

KNIHY A ČTENÍ

*Nákupní chování na trzích
kulturních produktů 2014*

Radim Bačuvčík

VeRBuM 2015

Radim Bačuvčík: Knihy a čtení
© VeRBuM, 2015

Knihy a čtení

*Nákupní chování na trzích
kulturních produktů 2014*

Radim Bačuvčík

KATALOGIZACE V KNIZE – NÁRODNÍ KNIHOVNA ČR

Bačuvčík, Radim

Knihy a čtení : nákupní chování na trzích kulturních produktů 2014 / Radim Bačuvčík. – 1. vydání. – Zlín :

Radim Bačuvčík – VeRBuM, 2015. – 248 stran

Anglické resumé

ISBN 978-80-87500-66-8

08/09 * 379.823 * 028.1 * 028.01 * 366.1 *

658.8:005.52 * 303.022 * 303.023 * (437.3)

- 2014

- knihy – Česko – 2011-2020

- četba – Česko – 2011-2020

- čtenářství – Česko – 2011-2020

- čtenářský vkus – Česko – 2011-2020

- spotřebitelské chování – Česko – 2011-2020

- marketingový výzkum – Česko – 2011-2020

- kvalitativní výzkum – Česko – 2011-2020

- kvantitativní výzkum – Česko – 2011-2020

- monografie

316.7 - Sociologie kultury. Kulturní život [1]

Recenzovali: **doc. Ing. Ivana Butoracová Šindleryová, PhD.**
 doc. PhDr. Ludmila Čábyová, PhD.

Monografii doporučila k publikaci Vědecká redakce nakladatelství VeRBuM

© Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D., 2015

© Radim Bačuvčík – VeRBuM, 2015

ISBN 978-80-87500-66-8

**Vznik této publikace byl podpořen v rámci Interní grantové agentury
Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně,
projekt č. IGA/FMK/2015/002, Nákupní chování na knižním trhu.**

www.fmk.utb.cz

OBSAH

ÚVOD	7
METODOLOGICKÁ POZNÁMKA	8
1 KNIHY, LITERATURA, ČTENÍ A VEŘEJNOST	9
1.1 Knižní trh v Česku	9
1.2 Vztah obyvatel ČR ke knihám a čtení	11
1.2.1 Čtení knih.....	12
1.2.2 Nabývání knih.....	14
1.2.3 Přístup ke knihám	15
2 PROČ LIDÉ ČTOU : KVALITATIVNÍ POHLED	18
2.1 Cíl a metoda výzkumu	18
2.1.1 Cíl výzkumu.....	18
2.1.2 Metoda realizace výzkumu	18
2.1.3 Charakteristika výběrového souboru	19
2.1.4 Způsob vyhodnocení výzkumu.....	19
2.2 Výběr knihy	20
2.2.1 Autor, žánr, téma	21
2.2.2 Doporučení a půjčování	24
2.2.3 Propagace, média.....	31
2.2.4 Dar	35
2.2.5 Nákup knih.....	38
2.2.6 Knihovna.....	41
2.2.7 Vlastní knihy.....	44
2.2.8 Potřeba informací.....	46
2.2.9 Čtení.....	49
2.3 Okamžik s knihou	55
2.3.1 Čas čtení.....	56
2.3.2 Místo čtení	61
2.3.3 Prostředí při čtení.....	68
2.3.4 Podmínky a předpoklady čtení	71
2.3.5 Překážky čtení.....	76
2.3.6 Důvody a důsledky čtení	80
2.3.7 Kniha.....	88
2.3.8 Typologie čtenářů podle způsobu a účelu čtení.....	93
2.4 Spokojenost s vlastním „čtenářským životem“	95
2.5 Vzpomínky na „povinnou literaturu“	104
2.6 Typologie přístupu lidí ke čtení podle benefitů	118

3 VZTAH LIDÍ KE KNIHÁM A ČTENÍ : KVANTITATIVNÍ POHLED	122
3.1 Cíl a metoda výzkumu	122
3.1.1 Cíl výzkumu	122
3.1.2 Metoda realizace výzkumu a jeho vyhodnocení	122
3.1.3 Složení základního a výběrového souboru podle pohlaví, věku a vzdělání	123
3.1.4 Další charakteristiky výběrového souboru	125
3.1.5 Umělecké vzdělání a aktivity výběrového souboru	127
3.1.6 Způsob vyhodnocení výzkumu	128
3.2 Frekvence čtení knih	129
3.3 Spontánní atraktivita čtení knih	138
3.4 Preferované literární žánry	144
3.5 Impulsy k výběru knih	157
3.6 Místa čtení knih	162
3.7 Návštěvy veřejných knihoven	166
3.8 Čtení knih v dětství	169
3.9 Sdílení zájmu o knihy se známými a přáteli	174
3.10 Asociace na pojmy literatura a čtení	177
3.11 Nákup knih	188
3.12 Místa nákupu knih	194
3.13 Vztah k elektronickým knihám	202
3.14 Pořizování elektronických knih	207
3.15 Významnost jednotlivých segmentačních kritérií	214
3.16 Specifika chování jednotlivých segmentů	216
3.16.1 Rozdíly v odpovědích podle pohlaví a věku	217
3.16.2 Rozdíly v odpovědích podle vzdělání a velikosti sídla	219
3.16.3 Rozdíly v odpovědích podle ekonomické aktivity	220
3.16.4 Rozdíly v odpovědích podle rodinného stavu	223
3.16.5 Rozdíly v odpovědích podle uměleckého vzdělání a aktivit	224
3.16.6 Rozdíly v odpovědích podle behaviorálních kritérií	224
ZÁVĚR	227
ABSTRAKT A KLÍČOVÁ SLOVA	231
ABSTRACT AND KEY WORDS	232
BIBLIOGRAFICKÝ ZÁZNAM	233
SEZNAM ZKRATEK	236
SEZNAM TABULEK A SCHÉMAT	238
DOTAZNÍKY	242

ÚVOD

Na problém vztahu lidí k literatuře, knihám a čtení by bylo možno nahlížet z různých stran. Především, literatura je jednou z oblastí umění. Samozřejmě, jako o umění by se asi nedalo hovořit o veškeré literatuře, která vzniká, a už vůbec ne o všech knihách, které vycházejí, přesto by se možná dalo říct, že spolu s hudbou je literatura oblastí umění, která je blízká asi největší části veřejnosti.

Kromě toho je literatura, z(ne)hmotněná do podoby knih, také zbožím. Vystupuje na trhu, jehož poptávkovou stranu tvoří čtenáři, přesněji řečeno ti, kdo knihy chtějí nakupovat, a nabídkovou stranu nakladatelé, kteří knihy vydávají (rozhodují o tom, co se bude vydávat a za jakou cenu se to bude nabízet), a jejich prostřednictvím autoři, kteří knihy píšou. Důležitou součástí knižního trhu jsou velkoobchodní distributoři, kteří mají moc ovlivnit, kteří autoři a nakladatelé budou mít lepší či horší finanční podmínky (jedná se o jejich marži, která může být velmi rozmanitá), a maloobchodní prodejci (knihkupci, dnes i supermarkety a internetové obchody), kteří rozhodují mimo jiné o tom, jak přitažlivě budou knihy nabízeny (tedy vystaveny v obchodech či na internetových stránkách).

Tato kniha přináší druhý z pohledů na vztah lidí ke knihám, tedy pohled ekonomický či marketingový. Zatímco o nabídkové straně (včetně velko- a maloobchodu) přináší pouze rámcové informace obsažené v první kapitole, která kromě nich přináší shrnutí jiných existujících výzkumů na téma vztahu lidí ke knihám a čtení, z větší části se zabývá především stranou poptávkovou. Činí tak na základě dat a informací z vlastního výzkumu. Ten byl koncipován jako kvalitativní i kvantitativní. Kvalitativní část výzkumu hledá odpověď na otázku, proč vlastně lidé čtou a jakým způsobem to dělají. Druhá kapitola, která je závěrem kvalitativního výzkumu věnována, přináší pohled na to, jak si lidé vybírají knihy, co je při tom ovlivňuje, s čím si čtení knih spojují, jak si představují svůj ideální okamžik s knihou, nebo jak jsou spokojeni se svým „čtenářským životem“. Kvantitativní část výzkumu přináší statistické údaje o tom, jaká část populace čte, s jakou frekvencí tak činí a jaké oblasti literatury její jednotlivé segmenty zajímají. Čtvrtá kapitola, která závěry kvantitativního šetření shrnuje, přináší kromě podrobné analýzy čtenářského chování a postojů jednotlivých částí veřejnosti také čtenářskou typologii, založenou na vztahu k jednotlivým literárním žánrům.

Výzkum vztahu k literatuře, knihám a čtení navazuje na předchozí autorovy výzkumy nákupního chování na trzích kulturních produktů. U jednotlivých otázek tak monografie nabízí také zajímavé srovnání postojů ke čtení s postoji k návštěvě různých typů kulturních akcí.

METODOLOGICKÁ POZNÁMKA

Data výzkumné povahy, která jsou v této studii využita, byla z větší části získána v rámci výzkumu postoje obyvatel České republiky ke knihám, literatuře a čtení, který byl proveden v letech 2013 a 2014. Výzkum měl dvě části, kvalitativní a kvantitativní. Jejich podrobný metodologický popis je uveden v kapitolách 2 (kvalitativní výzkum) a 3 (kvantitativní výzkum). Výzkumná data byla v jednotlivých kapitolách konfrontována s výsledky dalších výzkumů autora, zejména výzkumu nákupního chování na trzích kulturních produktů (Bačuvčík, 2009), výzkumu vztahu obyvatel České republiky k hudbě (Bačuvčík, 2010), výzkumu způsobů trávení volného času (Bačuvčík, 2011), výzkumu vztahu obyvatel České republiky k divadlu a filmu (Bačuvčík, 2012a), výzkumu vztahu obyvatel České republiky k muzeím a galeriím (Bačuvčík, 2013), výzkumu nákupního chování na trzích volnočasových aktivit kulturní povahy (Bačuvčík, 2014), případně s dalšími údaji prezentovanými v odborné literatuře uvedené v soupisu zdrojů na konci této monografie.

1 KNIHY, LITERATURA, ČTENÍ A VEŘEJNOST

1.1 KNIŽNÍ TRH V ČESKU

Hlavním tématem této monografie je analýza poptávkové strany knižního trhu, tedy vztahu obyvatel České republiky k literatuře a čtení a nákupního chování na knižním trhu. Jejím předmětem tedy nejsou podrobné informace o trhu jako takovém a o jeho nabídkové straně (tedy o nakladatelstvích, velkoobchodní distribuci a maloobchodním prodeji). Pouze pro rámcový přehled budou na úvod této kapitoly uvedeny základní informace, které jsou jinak podrobně komentovány ve Zprávě o českém knižním trhu 2013/2014 (2014), kterou vydal Svaz českých knihkupců a nakladatelů. Až na výjimky, které jsou důležité pro možnost srovnání, nebudou blíže komentovány ani odpovídající informace ze zahraničí (ty je možné nalézt například v monografii „Překnížkováno. Co čteme a kupujeme (2013)“ (Trávníček, 2014).

Podle Zprávy o českém knižním trhu 2013/2014 bylo v roce 2012 vydáno v Česku asi 16 600 knižních titulů. Tendence posledních let naznačuje mírný pokles, nejvíce titulů bylo vydáno v roce 2008, sice 18 273. V roce 2013 bylo ze všech vydaných titulů 36,7 % přeložených z cizích jazyků, z toho šlo v 55,3 % případech o angličtinu. Největší podíl na trhu mají kromě beletrie, která tvoří 29 % vydávaných knih (tento podíl od roku 2000 více méně stagnuje, viz Trávníček, 2014, s. 25), dětské knihy (11,4 %, nárůst z 4,1 % v roce 2001), vysokoškolské učebnice (4,8 %, pokles z 8,9 % v roce 2001) a učebnice pro střední a základní školy (2,7 %, v roce 2001 2,2 %). Poměr měkkých a pevných vazeb je přibližně 145 : 100 ve prospěch měkkých vazeb (údaj vychází z databáze ceskeknihy.cz, která však zahrnuje asi jen 37 % celkové produkce). Předpokládaný celkový objem knižního trhu v ČR je asi 7,2 mld. Kč (vč. DPH). Nejúspěšnější kniha roku 2013, trilogie „Padesát odstínů šedi“, se na celkových tržbách podílela asi 2 %. Odhadovaná průměrná cena knihy v knihkupectvích je asi 240 Kč (Zpráva o českém knižním trhu, 2014).

V Česku je registrováno více než 5 000 nakladatelů, z nich aktivních (vydali alespoň jednu knihu) bylo v roce 2013 2 553. Největšími nakladatelstvími jsou Albatros Media (623 titulů v roce 2013), Univerzita Palackého v Olomouci (492 titulů), Euromedia Group (487 titulů), Grada Publishing (372 titulů), Univerzita Karlova (358 titulů). Více než 100 titulů vydalo celkem 24 nakladatelství, více než 10 titulů 258 nakladatelství. Mezi největší velkoobchodní distribuční firmy patří Euromedia Group, Kosmas, Pemic Books, Pavel Dobrovský BETA a Nakladatelský servis. V rovině maloobchodu je v Česku cca 620 „kamenných“

knihkupectví, z toho 183 v rámci řetězců (nepočítaje v to prodej přímo v supermarketech a prodejny, v nichž jsou knihy doplňkovým zbožím). Největší sítí je Kanzelsberger (50 prodejen). Podíl internetových knihkupectví na maloobchodním trhu se odhaduje na 13 – 16 %, přičemž například u dětských knih se odhaduje pod 5 %, u naučné a odborné literatury kolem 20 – 30 %. Nejnavštěvovanějším internetovým obchodem je kosmas.cz. Odhaduje se, že v roce 2013 se v Česku prodalo cca 1 mil. kopií elektronických knih (počet se ve třech letech před tím každým rokem prakticky zdvojnásoboval), velikost trhu byla odhadována na 120 mil. Kč, podíl elektronických knih na trhu na 1,67 % (ve světě je situace dosti rozdílná – např. ve Velké Británii je podíl e-knih až 25 %, v USA necelých 5 %, v Polsku do 2 %). Do roku 2013 bylo v Česku elektronicky vydáno cca 10 tis. titulů. Velikost trhu s audioknihami je odhadována na 50 mil. Kč (bez DPH) ročně, v roce 2014 bylo na trhu k dispozici cca 2 500 titulů (Zpráva o českém knižním trhu, 2014).

Podle Trávníčka (2014, s. 23), lze na českém knižním trhu v nejbližších letech očekávat několik trendů. Tato prognóza (která je níže uvedena v poněkud parafrázované verzi) vychází z trendů, které jsou aktuální ve světě, a dále z rozdílů mezi českým trhem a trhy zahraničními, které mnohdy fungují značně rozdílně a v některých případech prošly transformací, která nás (zřejmě) teprve čeká:

- Nárůst prodeje e-knih a vytváření rovnováhy mezi oběma formáty („utilitární“ e-knihy vs. papírové knihy jako více sběratelská či dárková záležitost). Některé druhy knih, jako například odborná literatura a příručky, možná takřka zcela přejdou jen do digitální podoby.
- Snižování počtu tradičních knihkupectví a převod větší části prodeje do online způsobu. Kamenná knihkupectví možná do značné míry změní svou funkci. Knihy se možná nebudou prodávat izolovaně jako dosud, ale stále více v rámci komplexněji pojatých „mediálních a zábavních domů“.
- Koncentrace na straně vydavatelů. Ve srovnání se zahraničím je situace u nás dosti roztržštěná, prakticky chybí dominantní hráči (v některých zemích je běžné, že největší nakladatelé zaujímají až desítky procent trhu).
- Globalizace a ještě větší nástup tzv. globálního bestselleru (což se netýká jen českého trhu). To pravděpodobně vyvolá protireakci v podobě hledání alternativ na některých niche marketech (podobně jako v předchozím bodě, kde to může znamenat více knih vydaných vlastním nákladem).
- Stále se snižující náklady knih (tedy kolik je vůbec možno v době čím dál většího přísunu novinek prodat kopií) bude vést k další snaze vydávat více titulů (což je začarovaný kruh). Ve světě přitom stále více zaniká model, kdy jeden úspěšný titul „živí“ řadu ostatních, které nakladatel vydává v rámci „péče o kulturu národa“; převládá trend, kdy na sebe každá kniha musí sama vydělat, což v případě malého jazykového trhu často znamená, že vydání

knihy musí být financováno jiným způsobem než jen z tržeb. Zároveň lze čekat intenzivnější snahy o řešení problému copyrightového pirátství.

1.2 VZTAH OBYVATEL ČR KE KNIHÁM A ČTENÍ

Podrobné informace o vztahu obyvatel České republiky k literatuře a čtení nabízí dlouhodobý výzkum, který realizuje Ústav pro českou literaturu AV ČR, v.v.i ve spolupráci s Národní knihovnou ČR, jehož hlavním řešitelem je Jiří Trávníček. Dosud byla realizována tři kola výzkumu v letech 2007, 2010 a 2013. Jeho primární složkou je kvantitativní výzkum formou dotazníkového šetření, přičemž část otázek se vždy opakuje a část je zaměřena na určité speciální téma. Výzkum má i kvalitativní část zaměřenou zejména na tzv. čtenářské biografie. Výsledky výzkumu z roku 2007 jsou shrnuty v monografii „Čteme? Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke knize“ (Trávníček, 2008), z roku 2010 v monografii „Čtenáři a internauti. Obyvatelé České republiky a jejich vztah ke čtení (2010)“ (Trávníček, 2011), z roku 2013 v knize „Překnížkováno. Co čteme a kupujeme (2013)“ (Trávníček, 2014). Další publikace stejného autora jsou zaměřeny na různá speciální témata – zabývají se dětskou skupinou čtenářů („Vyprávěj mi něco... Jak si děti osvojují příběhy“; Trávníček, 2007) nebo metodou zmíněných čtenářských biografií mapují vztah známých osobností ke knihám („Knihy a jejich lidé. Čtenářské životopisy“; Trávníček, ed., 2013).

Zajímavé srovnání z blízkého prostředí slovenského knižního trhu (na němž se mimochodem významně uplatňují i knihy vydané v češtině; recipročně tento vztah jak se zdá nefunguje, viz Trávníček, 2014, s. 22) přináší dlouhodobý výzkum, jehož závěry jsou shrnuty mimo jiné v monografiích „Čítanie 2008“ (Rankov, Valček, 2008) a „Čítanie 2009“ (Valček, 2009), zaměřené na čtenářské chování mladých lidí. Obdobné výzkumy lze najít také v dalších zemích středoevropského regionu (odkazy na některé z nich viz v Trávníček, 2014). Širší mezinárodní srovnání nabízí výzkumy Evropské komise Special Eurobarometer 278 (European Cultural Values, 2007) a Special Eurobarometr 399 (Cultural Access and Participation, 2013), které monitorují vztah obyvatel jednotlivých zemí EU k různým volnočasovým aktivitám kulturní povahy.

Pro srovnání se závěry vlastního výzkumu, které budou prezentovány v následujících kapitolách, jsou klíčové údaje z výzkumu AV ČR a NK ČR. Dílčí srovnání a diskuse bude obsažena v jednotlivých subkapitolách kapitoly 3, která přináší vyhodnocení kvantitativního výzkumu. Na tomto místě se pokusíme načrtnout celkový obraz o roli literatury a čtení tak, jak jej nabízí závěry výzkumu AV ČR a NK ČR ve výše odkazovaných monografiích. Je potřeb mít na paměti, že primární zaměření tohoto výzkumu se od výzkumu zde prezentovaného liší – zatímco tato monografie vychází z pozic marketingových a hledá odpověď na otázku, jaké jsou postoje a preference veřejnosti a čtenářů jako stávajících či potenciálních „zákazníků“, srovnávaný výzkum se na stejnou věci

dívá spíše z pohledu sociologického a literárně vědného (viz Trávníček, 2014, s. 34).

1.2.1 Čtení knih

Výzkum AV ČR a NK ČR poměrně detailně naznačuje, jak vypadá aktuální vztah obyvatel České republiky ke knihám a čtení a jakou má – ve srovnání závěrů jednotlivých vln výzkumu, které proběhly v období sedmi let – dynamiku. Toto srovnání například ukázalo, že v roce 2013 si alespoň jednu knihu přečetlo 84 % respondentů (v roce 2007 to bylo 83 %, v roce 2010 79 %). Mezi muži je čtenářů o něco méně než mezi ženami, konkrétně mezi muži 78 % (dle údajů z roku 2010 73 %) a mezi ženami 89 % (dle údajů z roku 2010 85 %). Pro srovnání, časopisy čte pravidelně 85 % populace (88 % žen, 82 % mužů). Z hlediska věku je podíl čtenářů velmi vyrovnaný, pohybuje se v jednotlivých věkových skupinách mezi 82 a 85 %, přičemž zde není sledovatelný žádný jednoznačný trend.

Závěry je možno konfrontovat též se zjištěními Special Eurobarometer 278 a 399 (European Cultural Values, 2007; Cultural Access and Participation, 2013). Podle výzkumu z roku 2007 alespoň jednu knihu za posledních 12 měsíců přečetlo 82 % Čechů, což náš národ řadilo na čtvrté místo v rámci Evropy. Nejvíce čtenářů bylo podle tohoto zdroje v Nizozemsku a Švédsku (85 %), Dánsku (83 %), u nás, ve Velké Británii (82 %) a na Slovensku (81 %). Nejméně čtenářů bylo v Portugalsku (41 %), na Maltě (45 %), Kypru (57 %), v Řecku, Bulharsku a Španělsku (59 %). Zajímavé je, že údaje z roku 2013 už pro nás tak příznivé nejsou – podle něj si alespoň jednu knihu za posledních 12 měsíců přečetlo 71 % Čechů (což dosti kontrastuje se závěry Trávníčkovými ze stejného období i s našimi vlastními závěry, prezentovanými v kapitole 4); podobný „pokles“ byl zaznamenán také na Slovensku (68 %). Podle tohoto výzkumu bylo nejvíce čtenářů ve Švédsku (90 %), Nizozemsku (86 %), Dánsku (82 %), Velké Británii (80 %) a Německu (79 %), zatímco naše země by byla na 11. místě, nejméně čtenářů bylo v Portugalsku (40 %), Řecku (50 %), Rumunsku (51 %), na Kypru (54 %) a v Bulharsku (55 %).

V průměru si obyvatel České republiky (15+ let) přečetl 13,2 knih (v roce 2007 to bylo 13,4 knih, v roce 2010 13,7 knih), medián přečtených knih je 5. O něco aktivnějšími čtenáři jsou lidé starší 65 let, kteří si v průměru přečetli 20,6 knih, naopak jsou na tom lidé ve skupině 35 – 44 let (9,5 knihy). 24 % obyvatel přečetlo 13 a více knih (v rámci toho 5,6 % z celku přečetlo 50 a více knih), 20 % přečetlo 7 – 12 knih, 40 % přečetlo 1 – 6 knih, 16 % nepřečetlo knihu ani jednu. Pokud se týká frekvence čtení vyjádřené časově, 12 % obyvatel čte knihy denně, 35 % alespoň jednou týdně, 17 % alespoň jednou za měsíc, 19 % alespoň jednou za rok, 16 % méně často. Podobné výsledky byly zaznamenány také ve výzkumu slovenském – každý nebo téměř každý den čte knihy 9,5 % populace, alespoň jednou týdně 23,7 %, alespoň jednou do měsíce 21,6 %, méně často

42,1 % populace (Ranček, Valkov, 2008). V průměru lidé čtení knih věnují 33 minut denně (v roce 2007 31 minut, v roce 2010 30 minut). Pro srovnání, čtení novin a časopisů věnují 26 minut, sledování televize 136 minut, poslechu rozhlasu 87 minut, sledování videa/DVD 34 minut, poslechu auditivních médií (CD, mp3 a další) 29 minut, práci s internetem 79 minut).

Nejpopulárnějším žánrem je současná beletrie oddechová (50 %), kterou následuje literatura faktu (31 %, více ji preferují muži), klasická beletrie (30 %), odborná literatura (31 %), současná beletrie s literárními nároky (20 %), učebnice a příručky (14 %), slovníky a encyklopedie (13 %), sci-fi a fantasy (15 %), válečná literatura (13 %), komiks (5 %), náboženská literatura (3 %), esoterika a ufologie (5 %); 15 % respondentů udává, že nedává přednost ničemu a čte bez výběru. Na druhou stranu, pro pětinu (21 %) ekonomicky aktivních Čechů souvisí čtení knih s jejich zaměstnáním. Zajímavostí je, že dle údajů z roku 2010 50 % lidí starších 15 let nikdy nečetlo poezii. Z knih v cizích jazycích je nejfrekventovanější angličtina, v níž si aspoň jednu knihu za poslední rok přečetlo 9,8 % respondentů. Další je slovenština, v níž četlo 6,7 % lidí.

Největší vliv na cestu ke čtení mělo podle respondentů to, že „doma se vždycky dbalo na četbu knih“ (35 %). Další v pořadí skončily výroky „měli jsme doma mnoho knih“ (27 %), „navštěvoval jsem pravidelně knihovnu“ (18 %), „bavil jsem se o knihách se známými a přáteli“ (18 %), „často jsem mluvil o knihách s rodiči“ (12 %), „měl jsem inspirativního učitele češtiny“ (12 %), „nic z uvedeného, cestu jsem si našel sám“ (27 %, spíše muži než ženy) a „nevím“ (17 %).

23 % lidí má svého nejoblíbenějšího autora; dalších 6 % jej má také, ale nepamatuje si jeho jméno. Nejoblíbenějším autorem Čechů je Michal Viewegh (též v letech 2007 a 2010; první místo v celém pořadí nicméně vzniklo na základě pouhých 19 jmenování, což je ze statistického hlediska údaj jistě velmi problematický; tento autor byl výrazně častěji uváděn ženami), v pomyslném pořadí následují Erich Maria Remarque, Dick Francis, Agatha Christie a Vlasta Javořícká. Svou nejoblíbenější knihu má 27 % obyvatel, dalších 8 % si nepamatuje její název. Nejoblíbenější knihou Čechů je „Babička“ Boženy Němcové (ovšem s pouhými 10 uvedenými), následují „Padesát odstínů šedi“, „Harry Potter“, „Vejsce a já“ (v letech 2007 a 2010 nejoblíbenější, též kumulovaně ve všech třech výzkumech s 42 uvedenými) a „Pán prstenů“ (kumulovaně za všechny vlny výzkumu jsou za druhou „Babičkou“ na třetím místě „Osudy dobrého vojáka Švejka“). Ve své domácí knihovně má průměrný Čech 250 knih (v roce 2007 to respondenti odhadovali na 274 knih, v roce 2010 240 knih). Více knih mají lidé starší 65 let (325 knih). 2 % obyvatel tvrdí, že doma nemají žádné knihy, 29 % má 1 – 50 knih, 22 % má 201 – 500 knih, každý čtyřicátý má více než 1000 knih.

Zajímavým závěrem je, že ve srovnání let 2007 a 2010 se rozevřely pomyslné nůžky mezi kulturně chudými a bohatými. Kulturně chudí mírně zchudli (přibýlo

nečtenářů, týká se to např. lidí s nejnižším vzděláním ve věkové skupině 25 – 44 let a z nejnižších příjmových skupin), kulturně bohatí mírně zbohatli (např. přibýlo vášnivých čtenářů, kteří přečetli více než 50 knih za rok).

1.2.2 Nabývání knih

Pokud se týká nákupu knih, alespoň jednu knihu si koupilo 48 % lidí. Nejvíce knih nakoupili lidé ve věkové skupině 25 – 34 let (57 %), nejméně ve skupině nad 65 let (40 %). Alespoň jednu knihu koupilo 53 % žen a 42 % mužů. Data naznačují, že od roku 2007 došlo k výraznému poklesu podílu lidí, kteří nakupují knihy (v roce 2007 71 %, v roce 2010 46 %). Tyto informace je možno srovnávat s výsledky vlastního výzkumu (Bačuvčík, 2014), podle nějž v roce 2013 za posledních dvanáct měsíců koupilo knihu 60,5 % Čechů, přičemž v roce 2008 to bylo 64,7 %. Obecně ovšem největší část lidí získává knihy jako dar (60 %, v průměru každý obdarovaný takto získal 3,3 knihy), následuje nákup (zmíněných 48 %, v průměru každý kdo takto získal knihy, získal 4,9 knih), z domácí knihovny nebo knihovny známých (46 %, v průměru každý, kdo takto získal knihy, získal 5,1 knihy), z veřejné knihovny (31 % oproti 36 % v roce 2010; v průměru každý, kdo si půjčil knihy, si půjčil 12,3 knihy), a také volně z internetu (10 %, ti, kdo tak činí, získali v průměru 5,6 knihy).

V průměru si Češi koupili 2,3 knihy a utratili za ně 691 Kč. To je opět pokles oproti výsledkům předcházejících výzkumů, podle nichž si v roce 2007 koupili 4,7 knih za 925 Kč, v roce 2010 2,3 knih za 558 Kč (zde je možná zlatelný výkyv v době kumulující ekonomické recese). Nejvíce lidí nakupuje v tradičních knihkupectvích (87 %), v levných a zlevněných knihách (38 %, v roce 2010 55 %), antikvariátech (20 %, v roce 2010 27 %), supermarketech (14 %, v roce 2010 21 %) na internetu (25 %, v roce 2010 21 %) a přes knižní kluby (12 %, v roce 2010 18 %). Informace o knihách lidé získávají nejčastěji od blízkých a známých (59 %), dále z internetu (34 %), v knihkupectvích (29 %), z tisku (recenze; 29 %), z propagačních materiálů (21 %), z televize (15 %) a z rozhlasu (7 %). Počet těch, kteří se o informace o knihách nezajímají, je mezi muži dvakrát větší než mezi ženami.

Důvody, proč lidé kupují knihy, jsou zábava, potěšení a relaxace (75 %; procenta jsou vypočítána z těch, kteří knihy skutečně kupují), dále jako dar (59 %), za účelem studia, vzdělání a poučení (32 %), kvůli práci a zaměstnání (10 %) a kvůli budování knihovny a sběratelství (6 %). Při nákupu se lidé (ti, kteří knihy opravdu kupují) nejčastěji rozhodují podle žánru (73 %), tématu (59 %), autora (49 %), doporučení známých a blízkých (43 %), ceny (21 %), kritiky (9 %), ohlasů v TV, rozhlasu a denním tisku (8 %), nakladatelství a edice (5 %), obálky (4 %) a náhodně (5 %). Důvod, proč lidé knihy nekupují, je v tom, že jsou moc drahé (71 %, procenta jsou vypočítána z těch, kteří knihy skutečně nekupují), to, že si je obstarávají z jiných zdrojů (38 %), čtení knih je nezajímá (32 %), na trhu je příliš vysoký počet knih, takže se v nich nevyznají (13 %) nebo na to nemají

čas (3 %). Tato fakta zajímavým způsobem souvisejí s tím, že nejznámější institucí českého knižního trhu je prodejní síť Levné knihy (zná je 68 % respondentů; dalšími jsou Knižní klub /38 %/, veletrh Svět knihy /37 %/ nebo nakladatelství Harlequin /36 %/).

Do veřejných knihoven chodí 32 % respondentů (v roce 2007 40 %, v roce 2010 38 %). Ženy jsou aktivnější (39 %) než muži (25 %), neaktivnější věkovou skupinou jsou lidé ve věku 15 – 24 let (43 %), nejméně aktivní ve věku 25 – 34 let (27 %). Skupina ne-návštěvníků se dělí na ty, kteří chodili dříve (31 %) a kteří nechodili nikdy (37 %). Do knihoven lidé nechodí zejména z důvodu nedostatku času a to, že si knihy půjčují od přátel a známých. Do knihoven si lidé chodí půjčovat knihy (95 %), půjčovat časopisy (38 %, zde výrazný pokles oproti 50 % v roce 2010), pro služby v čítárnách/studovnách (24 %, v roce 2010 35 %) a pro informace z publikací (15 %, v roce 2010 34 %).

1.2.3 Přístup ke knihám

Na základě shlukové analýzy dat z výzkumu z roku 2013 pojmenoval Trávníček (2014, s. 149) pět typických způsobů postoje lidí ke čtení a nabývání knih, tedy ke knižní kultuře. Tyto závěry si dovolíme převzít takřka v kompletním parafrázovaném znění:

1. *Nečtu, nekupuju, nezajímá mne to.* Dominují muži se základním vzděláním (vyučení). Tito lidé spíše sledují televizi, z časopisů jen sportovní, knihy nekupují ani je nedostávají, doma mají maximálně 50 knih. Tato skupina tvoří 23 % populace.
2. *Číst mě baví, ale knihy jsou moc drahé, ideální je knihovna.* Dominují ženy nad 60 let, se základním vzděláním (vyučené), ekonomicky neaktivní. Knihy čtou sporadicky, hlavně tištěné, nekupují je, protože jsou drahé, půjčují si je od přátel, doma mají maximálně 100 knih, vždy chodili a stále chodí do knihovny, preferují oddechovou literaturu i knihy s náboženskou tematikou, jinou čtou spíše časopisy, baví je zahrádkaření a chalupaření. Tato skupina tvoří 25 % populace.
3. *Knihy je dobrý relax i dárek, ale vybírám si je spíš podle ceny.* Muži i ženy, především 40 – 50 let, středoškolské vzdělání, povaha práce napůl fyzická i duševní. Čtou sporadicky, knihy si kupují, ale spíš nedostávají. Do knihovny nechodí, i když dříve chodili, ani si je nepůjčují od přátel. Doma mají maximálně sto knih, preferují oddechovou beletrii. Tato skupina tvoří 11 % populace.
4. *Knihy, to je pro mě především informace, je jedno, odkud ji získám.* Muži i ženy, spíše lidé s vysokoškolským vzděláním (často singles). Čtou intenzivně (hodně i často), též v cizích jazycích. Jsou on-line, používají veškerá moderní zařízení, na webu čtou hlavně diskuse a komentáře, z časopisů preferují

odborné. Knihy hodně dostávají, pokud si je kupují, vybírají podle autora. Chodí i do knihoven, stahují z webu. Kniha především znamená studium a práci, mají přehled, co vychází. Doma mají stovky knih, ke čtení byli vedeni odmalička. Preferují učebnice, příručky, sci-fi a fantasy. Tato skupina tvoří 11 % populace.

5. *Když dostanu dobrý tip nebo mě nějaká nová kniha zaujme, ráda si ji koupím.* Dominují ženy se středoškolským nebo vysokoškolským vzděláním z vyšších příjmových kategorií. Čtou hodně a pravidelně, lpí na tištěných knihách, z časopisů čtou odborné, pro ženy, kulturní a zájmové. Knihy kupují, hlavně na doporučení jiných, také je hodně dostávají. Mají přehled, co vychází, a mají zájem o novinky, doma mají více než 100 knih. K četbě byli vedeni odmalička, čtou beletrii i literaturu faktu. Do knihovny příliš nechodí, raději si knihu koupí. Tato skupina tvoří 30 % populace.

Na závěr své knihy přináší Trávníček (2014, s. 161, parafrázováno) charakteristiku české knižní kultury:

- silná kultura, v níž je málo nečtenářů, ale není v ní ani hodně čtenářů nadprůměrných; za to je v ní hodně čtenářů vysoce nadprůměrných (vášnivých); klesá sice podíl lidí, kteří čtou denně, konstantní však zůstává čas, který lidé průměrně čtení věnují
- malá věková bariéra – rozdíly mezi věkovými skupinami jsou malé, jediný výraznější propad nastává ve středním věku; věková bariéra se nicméně projevuje u digitálního čtení, které je výrazně aktivitou mladší poloviny populace; čtení a digitalita si nicméně nekonkurují, silní čtenáři též tráví hodně času v prostředí internetu
- malá je také urbanizační bariéra (velikost sídla nehraje ve vztahu ke čtení roli), naopak velký rozdíl v přístupu ke knihám existuje mezi muži a ženami, a to ve prospěch žen, které knihy více čtou i nakupují
- silně rozšířené jsou domácí knihovny; lidé mají stále pozitivní vztah též k veřejným knihovnám, byť se snižuje podíl lidí, kteří je navštěvují (frekvence návštěv se přitom výrazně nesnižuje)
- ve výchově ke čtení hraje dominantní roli rodina; ta má o něco větší vliv na ženy než na muže
- zvyk pojmout knihu jako dárek je silně rozšířený
- vztah ke knižnímu trhu je konzervativní – knihy se stále kupují především v tradičních knihkupectvích
- rozevírají se nůžky mezi čtením a nabýváním knih; zatímco čteme stále zhruba stejně, menší část lidí nakupuje menší množství knih; to může znamenat, že nabídka převyšuje potřeby a možnosti poptávkové strany, nebo jinak, knihy, které potřebujeme číst, už máme doma (mají je doma naši známí)

nebo jsou v knihovně); kromě převahy nabídky může hrát roli i vysoká cena knih

Na vztah lidí ke knihám je možnost se dívat dvěma způsoby. Jak uvidíme dále, pro mnoho lidí znamená kniha především soukromí – mají možnost si číst o samotě, když je nikdo neruší, nebo dokonce s pomocí knihy odfiltrávají okolí a jeho hluky (např. čtením v dopravních prostředcích). Jak ale upozorňuje Trávníček (2014), čtení knih je ryze sociální záležitost. Knihy musel někdo napsat (s nějakým záměrem, který nejspíš souvisel s jinými lidmi), vydat (s ohledem na jiné lidi), někdo je musel koupit (knihovna s ohledem na potřeby čtenářů, nebo jednotlivec jako dar pro své blízké), a i ten, kdo čte, při tom často přemýšlí o souvislostech toho, co v knihách stojí, se svým životem a tedy i s dalšími lidmi. Tyto dva pohledy asi nejde oddělit, s trochou licence by se nicméně dalo říct, že knihy jsou něčím, co člověka od ostatních lidí odděluje, ale zároveň jej to s nimi spojuje.

2 PROČ LIDÉ ČTOU : KVALITATIVNÍ POHLED

2.1 CÍL A METODA VÝZKUMU

2.1.1 Cíl výzkumu

Kvalitativní výzkum měl za cíl zjistit postoje obyvatel České republiky ke knihám, literatuře a čtení, zmapovat důvody, proč lidé čtou, co si se čtením spojují, co jim čtení dává, jak si představují svůj čas strávený s knihou, jak hodnotí svůj „čtenářský život“, a podobně.

2.1.2 Metoda realizace výzkumu

Výzkum byl realizován formou on-line dotazníku umístěného na portálu www.vyplnto.cz se čtyřmi otevřenými otázkami (dotazník viz na konci této monografie), na něž měli respondenti odpovědět vlastními slovy. Dotazování proběhlo od září 2014 do března 2015. Dotazníky byly šířeny prostřednictvím studentů Fakulty multimediálních komunikací Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně (FMK UTB ve Zlíně), oboru Marketingová komunikace v prezenční i kombinované formě. Dotazníky byly cíleně distribuovány zástupcům různých věkových skupin, nebyla nicméně sledována reprezentativnost výběrového souboru vůči populaci České republiky. Dotazník byl cíleně distribuován respondentům, u nichž byl předpoklad jistého vztahu ke knihám a čtení a také schopnosti a ochoty odpovídat na otevřené otázky. Kvalitativní výzkum tedy popisuje postoje a chování osob, které mají ke knihám a čtení pozitivní vztah.

Zvolená výzkumná metoda má několik výhod a nevýhod. Forma on-line dotazování umožňuje relativně jednoduchý sběr dat. Její výhodou je to, že odpovědi jsou anonymní a respondent nepřichází do přímého kontaktu s tazatelem; vzhledem k tomu, že se někdy ptáme na intimní informace ze života respondentů, je tak eliminován možný ostych nebo neochota sdělovat určité informace. Nevýhodou tohoto postupu pak je, že se tazatel nemůže doptat na další podrobnosti, a pozadí popisovaných situací nemusí být odhaleno do velkých podrobností. To je ovšem vzhledem k cíli analýzy, jímž je vytvoření typologie situací, přístupů či zážitků, nevýhoda spíše relativní, která možnost dosažení cíle nijak podstatně neomezuje; nemožnost hlubkového dotazování je zde de facto nahrazena větší šíří (počtem) responzí, které společně dávají širší mozaiku pohledu na studovaný problém. Jistou nevýhodou je to, že od respondentů většinou nezískáváme výsledek hlubokého zamyšlení nad problémem, ale spíše první dojem z něj. Tuto vlastnost na druhou stranu není třeba vnímat jako

nevýhodu, je to spíše charakteristika výpovědí, kterou je nutno zvážit při jejich vyhodnocení. Další nevýhodou je malá kontrola nad demografickými charakteristikami respondentů, neboť on-line dotazování obecně neumožňuje jednoduchým způsobem ověřit, zda respondenti o sobě uvedli pravdivé údaje. To je ovšem vzhledem k cílům analýzy nevýhoda také spíše relativní, neboť zmiňovaná typologie je vytvářena bez ohledu na demografické charakteristiky výběrového souboru, její případný popis z demografického hlediska je až sekundární a spíše orientační.

2.1.3 Charakteristika výběrového souboru

Do kvalitativního výzkumu bylo zapojeno celkem 539 respondentů (jsou zde označováni jako respondenti, nikoliv jako participanti, jak tomu bývá standardem u kvalitativních výzkumů, neboť způsob jejich zapojení do výzkumu tomuto označení odpovídá lépe). Z toho bylo 188 mužů a 351 žen. Věkové rozložení respondentů bylo následující: 17 ve věku 12 – 14 let, 21 ve věku 15 – 19 let, 54 ve věku 20 – 24 let, 62 ve věku 25 – 29 let, 139 ve věku 30 – 39 let, 130 ve věku 40 – 49 let, 61 ve věku 50 – 59 let, 34 ve věku 60 – 69 let a 21 ve věku 70 – 80 let. Dále bylo sledováno vzdělání respondentů. 37 mělo základní vzdělání (šlo ovšem vesměs o mladé respondenty, kteří ještě studovali), 54 bylo vyučených (střední vzdělání bez maturity), 223 mělo středoškolské vzdělání (včetně aktuálních studentů vysokých škol), 22 vyšší odborné vzdělání a 203 vysokoškolské vzdělání. Konečně bylo sledováno bydliště respondentů podle krajů. 54 žilo v Praze, 26 ve Středočeském kraji, 30 v Jihočeském kraji, 9 v Plzeňském kraji, 2 v Karlovarském kraji, 2 v Ústeckém kraji, 3 v Libereckém kraji, 4 v Královéhradeckém kraji, 16 v Pardubickém kraji, 19 v kraji Vysočina, 108 v Jihomoravském kraji, 58 v Olomouckém kraji, 41 v Moravskoslezském kraji, 160 ve Zlínském kraji a 7 respondentů mělo bydliště v zahraničí. Byť tedy demografická a geografická reprezentativnost výběrového souboru nebyla sledována, byli v něm ve významném počtu zastoupeni respondenti všech sledovaných charakteristik.

2.1.4 Způsob vyhodnocení výzkumu

Pro vyhodnocení odpovědí respondentů byla použita tematická analýza. Jedná se o kvalitativní deskriptivní metodu, která nepracuje s žádnou dopředu existující teoretickou typologií či kategorizací. Jejím cílem je odhalit určitý počet témat, která popisují obsah dat textové povahy (Braun, Clarke, 2006, Hendl, 2005). To vyžaduje opakované postupné čtení všech výpovědí a jejich kódování. Cílem bylo najít typické, ale také výjimečné postoje ke knihám a čtení, a ty ilustrovat konkrétními výroky respondentů.

Konkrétní metoda zpracování dat a jejich vyhodnocení se u jednotlivých otázek mírně lišila, proto bude její popis součástí následujících kapitol.

2.2 VÝBĚR KNIHY

První otázka v dotazníku zněla: „*Máte rozečtenou nějakou knihu? Napište, prosím, jak jste se k této knize dostal/a. Jak došlo k tomu, že jste začal/a číst právě tuto knihu? Pokuste se to prosím popsat podrobněji – např. máte na stole hromádku knih a čtete je postupně, nebo jste už pár let nic nečetl/a a hledal/a, co si vzít s sebou na dovolenou, nebo jste ji třeba začal/a číst už před pěti lety a teď jste v polovině objevil/a záložku, a podobně. Pokud zrovna žádnou knihu nečtete, pokuste se napsat o poslední knize, kterou jste četl/a, pokud jich máte rozečtených víc, napište o některé z nich, nebo třeba i o všech.*“ Z metodického hlediska otázka směřuje ne na jakoukoliv knihu, ale na knihu právě (naposledy) čtenou. Taková formulace jistě přináší jiné odpovědi, než kdybychom se například ptali „z jakého důvodu si obvykle/většinou vybíráte knihy ke čtení“. Lze se domnívat, že dotaz na „obvyklý“ způsob by mohl vést k větší typizaci odpovědí, zatímco dotaz na „poslední“ knihu může přinést i unikátní či neobvyklé odpovědi. To byl i důvod, proč byla zvolena právě taková formulace otázky. Je dále potřeba upozornit na to, že formulace je v jistém smyslu návodná – nabízí příklady toho, jak mohlo k výběru knihy dojít, s tím, že respondenty nabádá k vlastní odpovědi. Jak bude vidět na dále uvedených výpovědích, někteří respondenti měli potřebu na tyto nabídnuté možnosti reagovat, vyjadřovat se k nim. To je důvodem, proč se některé možnosti, předložené v otázce, objevují častěji i ve výrocích respondentů.

Tematická analýza byla provedena následujícím způsobem: Jednotlivé responze byly několikrát opakovaně čteny. Při tom byly současně kódovány (byla k nim připisována klíčová slova), průběžně třízeny (byly odstraňovány výpovědi, u kterých došlo ke stejnému kódování jako u jiných výpovědí; nebyly při tom preferovány výpovědi zaznamenané dříve /chronologické hledisko/, ale spíše výpovědi, které danou situaci popsaly subjektivně /pro autora analýzy/ zajímavějším způsobem) a typologizovány (k sobě byly řazeny tematicky příbuzné výpovědi). Během několika kol iterativní analýzy tak vykristalizovala baterie výpovědí (responzí), které byly použity jako základ pro popis jednotlivých jevů, o nichž bude v následujících subkapitolách řeč, a v nichž jsou tyto výpovědi použity jako jejich ilustrace.

Při tematické analýze postupně vyplynulo devět základních typů atributů (jevů), které respondenty vedly k výběru aktuálně čtené knihy. Šlo o (1) vztah k autorovi, žánru či tématu knihy, (2) doporučení jiných osob a vzájemné půjčování, (3) vliv propagace nebo médií, (4) darování knih, (5) nákup knih, (6) půjčování knih v knihovně, (7) vlastní sbírka knih, (8) potřeba informací a (9) různé specifické charakteristiky čtení.

Jak již bylo naznačeno, jednotlivé typy atributů budou dále ilustrovány konkrétními výroky respondentů. Výpovědi budou uvedeny v samostatných odstavcích, kurzívou a v uvozovkách. Na začátku výpovědí bude uvedeno číslo v kulaté závorce, které identifikuje konkrétního respondenta (1 – 539). Na jejich

konci budou dále respondenti charakterizováni svým pohlavím a věkem (M – muž, Ž – žena, vymezení věkového rozmezí viz výše). Výroky jsou transkribovány do běžné podoby spisovné češtiny (slovenštiny) se snahou zachovat v co největší míře autentickou podobu tak, jak je respondenti napsali do dotazníku (důvod, proč výroky nebyly ponechány ve zcela autentické podobě, je ten, že se respondenti dopouštěli řady gramatických chyb a překlepů, navíc rychlé psaní /psaní na mobilních zařízeních, s použitím automatických korektorů gramatiky/ vede k různým stylistickým nedostatkům, které významně narušují plynulost textu). Jednotlivé výpovědi byly případně kráceny, zejména tam, kde respondenti popisovali obsah knih, nebo odkazovali na své odpovědi na ostatní otázky. Ve většině případů však byla snaha zachovat výpovědi celé, neboť obvykle dávají větší smysl jako celek, než kdyby z nich byly vybrány pouze věty, které charakterizují jev, který je právě v textu probírán. Z toho důvodu lze příklady k některým jevům (zvýrazněným v textu kurzívou) najít i na jiných místech, než tam, kde je jim věnována hlavní pozornost.

2.2.1 Autor, žánr, téma

Část respondentů má *oblíbeného autora*, jehož zpravidla dlouhodobě sleduje, čte jeho díla, případně se zajímá o něj jako o osobu. V některých případech jde o osobnosti, které jsou činné i jinak než jen jako spisovatelé či autoři knih (ve výroku níže je řeč o filozofii a publicistických útvarech v tisku).

(517) „Aktuálně rozečtená: Václav Bělohradský: *„Mezi světy a mezisvěty; reloaded 2013“*. Čtu ji proto, že jsem dlouhodobým čtenářem dle mého nejméně aktivního a společensky nejpřínosnějšího filozofa. Je na hromádce knih, které kvůli nedostatku času (2 děti) nestíhám číst. Čtu jej tedy dlouho, přerušovaně. Sleduji víceméně často komentáře Bělohradského hlavně dle přílohy deníku *Právo Salon*. Bělohradský čtivým způsobem pokládá důležité otázky zpochybňující současné fungování euroamerické civilizace a její dopady na životní prostředí, svobodu. Kritika zbožnění ekonomického růstu apod.“ (M; 40-49)

Zájem o autora může vést také ke snaze najít jeho méně známá díla, která případně vybočují z obvyklé představy o jeho tvorbě, nebo jsou třeba prvotinami. Taková snaha může vést respondenta k překvapivému zjištění, které může být negativní (zde zřejmě v první chvíli) i pozitivní (zde celkově).

(451) „Čtu *„Paměť mojí babičce“* od Petry Hůlové. Je to jiné než její další knihy, které jsem četla předtím. Tuto jsem si vyhledala, protože jsem chtěla vědět, jaká byla autorčina prvotina. Chytla jsem se až po několika stranách a překvapilo mě, jak mě kniha chytla i když jsem se nikdy nezajímala o Mongolsko, kde se odehrává. Čtu jinak hlavně časopisy a detektivky, poslední dobou stále více ty klasické (Agatha Christie). Vracím se ke knihám vysloveně vtipným (*Jak jsem vyhrál válku*), které lze otevřít kdekoli a začít číst.“ (Ž; 25-29)

Vztah k autorovi může vyplývat z různých *podnětů* – kromě seznámení se s jeho tvorbou ve škole (viz kap. 2.2.8) nebo doporučení příbuzných a známých (viz

kap. 2.2.2) může jít o *osobní vztah k autorovi*, který se promítne také do zájmu o jeho knihy.

(419) „*Emil Hakl (Pavel Beneš): „Hovězí kostky“.* Vyhledal jsem ji aktivně, Pavel je můj kolega z práce (reklamka před dvaceti lety) a spoustu jeho literárních postav znám osobně. Knihy ovšem stále ještě rychleji nakupuji, než čtu. Část z nich si nechávám na penzi.“ (M; 40-49)

Zájem o autora může vést až k jakémusi *sběratelství* a dokonalé *znalosti* jeho díla, která vyplývá z mnohonásobného opakovaného čtení. Lze snad říct, že takové čtení může připomínat spíše zcela oddechovou aktivitu, při které není potřebné udržovat velkou pozornost, a je možné se „kochat“ plynutím známého textu.

(133) „*Knihu teď rozečtenou bohužel nemám. To víte, chybí čas. Jsem předplatitelem novin, takže sotva stihnu přečíst noviny. Nicméně když už mám chvíli a „toužím“ po knize, sáhnu po Dicku Francisovi. Sbíráám jeho knihy. Tento styl mám rád a jeho zvlášť. Už je znám snad i odzadu, ale pokaždé nějakou vezmu, otevřu ji kdekoliv a začnu číst.“* (M; 40-49)

Pokud člověk o svém zájmu o autora mluví se svými příbuznými a známými, může se to pro ně stát dobrou inspirací k nejrůznějším *dárkům* nebo jiným aktivitám.

(55) „*Právě mám rozečtenou knihu od Bohumila Hrabala „Slavnosti sněženek“.* Knihy BH mám ráda už od mlada. V edici *Mladé fronty* vychází moc pěkná sbírka knih BH a tak, když mám např. narozeniny, svátek, nebo když jsou Vánoce, tak si vždy přeji nějakou novou knihu z této sbírky. Knihy jsem už téměř všechny četla dřív, ale ty jsem měla půjčené z knihovny. Ráda se k jeho knihám vracím i po letech, protože se mi jeho knihy a hlavně jeho styl psaní velmi líbí.“ (Ž; 30-39)

Čekání na nové dílo autora ovšem nemusí vést jen k nákupu nebo doporučení svému okolí, co koupit k narozeninám či k Vánocům, ale může se prodloužit ještě o dobu, než se nová kniha dostane do knihoven.

(480) „*Ano mám, Davida Browna „Inside“, miluju tohoto autora, jakmile něco vyjde, tak utíkám do knihovny a... mám ji doma.“* (Ž; 60-69)

V některých případech nejde respondentovi přímo o autora, ale spíše o *žánr* či *oblast literatury*, kterou chce právě číst. Oblíbený autor tak spíše zapadá do čtenářského konceptu, který si respondent vytvořil ve své hlavě.

(111) „*Hrabal: „Příliš hlučná samota“.* Chtěl jsem číst klasiku, vyhledal jsem si v digitální podobě.“ (M; 40-49)

Oblíbený literární žánr může být vyjádřen poměrně přesně a úzce, poté je již naplňován konkrétními díly, přičemž nemusí jít o jednoho autora (resp. úzkou skupinu oblíbených autorů).

(76) „*Pravidelně chodím do knihovny. Mám rád historické romány a momentálně mám rozečtené „Křížáky“ od Sinkiewiczze.“* (M; 40-49)

Většina lidí ovšem nečte pouze jednoho autora nebo knihy jednoho žánru, ale *střídá* je. Následující výrok vyjadřuje docela zajímavou situaci, kdy respondentka sleduje určitý žánr („severské detektivky“), přičemž zřejmě *vyhledává nové autory* a jejich díla. Kromě toho má poměrně úzkou skupinu knih (zde série s Harry Potterem), ke kterým se pravidelně *vrací* (když nemá na čtení nic nového).

(353) „Čerstvě dočtenou mám knihu od Larse Keplera „Hypnotizér“. Už před ní jsem četla různé severské detektivky a před několika dny jsem šla po knihkupectví a narazila jsem na další severské jméno, právě na Larse Keplera. Právě jsem byla na několik dní mimo domov a neměla jsem s sebou nic na čtení, tak jsem si řekla, že ji koupím a uvidím. A pak jsem se od ní nemohla utrhnout. Ted' momentálně čtu „Harry Pottera a Fénixův řád“. Harry Potterem vždycky vyplňuju mezidobí, kdy zrovna nemám na čtení nic nového. Mám tudíž celou sérii přečtenou už několikrát.“ (Ž; 30-39)

V jednom poměrně unikátním výroku naopak respondentka pojmenovala žánry, které musela ze svého čtenářského seznamu *vynechat*, aby mohla číst jiné knihy. Byť to z výroku nevyplývá explicitně, znamená to zřejmě, že odmítnuté žánry má v oblibě, situaci však (alespoň nyní, jde o poměrně mladou respondentku) vidí tak, že četba této literatury by ji *odváděla od něčeho důležitějšího* nebo aktuálnějšího.

(156) „Jsem docela knihomol, ne moc velký, ale přece jen. Mám seznam knih, které bych chtěla stihnout přečíst, ale za svůj život to nemůžu nikdy stihnout, i když jsem se vzdala poezie a dramatu.“ (Ž; 15-19)

V některých případech nejde o zájem o literární žánr, ale *téma* (spíše než o beletrii tedy jde o odbornou literaturu). V konkrétních případech to samozřejmě může opět vést k zájmu o konkrétního autora. V následujícím výroku je zmíněna také jedna v ostatních responzích ne příliš často uváděná aktivita – práce s knihou ve smyslu *podtrhávání* či *označování* pro čtenáře *zajímavých míst* a kapitol.

(11) „Annie Leibovitz: „At Work“. K tejto knihe som sa dostala na základe záujmu o fotografiu. Kúpila som si ju cez internet, Amazon.com. Dôvodom čítania je záujem o autorku, jej život a prácu. Prečítala som ju už pred rokom a teraz sa vraciam znovu k tým kapitolam, ktoré som si vyznačila za najzaujímavejšie.“ (Ž; 20-24)

Také zájem o téma může mít různé zdroje. Může to být *pociťování určitého nedostatku*, kdy člověk předpokládá, že s některými věcmi se měl během svého života seznámit, avšak *nedošlo k tomu*.

(197) „Mám rozečtenou knihu Vojtěcha Zamarovského „Dějiny psané Římem“, chci se dozvědět fakta o dějinách Říše římské, protože ve škole se tohoto tématu za „totáče“ učitelka pouze dotkla.“ (Ž; 60-69)

Zájem o téma může být ukotven také *místně*. V následujícím případě v kombinaci historické události, která souvisí s místem bydliště respondenta, a také místní knihovny, kde se možná setkává s lidmi s podobným zájmem (což může reprezentovat tradiční *místní kulturní život*), případně pracovníky

knihovny, kteří se v těchto tématech více orientují a mohli by čtenáře k tomu zájmu navést (byť zde jde o autorský konstrukt, přímo v následujícím výroku taková možnost zmíněna není).

(188) „V současné době mám rozečtenou knihu „Smrt si říká Engelchen“, půjčila jsem si ji v městské knihovně ve Valašských Kloboukách. Zajímají mne události, které proběhly na konci války u nás v kraji, a právě tato kniha se jich dotýká.“ (Ž; 40-49)

Zájem o téma může být dlouhodobý a mít takřka profesionální rozsah, byť se děje na amatérské úrovni. Viz též doplnění následující výpovědi stejného respondenta (298) v kapitole 2.2.6. V tomto případě již prakticky nejde o „čtení knihy“, ale spíše o *badatelskou práci*, rešerši, selektivní čtení, vyhledávání informací v literatuře.

(298) „Čtu především odbornou literaturu a encyklopedie. Jsem amatérský archeolog a numismatik, spolupracující s muzeem. Mám velké množství odborných knih, kterými se často probírám. Nyní mám „rozečtenou“ encyklopedii „Keltové na Moravě a ve Slezsku“.“ (M; 40-49)

Může tomu ale být také takřka naopak – *krátkodobý impuls*, jako třeba mimořádný zážitek z dovolené, může vyvolat velmi intenzivní čtenářský zájem o určité téma. Následující výrok samozřejmě nedovoluje říct, zda půjde o zájem dlouhodobý, ani zda respondentka alespoň těch „několik knih“ opravdu přečte.

(116) „V současné době čtu knihu o Egyptě, protože jsem tam byla v létě na dovolené a neuvěřitelně mě Egypt oslovil. Tak jsem si hned půjčila několik knih.“ (Ž; 30-39)

Konečně se téma může pojit s prostředím, v němž člověk čte. Například na cestování nebo dovolenou se hodí knihy, které obsahují kratší celky, které se dají číst bez potřeby návaznosti, nejsou těžké a nabídnou ideální formu *odpočinku*.

(424) „Naposledy jsem četla Šimka a Grossmana, jeli jsme na hory a já chtěla něco na volné chvíli, ale aby to nebylo dlouhé a bavilo mě to. Takže jsem si vzala jejich povídky. Dají se přečíst za chvíli a je to příjemná kratochvíle.“ (Ž; 40-49)

Zájem o autora, literární žánr či téma tedy může mít různé podoby. Někdy může být velmi intenzivní a mít podobu dlouhodobého sběratelství a amatérského znalectví, může ovšem být i krátkodobý, i když intenzivní. Ve většině případů ovšem nebude exkluzivní, tedy kromě oblíbeného autora, žánru či tématu čtenář sleduje i knihy z dalších oblastí.

2.2.2 Doporučení a půjčování

Knihy a jejich čtení představují jedno z relativně rozšířených témat sociální komunikace. Lidé se o knihách mezi sebou baví, což s sebou nese i to, že si je vzájemně doporučují a půjčují. Taková interakce může nabývat různých podob. Častá situace je taková, že je někdo *nadšený z knihy*, kterou čte, a *doporučuje ji svému známým*. Svým dobrým přátelům ji také *půjčí*.