitno ni pozitivne korelacije, hkrati pa knjiga postaja objekt, za katerega je danes 13,5-krat bolj samoumevno priznati, da je nezanimiv, kot je bilo pred šestnajstimi leti. Ta trend je sicer globalen in ga je Adriaan van der Weel poimenoval spreminjanje besedilne zavesti.

Kar nas v seštevku pelje k dvema možnima hipotezama: da poglobljeno branje, vezano na knjižni medij, izginja iz horizonta izobražencev in da ti dostopajo do informacij na drugačne, od knjige neodvisne načine.

To poročilo zaznava te trende in opozarja nanje, prostor za njihovo bolj poglobljeno obravnavo in interpretacijo pa prepušča drugim prostorom.



# 5 SLOVENSKI KUPCI KNJIG, NJIHOV DEMOGRAFSKI PROFIL IN NJIHOVE NAKUPNE NAVADE V POVEZAVI Z BRALNIMI TER DRUGIMI NAVADAMI

*Samo Rugelj*

Populacija posameznega naroda je v smislu kupovanja knjig zelo raznolika, o knjižnih nakupnih navadah Slovencev pa smo nekaj že povedali v dosedanem poročilu. V nadaljevanju smo skušali natančneje predstaviti demografski profil in navade kupcev knjig v Sloveniji ter različne odnose v povezavi s kupovanjem knjig. Še prej pa želimo opozoriti na nekaj posebnosti.

Pri kategorijah, ki ponazarjajo posamezne intenzitete nakupovanja knjig, smo uporabili nekoliko drugačno razdelitev, kot je navedena v raziskavi *KiB IV*, to pa zato, da smo pri veliki večini odgovorov na vse bolj podrobna vprašanja dobili dovolj velike vzorce, s katerimi smo lahko spremljali obnašanje knjižnih kupcev v povezavi z drugimi parametri, od demografskih naprej. To se kaže tudi v preglednicah, ki so pripravljene tako, da na njih lahko dobro vidimo razne statistične odklone. Urejene so tako, da z oranžno in medlo oranžno barvo kažejo negativna odstopanja od statistično uravnoveženega vzorca, z modro in sivo pa pozitivna odstopanja od statistično uravnoveženega vzorca. Stolpci se, razen izjemoma, če je možnih več odgovorov, seštevajo do sto odstotkov, odstotek na začetku vrstice pa kaže statistično zastopanost znotraj anketiranega dela populacije. Pri branju spodnje analize je seveda treba imeti ves čas pred očmi podatek, da skoraj natančno polovica anketiranih po tako rekoč vseh dosedanjih raziskavah ne kupuje knjig, kar še dodatno stimulira raziskovalce, da raziščejo čim več podrobnosti o tisti drugi polovici, ki to počne. Ravno zato so bila, da bi se izognili različnim tipom socialno sprejemljivih odgovorov, nekatera vprašanja večkrat zastavljena na različne načine, v poročilu pa so izsledki večinoma združeni, čeprav so odgovori prisotni v več preglednicah. Če odgovori ne vsebujejo celotnega numerusa anketirancev, je bil del anketirancev izločen že pred konkretnim vprašanjem (denimo pri vprašanju, ali si anketiranci izposojajo leposlovje ali ne, so to vprašanje dobili samo tisti, ki so pozitivno odgovorili na vprašanje, ali berejo leposlovje). Ko torej v besedilu govorimo o populaciji, govorimo o tistemu delu anketirancev, ki je izpolnjeval pogoj za odgovarjanje na zastavljeno vprašanje. Pogoji za posamezno vprašanje anketirancu so predstavljeni v vprašalniku, ki je končna priloga k temu poročilu. Če torej kdo želi izračunati kakršen koli numerus za celotno populacijo, mora število anketirancev na določeno vprašanje deliti s celotnim numerusom anketirancev (ki znaša 1.037). Seveda pa gre opozoriti tudi na to, da gre – kljub temu da navajamo natančne številke – tudi v tem delu raziskave bolj za identifikacijo raznih trendov v zvezi s knjižnimi nakupovalnimi navadami Slovencev kot pa za povsem natančen odraz stanja na tem področju.

## 5.1. Osnovna demografija kupcev knjig

Kot je vidno iz preglednice 5.1, moški statistično prevladujejo v skupini, ki ne kupuje knjig, po drugi strani pa ženske statistično prevladujejo v skupini ljudi, ki kupuje 3–5

knjig in 6 knjig in več. Dva od treh kupcev, ki letno kupita več kot tri knjige, sta ženskega spola, tri petine nekupcev knjig pa so moški. Da so ženske pogostejši kupci knjig, je tako ali tako običajna izkustvena ugotovitev vseh knjigotržcev, ki jo potrjuje tudi statistika.

Kar se tiče starosti kupcev, raziskava kaže, da skupina starih od 15 do 24 let (take populacije je 12 %) statistično pozitivno odstopa pri 1–2 kupljenih knjigah, statistično neznačilna pa je pri 3–5 kupljenih knjigah letno. To pomeni, da ta generacija, ne glede na to, da se o njej misli, da ne kupuje knjig, vseeno vstopa v proces nakupovanja knjig, drugo pa je seveda, če v njem ostane dolgoročno. Ta bazen ljudi vsekakor pomeni bodoči potencialni bazen knjižnih kupcev, ki pa jih seveda treba znati obdržati (o čemer več v sklepu poročila).

Več kot polovica kupcev knjig, ki kupijo več kot šest knjig letno, je starih od 25 do 44 let, ta del populacije pa statistično značilno pozitivno odstopa od svojega vzorca (38 %). To v manjši meri velja tudi za populacijo 45–54 let in pri nakupih 1 do 5 knjig, pri čemer je 17 % te populacije približno petina kupcev v obeh kategorijah. Starostni skupini 15–24 let in 45–54 let pomenita skoraj 40 % tistih, ki kupujejo 1–2 knjigi letno in se v tem smislu nekako zrcalita med seboj – vstop in izstop iz procesa nakupovanja knjig.

Starostna skupina od 55 do 64 let nima nobenih pozitivnih statističnih odstopanj v kupovanju knjig glede na svojo statično pojavnost (19 %), kupovanje knjig pa v zadnji starostni skupini nad 65 let začenja upadati, saj se v tej starostni skupini statistično večja odstotek tistih, ki knjig sploh ne kupujejo več, hkrati pa se statistično manjša odstotek tistih, ki kupijo tri knjige in več.

Skoraj polovica anketirane populacije so zaposleni (49 %), ta skupina je najmočnejši kupec knjig v vseh kategorijah, pri čemer se v kategorijah 3–5 in več kot 6 knjig njihova pojavnost še poudari, saj pomenijo skoraj tri petine kupcev v teh dveh skupinah. Zanimivo je, da nezaposleni (12 %) pri bolj intenzivnih knjižnih kupcih ne odstopajo negativno (morda je to povezano z več prostega časa, ki je, kot vidimo iz preglednice 5.15, eden od ključnih omejujočih faktorjev za branje in kupovanje knjig).

Šolajočih anketirancev je 12 %, statistično pa pozitivno odstopajo pri kupovanju 1–2 knjig letno, statistično neznačilni pa so pri nakupu 3–5 knjig letno. To je torej še drugi pokazatelj, da mladi in šolajoči še vedno vstopajo v knjižni nakupni proces, kar pomeni prihodnjo priložnost za zadržanje te aktivnosti.

Četudi upokojeenci kažejo negativne trende pri nekupovanju knjig (ta 26 % velika skupina tvori skoraj tretjino tistih, ki ne kupujejo knjig), pa je to poleg zaposlenih še vedno največja skupina knjižnih kupcev, najmočnejša pri 1–2 kupljenih knjigah letno, kjer pomeni četrtno teh kupcev. Vseeno pa to pomeni, da se pri morebitnih javnih promocijskih kampanjah v zvezi s kupovanjem knjig ne splača načrtno usmerjati v starejšo in upokojsko populacijo.



Preglednica 5.1: Demografija in zaposlenost

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	942	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Spol</b>			<i>p: 0</i>			
moški	480	51	60,1	50,4	41,4	35,4
ženski	462	49	39,9	49,6	58,6	64,6
<b>Starost</b>			<i>p: 0</i>			
15 do 24	117	12	12,0	17,8	12,8	8,3
25 do 34	171	18	15,8	15,5	18,7	26,9
35 do 44	192	20	18,4	15,5	21,2	30,3
45 do 54	160	17	16,1	20,9	20,7	11,0
55 do 64	182	19	21,0	17,8	19,2	15,9
65 do 75	120	13	16,7	12,4	7,4	7,6
<b>Delovna aktivnost</b>			<i>p: 0</i>			
zaposleni	457	49	41,4	49,2	57,1	58,6
nezaposleni	115	12	13,1	8,6	12,3	12,4
upokojenci	247	26	32,2	25,8	17,7	18,6
šolajoči (osnovna šola, dijaki, študenti)	109	12	11,2	15,6	12,3	8,3
ne vem/b.o.	14	2	2,1	0,8	0,5	2,1

## 5.2 Izobrazba prebivalstva in njihovi prihodki v povezavi s kupovanjem knjig

Kot je vidno iz preglednice 5.2, je izobrazba pomemben dejavnik pri nakupovanju knjig, saj ima kar polovica tistih, ki kupijo več kot tri knjige letno, vsaj višjo izobrazbo. Ta skupina statistično pozitivno odstopa pri kategoriji nakupa 3–5 knjig in več kot 6 knjig letno. Naslednja najpomembnejša skupina kupcev knjig so tisti, ki imajo srednješolsko izobrazbo (teh je 30 %); ta skupina zavzema vsaj četrtno kupcev knjig v vseh kategorijah, vendar pa statistično ne odstopa od svojega vzorca. Ostale »izobrazbene« skupine so s stališča kupovanja knjig precej manj izrazite.

Podobni so tudi deleži kupcev knjig v povezavi s prihodki anketirancev. Tisti z nižjimi prihodki značilno kupijo manj knjig, medtem ko ima več kot polovica tistih (približno 55 % anketirancev), ki kupijo več kot tri knjige, vsaj 730 evrov mesečnega prihodka. Velja poudariti, da rezultati ankete ne potrjujejo teze, da se nad določenimi prihodki anketirancev začne zmanjševati število kupljenih knjig, čeprav je res, da je bila zgornja raven prihodkov tokrat postavljena na 1.460 evrov, kar je relativno nizko.

Preglednica 5.2: Izobrazba in prihodki

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	942	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Izobrazba anketiranca + šolajoči</b>			<i>p: 0</i>			
osnovna šola ali manj	58	6	9,2	6,2	2,0	2,1
poklicna šola	151	16	23,8	10,1	7,9	7,5
štiriletna srednja šola	279	30	31,3	29,5	27,1	27,4
višja, visoka šola ali več	337	36	23,1	38,0	49,8	54,1
šolajoči	109	12	11,1	15,5	12,3	8,2
ne vem/b.o.	10	1	1,5	0,8	1,0	0,7
<b>Dohodki anketiranca (brez osnovno+srednješolcev)</b>			<i>p: 0</i>			
do 365 EUR	101	11	12,1	10,5	10,6	9,2
nad 365 EUR do 730 EUR	237	26	34,1	21,0	16,2	17,6
nad 730 EUR do 1100 EUR	241	26	23,1	29,0	30,3	28,2
nad 1100 EUR do 1460 EUR	101	11	8,4	8,1	14,1	17,6
nad 1460 EUR	65	7	6,4	2,4	9,1	10,6
ne vem/b.o.	171	19	15,9	29,0	19,7	16,9
<b>Dohodki gospodinjstva</b>			<i>p: 0</i>			
do 730 EUR	105	11	16,1	10,9	4,0	5,5
nad 730 EUR do 2200 EUR	437	46	45,9	38,8	53,5	45,5
nad 2200 EUR	170	18	14,6	17,8	18,8	28,3
ne vem/b.o.	230	24	23,4	32,6	23,8	20,7

Nakupovanje večjega števila knjig je še tesneje povezano s prihodki gospodinjstva. Znotraj segmenta kupcev knjig, ki kupijo več kot tri knjige letno, imata dve od treh gospodinjstev prihodek višji od 730 evrov (tu gre pripomniti, da imajo gospodinjstva lahko samo enega člana), še posebno pa je tu izrazit segment gospodinjstev s prihodki nad 2.200 evri, ki pri nakupih več kot šest knjig letno zavzema dobro četrtno te skupine (28 %) in za več kot 50-odstotno pozitivno statistično odstopa od svojega vzorca v velikosti 16 %. Kot je vidno iz preglednice 5.3, število članov v gospodinjstvu nima kakega bistvenega vpliva na nakup knjig glede na statistično velikost posameznih segmentov. Precej bolj pomemben parameter so torej prihodki gospodinjstva.

### 5.3 Nakupovanje knjig glede na slovenske regije

Med slovenskimi regijami so pri nakupu knjig precejšnje razlike (preglednica 5.3). Prebivalci pomursko-podravske regije glede na statistično petinsko zastopanost v vzorcu vzemajo kar četrtno tistih, ki kupijo 3–5 knjig letno (pri čemer so skoraj izenačeni z

osrednjeslovensko regijo), hkrati pa samo 13 % tistih, ki kupujejo več kot šest knjig. V segmentu kupcev, ki kupijo več kot šest knjig letno, najbolj izstopa osrednjeslovenska regija, kjer je takih kupcev skoraj dve petini. Iz tega lahko sklepamo, da je štajersko-podravski del Slovenije približno za eno knjižnonakupno kategorijo nižji od osrednjeslovenske regije. Ostale regije ne izstopajo pomembneje glede na svojo statistično zastopanost.

Preglednica 5.3: Število članov gospodinjstva, kupovanje in branje knjig po regijah

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	942	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Število članov gospodinjstva</b>			<i>p: 0.21</i>			
1 ali 2	329	35	35,8	38,0	35,1	28,8
3 ali 4	457	48	44,8	51,2	52,0	52,7
5 in več	147	16	18,2	10,9	11,9	17,1
ne vem/b.o.	9	1	1,1	0,0	1,0	1,4
<b>Regije</b>			<i>p: 0.15</i>			
Pomursko - Podravska	202	21	21,9	21,7	25,6	13,1
Koroško - Savinjska	156	17	17,0	16,3	14,3	19,3
Osrednjeslovenska	267	28	26,0	28,7	26,6	37,9
Posavska	98	10	11,0	14,0	7,4	9,7
Gorenjska	93	10	10,5	9,3	10,8	6,9
Primorska	126	13	13,5	10,1	15,3	13,1
<b>Branje knjig</b>			<i>p: 0</i>			
bral v zadnjem mesecu	525	56	35,0	70,8	75,9	81,3
bral v zadnjih 3 mesecih	62	7	5,8	11,5	6,4	4,9
bere knjige	51	5	5,8	5,4	5,4	4,2
ne bere knjig	304	32	53,4	12,3	12,3	9,7

## 5.4 Povezava branja in nakupovanja knjig

Branje in nakupovanje knjig je statistično močno povezano med seboj (preglednica 5.3). Med tistimi, ki kupijo več kot šest knjig letno, je štiri petine anketirancev odgovorilo, da so knjige brali v zadnjem mesecu, redkejša branja se neposredno odziva na precej nižjih utežnih odstotkih v zvezi s kupovanjem takega števila knjig. Tudi v kategorijah nakupa 1–2 knjigi letno in 3–5 knjig letno so ključni tisti, ki so knjige brali v zadnjem mesecu, saj kupci v teh dveh kategorijah nakupa knjig zavzemajo približno tričetrtinski delež. Stalna vpetost v bralni proces ima torej neposreden vpliv na nakupovanje knjig, kar manj izrazito, a vseeno izmerljivo lahko vidimo pri tistih, ki so knjige brali v zadnjih treh mesecih – tudi ti kupijo 1–2 knjigi letno statistično značilno pogosteje kot vzorec te populacije.

Podobno se kaže tudi pri pogostosti branja in nakupovanja knjig (kar je razvidno iz preglednice 5.4). Tisti, ki berejo knjige vsaj enkrat tedensko ali pogosteje, pomenijo tri četrtine tistih, ki kupijo šest knjig in več letno, približno dve tretjini tistih, ki kupijo 3–5 knjig, in približno polovico tistih, ki kupijo 1–2 knjigi. Da sta pogostost branja in kupovanja skoraj sorazmerno povezana, kaže podatek, da tisti, ki berejo nekaj redkeje, torej enkrat do trikrat mesečno, še vedno kupujejo značilno več knjig od svojega uravnoveženega vzorca, vendar le v kategoriji nakupa 1–2 knjigi letno.

Preglednica 5.4: Pogostost in število branih knjig

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	942	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Pogostost branja knjig</b>			<i>p: 0</i>			
ne bere	304	32	53,4	12,4	12,3	9,7
redkeje	84	9	9,9	13,2	7,9	3,5
enkrat do trikrat na mesec	143	15	12,9	24,8	16,3	12,5
najmanj enkrat na teden	145	15	9,9	19,4	22,7	18,8
večkrat tedensko	158	17	7,3	20,9	26,1	30,6
vsak dan	109	12	6,7	9,3	14,8	25,0
<b>Število leposlovnih knjig v slo prebranih v zadnjih 12 mesecev</b>			<i>p: 0</i>			
nič	43	7	10,8	8,3	3,7	6,7
1-3 knjige	117	20	29,7	26,6	14,6	7,6
4-5 knjig	101	17	20,5	19,3	19,5	8,4
6-10 knjig	130	23	17,3	22,0	31,1	19,3
11-20 knjig	93	16	11,9	9,2	17,1	27,7
več kot 20 knjig	93	16	9,7	14,7	14,0	30,3
<b>Število leposlovnih knjig v slo prebranih v zadnjih 3 mesecev</b>			<i>p: 0</i>			
nič	51	9	15,3	5,9	8,4	3,5
1-3 knjige	315	57	60,2	67,3	59,6	36,8
4-5 knjig	71	13	9,7	7,9	15,1	19,3
6-10 knjig	77	14	8,5	14,9	10,2	26,3
11-20 knjig	31	6	4,5	3,0	6,0	8,8
več kot 20 knjig	11	2	1,7	1,0	0,6	5,3

Podobni trendi se kažejo tudi pri številu prebranih leposlovnih knjig v zadnjih 12 mesecih. Tudi pri tem je tistih, ki so prebrali več kot enajst leposlovnih knjig v zadnjem letu, več kot polovica izmed vseh kupcev, ki kupijo več kot šest knjig letno. Tisti, ki preberejo 6–10 knjig, so najbolj izraziti pri kategoriji nakupa 3–5 knjig, ti bralci so namreč skoraj tretjina kupcev v tej kategoriji. Ta sorazmernost se kaže tudi naprej v tem smislu, da so

manj intenzivni bralci, torej tisti, ki letno preberejo tri knjige in manj, vse bolj izraziti kot nekupci knjig, kar pomeni, da knjige, ki jih preberejo med letom, kot kaže, dobijo drugje, bodisi si jih izposodijo v knjižnicah ali kje drugje.

Tudi časovno še zoženo vprašanje, koliko leposlovnih knjig ste prebrali v zadnjih treh mesecih, potrjuje zgornje trende. Med tistimi, ki so prebrali do tri knjige v zadnjih treh mesecih (te populacije je ravno dve tretjini), je kar tri četrtine takih, ki ne kupujejo knjig, medtem pa je tistih, ki so prebrali vsaj štiri knjige, tri petine vseh, ki kupijo več kot šest knjig letno.

Na splošno je v kategoriji bralcev najmočnejša kategorija 1–3 prebrane knjige (ta pomeni dve tretjini anketirancev, kar je logično, saj gre za trimesečno obdobje), ki je močna tudi v kategoriji kupcev 1–2 knjigi letno (dve tretjini takih kupcev je iz te skupine bralcev) in v kategoriji kupcev 3–5 knjig letno, v kateri ti bralci zavzemajo tri petine celote. Tisti, ki preberejo približno eno knjigo na vsaka dva meseca, so torej najpogostejši kupci 1–2 in 3–5 knjig letno.

Ne glede na to, da je treba natančne opredelitve in odnose med prebranimi in kupljenimi knjigami jemati z določenim pridržkom (kar, denimo, kaže že to, da branja v zadnjih treh mesecih ni mogoče preprosto preslikati v branje v zadnjem letu), pa je odnos med količino branja in številom kupljenih knjig nedvoumen. Glede na to, da smo z zadnjima dvema vprašanjema spraševali po številu prebranih leposlovnih knjig v določenem obdobju, lahko potrdimo tudi izrazito pozitiven odnos med vsaj približno rednim branjem leposlovja (ena knjiga mesečno) in rednim kupovanjem knjig.

## 5.5 Načrti z branjem knjig v prihodnosti in nakupovanje knjig

Nadaljnjo pozitivno povezavo med branjem in nakupovanjem knjig razkrivajo prihodnji bralni načrti anketirancev (kar vidimo iz preglednice 5.5). Tisti, ki jim branje v prihodnje pomeni večjo ambicijo kot doslej (takih je po anketi 45 %), so večinski kupci knjig v vseh kategorijah od 1–2 knjige letno do več kot šest knjig letno. Odstotek te skupine z intenzivnostjo nameravanega branja celo narašča, pri številu kupljenih knjig več kot šest letno ta skupina vključuje že več kot dve tretjini vseh kupcev. Vse ostale skupine prihodnjih načrtov v zvezi z branjem so precej manj izrazite, izrazite pa postajajo v povezavi s prihodnjim nekupovanjem knjig: tisti, ki nimajo namena brati v prihodnosti, so tudi izraziti nekupci knjig. Statistično odstopa tudi stabilen segment anketirancev, ki pravi, da bere, a hkrati ne želi brati več (takih je 22 %), hkrati pa kupuje 1–2 knjigi ter v tej skupini kupcev pomeni tretjino. To je manj intenziven segment bralcev, ki so zadovoljni z obstoječim odnosom do branja, hkrati pa so občasni kupci. Gre za segment bralcev/kupcev, ki bi ob primerni spodbudi lahko intenziviral svojo bralno/knjižnonakupovalno aktivnost.

## 5.6 Branje v tujih jezikih in nakupovanje knjig

Odgovori anketirancev v preglednici 5.5 jasno kažejo, da branje v tujem jeziku spodbuja tudi intenzivnejše nakupovanje knjig. Tisti, ki berejo tako v slovenščini kot v tujih jezikih, tvorijo kar tri petine skupine, ki kupuje več kot šest knjig letno (čeprav je populacije, ki bere knjige v več jezikih, manj kot tretjina), in dve petini v skupini, ki kupuje 3–5 knjig letno. Tisti, ki berejo samo v slovenščini, pa so najbolj izraziti med kupci, ki kupujejo 1–2 knjigi letno, saj tvorijo dobro polovico te skupine, zelo močni pa tudi v kategoriji nakupa

3–5 knjig letno, v kateri tvorijo 45 %. To seveda ni (o tem je pisal že Miha Kovač v svojem delu poročila) nujno dober podatek za slovensko založništvo, saj vse večji del slovenskih bralcev/kupcev knjig kupuje knjige v tujem jeziku. Tega uhajanja zaradi vse bolj intenzivnih globalizacijskih procesov, povezanih s knjigami, seveda ne moremo preprečiti, vsekakor pa ti podatki jasno kažejo, da morajo slovenski založniki temeljito premisliti, katere knjige je dejansko smiselno izdajati v slovenščini.

Preglednica 5.5: Prihodnji bralni načrti in obiskovanje knjižnic

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	942	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Kombinacija bere in želje glede branja</b>			<i>p: 0</i>			
bere, želi brati več	428	45	26,6	56,3	65,8	68,3
ne bere, želi brati več	144	15	21,7	7,8	10,4	8,3
bere, ne želi brati več	209	22	20,0	32,0	21,8	21,4
ne bere, ne želi brati več	160	17	31,8	3,9	2,0	2,1
<b>Branje knjig in jezik</b>			<i>p: 0</i>			
ne bere knjig	304	32	53,4	12,4	12,4	9,7
bere knjige samo v slovenščini	342	36	29,6	55,0	45,0	29,2
bere knjige slovenščini in tujih jezikih	296	31	17,0	32,6	42,6	61,1
<b>Kako pogosto hodite v knjižnico?</b>			<i>p: 0</i>			
enkrat na teden	78	8	3,6	8,5	10,8	18,6
dvakrat na mesec	176	19	12,7	23,3	24,1	26,2
enkrat na mesec	117	12	8,4	17,8	17,7	13,8
vsake tri mesece	97	10	7,9	14,7	10,8	13,1
redkeje	234	25	27,7	21,7	23,2	20,7
nikoli	241	26	39,7	14,0	13,3	7,6
<b>Branje in obisk knjižnice</b>			<i>p: 0</i>			
bere in hodi v knjižnico	563	60	38,2	79,7	79,3	83,4
bere in ne hodi v knjižnico	75	8	8,4	8,6	8,4	6,2
ne bere in hodi v knjižnico	138	15	22,1	6,3	7,4	9,0
ne bere in ne hodi v knjižnico	166	18	31,3	5,5	4,9	1,4

Tudi na drugem mestu zastavljeno vprašanje v zvezi z branjem v tujem jeziku (glej preglednico 5.8) kaže enake povezave. Tisti, ki berejo tudi v tujem jeziku (po anketi jih je 46 %), tvorijo dve tretjini tistih, ki kupijo šest knjig in več, ter približno polovico tistih, ki kupijo 3–5 knjig letno, medtem pa so tisti, ki berejo samo v slovenščini, bolj izraziti tako pri ne-kupcih in kupcih 1–2 knjig – v obeh primerih tvorijo približno dve tretjini celotnih skupin.

Podobne učinke kaže tudi vprašanje o branju tiskanih in e-knjig v povezavi z nakupovanjem knjig, ki si ga lahko ogledamo v preglednici 5.8. Tistih, ki berejo samo tiskane

knjige, je v populaciji natanko polovica, tvorijo pa približno dve tretjini kupcev v kategorijah 1–2 in 3–5 kupljenih knjig letno ter nekaj manj kot tri petine tistih, ki kupujejo več kot šest knjig letno. Medtem pa je tistih, ki berejo tako tiskane kot e-knjige, v anketirani populaciji približno sedmina (17 %), tvorijo dobro petino tistih, ki kupujejo 1–2 in 3–5 knjig letno, in skoraj tretjino tistih, ki kupijo več kot šest knjig letno. Glede na to, da je v slovenščini za sedaj na voljo le malo zanimivih knjižnih naslovov v e-obliki, ti rezultati nedvomno kažejo, da se segment intenzivnih in inovatorskih kupcev knjig seli tudi na področje kupovanja tujih (e-)knjig.

## 5.7 Obiskovanje knjižnic in nakupovanje knjig

Odgovori anketirancev v preglednici 5.5 jasno kažejo povezavo med obiskovanjem knjižnic in nakupovanjem knjig. Tisti, ki knjižnico obiskujejo vsaj dvakrat mesečno (takih je v populaciji dobra četrtnina), tvorijo dobro tretjino tistih, ki letno kupijo 3–5 knjig, in nekaj manj kot polovico tistih, ki kupijo več kot šest knjig. Na drugi strani pa je med tistimi, ki nikoli ne obiskujejo knjižnice (tudi takih je dobra četrtnina populacije), zgolj dobrih 13 % takih, ki kupijo 3–5 knjig letno in dobrih 7 % takih, ki kupijo več kot šest knjig. Iz tega lahko sklepamo, da je obiskovanje knjižnic neposredno povezano s kupovanjem knjig (ne nujno vzročno, bolj verjetno predvsem naravno, saj podatki iz tujine kažejo, da je tam, kjer je knjižnična mreža slabo razvita, prodaja knjig večja kot pa tam, kjer je knjižnična mreža dobro razvita), kar je večna dilema založnikov (denimo v smislu, kaj bi bilo s prodajo knjig, če bi jih založniki knjižnicam dostavljali z zamikom), vseeno pa del populacije, ki knjižnice obiskuje redkeje kot četrtletno (ta segment tvori natančno četrtnino vse populacije), kaže, da je skoraj povsem statistično sorazmeren tudi pri nakupovanju knjig (iz česar lahko sklepamo, da obiskovanje knjižnic ne vpliva neposredno na nakupovanje knjig). Odgovor na vprašanje, če bi tisti, ki intenzivneje obiskujejo knjižnico in kupujejo več kot tri knjige letno, še bistveno povečali svoje knjižne nakupe, če knjižnice ne bi takoj prejemale novitet, torej potrebuje podrobnejšo samostojno anketo.

Podobno sliko kaže odgovor na vprašanje povezanosti branja in obiskovanja knjižnic v povezavi s kupovanjem knjig. Tudi tu obstaja segment populacije, ki bere in ne hodi v knjižnico, ta pa pomeni 8 % celotne populacije, v približno tem okviru pa tudi kupuje knjige (velja pripomniti, da je ta odstotek vseeno nižji pri nakupu šest knjig in več). Med tistimi, ki hodijo v knjižnico in ne berejo ali ne berejo niti ne hodijo v knjižnico, je odstotek kupcev knjig statistično zelo nizek, na drugi strani pa so obiskovalci knjižnic, ki tudi berejo, med najbolj intenzivnimi kupci knjig v vseh kategorijah nakupa, saj v povprečju tvorijo štiri petine nakupovalne populacije (ta populacija je nasploh najštevilnejša, saj pomeni tri petine celotne). Iz vsega tega lahko sklepamo, da sta obiskovanje knjižnic in nakupovanje knjig pozitivno povezana in da obiskovalci knjižnic pomenijo največji bazen sedanjih in potencialnih intenzivnejših kupcev knjig.

## 5.8 Izposojanje knjig (splošno) in nakupovanje knjig

Kot kaže preglednica 5.6, povezave (spet ne nujno vzročne, lahko zgolj naravne: kdor si izposoja in bere knjige, te tudi kupuje in obratno) s kupovanjem knjig nima samo obiskovanje in izposojanje knjig v knjižnicah, temveč izposojanje knjig na splošno. V splošnem si skoraj štiri petine tistih, ki berejo leposlovje, knjige tudi izposoja (v knjižnice pa redkeje

kot na tri mesece ali pa sploh nikoli ne hodi približno polovica anketiranega dela populacije), kar pomeni, da je poteka tudi izposojanje od znancev in drugih, med vsemi kategorijami kupcev knjig pa je izposojevalcev knjig vsaj štiri petine znotraj posamezne kategorije pogostosti nakupovanja. Pri več kot šestih nakupljenih knjigah letno izposojevalci knjig tvorijo celo več kot 90 % te kategorije anketirancev. Vendar pa na drugi strani izposojanje knjig že samo po sebi ne pomeni, da ti ljudje tudi kupujejo knjige, saj je znotraj skupine, ki ne kupuje knjig, vseeno dve tretjini tistih, ki si knjige izposojajo. Izposojanje knjig (bodisi med ljudmi bodisi iz knjižnice) se torej nekako kaže kot potreben, ne pa tudi zadosten pogoj za kupovanje knjig.

Preglednica 5.6: Izposojanje knjig in branje e-knjig

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	942	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Ali si leposlovne knjige v slovenščini kdaj izposodite tudi v knjižnici ali pri nekom drugem?</b>			<i>p: 0</i>			
da	635	78	66,7	82,1	86,7	93,4
ne	178	22	33,3	17,9	13,3	6,6
<b>Ali berete e-knjige?</b>			<i>p: 0.03</i>			
da	164	26	20,3	25,7	25,8	34,6
ne	474	74	79,7	74,3	74,2	65,4

## 5.9 Pogostnost branja in kupovanje knjig

Nekoliko drugače zastavljeno vprašanje o pogostosti branja kaže podobno povezavo med branjem in kupovanjem knjig. V preglednici 5.7 lahko vidimo, da tisti, ki so leposlovno knjigo (pre)brali v zadnjem mesecu ali celo prej (torej pred enim tednom ali pa jo berejo trenutno), tvorijo tri petine skupine, ki je v zadnjem letu kupila več kot šest knjig, in nekaj manj kot tri petine tistih, ki so v zadnjem letu kupili 3–5 knjig. Razmerje med branjem in kupovanjem knjig se začne močno spreminjati, če je anketiranec zadnje leposlovno knjigo prebral pred več kot enim mesecem, če pa je od tega minilo že več kot eno leto, se znotraj te skupine sorazmerno močnejše kaže tendenca, da sploh ne kupuje knjig. Prebrana leposlovna knjiga vsaj vsake pol leta je torej precejšnje zagotovilo, da bo tak bralec postal tudi kupec knjig vsaj v določenem okviru.



Preglednica 5.7: Število knjig doma in čas od branja zadnje leposlovne knjige

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	942	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Približno koliko tiskanih knjig imate doma</b>			<i>p: 0</i>			
doma nimam tiskanih knjig	32	3	6,4	0,8	0,5	0,0
manj kot 50 knjig	306	32	45,3	31,8	20,2	9,0
od 50 do 100 knjig	288	31	30,9	32,6	27,6	31,9
od 100 do 200 knjig	152	16	10,1	20,9	24,6	19,4
od 200 do 500 knjig	106	11	4,9	11,6	16,3	24,3
več kot 500 knjig	59	6	2,4	2,3	10,8	15,3
<b>Koliko časa je minilo, odkar ste nazadnje brali kako leposlovno knjigo v slovenščini (romani, kratke zgodbe, drame, esejistika, poezija)?</b>			<i>p: 0</i>			
berem jo trenutno	183	19	10,9	23,4	25,1	35,9
največ en teden	63	7	2,1	6,3	14,3	11,0
največ en mesec	100	11	6,0	16,4	15,3	13,8
več kot en mesec	119	13	12,2	9,4	16,7	10,3
več kot pol leta	115	12	12,0	16,4	13,3	7,6
več kot eno leto	234	25	35,2	19,5	11,8	14,5
ne berem leposlovja	119	13	20,0	7,8	3,4	6,2
ne berem knjig v slovenščini	9	1	1,5	0,8	0,0	0,7

## 5.10 Število knjig doma in nakupovanje knjig

Izjemno zanimiv je tudi – kot lahko vidimo iz preglednice 5.7 – tudi odnos med številom knjig, ki jih posedujejo anketiranci (število knjig, ki jih imajo doma), in knjižnimi nakupnimi navadami. Manj kot 50 knjig (spraševali smo po številu knjig oziroma po dolžinskih metrih knjig, ki jih imajo doma anketiranci, pri čemer smo za razmerje med metri in številom knjig vzeli številko 42) ima doma dobra tretjina populacije, ki obenem pomeni dobro polovico tistih, ki v zadnjem letu niso kupili nobene knjige. Nadaljnjih 31 % populacije ima doma 50–100 knjig, ta segment ljudi je tudi pri nakupovanju knjig v svojem statističnem povprečju. Več kot štiri petine tistih, ki v zadnjem letu niso kupili nobene knjige, ima doma 100 knjig ali manj.

Na drugi strani pa se z nadaljnjim večanjem števila knjig doma močno dvigujejo tudi knjižnonakupovalne navade. Tisti, ki imajo doma več kot 100 knjig, tvorijo tri petine tistih, ki kupijo več kot šest knjig letno, ter polovico tistih, ki kupijo 3–5 knjig letno. Razmerje med številom knjig in njihovim nakupovanjem še posebej zraste pri tistih, ki imajo doma več kot 200 knjig. Tistih, ki imajo doma 200–500 knjig, je med anketiranci 11 %,

vendar tvorijo skoraj četrtno tistih, ki kupijo šest knjig in več (torej več kot dvakrat več glede na svojo statistično zastopanost), tistih, ki imajo doma več kot 500 knjig, pa je 6 %, vendar jih je dobrih 15 % v skupini, ki kupuje več kot šest knjig letno (oziroma več kot 2,5-kratnik svoje statistične zastopanosti). Zviševanje knjižnih nakupnih navad se začne pri domačem posedovanju več kot 100 knjig, nadalje pa se še bolj strmo dviguje z večanjem števila knjig, ki jih imajo doma. Razmerje med številom posedovanih knjig in knjižnimi nakupnimi navadami je bilo v tej anketi nedvoumno potrjeno.

## 5.11 Dejavniki, ki vplivajo na branje knjig in posledično na nakupovanje knjig

Preglednica 5.8: Branje tiskanih in e-knjig ter dejavniki, ki so vplivali na branje knjig

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	941	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Branje tiskanih in e-knjig</b>			<i>p: 0</i>			
ne bere knjig	304	32	53,4	12,4	12,3	9,7
bere samo tiskane verzije	474	50	37,1	65,1	65,0	59,0
bere tiskane + E-verzije	164	17	9,4	22,5	22,7	31,3
<b>Q4..KARTICA(1)..Kateri dejavnik v vašem življenju oziroma v vašem okolju je, po vašem mnenju, najpomembneje vplival na to, da berete knjige</b>			<i>p: 0</i>			
starši, sorodniki, domače okolje	269	42	36,7	31,9	47,5	53,1
šola (učitelji, profesorji, sošolci), obšolske dejavnosti (Bralna značka, Cankarjevo priznanje ipd.), fakulteta	224	35	40,8	32,7	35,0	27,7
prijatelji in znanci	65	10	9,2	17,7	9,0	6,9
samoiciativno, želja po znanju, zanimanje	58	9	9,6	10,6	6,8	10,0
drugo	22	4	3,7	7,1	1,7	2,3
<b>Q10..Ali berete tudi knjige v tujem jeziku?</b>			<i>p: 0</i>			
da	296	46	36,4	37,2	48,6	67,7
ne	342	54	63,6	62,8	51,4	32,3

Kot je vidno iz preglednice 5.8, sta starši, sorodniki in domače okolje (42 %) ter šola in obšolske dejavnosti (35 %) daleč najbolj pomembna dejavnika, ki pomagata ustvarjati bralce knjig, saj skupaj pomenita skoraj štiri petine vsega vpliva. Iz odgovorov anketirancev se je pokazalo, da imajo starši statistično močnejši vpliv na knjižno nakupovanje svojih otrok tako pri kategoriji 3–5 knjig in več kot šest knjig, pri čemer skupina, ki je navedla starše kot pglavitni vpliv, pomeni skoraj polovico tistih, ki kupujejo 3–5 oziroma več kot šest knjig letno. Šola se po drugi strani pri določenem delu populacije kaže tudi kot zaviralec kasnejših nakupnih navad, saj je odstotek anketirancev v skupini, ki ne kupuje knjig, šola pa so navedli kot ključni dejavnik, da berejo knjige, višji od njegove statistične zastopanosti in znaša 40 % (ob 35-odstotni zastopanosti). Kategorije nakupa 1–2 in 3–5 knjig sta pri tej skupini, ki navaja šolo kot najpomembnejši dejavnik, statistično neznačilni glede na vzorec, pri kategoriji šest knjig in več pa ta skupina značilno pade in pomeni samo še polovico tistih, ki kupujejo toliko knjig in so navedli starše kot ključni vpliv. Po eni strani je seveda logično, da imajo starši močnejši vpliv

na nakupovalne navade, saj so v življenju otrok običajno prisotni dalj časa kot šola, po drugi strani pa se šola – kljub svojemu obsežnemu programu spoznavanja z jeziki in književnostjo – ne kaže nujno kot pospeševalec dolgoročne navezanosti populacije na knjige in njihovega nakupovanja.

V okviru drugih dejavnikov, ki vplivajo na branje, velja omeniti še prijatelje in znance, ki »povzročajo« statistično značilen odklon pri skupini kupcev 1–2 knjigi letno, kar lahko razložimo z njihovimi občasnimi priporočili anketirancem, da si morajo določeno knjigo res priskrbeti in jo prebrati.

## 5.12 Način pridobitve zadnje leposlovne knjige in nakupne navade

Pri vseh do sedaj obdelanih anketnih vprašanjih se je treba zavedati, da gre pogosto tudi za določeno napako v odgovorih, ki se nanaša na nezanesljiv spomin anketirancev glede na pretekle dogodke. Zato smo vpeljali še vprašanje, kako so prišli do zadnje knjige (preglednica 5.9), saj ta neposredno kaže, kako anketiranci prihajajo do knjig. Seveda pa določeno napako glede na običajno statistično porazdelitev vključuje tudi naključnost pridobitve zadnje knjige.

Preglednica 5.9: Način pridobitve zadnje leposlovne knjige

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	941	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Q21..KARTICA(1)..Kje ste jo dobili? Leposlovno knjigo</b>			<i>p: 0</i>			
izposodil sem si jo v knjižnici	362	44	46,0	50,8	41,1	38,5
posodil mi jo je prijatelj (znanec, sodelavec, sorodnik ...)	154	19	20,8	16,9	19,3	15,6
v domači knjižnici (velja za starejše knjige, kupljene, podarjene, najdene ipd.)	118	15	14,5	10,2	16,2	16,3
kupil v knjigamah	41	5	2,2	5,9	7,6	8,9
kupil v trgovskih centrih in drugih trgovinah z mešanim blagom	19	2	0,5	1,7	3,6	5,9
kupil v spletnih knjigamah založb	5	1	0,5	0,0	0,5	2,2
kupil v drugih spletnih knjigamah in trgovinah	3	0	0,0	0,0	1,0	0,7
kupil v knjižnem klubu	16	2	1,1	0,0	4,6	3,0
kupil prek založbinih katalogov in ponudb po pošti	4	1	0,8	0,8	0,0	0,0
kupil prek telefonske prodaje	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0
kupil od zastopnikov (akviziterjev)	4	1	0,5	0,8	0,0	0,7
kupil na knjižnih sejmih	1	0	0,0	0,0	0,5	0,0
kupil v antikvariatu	6	1	0,5	0,0	0,0	2,2
dobil sem jo v dar	34	4	3,0	9,3	3,6	3,7
ne spomnim se	37	5	8,2	2,5	0,5	1,5
drugo	9	1	1,1	0,8	1,5	0,7

Izposojanje je, kot vidimo iz preglednice 5.9, najpogostejši način pridobitve zadnje leposlovne knjige, saj je ta skupina, ki sicer obsega 78 %, sestavljena iz izposoje v knjižnici (44 %), prijateljev (19 %) in domače knjižnice (tudi to je neke vrste izposoja – 15 %).

Zanimivo je tudi razmerje med načinom pridobitve zadnje knjige in nakupnimi navadami v zvezi s knjigami. Tisti, ki so si knjigo izposodili v knjižnici, so med bolj izrazitimi kupci knjig v kategoriji 1–2 knjigi letno (znotraj te skupine zavzemajo 50 %), pri bolj intenzivnem kupovanju knjig pa ta skupina začanja upadati. Skupini izposoje pri prijateljih in v domači knjižnici sta sicer manjši (19 in 15 %), vendar v okviru svoje velikosti relativno bolj stabilni pri nakupnih navadah, pri čemer rahlo pozitivno, vendar statistično neznačilno odstopajo tisti, ki so si knjigo »izposodili« iz domače knjižnice. Tudi ti podatki po svoje dokazujejo, da med nakupovanjem knjig in knjižnično izposajo ni vzročne povezanosti, temveč gre »le« za korelacijo.

V knjigarni si je zadnjo leposlovno knjigo kupilo 5 % anketirancev, ta skupina pa je vse bolj izrazita pri intenzivnejšem nakupovanju knjig, najbolj pri nakupu več kot šestih knjig letno, pri katerem je že za skoraj 80 % večja od svoje statistične zastopanosti. Do zanimivih ugotovitev prihajamo pri sicer manjših, a vse bolj opaznih drugih nakupnih poteh v zvezi s knjigami. V trgovskih centrih si je knjige kupilo 2 % anketirancev, ta skupina pa je pri nakupu več kot šest knjig letno skoraj trikrat večja od svoje statistične zastopanosti in znaša 5,9 %. To pomeni, da se je pri določenem sicer majhnem delu populacije nakupovanje knjig v trgovskih centrih že prevesilo v stalno in stabilno navado (sicer ni nujno, da knjige kupujejo samo tam). Ta pojav je izrazit pri tistih, ki so si knjigo kupili prek spleta (takih je bilo 1 %); ta skupina pomeni dobra 2 % tistih, ki kupijo več kot šest knjig letno.

Med drugimi načini pridobitve zadnje knjige izstopata še knjižni klub (izrazit pri kategoriji 3–5 knjig letno, kar ustreza četrletnemu nakupovanju v Svetu knjige) in »dobil sem jo v dar«, saj je ta skupina, ki je sicer velika 4 %, pri kategoriji nakupa 1–2 knjigi letno več kot dvakrat večja od svojega statističnega vzorca, stabilna tudi pri intenzivnejšem kupovanju knjig, kar pomeni, da si tisti, ki kupujejo knjige, knjige radi tudi zaželejo za darilo (oziroma tisti, ki jim jo podarijo, vedo, da bi za darilo radi imeli knjigo).

Tako lahko tudi ob tem ugotovimo, da je izposojanje knjig na razne načine neposredno povezano z njihovim kupovanjem, pri čemer se izposojanje od prijateljev in iz domače knjižnice pri sicer manjših skupinah od tistih, ki si knjige izposojajo v knjižnici, kažejo še kot bolj stabilen znak kupovanja knjig. Medtem pa kakršno koli kupovanje knjig logično neposredno odraža tudi močne nakupovalne navade, pri čemer je predvsem izrazita sicer majhna skupina tistih, ki knjige kupujejo v trgovskih in drugih centrih.

### 5.13 Nakupovanje bralcev glede na tip leposlovnih knjig v slovenščini, ki jih najraje berejo

Anketa glede knjižnih nakupovalnih navad v povezavi s tipom leposlovnih knjig, ki jih bralci berejo najraje, ni dala kakšnih opaznejših rezultatov (glej preglednico 5.10). Tri petine anketiranih najraje bere prevedene romane; ti so nekaj izrazitejši kot kupci 3–5 knjig letno, med katerimi pomenijo 70 % te skupine, in približno dve tretjini tistih, ki kupujejo več kot šest knjig letno. Približno petina (22 %) anketiranih najraje bere slovenske romane, vendar so vseeno bolj izraziti med nekupci knjig, poleg tega pa v skupinah 3–5 in več kot šest kupljenih knjig letno pomenijo manjši delež od velikosti svojega vzorca. Bralci tujih romanov so torej nekaj bolj izraziti kupci knjig od svojega statističnega povprečja, bralci slovenskih romanov pa nekaj manj izraziti kupci knjig od svojega statističnega povprečja, ti skupini skupaj tvorita vsaj 85 % kupcev knjig v posameznih kategorijah. Druge literarne zvrsti so precej manj zastopane, vsaj malo izstopata

še poezija in dramatika, njihovi bralci pa v smislu kupovanja ne odstopajo od svoje statistične zastopanosti.

Preglednica 5.10: Branje različnih tipov leposlovnih knjig

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	941	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Q22..KARTICA(1)..Katere leposlovne knjige v slovenščini najraje berete?</b>			<i>p: 0</i>			
slovenske romane	175	22	24,6	23,7	15,4	19,9
prevedene romane	499	61	53,3	66,1	70,8	65,4
poezijo	33	4	5,2	2,5	3,6	3,7
dramatiko	34	4	4,9	2,5	3,6	5,1
eseje	12	1	2,5	0,8	0,5	0,7
zgodovinske	5	1	0,8	0,0	0,5	0,7
praktične	8	1	1,9	0,0	0,0	0,7
vse	8	1	0,0	1,7	1,5	2,2
nobene	18	2	4,9	0,0	0,0	0,0
drugo	21	3	1,9	2,5	4,1	1,5

## 5.14 Nakupovanje bralcev glede na tip romanov v slovenščini, ki jih najraje berejo

Kot lahko vidimo iz preglednice 5.15, branje nekaterih tipov romanov razvija bolj intenzivne nakupne navade v določenih kategorijah. Približno 17 % anketirane populacije bere sodobno leposlovje, to pa pomeni približno petino tistih, ki letno kupijo 3–5 knjig, in več kot četrtnino tistih, ki kupijo več kot šest knjig letno. Nekaj manj kot četrtnina populacije bere ljubezenske romane (23 %), ta segment pa je najbolj izrazit pri kategoriji 3–5 kupljenih knjig letno. Bralci zgodovinskih romanov se kažejo kot najbolj stabilni kupci knjig v vseh kategorijah, takoj za njimi so bralci detektivk in kriminalk, bralci fantazijskih in znanstvenofantastičnih romanov pa so po svojih preferencah podobni bralcem ljubezenskih romanov – najbolj izraziti so v kategoriji 3–5 kupljenih knjig letno.

## 5.15 Splošni kriteriji, na podlagi katerih začnejo anketiranci brati knjigo v slovenščini ter nakupovanje knjig

Kot se je pokazalo v preglednici 5.11, nobenih od naštetih kriterijev (dobre knjižne ocene in nagrade, sofinanciranje JAK, uveljavljenost in prepoznavnost ustvarjalca, poznavanje kakovosti prevajalca, opis vsebine na platnici, založba, ki je izdala knjigo, in priporočilo prijateljev in znancev) nima pomembnega vpliva na intenzivnost nakupovanja knjig (gre za aritmetične sredine odgovorov). Nekateri kriteriji so sicer ocenjeni kot pomembnejši od drugih (denimo sofinanciranje JAK ali pa založba, ki je izdala knjigo), vendar pa

se to ne kaže kakor koli statistično značilno pri rastoči intenzivnosti kupovanja knjig. Ti rezultati lepo pojasnjujejo dejstvo, da gredo v tujini nagrajene knjige pri nas pogosto (ne pa vedno, veliko je odvisno od njihovega konkretnega plasmaja v slovenskem kulturnem prostoru) mimo brez pravega odziva in da splošno vlaganje v izdelavo knjige, od izbora prevajalca naprej, na kupca žal nima kakega pomembnega vpliva.

Preglednica 5.11: Pomembnost raznih kriterijev, ki prispevajo k branju knjig

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik				povprečje
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več	
<b>Total</b>	<b>941</b>	<b>100</b>	<b>49,5</b>	<b>13,7</b>	<b>21,5</b>	<b>15,4</b>	
<b>Q24. Kako pomembni so kriteriji, da začnete brati knjigo v slovenščini</b>							
dobre knjižne ocene in nagrade	814	86	2,8	2,5	2,4	2,4	2,6
sofinanciranje Javne agencije za knjigo RS	814	86	3,6	3,5	3,4	3,6	3,5
uveljavljenost ali poznavanje avtorja	814	86	2,6	2,4	2,4	2,4	2,5
poznavanje kakovosti prevajalca	814	86	3,2	2,9	2,9	2,7	3,0
opis vsebine in/ali avtorja na platnici	814	86	2,4	2,1	2,1	2,1	2,2
založba	814	86	3,5	3,3	3,2	3,4	3,4
priporočilo prijateljev / znancev	814	86	2,0	1,8	1,7	1,8	1,9

## 5.16 Nakupovanje knjig glede na to, za koga kupci kupujejo knjige

Kupci knjige najpogosteje kupujejo zase, ta skupina, kot kaže preglednica 5.12, obsega več kot polovico vseh anketirancev. Vendar pa ti kupci niso izrazitejši kupci knjig po posameznih kategorijah od svoje statistične zastopanosti. Dve zanimivi odstopanji se pojavita pri anketirancih, ki knjige kupujejo za darilo prijateljem ali sorodnikom, ter tistih, ki kupujejo knjige za otroke. Prva skupina (kupovanje prijateljem in sorodnikom) obsega 17 % vprašanih, pri kategoriji knjižnega nakupa pa skoraj tretjino vseh, ki kupujejo toliko knjig letno; pri kupcih šest knjig in več letno ta skupina obsega samo še dobrih 6 % tako intenzivnih kupcev. Tisti, ki kupujejo knjige za prijatelje in sorodnike, praviloma niso intenzivni, temveč le občasni kupci knjig.

Tisti, ki kupujejo knjige za otroke – ta skupina obsega dobro četrtno anketirancev (27 %) –, so zelo izraziti med tistimi, ki kupujejo več kot šest knjig letno, saj znotraj te skupine pomenijo več kot dve petini vseh tako intenzivnih kupcev (več kot 43 %), s čimer se v tej kategoriji že približujejo tistim, ki knjige kupujejo predvsem zase. Iz tega lahko sklepamo, da tisti, ki kupujejo knjige za otroke, kupujejo knjige tudi zase oziroma obratno.

## 5.17 Vir pridobivanja informacij o knjigah v povezavi z nakupnimi navadami

Kot vidimo iz preglednice 5.12, je občasno ali pogosto pridobivanje informacij pri znancih in prijateljih sicer stalna praksa ter izkazuje visoke deleže anketiranih odgovorov (polovica to počne občasno, dobra tretjina pa pogosto), vendar se potem to ne odraža v statistično značilnih premikih pri nakupovanju knjig. Enako velja za informacije, ki jih anketiranci

v zvezi s knjigami pridobivajo v knjižnicah, pri čemer ne glede na to, ali tam informacije v zvezi s knjigami pridobivajo občasno ali pogosto, to ne vpliva statistično značilno na njihove knjižne navade.

Preglednica 5.12: Komu je namenjena kupljena knjiga in način pridobivanja informacij

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	941	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Q38..KARTICA(1)..Za koga najpogosteje kupujete knjige?</b>						
			<i>p: 0</i>			
zase	263	55	63,8	52,7	57,8	50,4
za darilo prijateljem (sorodnikom, sodelavcem ...)	80	17	15,5	31,2	17,8	6,5
za otroke	130	27	20,7	16,1	23,8	43,2
drugo	1	0	0,0	0,0	0,5	0,0
<b>Q8 Kako pogosto dobite informacije o knjigah pri različnih deležnikih</b>						
<b>pri prijateljih, sodelavcih, znancih, sorodnikih</b>						
			<i>p: 0</i>			
nikoli	82	13	20,2	9,7	5,6	13,1
včasih	311	49	47,2	46,9	51,4	49,2
pogosto	245	38	32,6	43,4	42,9	37,7
<b>v knjižnici</b>						
			<i>p: 0.29</i>			
nikoli	132	21	25,8	19,5	17,5	17,7
včasih	240	38	37,8	34,5	37,3	40,8
pogosto	266	42	36,4	46,0	45,2	41,5
<b>v časopisih in revijah</b>						
			<i>p: 0</i>			
nikoli	188	29	42,9	27,4	19,7	22,1
včasih	357	56	46,1	55,8	65,2	59,5
pogosto	93	15	11,1	16,8	15,2	18,3
<b>v tiskovinah, specializiranih za knjige</b>						
			<i>p: 0</i>			
nikoli	319	50	61,0	53,5	43,5	37,7
včasih	250	39	31,7	43,0	44,6	40,8
pogosto	69	11	7,3	3,5	11,9	21,5

Te rezultate je lahko pojasniti. Tovrstno pridobivanje informacij, bodisi pri prijateljih ali v knjižnicah, je namreč opravljeno mimogrede in skoraj naključno, zato je logično, da ne vpliva neposredno tudi na knjižnonakupne navade.

Nekoliko drugače je s pridobivanjem informacij v časopisih in revijah, ki jih že lahko smatramo za bolj aktivne v pristopu. Dobra polovica anketirancev (56 %) informacije o knjigah v časopisih in revijah pridobiva občasno; to se statistično značilno kaže v kategoriji kupcev 3–5 knjig, pri čemer ta skupina obsega skoraj dve tretjini vseh, ki tako intenzivno kupujejo knjige. Tistih, ki knjižne informacije pogosto pridobivajo na ta način, je 15 %, vendar pa tvorijo dobrih 18 % v skupini takih, ki kupujejo več kot šest knjig letno.

Še bolj značilen je vpliv pridobivanja informacij v tiskovinah, specializiranih za knjige, na nakupovalne knjižne navade. Približno dve petini anketiranega dela populacije včasih pridobiva informacije na ta način (relativno veliko v primerjavi v časopisi in revijami, glede na to, kako malo je takšnih tiskovin); to pozitivno vpliva v vseh kategorijah nakupovanja knjig, statistično značilno pa v kategoriji 3–5 knjig. Tistih, ki knjižne informacije pogosto pridobivajo v tiskovinah, specializiranih za knjige, je dobra desetina anketirane

populacije (11 %), ta del populacije izrazito odstopa v nakupnih navadah pri nakupovanju knjig, saj obsega dobro petino tistih v skupini, ki kupujejo več kot šest knjig letno.

Iz zgoraj povedanega lahko ugotovimo, da je aktivni pristop pri pridobivanju knjižnih informacij neposredno povezan s knjižnimi nakupnimi navadami, ki so vse bolj statistično značilne glede na specializiranost ter dostopnost knjižnih informacij.

To potrjuje tudi preglednica 5.13. Tisti, ki informacije o knjigah občasno pridobivajo na e-straneh, specializiranih za knjigo, je nekaj manj kot dve petini (38 %), so pa tudi statistično enakovredni kupci knjig v vseh kategorijah, z vrhom pri 3–5 knjigah letno, pri čemer ta skupina obsega dobri dve petini tistih, ki kupujejo toliko knjig letno. Tistih, ki informacije o knjigah pogosto pridobivajo na spletnih straneh, je v populaciji približno petina (21 %), kot statistično značilne skupine kupcev knjig pa se kažejo tako kategorija 3–5 kupljenih knjig (27 %) in šest in več kupljenih knjig letno, pri čemer ta skupina zavzema ravno tretjino celote.

Preglednica 5.13: Pridobivanja informacij v zvezi s knjigami, nadaljevanje

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	941	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Q8 Kako pogosto dobite informacije o knjigah pri različnih deležnikih</b>						
<b>na spletnih straneh, specializiranih za knjige</b>						
			<i>p: 0</i>			
nikoli	264	41	58,3	44,2	30,3	26,2
včasih	242	38	31,9	38,9	42,7	40,8
pogosto	131	21	9,7	16,8	27,0	33,1
<b>v knjigarni</b>						
			<i>p: 0</i>			
nikoli	217	34	53,5	21,9	27,5	21,5
včasih	320	50	40,1	58,8	53,4	54,6
pogosto	100	16	6,5	19,3	19,1	23,8
<b>v televizijskih in radijskih oddajah</b>						
			<i>p: 0,41</i>			
nikoli	304	48	53,5	42,1	48,3	42,3
včasih	291	46	40,1	50,0	45,5	50,8
pogosto	42	7	6,5	7,9	6,2	6,9
<b>na internetu</b>						
			<i>p: 0</i>			
nikoli	157	25	36,2	23,9	19,1	13,8
včasih	250	39	39,9	37,2	40,4	37,7
pogosto	230	36	23,9	38,9	40,4	48,5
<b>prek oglasnih sporočil in katalogov založb</b>						
			<i>p: 0</i>			
nikoli	269	42	56,0	42,0	34,5	30,0
včasih	297	47	37,5	48,2	52,0	53,1
pogosto	72	11	6,5	9,8	13,6	16,9

Podobno je, kot kaže preglednica 5.13, tudi pri pridobivanju informacij o knjigah na spletu na splošno. Tistih, ki to počnejo občasno, je skoraj dve petini (39 %), v enakih, neznačilnih odstopanjih pa je ta skupina zastopana tudi v vseh kategorijah nakupovanja knjig. Tisti, ki knjižne informacije na spletu pridobivajo pogosto (teh je 36 %), se kažejo kot vse bolj intenzivni in značilni kupci knjig tudi v povezavi s številom kupljenih knjig, tako da v populaciji, ki kupuje več kot šest knjig letno, obsegajo že skoraj polovico te skupine.



Razmerja pri pridobivanju informacij o knjigah v knjigarnah so podobna tistim pri pridobivanju knjižnih informacij na specializiranih e-straneh. Med njimi je približno polovica tistih, ki informacije o knjigah v knjigarnah pridobivajo občasno; ta skupina pa je značilna v kategoriji 1–2 kupljeni knjigi letno (znotraj nje zavzema nekaj manj kot 59 %) ter statistično sorazmerna pri intenzivnejših nakupovalnih kategorijah. Tisti pa, ki informacije o knjigah v knjigarnah pridobivajo redno (teh je 16 %), pa značilno pozitivno odstopajo v kategorijah 3–5 in več kot šest kupljenih knjig letno. Obisk knjigarne torej nedvomno krepi nakupovalne knjižne navade.

Zelo podobni so tudi trendi pri pridobivanju knjižnih informacij prek oglasnih sporočil založb in njihovih katalogov. Nekaj manj kot polovica anketiranih včasih pridobiva knjižne informacije na tak način (47 %), njihove nakupne navade pa se krepijo glede na intenzivnost nakupovanja knjig, saj v kategoriji več kot šest kupljenih knjig letno ta skupina obsega dobro polovico (53 %) celotne. Kategorija več kot šest kupljenih knjig letno je izrazita tudi pri tistih, ki informacije na ta način pridobivajo redno, takih je 11 %, v najbolj intenzivni skupini kupcev knjig pa zavzemajo skoraj 17 %. Tudi tovrstno pridobivanje informacij lahko smatramo za aktivno. Skoraj identične trende kaže tudi pridobivanje knjižnih informacij prek ponudb po navadni ali elektronski pošti (kar vidimo iz preglednice 5.14), saj gre za informacije, ki jih ta populacija želi prejemati, in zato izrazi strinjanje z njihovim prejetjem.

Preglednica 5.14: Pridobivanja informacij v zvezi s knjigami, nadaljevanje

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	941	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Q8 Kako pogosto dobite informacije o knjigah pri različnih deležnikih</b>						
<b>prek ponudb po pošti ali e-pošti (prospekti, brošure, letaki)</b>						
			<i>p: 0</i>			
nikoli	331	52	62,2	54,9	46,1	39,2
včasih	246	39	33,2	38,1	42,7	42,3
pogosto	61	10	4,6	7,1	11,2	18,5
<b>prek telefonskega trženja</b>						
			<i>p: 0.93</i>			
nikoli	510	80	81,1	80,5	80,8	76,9
včasih	110	17	17,1	16,8	16,4	19,2
pogosto	18	3	1,8	2,7	2,8	3,8
<b>prek zastopniške prodaje (akviziterji)</b>						
			<i>p: 0.77</i>			
nikoli	499	78	80,2	77,0	75,1	80,2
včasih	125	20	18,4	21,2	22,0	16,8
pogosto	14	2	1,4	1,8	2,8	3,1
<b>drugje</b>						
			<i>p: 0.15</i>			
nikoli	485	76	80,2	81,6	70,6	72,3
včasih	141	22	18,4	15,8	27,7	26,2
pogosto	11	2	1,4	2,6	1,7	1,5

Televizijske in radijske oddaje se, podobno kot prijatelji in znanci ter knjižnice, kažejo kot neznačilni vplivi na kupovanje knjig. Na ta način informacije o knjigah občasno pridobiva 46 % (skoraj polovica anketirancev tega vira informacij ne uporablja nikoli), redno pa samo 7 %, vendar to nima kakega poudarjenega vpliva na knjižne nakupe. Razlog za tako

nizek vpliv televizije in radia na nakup knjig je najbrž v tem, da informacije o knjigah v teh medijih niso podane sistematično in bolj spadajo v naključno sfero.

Enako neznačilne za nakupovanje knjig so knjižne informacije, pridobljene prek telefonskega trženja in zastopniške, akviziterske prodaje (preglednica 5.14), kar sovпада z ugotovitvami Mihe Kovača v njegovem delu poročila, da je ta segment knjižne prodaje v zadnjih petnajstih letih skoraj povsem upadel.

## 5.18 Dejavniki, ki bi spodbudili nakupovanje knjig

Dejavnike, ki bi spodbudili nakupovanje knjig (preglednica 5.15), lahko razvrstimo na tiste, na katere lahko vplivamo, in na tiste, ki so nekako družbeno pogojeni. Omejili se bomo na prve.

Preglednica 5.15: Tipi branih romanov in spodbude za več branja

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	941	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Q23 Kaksne romane v slo najraje berete</b>						
klasični roman oz. sodobno leposlovje	162	17	11,4	20,9	21,7	27,1
ljubezenski roman	217	23	21,8	24,0	27,7	19,4
zgodovinski roman	231	25	20,2	37,2	23,3	29,2
kriminalke in detektivke	260	28	24,5	26,4	32,0	33,1
fantazijski ali znanstvenofantastični roman	96	10	7,5	10,1	14,9	12,5
drugi žanrski roman	27	3	2,1	6,3	2,0	3,4
drugo	9	1	0,6	1,6	0,0	2,1
<b>Q37 Kaj bi vas spodbudilo, da bi kupovali več knjig oz. bi jih kupovali bolj pogosto?</b>						
nižje cene	589	63	49,4	73,6	72,9	80,0
več časa za branje	551	58	51,4	62,8	67,0	65,5
več knjigarn	25	3	1,1	3,1	3,0	7,6
boljša dostopnost knjig na drugih lokacijah (npr. v trgovskih cer	72	8	5,8	6,2	6,4	16,7
boljša urejenost spletnih knjigarn s slovenskimi knjigami	38	4	2,8	3,1	2,5	11,0
boljša informiranost o novih knjigah	112	12	9,4	16,4	13,4	13,8
večja prepričanost, da mi knjige res koristijo	109	12	18,2	7,8	4,9	2,8
nič (si raje izposodi/ne bere knjig)	37	4	7,1	2,3	0,0	0,7
večji dohodek	18	2	3,2	0,0	1,0	0,7
Q37 Kaj bi vas spodbudilo_več prostora doma						
več prostora doma	10	1	0,4	0,8	1,5	2,8
večja izbira (tujih, prevedenih)	6	1	0,6	0,8	1,0	0,7

Nižjo ceno knjig skoraj dve tretjini anketirancev navaja kot pomemben dejavnik za bolj intenzivno kupovanje knjig, med to populacijo pa so intenzivni kupci knjig v vseh kategorijah. Iz tega lahko sklepamo, da bi v primeru nižjih knjižnih cen dejansko kupovali več knjig, zato pa je tudi logično, da je znotraj te skupine tudi velik del populacije, ki sploh ne kupuje knjig. Več knjigarn (3 %), boljša dostopnost knjig v trgovskih centrih in drugod (8 %) ter boljša urejenost spletnih knjigarn s slovenskimi knjigami (4 %) so drugi

dejavniki, ki bi k dodatnemu nakupu spodbudili predvsem kategorijo tistih, ki kupujejo več kot 6 knjig letno, pri čemer slednji, torej tisti, ki navajajo boljšo urejenost spletnih knjigarn s spletnimi knjigami kot dejavnik, ki bi spodbudil večje nakupovanje knjig, predstavljajo 11 % veliko skupino tistih, ki kupujejo šest knjig in več letno.

Na drugi strani pa bi večja prepričanost, da knjige res koristijo, lahko zmanjšala skupino tistih (takih je 12 %), ki knjig ne kupujejo iz tega razloga, saj znotraj nekupcev knjig obsegajo skoraj petino populacije (18 %). To je morda skupina, na katero se da vplivati z jasno strukturiranim sporočilom v morebitni javni kampanji za promocijo branja, kupovanja in posedovanja knjig.

## 5.19 Kraj kupovanja knjig v povezavi s številom kupljenih knjig

Preglednica 5.16: Kraji kupovanja novih tiskanih knjig

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	941	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Q38..KARTICA(1)..Za koga najpogosteje kupujete knjige?</b>			<i>p: 0</i>			
zase	263	55	63,8	52,7	57,8	50,4
za darilo prijateljem (sorodnikom, sodelavcem ...)	80	17	15,5	31,2	17,8	6,5
za otroke	130	27	20,7	16,1	23,8	43,2
drugo	1	0	0,0	0,0	0,5	0,0
<b>Q39 Kje oz na kak način kupujete nove tiskane knjige</b>						
v knjigarnah	357	38	7,3	59,7	67,8	75,2
trgovskih centrih in drugih trgovinah z mešanim blagom	175	19	3,6	27,1	32,2	40,0
v spletnih knjigarnah založb	85	9	1,5	4,7	16,3	26,9
v drugih spletnih knjigarnah in trgovinah	56	6	1,1	7,8	8,9	15,9
v knjižnem klubu	89	9	0,9	7,0	16,8	29,0
prek založbinih katalogov in ponudb po pošti	33	4	2,1	2,3	5,9	5,6
prek telefonske prodaje	13	1	0,0	1,6	2,5	4,2
od zastopnikov (akviziterjev)	8	1	0,2	1,6	1,5	1,4
na knjižnih sejmih	52	6	0,6	3,1	9,9	17,2
kupil v antikvariatu	55	6	0,6	5,4	7,4	20,8
drugo	9	1	0,2	1,6	0,5	3,4

Iz preglednice 5.16 lahko vidimo, da skoraj dve petini anketirane populacije (38 %), ki knjige kupuje, nove tiskane knjige kupuje v knjigarnah, ta skupina pa pozitivno statistično močno (z dvakratnim faktorjem) odstopa pri vseh kategorijah kupovanja knjig – najbolj znotraj skupine, ki kupuje več kot šest knjig letno. Podoben trend velja tudi za tiste, ki knjige kupujejo v trgovskih centrih (19 %), ta del populacije se je v zadnjih desetih letih vzpostavil kot drugi najmočnejši; to velja tudi za kategorijo kupovanja šest knjig letno in več (tudi pri tej je faktor glede na populacijo dvakraten). Tistih, ki kupujejo v spletnih knjigarnah slovenskih založb, je 9 %, znotraj skupine tistih, ki kupijo več kot šest knjig letno, pa pomenijo skoraj trikratnik svoje populacije, ki se po obsegu že lahko kosa s tistimi, ki kupujejo v knjižnem klubu. Vse pomembnejši postaja tudi šestodstotni del anketirane populacije, ki knjige kupuje v drugih spletnih knjigarnah in trgovinah. Znotraj skupine tistih, ki kupujejo šest knjig letno, ta del

obsega 2,5-kratnik svoje osnovne velikosti. Izraziti so tudi tisti, ki kupujejo na knjižnih sejmih in v antikvariatu (vsak del posebej obsega 6 % populacije), saj v kategoriji letnega nakupa šest knjig letno in več tudi pomenijo trikratnik svoje populacije.

Preglednica 5.16 nam nazorno pokaže, da nakupovanje knjig spodbuja nakupe novih knjig, pri tem pa so, ob upoštevanju majhnosti teh populacij, še posebno izrazite spletne knjigarne ter knjižni sejmi (antikvariatov tu ne upoštevamo, saj tam prodajajo rabljene knjige).

## 5.20 Oddaljenost od knjigarn in nakupovanje knjig

Kot kaže preglednica 5.17, oddaljenost od knjigarn ne vpliva bistveno na nakupovanje knjig. Petina anketiranih ima do knjigarne manj kot kilometer, a se to ne prenaša v statistično pozitivna odstopanja pri kaki od kategorij pogostosti kupovanja knjig, pri kategorijah 1–2 in 3–5 kupljenih knjig letno je ta vzorec celo rahlo podpovprečen, tako kot je pri 3–5 kupljenih knjigah letno rahlo nadpovprečen vzorec ljudi, ki imajo do knjigarne 1–5 kilometrov (take populacije je približno tretjina). Več kot pet kilometrov ima do knjigarne skoraj polovico anketirane populacije (46 %), vendar se to na kupovanju knjig pri bolj intenzivnih kupcih knjig odraža le rahlo negativno.

Preglednica 5.17: Oddaljenost od knjigarn, pogostost obiskovanja knjigarn

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	941	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Q43..KARTICA(1)..Približno kako daleč imate do najbližje knjigarne?</b>			p: 0,32			
manj kot en kilometer	187	20	21,5	14,7	17,3	22,9
od 1 do 5 kilometrov	307	33	30,7	28,7	37,6	35,4
od 5 do 15 kilometrov	287	31	30,5	34,9	29,7	27,8
več kot 15 kilometrov	151	16	15,9	20,9	14,9	13,9
ne vem, ne poznam nobene knjigarne	10	1	1,5	0,8	0,5	0,0
<b>Q44..KARTICA(1)..Kako pogosto obiščete knjigarno (ne glede na to, ali kupite knjig)</b>			p: 0			
enkrat na teden	23	2	1,1	0,0	3,5	7,6
dvakrat na mesec	67	7	2,6	4,6	11,4	17,4
enkrat na mesec	126	13	4,9	11,5	21,8	29,9
vsake tri mesece	158	17	8,2	28,5	27,7	19,4
redkeje	417	44	53,6	51,5	32,2	23,6
nikoli	152	16	29,6	3,8	3,5	2,1

## 5.21 Pogostost obiskovanja knjigarn in nakupovanje knjig

Pač pa, kot kaže preglednica 5.17, obstaja pomembna povezava med pogostostjo obiskovanja knjigarn in številom kupljenih knjig. Približno desetina anketiranih obiskuje knjigarno vsaj dvakrat mesečno (takih je skupaj 9 %), ti pa tvorijo ravno četrtno skupine, ki kupuje več kot šest knjig letno, in 15 % tistih, ki kupujejo 3–5 knjig letno. S stališča nakupnega procesa je še posebno močna skupina, ki knjigarne obiskuje enkrat mesečno

(takih je 13 %), saj tvorijo petino tistih, ki kupijo 3–5 knjig letno, in 30 % tistih, ki kupijo več kot šest knjig letno. Trimesečno obiskovanje knjigarn (takih anketirancev je 17 %) knjižne kupce še vedno ohranja v nakupnem procesu, saj tako pogosti obiskovalci pomenijo dobro četrtnino tistih, ki kupujejo 1–2 in 3–5 knjig letno, statistično enakovredno pa so zastopani tudi med najbolj intenzivnimi kupci knjig. Tisti, ki knjigarne obiskujejo redkeje (44 %) ali sploh nikoli (15 %), tvorijo več kot štiri petine anketirancev, ki sploh ne kupujejo knjig, vseeno pa so anketiranci, ki so se označili za redke obiskovalce knjigarn, najpomembnejši v kategoriji nakupa 1–2 knjigi letno, saj obsegajo več kot polovico te skupine.

Rezultati odgovorov na to vprašanje nazorno kažejo, da ohranjanje obiskovanja knjigarn vsaj vsake tri mesece knjižne kupce ohranja v stiku z novimi knjigami, s tem pa tudi v knjižnonakupnem procesu. To pojasnjuje tudi večdesetletno uspešno delovanje Sveta knjige.

## 5.22 Najbolj pogosta obdobja obiskovanja knjigarn in nakupovanje knjig

Preglednica 5.18: Obdobja obiskovanja in razlog obiskovanja knjigarn

	N	Procenti	Število novih tiskanih knjig, ki so jih kupili v zadnjem letu ne glede na jezik			
			nič	1-2 knjigi	3-5 knjig	6 knjig in več
<b>Total</b>	941	100	49,5	13,7	21,5	15,4
<b>Q45..KARTICA(1)..Kdaj najpogosteje obiskujete knjigarne?</b>			<i>p: 0</i>			
pred počitnicami	50	6	4,9	8,1	9,6	3,5
pred božičem in novim letom	58	7	6,1	8,9	9,1	6,3
pred začetkom šolskega leta	54	7	8,5	6,5	6,1	4,2
ko izvem, da je izšla kaka knjiga, ki me zanima	38	5	3,4	5,6	6,6	4,9
popolnoma neodvisno od časa, po potrebi	432	55	48,2	56,5	53,8	68,5
naključno	159	20	29,0	14,5	14,7	12,6
<b>Q46..KARTICA(1)..Kaj je najpogostejši razlog za obisk knjigarne?</b>			<i>p: 0</i>			
seznanitev s knjižnimi novostmi	87	11	6,1	14,5	15,4	13,3
nakup točno določene knjige	157	20	12,2	24,2	25,1	26,6
nakup knjige, ki jo izberem v knjigarni	69	9	4,0	8,9	9,7	18,2
nakup učbenika (učnega gradiva ...)	90	11	17,1	8,1	8,2	6,3
nakup česa drugega (papirne galanterije, igrače, zgoščenke, ...)	193	24	34,8	25,0	17,4	9,8
udeležba na književnem dogodku	5	1	0,9	0,0	0,5	0,7
grem mimo	174	22	22,9	16,1	22,6	23,8
darilo.	4	1	0,3	0,8	0,5	0,7
drugo	11	1	1,8	2,4	0,5	0,7

Kot kaže preglednica 5.18, ne obstajajo kaka izrazita obdobja, ko kupci knjig obiskujejo knjigarne. Več kot pol anketirancev (55 %), odgovarja, da knjigarne obiskujejo popolnoma neodvisno od časa in po potrebi; ti tvorijo več kot dve tretjini tistih, ki kupujejo več kot šest knjig letno. Vsi drugi primeri konkretnih obdobij (razen naključnih obiskovalcev) so relativno majhni in precej neizraziti. Morda velja izpostaviti manjšo skupino anketirancev (6 %), ki knjigarne obiskuje pred počitnicami in kupijo 3–5 knjig letno – gre za klasične sezonske kupce, ki pa jim založniki v smislu frekvenca izdajanja svojih knjig morda posvečajo celo preveč pozornosti. Vseeno pa se kaže neka distinkcija: tistih, ki knjigarne

obiskujejo naključno, je po odgovorih anketirancev ravno petina, ti pa tvorijo tri desetine (29 %) tistih, ki sploh ne kupujejo knjig, statistično negativne pa so pri tej populaciji tudi vse druge kategorije nakupovanja knjig. Očitno je namen obiska knjigarne, četudi neodvisen od časa, vendar spodbujen z notranjo potrebo, najbolj pomemben dejavnik pri kasnejšem kupovanju knjig.

### 5.23 Najpogostejši razlog za obisk knjigarn v povezavi z nakupovanjem knjig

Nadaljevanje tabele 5.18 to potrjuje. Jasen namen, bodisi seznanitev s knjižnimi novostmi ali pa nakup točno določene knjige, tvorita skupino, veliko skoraj tretjino anketirane populacije (31 %), ki tvori dve petini v vseh kategorijah nakupa knjig. Pomemben del intenzivnih kupcev knjig sestavlja tudi skupina ljudi, ki knjigarno obišče z namenom, da si tam kupi novo knjigo (takih je 9 %), saj tvori skoraj petino (18 %) vseh, ki kupujejo več kot šest knjig letno. Te tri razloge navaja več kot polovica vseh kupcev v kategoriji 3–5 kupljenih knjig letno in skoraj tri petine vseh kupcev v kategoriji več kot šest kupljenih knjig letno.

Pomembnost knjižne izložbe in v njej razstavljenih knjig kaže odgovor »grem mimo«. Anketirancev, ki v knjigarno zavijejo iz tega razloga, je več kot petina (22 %), ta skupina pa je stabilna pri nakupovanju 3–5 in več kot šest knjig letno. Nakup učbenikov ali česa drugega (takih anketirancev je dobra tretjina, torej 35 %) se po tej anketi kaže kot manj pomemben parameter pri kupovanju več kot šest knjig letno, je pa ta kategorija pomembna pri nakupovanju 1–2 knjig letno in pomeni tretjino te skupine ter pri skupini, ki kupuje 3–5 knjig letno, znotraj katere kljub negativni statistični povezavi tvori četrtno.

Po dosedanjih analizah se lahko v sklepnem delu poročila posvetimo še priporočilom za prihodnje ravnanje na področju kulturnih politik v zvezi s slovensko knjigo.

## 6. SKLEP

### 6.1 Prilika o mrtvem konju in beli knjigi ali nekaj misli o prihodnosti

*Miha Kovač*

Slovenski knjižni prostor prečijo zelo različni interesi: založniki si, ne glede na svojo velikost na trgu, konkurirajo med sabo, tržnost razmerja med knjigarnarji in založniki se kaže v boju za višje oziroma nižje rabate ali marže, ki se včasih dogaja celo znotraj posameznega podjetja ali skupine, avtorji pa se borijo za višje honorarje, za kakršne se v tržnem okolju lahko pogodijo le na račun manjših zaslužkov založnikov in knjigarnarjev ali višjih subvencij. V slovenskem sistemu financiranja kulture iz tržne tekme niso izključeni niti knjižničarji, saj se njihova malha iz proračuna polni tudi glede na število izposoj in obiskov, za povrh pa tudi pri njih deloma velja, da je ostanek denarja obratno sorazmeren s tistim, kar plačajo založnikom za knjige.

Ena od značilnosti slovenskega knjižnega prostora je tudi to, da se ti različni partikularni interesi radi preoblačijo v javni interes oziroma svojo partikularno pozicijo ponujajo kot javno – in posledično rešitev svojih partikularnih težav razumejo kot univerzalno rešitev vseh zagat, ki dušijo slovensko knjigo. Po mojih izkušnjah je stopnja empatije do položaja in do stališč drugih v slovenskem knjižnem prostoru relativno nizka in se za povrh niža s količino denarja, ki se obrača v njem. Pri razpravah o skupni slovenski knjižni politiki velja zato na koncu malih možganov vedno imeti tisto staro srbsko modrost, ki pravi, »ne vjeruj nikome, pa ni mrtvome konju«; z malce cinizma bi k temu še lahko dodal, da tudi tistemu kovaču ne, ki je za časa življenja tega konja občasno tudi podkoyal.

Naj mi bo ob tem opozorilu dovoljeno osvetliti predvsem enega izmed problemov slovenske knjige, ki se je ob raziskavi *KiB V* pokazal prvič in je vezan na vprašanje, kako sploh meriti uspešnost državne politike na področju knjige. Moj predlog je, da bi to veljalo početi s kazalniki, ki bi kot vrednota veljali v širši družbi, ne samo med knjižnimi profesionalci; merila, kot so število knjižničnih izposoj ali dobički založnikov, pri tem zato odpadejo. O tem bi sicer veljalo opraviti širšo razpravo pod pokroviteljstvom ministrstva za kulturo in o predlaganih merilih sprejeti čim širši konsenz, a naj mi bo dovoljeno prvemu vreči rokavico: predlagam, da bi bilo eno izmed ključnih meril kakovostne državne knjižne politike in njenega vpliva na delovanje knjižničnih, knjigotrških in založniških podsistemov razvoj bralnih navad in branje knjig v slovenščini.

Pri tem postaja vse bolj jasno tudi to, da v današnji anglicizirani in digitalizirani dobi bralne navade in branje knjig v slovenščini niso več samoumevna vrednota, pa naj gre za branje knjig v tiskanem ali elektronskem formatu. Zato bo bralne navade kot vrednoto treba utemeljiti na novo in drugače, kot smo to počeli v časih prebujanja narodne zavesti, ki so se z osamosvojitvijo Slovenije dokončno izpeli; v založniških krogih konec tega časa slej ko prej nakazuje izginotje založbe Nova revija iz kulturne orbite.

Tu za obširnejšo razpravo o pomenu bralnih navad seveda ni ne prostor ne čas; omenimo le, da kar nekaj raziskav opozarja, da se s pretirano rabo spleta pri ljudeh manjša zmožnost koncentracije in verbalnih komunikacijskih sposobnosti, branje knjig pa nam tovrstne sposobnosti vrača in utrjuje, s čimer nedvomno (p)ostaja eden od temeljev intelektualne kondicije našega časa.

A naj bo že kakor koli: če predpostavimo, da so bralne navade želeni družbeni vrednoti, in s tem vatlom premerimo zadnjih petnajst let slovenske knjižne politike, rezultati ne zaslužijo ravno gromkega aplavza, saj je število kupcev knjig enako, kot je bilo leta 1973, število bralcev pa je za 3 % nižje, kot je bilo leta 1998, pri čemer je daleč najslabše to, da vse manj tistih, ki knjige kupujejo in berejo redno. Še več: naravnost tragično je, da je največji upad bralcev (20 %) med visoko izobraženimi, ki so doslej veljali za trdnjavo bralnih navad. Za povrh na podlagi *KiB V* vemo tudi to, da se predvsem del mlajših bralcev seli v novo bralno okolje, med e-knjige, objavljene v angleščini. Kljub temu da gre za lekarniško majhno družbeno skupino, njen obstoj prav zato, ker gre za mlajše bralce, morda nakazuje prevladujoče bralne vzorce jutrišnjega dne.

Vsi ti trendi so, potem ko jih podrobneje primerjamo s stanjem na knjižnem trgu, nekoliko nenavadni. Drži, da jih je spremljalo močno finančno krčenje založniškega sektorja, a na račun usihanja predvsem dveh segmentov knjig, ki imata z bralnimi navadami le posredno povezavo (tj. z usihanjem akviziterske prodaje knjig od vrat do vrat in s padcem prodaje učbenikov in delovnih zvezkov). Še več, kljub finančnemu krčenju je zasebnemu sektorju po letu 1998 uspelo pomembno razširiti maloprodajno mrežo za knjige na bencinske servise in v trgovske centre, ob tem pa tudi občutno povečati produkcijo novih knjižnih naslovov, vključno z zahtevnejšimi subvencioniranimi knjigami. Hkrati je rasel tudi javni sektor, saj so se v letih 1998–2013 pomembno povečala sredstva za splošne knjižnice, s tem pa tudi izposoja knjig (s stališča bralnih navad sicer za precej manj, kot kažejo uradne knjižničarske statistike, a to je že druga zgodba).

Kakor koli torej obračamo podatke, je po mojem na njihovi podlagi mogoč le en sklep: **v letih 1998–2013 smo v Sloveniji pomembno povečali dostopnost knjige in tudi izboljšali njeno ponudbo, ne glede na to pa so bralne in knjižnonakupne navade stagnirale.** Argument, da je tako zaradi recesije in digitalizacije, ne vzdrži v celoti, saj je leta 2011 objavljena raziskava Evrostata pokazala, da se Slovenija uvršča med bralno slabše razvite evropske države, zato ohranjanje obstoječih bralnih razmerij ne more biti uspeh; iz izkušenj drugih namreč vemo, da je mogoče seči bistveno dlje. Z večjim deležem javnega sektorja ter boljšo in širšo ponudbo zasebnega sektorja bi bilo edino logično, da bi se to tudi zgodilo. Pa se ni.

Kaj je torej bilo narobe? In kaj storiti, da bomo presegli tako stanje?

Glede na zgornjo priliko o mrtvem konju bo moj odgovor neizogibno pitijski: začeti bi veljalo s konsenzom o tem, da so bralne navade vrednota, ki jo v slovenski družbi velja braniti tudi v digitalni dobi, nato pa v drugem koraku pripraviti neke vrste belo knjigo o knjigi, katere temelj bi bil odgovor na vprašanje, kaj storiti, da bomo v naslednjih petnajstih letih izboljšali bralne navade v Sloveniji tako, da jih bomo približali bralno najbolj razvitim državam v Evropi.

Pri tovrstnih razpravah se bomo srečevali s težavami na dveh ravneh. Upad branja med najbolj izobraženimi sloji nakazuje, da ima zgodba o družbi znanja, ki smo jo tako radi ponavljali v devetdesetih letih, tudi svojo temno plat, namreč inflacijo vpisa na univerze, devalvacijo univerzitetnih diplom in svojevrstno »proletarizacijo« umskega dela, ki ga še nadgrajuje digitalizacija s procesom, ki ga v medijsko bolj osveščenih deželah imenujejo razkroj besedilnega uma. Naj mi bo dovoljeno še domnevati, da so vsi ti procesi pripeljali do vedno več nezaposlenih in vedno slabše plačanih formalno visoko izobraženih, ki pa očitno nimajo prave potrebe po globlji refleksiji lastnega položaja, s tem pa tudi ne potrebe po branju knjig. V Marxovem duhu bi lahko rekli, da za razliko od prejšnjih generacij izobražencev, ki so vsaj občasno delovali kot razred za sebe, novodobni izobraženci obstajajo predvsem kot razred na sebi.



Pri tem se, da ne bo nesporazumov, ne zavzemam za socialistično revolucijo; verjamem le v to, da precej radikalnih sprememb bralnih navad, ki jih je zaznala naša raziskava, ne bomo razumeli, če nanje ne bomo znali pogledati v kontekstu doslej v veliki meri še neartikuliranih družbenih sprememb, ki so se nam v Sloveniji zgodile v zadnjih petnajstih letih. Samo na podlagi tega bo po mojem mnenju mogoče graditi tudi dolgoročno in produktivno knjižno politiko.

Vsaj kar zadeva založniško, knjigotrško in knjižnično dejavnost, pa verjamem – če mi je ob tem dovoljeno malce cinizma –, da bi bila ta na operativni ravni bolj učinkovita, če bi premogla kanček več (neo)liberalne pameti. Naša raziskava je namreč pokazala tudi to, da smo bili v zadnjih šestnajstih letih očitno dobri v širjenju javnega sektorja na področju knjig, ki smo jih za povrh v pretežno zasebnem sektorju očitno znali proizvesti v vedno večjih količinah in jih tudi prodajati po nekaj novih prodajnih poteh. Kakih pretiranih rezerv zato po mojem mnenju nimamo ne v razvoju knjižnične mreže (ki jo je, da ne bo nesporazumov, absolutno treba ohranjati kot pomembno vrednoto slovenske družbe), niti v distribuciji in produkciji (pri čemer sicer več kakovosti ne bi škodilo, a to je druga zgodba), ampak predvsem v trženju in promociji knjig in branja ter v ustreznem odzivanju in hkratnem oblikovanju tržnih trendov. Eno izmed ključnih vprašanj, na katera bi morala odgovoriti predlagana bela knjiga, je zato po mojem mnenju, kako v slovenski knjigotrški in založniški branži dvigniti trženjske in marketinške kompetence. Da je to v splošnem interesu, lahko sklepamo tudi iz dejstva, da konec zahtevne leksikalne knjižne produkcije nakazuje, da je zasebni sektor pri razvoju knjižne kulture izjemno pomemben in ga javni v mnogih segmentih ne more nadomestiti.

Verjamem, da bi bilo vse ukrepe mogoče naštetih in operacionalizirati na dveh ali treh računalniških zaslonih: tisto, kar bo bistveno težje, bo doseči konsenz o njih. Sodbo o tem pa seveda prepuščam avtorjem raziskave *KiB 6*, ki jo je – glede na dosedanjo dinamiko ponavljanja teh raziskav – mogoče pričakovati leta 2029.

## 6.2 Možni ukrepi za izboljšanje stanja na področju branja in nakupovanja knjig

*Samo Rugelj*

Čeravno na stanje založništva ter na branje in nakupovanje knjig neposredno vpliva splošno stanje v družbi in gospodarstvu, pri čemer se je Slovenija po letu 2008 soočala z upadanjem na vseh družbenih področjih, izsledki naše raziskave kažejo na nekaj smeri, kjer bi bilo mogoče s serijo premišljenih ukrepov izboljšati stanje. V nadaljevanju naštevam nekatere, ki so po mojem mnenju najpomembnejši, pri njih pa izhajam iz knjižnonakupnih navad, ugotovljenih v raziskavi, in iz ukrepov, ki bi jih lahko izvajali prek javnih institucij. Nekateri od predlogov se nanašajo tudi na vlogo knjig v vzgojno-izobraževalnem sistemu, saj je šola poleg domačega okolja pač še vedno najpomembnejši prostor za privzgajanje ljubezni do jezika in branja knjig. Pri tem želi avtor teh vrstic, sicer tudi oče treh odraščajočih otrok, le pokazati na smeri razmišljanja o morebitnih spremembah pri prihodnji šolski knjižni vzgoji in pouku.

### *Ukrepi, ki izhajajo iz demografije kupcev*

Kot primarna ciljna skupina za nacionalno spodbujanje branja in nakupovanja knjig se izkazuje zaposlene ženske, stare od 25 do 44 let (pri razširjeni demografski skupini pa še ženske, stare od 45 do 54 let), ki imajo vsaj višjo izobrazbo. Ta skupina je pomembna z dveh vidikov: po eni strani so te ženske že same po sebi bolj vpete v kupovanje knjig od moških, po drugi strani pa imajo običajno večji neposredni vpliv tudi na prihodnjo vzgojo in (knjižno) obnašanje svojih otrok.

Kot sekundarna demografska skupina za nacionalno spodbujanje branja in nakupovanja knjig pa se kažejo mladi, stari od 15 do 24 let, ki so, tako lahko ugotovimo iz rezultatov raziskave, že vstopili tako v bralni kot tudi v nakupni proces knjig, s primerno nacionalno kampanjo, ki lahko poteka prek različnih knjižnih deležnikov, pa se lahko trdneje zasidrajo v tem procesu.

### *Ukrepi, ki izhajajo iz pogostosti in tipov branja*

Iz raziskave je vidno, da knjige dolgoročno kupujejo tisti, ki preberejo vsaj eno leposlovno knjigo na dva meseca oziroma vsaj šest knjig letno. Večina odraslih bralcev, ki bere, bere slovenske in prevedene romane, saj ti po odgovorih anketirane skupine skupaj tvorijo več kot štiri petine vseh branih knjig (druge literarne zvrsti so precej manj brane). V tem smislu bi lahko dolgoročno usmerili tudi osnovnošolsko in srednješolsko šolsko knjižno vzgojo.

Ta je sedaj v osnovni šoli zastavljena iz obveznega domačega branja in neobvezne bralne značke, v srednji šoli pa iz obveznega domačega branja. V skladu z izsledki raziskave bi bilo za stabiliziranje dolgoročnih bralnih navad optimalno, da bi učenci in dijaki prebrali vsaj en roman na vsako šolsko četrletje. Sedaj se ponekod v srednjih šolah, denimo, dogaja, da dijaki v enem šolskem letu prebirajo samo eno literarno zvrst (denimo drame), s katerimi se kot odrasli bralci praviloma sploh ne bodo srečevali. Po drugi strani pa tudi rezultati bralne značke zelo nihajo, znotraj posameznih šol na istem geografskem področju tudi za petkrat (na območju Ljubljane so tako npr. šole, v katerih učenci dosegajo bralno značko samo v petnajstodstotnem okviru, in tudi šole, v katerih bralno značko uspešno doseže 75 % učencev). Navajanje učencev in dijakov na kontinuirano in trajno branje leposlovja je seveda mogoče samo tako, da »predpisujemo« tudi knjige, ki v bralcih

zbujajo veselje do nadaljnjega branja. Zato bi moral biti leposlovni program sestavljen raznoliko in bi moral še posebno v srednji šoli, ko se dokončno oblikujejo stabilne bralne navade, vsebovati tudi knjige, ki so zunaj domače in tuje leposlovne klasike.

Izsledki raziskave namreč kažejo, da šola ni samo pozitiven dejavnik pri spodbujanju kasnejšega branja knjig, saj je skupina knjižnih nekupcev največja ravno med tistimi, ki šolo navajajo kot najmočnejši dejavnik pri dolgoročnem branju knjig. Poleg branja leposlovja v slovenščini je, kot kažejo izsledki raziskave, smiselno tudi načrtno spodbujanje branja knjig v tujih jezikih tako v osnovni kot srednji šoli.

#### *Ukrepi, ki izhajajo iz obiskovanja knjižnic in posojanja knjig*

Tisti, ki obiskujejo knjižnico vsaj enkrat mesečno, so v veliko večji meri tudi kupci knjig različnih intenzivnosti, kot pa tisti, ki knjižnice obiskujejo redkeje. Glede na to, da so šolske knjižnice pogosto v nezavidljivem stanju – tako glede svoje infrastrukture kot tudi glede celovite knjižne ponudbe in najnovejših knjižnih izdaj –, je najbrž smiselno prilagoditi izobraževalni proces tako, da učenci in dijaki vsaj enkrat mesečno obišejo najbolj opremljeno in založeno knjižnico v bližini. Zahajanje v knjižnico in branje knjig najbolj učinkovito ustvarjata dolgoročne bralce, posledično pa tudi kupce knjig.

Glede na to, da ima pozitivne učinke na branje in kasnejše kupovanje že tudi samo izposojanje knjig (ni nujno, da iz knjižnice), bi lahko v šolah sistematično začeli z akcijami medsebojnega posojanja knjig. V nekem spontanem okviru se posojanje knjig (med neznanimi ljudmi) že dogaja s t. i. »knjigobežnicami«, tovrstne akcije pa bi se lahko preselile tudi na osnovnošolsko in srednješolsko knjižno polje.

#### *Ukrepi, ki izhajajo iz posedovanja knjig*

Glede na rezultate raziskave se posedovanje vsaj sto knjig v domačem okolju kaže kot nekakšna meja, ki začne spodbujati nakupovanje knjig. Okvir te raziskave in predlagani ukrepi seveda ne morejo biti tako široki, da bi vključevali morebitne dejavnosti, ki bi pri določenem delu šolajoče se populacije spodbujale posedovanje knjig, vendar pa je lastna (četudi majhna) osebna knjižnica dijaka ob koncu srednje šole (seveda sestavljena iz dijaku ljubih knjig), eden izmed najbolj zanesljivih spodbujevalcev kasnejšega branja in nakupovanja knjig. Knjige v e-obliki na tem področju prihodnjim generacijam odraščajoče mladine in tudi njihovim učiteljem ponujajo nove izzive in priložnosti.

#### *Ukrepi v zvezi z informiranjem o knjigah*

Po izsledkih raziskave dobro dostopne informacije v zvezi s knjigami pozitivno vplivajo na knjižnonakupne navade anketirancev. Pri tem izstopajo tiskovine, specializirane za knjige (kar je logično, saj je sedaj večina slovenskih knjig prodanih v tiskani obliki), in spletne strani, specializirane za knjige, ki omogočajo dostop od koder koli. Zato je v produkcijo in krepitev teh vsebin gotovo smiselno usmeriti dodatna sredstva, in sicer v a) krepitev portalov, ki so bogati s knjižnimi informacijami, b) krepitev in osveževanje spletnih strani založb, ki izdajajo knjige v javnem interesu, ter c) spodbujanje nastajanja oziroma razširjanje tiskovin, ki v čim višji nakladi prinašajo jasno strukturirane informacije o knjigah.

#### *Ukrepi v zvezi s krepitevijo ponudbe slovenskih e-knjig*

Kot je vidno iz raziskave, del bralcev in kupcev knjig aktivno povprašuje po e-knjigah tako s perspektive njihovega branja kot tudi nakupovanja. Spomladi 2014 je JAK že naredila ciljni razpis za podporo izdajanja subvencioniranih knjig v e-obliki, izsledki raziskave pa

kažejo, da je treba nadaljevati s tem, saj se bodo v nasprotnem primeru, če torej tudi v slovenščini ne bo obstajal soliden nabor knjižnih naslovov v e-obliki, napredni nakupovalci knjig povsem navadili na kupovanje e-knjig samo v tujih jezikih.

*Ukrepi v zvezi s spodbudami, ki bi okrepile nakupovanje knjig*

Država ima v zvezi s spodbudami, ki bo okrepile nakupovanje knjig, prek svojih institucij sicer omejene možnosti delovanja, nekaj pa jih vseeno ima. Naštejmo jih nekaj:

- Za knjige, ki dobivajo javno podporo v obliki subvencije, bi lahko – kot je že v preteklosti – bolj precizno zahtevala nižjo ceno od običajne tržne, kar bi vsaj do neke mere olajšalo dostop do teh knjižnih naslovov.
- Z usmerjeno nacionalno kampanjo bi lahko argumentirano postregla z dokazi, da sta branje in posedovanje knjig koristna.
- S ciljno usmerjenimi razpisi bi lahko spodbujala razvoj obstoječih in novih spletnih knjigarn, kar bi lahko dosegla s precej nižjimi sredstvi, kot jih sedaj namenja za promocijo delovanja zidanih knjigarn.

*Ukrepi v zvezi z najpogostejšimi obdobji kupovanja*

V skladu z nizozemsko izkušnjo nacionalnega promoviranja nakupovanja knjig (glej akcije nizozemske institucije z imenom Collective Promotion for the Dutch Book /CPNB/) bi prek jasno usmerjenih akcij določena koledarska obdobja – denimo spomladansko ob dnevu knjige in/ali jesensko pred »krompirjevimi« počitnicami –, ki na splošno niso tradicionalna obdobja za obiskovanje knjigarn in kupovanje knjig, izkoristili za organiziranje akcij, s katerimi bi dvignili zavedanje o knjigah določenega tipa, denimo teden mladinske literature, teden domačega leposlovja, teden žanrske literature itn., s čimer bi spodbujali ne samo branje, temveč tudi nakupovanje knjig. V okviru takih akcij bi se lahko – podobno kot spomladi 2014 pri Noči knjige in Noči knjigarn – povezali vsi knjižni deležniki od avtorjev do knjigarn.

# PRILOGA

## Anketni vprašalnik

Opomba: pod označbo vprašaja je naveden pogoj, komu je bilo postavljeno vprašanje, to pa je izhajalo iz odgovorov anketiranca.

### 1. q1

Ali ste v zadnjem mesecu v prostem času počeli katero od naslednjih dejavnosti?

	da	ne
gledanje televizije	1	2
obisk kina	1	2
obisk gledališča, klasičnega koncerta ali opere	1	2
obisk koncerta popularne glasbe, kluba ali veselice	1	2
obisk galerije ali muzeja	1	2
brskanje po spletu	1	2
spremljanje družabnih omrežij	1	2
branje časopisov in/ali revij v katerikoli obliki	1	2
branje knjig v tiskani ali elektronski obliki	1	2

### 2. q1a

(q1.9=2)

Ste v zadnjih treh mesecih prebrali kakšno knjigo v tiskani ali elektronski obliki?

1. Da
2. Ne

### 3. q1b

(q1a=2)

Bi sebe označili kot bralca knjig, torej da berete knjige?

1. Da
2. Ne

### 4. q2

(q1b=2)

Kaj je glavni razlog, da ne berete knjig?

Odpri odgovor

.....

**5. q3**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1))

**V nadaljevanju sledijo vprašanja, vezana na branje knjig ... Upoštevajte tako branje tiskanih kot elektronskih knjig.**

**Zakaj berete knjige?**

Odprti odgovor

.....

**6. q4**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1))

**Kateri dejavnik v vašem življenju oziroma v vašem okolju je, po vašem mnenju, najpomembneje vplival na to, da berete knjige**  
*en možen odgovor*

1. starši, sorodniki, domače okolje
2. šola (učitelji, profesorji, sošolci), obšolske dejavnosti (Bralna značka, Cankarjevo priznanje ipd.), fakulteta
3. prijatelji in znanci
97. drugo:

**7. q5**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1))

**Kako pogosto berete knjige?**

*en možen odgovor*

1. vsak dan
2. večkrat tedensko
3. najmanj enkrat na teden
4. enkrat do trikrat na mesec
5. redkeje

**8. q6**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1))

**Približno koliko knjig v slovenščini, ki niso vezane na delo ali študij, ste prebrali v zadnjih 12 mesecih?**

Najmanjša vrednost: 1; Največja vrednost: 998

0. nobene v zadnjih 12 mesecih
999. ne vem / ne morem oceniti

**9. q6a**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1)) AND (not (q6=0))

0. nobene v zadnjih 3 mesecih  
999. ne vem / ne morem oceniti

**10. preverim0**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1)) AND (not (q6=0)) AND (((q6a>0) and (q6a<999) and (q6>0) and (q6<999))) AND (q6a>q6)

**V zadnjih 12 mesecih ste prebrali ... knjig, v zadnjih 3 mesecih pa ... knjig, kar pomeni, da ste v zadnjih 3 mesecih prebrali več knjig kot v zadnjih 12 mesecih. Prosimo, popravite odgovor.**

1. nazaj na vpis za zadnjih 12 mesecev
2. nazaj na vpis za zadnje 3 mesece

**11. q7**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1)) AND ((q6>0) and ((q6a>0) and (q6a<999)))

**Omenili ste, da ste v zadnjih 3 mesecih prebrali ... knjig (od knjig, ki niso vezane na delo ali študij). Razvrstite jih po naštetih zvrsteh:**

		ne vem / ne morem oceniti
	nobene	
leposlovje za odrasle (romani, kratke zgodbe, drame, esejistika, poezija)	0	999
stvarna literatura ([avto]biografije, publicistika, poljudnoznanstvene knjige ...)	0	999
strokovna (znanstvena) literatura	0	999
priročniki s področja zdravja, osebne rasti in prostega časa, kuharske knjige, popotniški vodiči ipd.	0	999
knjige za otroke in mladino (leposlovje in poučne knjige)	0	999
druge zvrsti	0	999

**12. preverim1**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1)) AND ((q6>0) and ((q6a>0) and (q6a<999))) AND ((sumak1>q6a) or (sumak1<q6a))

**V zadnjih 3 mesecih ste prebrali ... knjig, po zvrsteh pa ste razporedili ... knjig, prosimo popravite.**

1. nazaj na vpis števila knjig v zadnjih 3 mesecih
2. nazaj na vpis po zvrsteh

**13. q7 drugo**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1)) AND ((q7.6&gt;0) and (q7.6&lt;999))

**Knjige katerih drugih zvrsti ste brali v zadnjih 3 mesecih?**

Odprti odgovor

**14. q8**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1))

**Kako pogosto dobite informacije o knjigah, ki vas zanimajo:**

	nikoli	včasih	pogosto
pri prijateljih, sodelavcih, znancih, sorodnikih	1	2	3
v knjižnici	1	2	3
v časopisih in revijah	1	2	3
v tiskovinah, specializiranih za knjige	1	2	3
na spletnih straneh, specializiranih za knjige	1	2	3
v knjigarni	1	2	3
v televizijskih in radijskih oddajah	1	2	3
na internetu	1	2	3
prek oglasnih sporočil in katalogov založb	1	2	3
prek ponudb po pošti ali e-pošti (prospekti, brošure, letaki)	1	2	3
prek telefonskega trženja	1	2	3
prek zastopniške prodaje (akviziterji)	1	2	3
drugje	1	2	3

**15. q8 drugo**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1)) AND (q8.13 in [2,3])

**Kje drugje dobite informacije o knjigah, ki vas zanimajo?**

Odprti odgovor

**16. q9****Bi želeli brati več knjig kot sedaj?**

1. da
2. ne



**17. q9a**

(q9=1)

**Kaj vas ovira?**

Odpri odgovor

.....

**18. q10**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1))

**Ali berete tudi knjige v tujem jeziku?**

1. da
2. ne

**19. q11**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1)) AND (q10=1)

**V katerem jeziku?**

*možnih je več odgovorov*

Več možnih odgovorov

1. angleščini
2. francoščini
3. nemščini
4. ruščini
5. hrvaščini
6. srbščini
7. italijanščini
8. madžarščini
9. španščini
97. v drugem jeziku:

**20. q12**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1)) AND (q10=1)

**Zakaj berete knjige v tujih jezikih?**

*možnih je več odgovorov*

Več možnih odgovorov

1. ker so cenejše
2. ker imam večjo izbiro
3. ker so prevodi v slovenščino slabi
4. ker knjige, ki me zanimajo, niso prevedene v slovenščino
5. ker pri branju v izvorniku bolj uživam
6. ker se ob branju učim tujega jezika
97. drugo:

**21. q13**

Ali imate otroke/rejence, ki že sami berejo knjige? Upoštevajte otroke, stare do vključno 14 let.

- 0. Nimam otrok
- 6. Ni otrok, ki že sami berejo
- 1. da, 1 otroka
- 2. da, 2 otroka
- 3. da, 3 otroke
- 4. da, 4 otroke
- 5. da, 5 otrok

**22. q14**

(not (q13 in [0,6]))

**Kako pogosto otrok bere knjige?**

	vsak dan	večkrat tedensko	najmanj enkrat na teden	trikrat na mesec	redkeje
1. otrok	1	2	3	4	5
2. otrok	1	2	3	4	5
3. otrok	1	2	3	4	5
4. otrok	1	2	3	4	5
5. otrok	1	2	3	4	5

**23. q15**

(not (q13 in [0,6]))

**Kje otrok dobi knjige?**

*možnih je več odgovorov*

Več možnih odgovorov

	v domači knjižnici	v šolski knjižnici	v splošni knjižnici	izposodi si jih pri sošolcih (prijateljih, sorodnikih ...)	kupim mu jih	kupi jih sam
1. otrok	1	2	3	4	5	6
1. otrok	1	2	3	4	5	6
1. otrok	1	2	3	4	5	6
1. otrok	1	2	3	4	5	6
1. otrok	1	2	3	4	5	6

**24. q16**

(not(q13=0))

**Kako pogosto na glas berete otrokom?**

1. vsak dan
2. večkrat na teden
3. enkrat na teden
4. večkrat na mesec
5. nikoli
6. nimam majhnih otrok

**25. q17**

**Kako pogosto hodite v knjižnico?**

1. enkrat na teden
2. dvakrat na mesec
3. enkrat na mesec
4. vsake tri mesece
5. redkeje
6. nikoli

**26. q18**

(q17<6)

**Kakšne knjige v slovenščini si največkrat izposodite?**

*en možen odgovor*

1. leposlovje za odrasle (romani, kratke zgodbe, drame, esejistika, poezija)
2. stvarna literatura ([avto]biografije, publicistika, poljudnoznanstvene knjige ...)
3. strokovna (znanstvena) literatura
4. priročniki s področja zdravja, osebostne rasti in prostega časa, kuharske knjige, popotniški vodiči ipd.
5. knjige za otroke in mladino (leposlovje in poučne knjige)
97. druge zvrsti:

**27. q19****Približno koliko TISKANIH knjig imate doma?****Lahko označite število knjig ali pa vpišete v metrih.***en možen odgovor*

0. doma nimam tiskanih knjig
1. manj kot 50 knjig
2. od 50 do 100 knjig
3. od 100 do 200 knjig
4. od 200 do 500 knjig
5. od 500 do 1000 knjig
6. več kot 1000 knjig
7. vpis v metrih

**28. q19t2**

(q19&gt;0)

**Koliko od vseh vaših tiskanih knjig je v tujem jeziku? Ocenite v odstotkih od vseh knjig.**

Najmanjša vrednost: 0; Največja vrednost: 100

.....%

**29. q19e****Približno koliko ELEKTRONSKIH knjig imate doma?***en možen odgovor*

0. doma nimam elektronskih knjig
1. manj kot 50 knjig
2. od 50 do 100 knjig
3. od 100 do 200 knjig
4. od 200 do 500 knjig
5. od 500 do 1000 knjig
6. več kot 1000 knjig

**30. q19e2**

(q19e&gt;0)

**Koliko od vseh vaših elektronskih knjig je v tujem jeziku? Ocenite v odstotkih od vseh elektronskih knjig.**

Najmanjša vrednost: 0; Največja vrednost: 100

.....%

**31. q20**

**Koliko časa je minilo, odkar ste nazadnje brali kako leposlovno knjigo v slovenščini (romani, kratke zgodbe, drame, esejistika, poezija)?**

1. berem jo trenutno
2. največ en teden
3. največ en mesec
4. več kot en mesec
5. več kot pol leta
6. več kot eno leto
7. ne berem leposlovja
8. ne berem knjig v slovenščini

**32. q21**

(q20<7)

**Kje ste jo dobili?**

1. izposodil sem si jo v knjižnici
2. posodil mi jo je prijatelj (znanec, sodelavec, sorodnik ...)
3. v domači knjižnici (velja za starejše knjige, kupljene, podarjene, najdene ipd.)
4. kupil v knjigarnah
5. kupil v trgovskih centrih in drugih trgovinah z mešanim blagom
6. kupil v spletnih knjigarnah založb
7. kupil v drugih spletnih knjigarnah in trgovinah
8. kupil v knjižnem klubu
9. kupil prek založbinih katalogov in ponudb po pošti
10. kupil prek telefonske prodaje
11. kupil od zastopnikov (akviziterjev)
12. kupil na knjižnih sejmih
13. kupil v antikvariatu
14. dobil sem jo v dar
15. ne spomnim se
97. drugo:

**33. q22**

(q20<7)

**Katere leposlovne knjige v slovenščini najraje berete?**

*en možen odgovor*

1. slovenske romane
2. prevedene romane
3. poezijo
4. dramatiko
5. eseje
97. drugo:

**34. q23**

(q20&lt;7) AND (q22 in [1,2])

**Kakšne romane (slovenske in prevedene) v slovenščini najraje berete?***možna sta dva odgovora*

Več možnih odgovorov

1. klasični roman oz. sodobno leposlovje
2. ljubezenski roman
3. zgodovinski roman
4. kriminalke in detektivke
5. fantazijski ali znanstvenofantastični roman
6. drugi žanrski roman
97. drugo:

**35. q24**

(q20&lt;7)

**Kako pomembni so za vas našeti kriteriji, da začnete brati leposlovno knjigo v slovenščini?**

	zelo pomembno	pomembno	manj pomembno	nepomembno
dobre knjižne ocene in nagrade	1	2	3	4
sofinanciranje Javne agencije za knjigo RS	1	2	3	4
uveljavljenost ali poznavanje avtorja	1	2	3	4
poznavanje kakovosti prevajalca	1	2	3	4
dobre knjižne ocene in nagrade	1	2	3	4
opis vsebine in/ali avtorja na platnici	1	2	3	4
založba	1	2	3	4
priporočilo prijateljev/znancev	1	2	3	4

**36. q25a**

(q20&lt;7)

**Ali si leposlovne knjige v slovenščini kdaj izposodite tudi v knjižnici ali pri nekom drugem?**

1. da
2. ne

**37. q25**

(q20<7) AND (q25a=1)

**Kaj vpliva na to, katero leposlovno knjigo v slovenščini si izposodite v knjižnici ali pri nekom drugem?**

*možnih je več odgovorov*

Več možnih odgovorov

1. priporočilo knjižničarja
2. priporočilo prijatelja (sodelavca, znanca, sorodnika ...)
3. strokovno priporočilo (literarna kritika) in nagrade
4. seznam najbolj branih knjig
5. seznam najbolj prodajanih knjig
6. avtorjevo oziroma prevajalčevo ime
7. privlačna naslovnica
8. založba
97. drugo:

**38. q26**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1))

**Ali berete e-knjige?**

1. da
2. ne

**39. q27**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1)) AND (q26=1)

**V katerem jeziku jih berete?**

*možnih je več odgovorov*

Več možnih odgovorov

0. slovenščini
1. angleščini
2. francoščini
3. nemščini
4. ruščini
5. hrvaščini
6. srbščini
7. italijanščini
8. madžarščini
9. španščini
97. v drugem jeziku:

**40. q28**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1)) AND (q26=1)

**Kako najpogosteje pridete do e-knjige?**

*en možen odgovor*

1. izposodim si jo v knjižnici
2. brezplačno si jo naložim s spleta ali od drugod
3. kupim jo pri slovenskem ponudniku e-knjig
4. kupim jo pri tujem/mednarodnem ponudniku e-knjig
5. brezplačno jo berem na različnih družabnih omrežjih, blogih itn.
97. drugo:

**41. q29**

((q1.9=1) or (q1a=1) or (q1b=1)) AND (q26=2)

**Zakaj ne berete e-knjig?**

*možni so trije odgovori*

Več možnih odgovorov

1. raje berem tiskane knjige
2. ker je v slovenščini premajhna izbira, knjig v drugih jezikih pa ne berem
3. ker nimam za to primerne naprave
4. ker me takšno branje ne zanima in ne zadovoljuje
5. o tem še nisem razmišljal
97. drugo:

**42. q30a**

**Ali kupujete knjige? Upoštevajte tako tiskane kot elektronske knjige.**

1. da
2. ne

**43. q30**

(q30a=1)

**Zakaj kupujete knjige?**

*možnih je več odgovorov*

Več možnih odgovorov

1. ker rad berem
2. zaradi otrok – želim jim ustvariti knjižnico
3. v sodobno stanovanje spada tudi knjižnica
4. knjige predstavljajo vrednost
5. knjige potrebujem tudi pri svojem poklicu
6. za vseživljenjsko izobraževanje
7. ne izposojam si jih rad
8. za darila
97. drugo:



**44. q31t**

**Kakšna bi morala biti cena običajne TISKANE knjige, da bi jo kupili brez velikega razmisleka?**

9999. ne vem

**45. q31e**

**Kakšna bi morala biti cena običajne ELEKTRONSKE knjige, da bi jo kupili brez velikega razmisleka?**

9999. ne vem

**46. q32**

**Približno koliko novih tiskanih knjig ste kupili v zadnjem letu, ne glede na jezik?**

Najmanjša vrednost: 1; Največja vrednost: 998

0. nobene

999. ne vem/ne morem oceniti

**47. q33**

((q32>0) and (q32<999))

**Približno koliko izmed njih je bilo angleških?**

0. nobena

1. manj kot 10 %

2. manj kot polovica

3. več kot polovica

4. vse

**48. q34**

**Približno koliko elektronskih knjig ste kupili v zadnjem letu?**

0. nobene

999. ne vem/ne morem oceniti

**49. q35**

((q34>0) and (q34<999))

**Približno koliko izmed njih je bilo angleških?**

0. nobena

1. manj kot 10 %

2. manj kot polovica

3. več kot polovica

4. vse

**50. q36**

(((q32&gt;0) and (q32&lt;999)) and (not(q33=4)))

**Razdelite število novih tiskanih knjig v slovenščini, ki ste jih kupili v zadnjem letu, po naštetih zvrsteh:**

		ne vem/ne morem oceniti
	nobene	
leposlovje za odrasle (romani, kratke zgodbe, drame, esejistika, poezija)	0	999
stvarna literatura ([avto]biografije, publicistika, poljudnoznanstvene knjige ...)	0	999
strokovna (znanstvena) literatura	0	999
leksikoni, slovarji in enciklopedije	0	999
knjige za otroke in mladino (leposlovje in poučne knjige)	0	999
priročniki s področja zdravja, osebnostne rasti in prostega časa, kuharske knjige, popotniški vodiči ipd.	0	999
druge zvrsti	0	999

**51. q36 drugo**

((q36.7&gt;0) and (q36.7&lt;999))

**Knjige katerih drugih zvrsti ste kupili v zadnjem letu?**

Odpri odgovor

.....

**52. preverim2**

((sumak2&gt;q32))

**Števek kupljenih tiskanih knjig po zvrsteh je večje kot število vseh kupljenih tiskanih knjig v zadnjem letu.**

**Prosimo, popravite.**

*Vseh tiskanih knjig, ki ste jih kupili v zadnjem letu:*

*Vseh knjig, ki ste jih razporedili po zvrsteh:*

1. nazaj na vpis števila knjig
2. nazaj na vpis po zvrsteh

**53. q41**

(q32=0)

**Zakaj niste v zadnjem letu kupili nobene nove tiskane knjige?**

Odpri odgovor

.....

**54. q42**

((q32>10) and (q32<999)) and (q36.1=0))

**Zakaj niste v zadnjem letu kupili nobene nove leposlovne tiskane knjige?**

Odprti odgovor

.....

**55. q37**

**Kaj bi vas spodbudilo, da bi kupovali več knjig oz. da bi jih kupovali bolj pogosto?**

*možni trije odgovori*

Več možnih odgovorov

1. nižje cene
2. več časa za branje
3. več knjigarn
4. boljša dostopnost knjig na drugih lokacijah (npr. v trgovskih centrih, trafikah, bencinskih črpalkah ipd.)
5. boljša urejenost spletnih knjigarn s slovenskimi knjigami
6. boljša informiranost o novih knjigah
7. večja prepričanost, da mi knjige res koristijo
97. drugo:

**56. q38**

(q30a=1)

**Za koga najpogosteje kupujete knjige?**

*en možen odgovor*

1. zase
2. za darilo prijateljem (sorodnikom, sodelavcem ...)
3. za otroke
97. drugo:

**57. q39**

(q30a=1)

**Kje oziroma na kakšen način kupujete nove tiskane knjige?***možnih je več odgovorov*

Več možnih odgovorov

1. v knjigarnah
2. v trgovskih centrih in drugih trgovinah z mešanim blagom
3. v spletnih knjigarnah založb
4. v drugih spletnih knjigarnah in trgovinah
5. v knjižnem klubu
6. prek založbinih katalogov in ponudb po pošti
7. prek telefonske prodaje
8. od zastopnikov (akviziterjev)
9. na knjižnih sejmih
10. v antikvariatu
99. drugo:
0. ne kupujem tiskanih knjig

**58. q40**

(q30a=1) AND ((q32&gt;5) and (q32&lt;999))

**Kako pomembni so za vas naštetih kriteriji, da kupite novo tiskano knjigo v slovenščini?**

	zelo pomembno		manj pomembno	
	1	2	3	4
dobre književne ocene in nagrade	1	2	3	4
privlačna naslovnica	1	2	3	4
cena	1	2	3	4
kakovost tiska in vezave	1	2	3	4
branost, popularnost	1	2	3	4
založba	1	2	3	4

**59. q43****Približno kako daleč imate do najbližje knjigarne?**

1. manj kot en kilometer
2. od 1 do 5 kilometrov
3. od 5 do 15 kilometrov
4. več kot 15 kilometrov
99. ne vem, ne poznam nobene knjigarne

**60. q44**

**Kako pogosto obiščete knjigarno (ne glede na to, ali kupite knjigo)?**

1. enkrat na teden
2. dvakrat na mesec
3. enkrat na mesec
4. vsake tri mesece
5. redkeje
6. nikoli

**61. q45**

(not (q44=6))

**Kdaj najpogosteje obiskujete knjigarne?**

1. pred počitnicami
2. pred božičem in novim letom
3. pred začetkom šolskega leta
4. ko izvem, da je izšla kaka knjiga, ki me zanima
5. popolnoma neodvisno od časa, po potrebi
6. naključno

**62. q46**

(not (q44=6))

**Kaj je najpogostejši razlog za obisk knjigarne?**

*en možen odgovor*

1. seznanitev s knjižnimi novostmi
2. nakup točno določene knjige
3. nakup knjige, ki jo izberem v knjigarni
4. nakup učbenika (učnega gradiva ...)
5. nakup česa drugega (papirne galanterije, igrače, zgoščenke, devedeja ...)
6. udeležba na književnem dogodku
7. grem mimo
97. drugo:

