

Radim Bačuvčík

Kulturní zboží jako dar

**Nákupní chování na trzích
kulturních produktů 2018**

Kulturní zboží jako dar

Nákupní chování na trzích kulturních produktů 2018

Radim Bačuvčík

KATALOGIZACE V KNIZE – NÁRODNÍ KNIHOVNA ČR

Bačuvčík, Radim

Kulturní zboží jako dar : nákupní chování na trzích kulturních produktů 2018 /
Radim Bačuvčík. – 1. vydání. – Zlín : Radim Bačuvčík - VeRBuM, 2018. – 144
stran

Anglické resumé

ISBN 978-80-87500-98-9

08/09 * 78 * 791.2 * 395.83 * 366.1 * (437.3) * (048.8)

- knihy

- hudba

- filmy

- dary

- spotřebitelské chování – Česko

- monografie

366 - Ochrana spotřebitele. Chování spotřebitele [18]

Recenzovali: **doc. Ing. Ivana Butoracová Šindleryová, PhD.**
 PhDr. Daniela Kollárová, PhD.

Monografii doporučila k publikaci Vědecká redakce nakladatelství VeRBuM

© doc. Ing. Mgr. Radim Bačuvčík, Ph.D., 2018

© Radim Bačuvčík – VeRBuM, 2018

ISBN 978-80-87500-98-9

OBSAH

ÚVOD	5
METODOLOGICKÁ POZNÁMKA	6
1 KNIHY, HUDBA A FILMY JAKO PRODUKT	7
1.1 Trh se zvukovými nahrávkami	7
1.1 Trh s knihami	10
1.2 Poptávková strana trhu s knihami	14
1.2.1 Čtení knih.....	15
1.2.2 Nabývání knih.....	17
2 KNIHY, HUDEBNÍ A FILMOVÉ NOSIČE JAKO DAR : KVALITATIVNÍ VÝZKUM ..	20
2.1 Cíl výzkumu	20
2.2 Metoda realizace výzkumu	20
2.3 Charakteristika výběrového souboru	21
2.4 Způsob vyhodnocení výzkumu	22
3 VNÍMÁNÍ KNIH, HUDEBNÍCH A FILMOVÝCH NOSIČŮ JAKO DARU	23
3.1 Výběr daru	24
3.1.1 Kvalita a hodnota daru	24
3.1.2 Vhodnost daru.....	25
3.1.3 Praktičnost daru	27
3.1.4 Pozice daru.....	28
3.1.5 Přidaná hodnota	29
3.1.6 Časové hledisko	30
3.1.7 Trvanlivost daru.....	31
3.2 Dárce a obdarovaný	33
3.2.1 Osobní dar.....	33
3.2.2 Náročnost výběru.....	34
3.2.3 Vztah dárce a obdarovaného.....	36
3.2.4 Sdílení	38
3.2.5 „Poptávka“ obdarovaného	39
3.3 Důvody darování	40
3.3.1 Benefity obdarovaného	40
3.3.2 Sběratelství.....	42
3.3.3 Podpora tvůrců.....	43
3.3.4 Tradice	44
3.3.5 Příležitost	45

3.4 Dárce a obdarovaný	45
3.4.1 Co.....	46
3.4.2 Komu	47
3.4.3 Finanční hledisko.....	49
3.4.4 Alternativy	50
3.4.5 Vztah produktů	53
3.4.6 Změny.....	55
3.5 Negativní vztah	57
4 KNIHY, HUDEBNÍ A FILMOVÉ NAHRÁVKY JAKO DAR : KVANTITATIVNÍ VÝZKUM	59
4.1 Cíl výzkumu.....	59
4.2 Metoda realizace výzkumu a jeho vyhodnocení	59
4.3 Složení základního a výběrového souboru podle pohlaví, věku a vzdělání	60
4.4 Další charakteristiky výběrového souboru.....	63
4.5 Způsob vyhodnocení výzkumu	64
5 NÁKUP A UŽÍVÁNÍ KULTURNÍCH PRODUKTŮ	66
5.1 Celkové výsledky.....	66
5.2 Souvislost jednotlivých aktivit.....	74
5.3 Segmentace podle pohlaví	95
5.4 Segmentace podle věku	100
5.5 Segmentace podle vzdělání.....	107
5.6 Segmentace podle velikosti sídla.....	111
6 HLAVNÍ ZJIŠTĚNÍ A DISKUSE.....	115
ZÁVĚR.....	124
ABSTRAKT A KLÍČOVÁ SLOVA	125
ABSTRACT AND KEY WORDS	126
SOUPIS ZDROJŮ	127
SEZNAM ZKRATEK	132
SEZNAM TABULEK A SCHÉMAT.....	133
REJSTŘÍK	135
PŘÍLOHY.....	138

ÚVOD

Nákupní chování na trzích kulturních produktů může mít v základní rovině dva cíle. Jeden souvisí s individuálním prožitkem konzumace kultury a umění, tedy s tím, jak člověk sám umělecké produkty vnímá a jak je schopen a ochoten do jejich konzumace investovat. Jedná se tedy o nákupy pro vlastní potřebu. Druhý cíl leží ve společenské rovině a souvisí s tím, že kulturní zážitky mohou lidé prožívat společně, třeba se svým partnerem, nebo jinými osobami, nebo i ve větší skupině, nebo se mohou pokoušet kulturní zážitek zprostředkovat druhým lidem bez toho, že by se na jeho konzumaci nutně museli sami podílet. Tato individuální a společenská, nebo třeba egoistická a altruistická rovina postojů je v případě kulturních produktů typická, neboť kulturní produkty jsou tím, u čeho – možná ve větší míře, než kde jinde – tíhneme k tomu, abychom zážitky s nimi spojené sdíleli s ostatními lidmi.

Jedním z projevů této snahy o sdílení kultury je to, že kulturní produkty dáváme druhým lidem jako dar. To může znamenat jak návštěvu kulturních akcí (společné návštěvy divadla nebo koncertů), nebo i nákup hmotných kulturních produktů, jakými jsou třeba knihy nebo nosiče s hudbou a filmy.

Z hlediska vědeckého studia trhů s kulturními produkty se jeví jako mimořádně zajímavé dvě otázky. Jaké jsou vlastně důvody pro to, že lidé tyto produkty používají jako dar, a nakolik spolu egoistická a altruistická rovina postojů ke kultuře souvisí, tedy nakolik souvisí to, jak lidé nakupují kulturní produkty pro sebe a pro jiné, respektive, nakolik souvisí zájem o jednotlivé kulturní produkty vzájemně mezi sebou.

Na tyto dvě otázky se pokouší tato monografie odpovědět, a to pomocí kombinace metod kvalitativního a kvantitativního výzkumu. V kvalitativní rovině se zabývá otázkou, jak lidé vnímají benefity kulturních produktů jako (potenciální) dárci a (potenciální) obdarovaní. V kvantitativní rovině se zabývá tím, nakolik se trhy jednotlivých kulturních produktů (totiž knih, hudebních a filmových nahrávek) prolínají a jaké jsou klíčové charakteristiky jejich poptávkové strany.

METODOLOGICKÁ POZNÁMKA

V této monografii jsou komentovány závěry dvou výzkumů na téma postoje obyvatel České republiky ke knihám, hudebním a filmovým nosičům jako darům. První z nich byl kvalitativní výzkum, jehož cílem bylo zmapovat, jak lidé vnímají benefity těchto produktů jakožto (potenciální) dárci nebo obdarovaní. Metodologie výzkumu je podrobně popsána v kapitole 2. Druhý výzkum byl kvantitativní a zjišťoval nákupní chování obyvatel České republiky na příslušných trzích. Metodologie je popsána v kapitole 4. 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; Bačuvčík, 2016), výzkumu způsobů trávení volného času (Bačuvčík, 2011), výzkumu nákupního chování na trzích volnočasových aktivit kulturní povahy (Bačuvčík, 2014), výzkumu postoje obyvatel České republiky ke knihám a čtení (Bačuvčík, 2015), případně s dalšími údaji prezentovanými v odborné literatuře uvedené v soupisu zdrojů na konci této monografie.

1 KNIHY, HUDBA A FILMY JAKO PRODUKT

1.1 TRH SE ZVUKOVÝMI NAHRÁVKAMI

Prodeje zvukových nosičů mají dlouhodobě sestupný trend. Jeho příčiny jsou asi všeobecně známé. Jde zejména o stále snadnější možnosti stahování hudby v digitálním formátu zdarma, které proměnilo způsoby, jak lidé konzumují hudbu. Zatímco v dřívějších dobách byli lidé odkázáni na svou sbírku fyzických nahrávek, která bylo omezená buď tím, co si člověk mohl koupit, nebo zkopírovat od svých blízkých (na magnetofonové kazety, později na prepisovatelná CD), případně na to, co si mohli půjčit od svých známých, v půjčovně nebo třeba v knihovnách. V dnešním on-line prostředí člověk naproti tomu může získat takřka jakoukoliv hudbu, kterou si představuje.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Prodej (tis. ks)	5 802	4 628	4 371	3 983	3 563	3 114	4 604	10 261	8 105
singly	27	11	13	27	26	11	7		
CD	3 679	3 129	3 286	3 172	3 188	2 779	4 354	10 023	7 937
MC	1 789	1 144	695	420	168	56	14		
DVD		25	108	200	180	267	228	238	168
vinyl	3	11	4						
česká	3 493	2 736	2 702	2 529	1 859	1 842	3 750	9 390	7 276
zahraniční	1 961	1 539	1 381	1 203	1 508	1 097	701	742	702
vážná	348	353	288	251	196	175	153	129	127

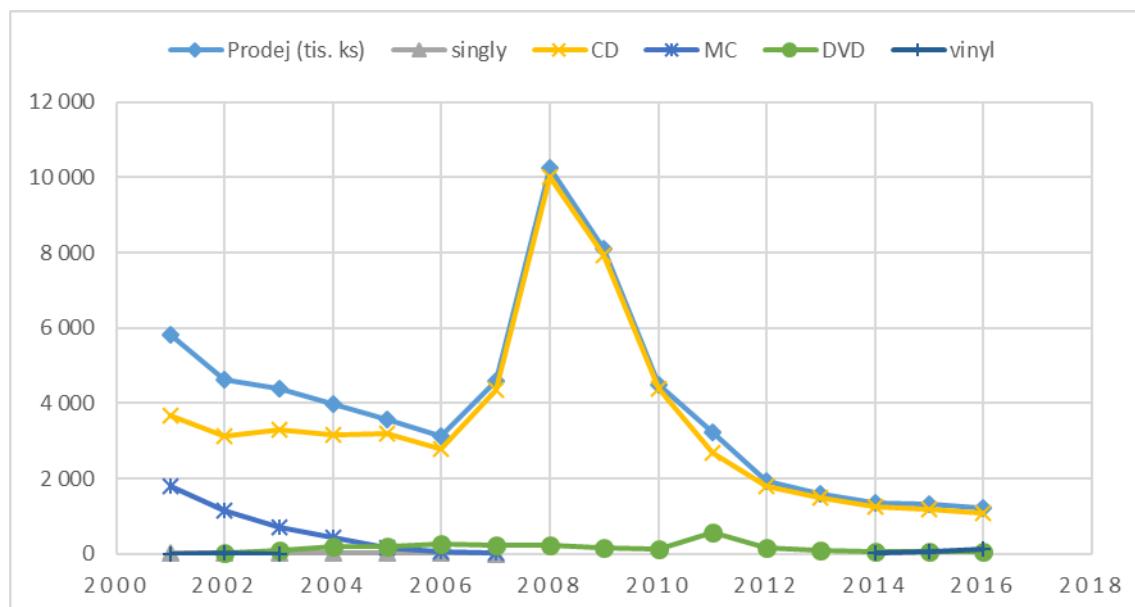
Tabulka 1 – Prodeje zvukových nosičů (Zdroj: ČSÚ, na základě dat Mezinárodní federace hudebního průmyslu)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Prodej (tis. ks)	4 493	3 234	1 945	1 602	1 349	1 305	1 226
CD	4 372	2 680	1 801	1 493	1 238	1 170	1 069
DVD	121	554	144	109	75	65	47
vinyl					36	70	110
česká	3 811	1 930	1 060	943	900	843	690
zahraniční	581	1 197	783	541	348	373	455
vážná	101	107	102	118	101	89	81
Tržby (tis. Kč)	357 507	299 795	280 958	264 142	282 884	326 716	330 517
digitální	25 115	35 655	57 980	70 579	102 727	132 226	136 250
fyzické	332 392	264 140	222 978	193 563	180 157	194 490	194 267

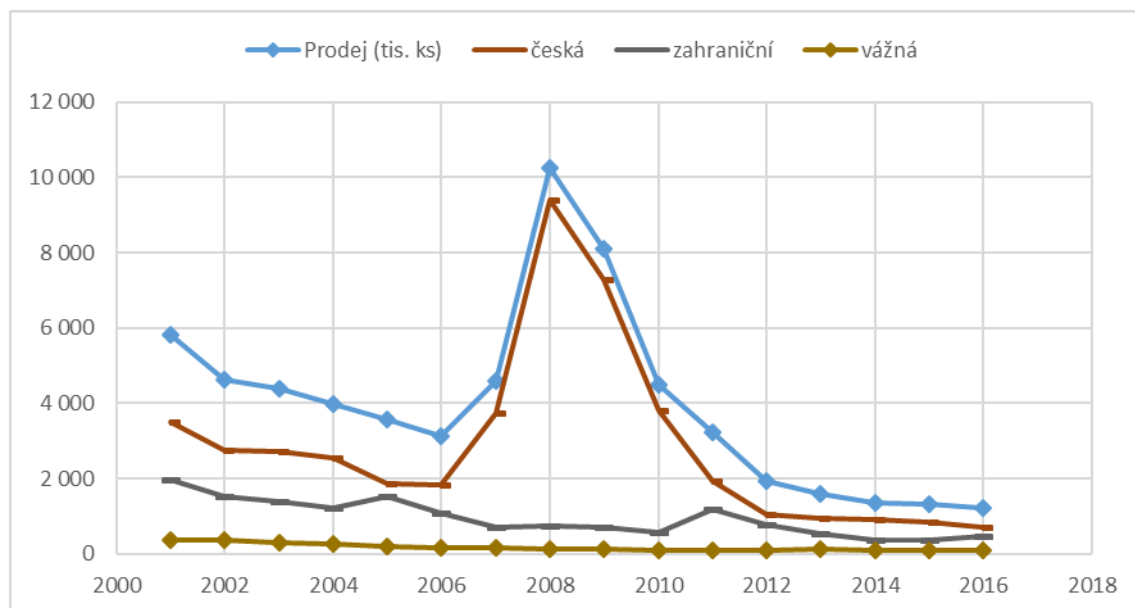
Tabulka 2 – Prodeje zvukových nosičů a tržby za ně (Zdroj: ČSÚ, na základě dat Mezinárodní federace hudebního průmyslu)

To s sebou nese tlak na stále větší „pomíjivost“ hudby, neboť není až tak potřeba se vracet k tomu, co už člověk zná, když má možnost objevovat stále něco

nového. To lze vnímat jako příležitost, nikoliv jako nutný způsob konzumace hudby, který by byl vlastní všem posluchačům.



Graf 1 – Prodeje zvukových nosičů (Zdroj: ČSÚ, na základě dat Mezinárodní federace hudebního průmyslu)

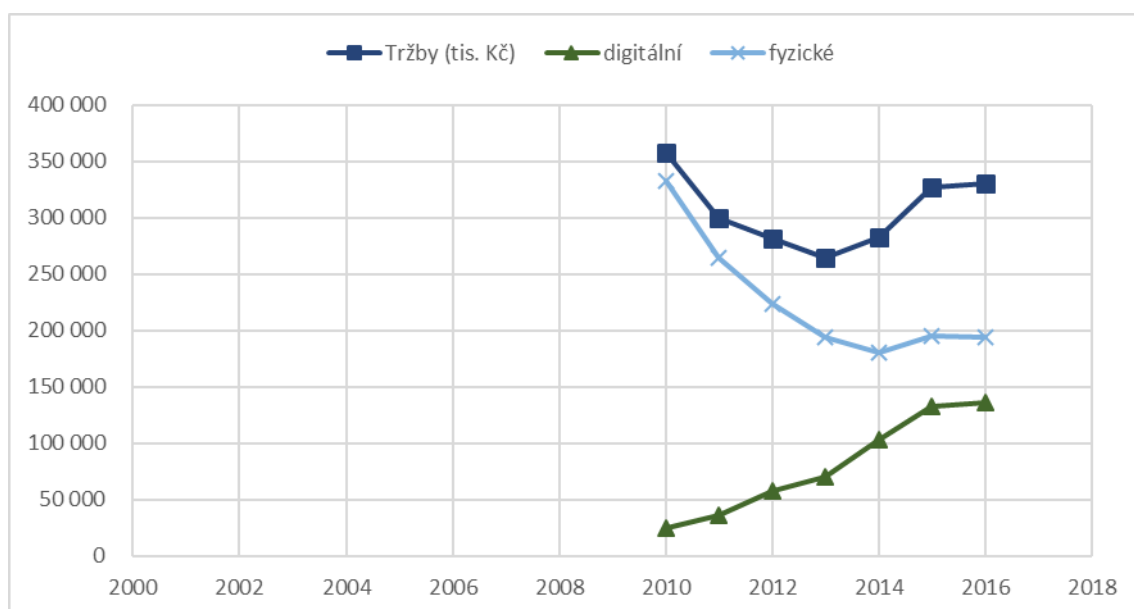


Graf 2 – Prodeje zvukových nosičů dle regionu tvůrce (Zdroj: ČSÚ, na základě dat Mezinárodní federace hudebního průmyslu)

Tento trend je velmi dobře pozorovatelný v číslech v tabulce i v grafu, které popisují celkové prodeje zvukových nosičů. Pravidelný pokles, který zde vidíme již od roku 2001, od kdy jsou na stránkách Českého statistického úřadu aktuálně k dispozici tyto informace, byl přerušen v letech 2007 a 2008. Velmi prudký nárůst prodeje prodaných nosičů byl ovšem vyvolán spíše uměle, neboť v dané době se staly velmi populárními tzv. suplementy novin a časopisů v podobě

hudebních nahrávek. Tento trend brzy odezněl, v daných číslech jej však můžeme pozorovat až do roku 2011. Od roku 2012 by se dalo říct, že se trend dostal nazpět na tu stejnou sestupnou tendenci, ve které setrval do roku 2006 (Ročenky, 2018).

V tabulce a grafu vidíme, že dominantní objem prodeje zvukových nosičů tvoří CD. Tak je tomu po celé sledované období. Můžeme pozorovat postupné odeznívání magnetofonových kazet (MC) a singlů, které statistické údaje vykazují do roku 2007. Propad se týkal také vinylů (LP), které však v posledních letech zažívají boom, a to tak, že od roku 2015 je jejich prodej vyšší, než prodej DVD (rozumí se těch, které se dají zařadit do kategorie „zvukové záznamy“), které do té doby byly druhým nejrozšířenějším nosičem. Také v případě DVD lze pozorovat výrazný výkyv pozitivním směrem, a to právě v roce 2011, což je období konce zmíněného zájmu o suplementy denního tisku a časopisů (Ročenky, 2018).



Graf 3 – Tržby za zvukové nosiče (Zdroj: ČSÚ, na základě dat Mezinárodní federace hudebního průmyslu)

Dalo by se říci, že pokles prodejů nosičů se výrazněji týká české hudby, než hudby zahraniční, kde lze minimálně od roku 2010 pozorovat pokles poněkud mírnější. Jako poměrně stabilní se nějakou dobu jevila také situace v oblasti vážné hudby, avšak od roku 2015 lze také zde pozorovat větší pokles (Ročenky, 2018). Ten může být způsoben dvěma faktory – za prvé, přece jen konzervativnější trh vážné hudby již také přechází do digitálního prostředí, za druhé, v oblasti vážné hudby nevzniká tolik nové produkce, a už vůbec ne takové, která by se mohla stát masověji populární; to znamená, že velká část lidí, kteří si tuto hudbu pořizují, může považovat svou sbírku za uzavřenou, v tom smyslu, že již vlastní nahrávky všech skladeb, které by je mohly zajímat.

Jakousi skepsi, která by snad mohla na základě těchto konstatování vzniknout, nicméně narušuje pohled na tržby v tomto odvětví. Data ze stejných zdrojů máme až od roku 2010. Od té doby lze pozorovat postupné vyrovnávání se tržeb za fyzické nosiče a digitální (nehmotné) nahrávky. Tento trend byl zvrácen v roce 2015, kdy se začaly zvyšovat také tržby z prodeje fyzických nosičů, což lze – pohledem na čísla prodejů – přisuzovat zejména nástupu trhu se zahraniční hudbou na vinylech. Už od roku 2014 se začaly zvyšovat celkové tržby, což můžeme především považovat za důsledek vylepšování možností prodeje digitální hudby (zejména možnost poslouchat jakoukoliv hudbu v rámci určitého paušálu, jak to nabízí například služby Spotify a další; Ročenky, 2018). To naznačuje, že trend přechodu do on-line prostředí sice zvrátit nelze, a případné apely umělců na to, aby lidé kupovali jejich hudbu na nosičích, zřejmě nemají šanci na větší úspěch (vyjma vinylů, které přinášejí přidanou hodnotu, kterou mnozí posluchači hledají, jak uvidíme později ve výsledcích výzkumu), přesto se však zřejmě postupně prosazuje myšlenka, že je normální za poslech hudby platit, byť není distribuována na fyzických nosičích. To, že tento trend výrazně podpořila lepší technologická řešení, která se podařilo provozovatelům zmíněných služeb implementovat (kdybychom chtěli být kritičtí, mohli bychom říct, že jim to trvalo nebyvale dlouho), zřejmě nemusí být předmětem žádné diskuse.

Tato monografie navazuje na dřívější vlastní výzkumy, které se zabývaly postojem obyvatel České republiky k hudbě. Jejich závěry jsou shrnuty v několika monografiích. Za zmínku stojí především monografie „Jak posloucháme hudbu“ (Bačuvčík, 2010), která komentuje závěry kvantitativního výzkumu, který se obecně zabývá tím, kde, z jakých zdrojů a jak často lidé poslouchají hudbu, a jak to souvisí s preferencemi jednotlivých žánrů. Další je monografie „Hudba a my“ (Bačuvčík, 2016), která přináší závěry kvalitativního výzkumu, zaměřeného na to, jak souvisí poslech hudby s náladou, kvantitativního výzkumu, který byl zaměřený na návštěvu kulturních akcí hudební povahy, a druhého kvantitativního výzkumu, jehož cílem bylo vytvoření posluchačské typologie na základě preferovaných hudebních žánrů. Zde předkládaná monografie doplňuje pohled na poptávkovou stranu trhu s hudbou tím, že se v dalších kapitolách zaměřuje na využití hmotných produktů hudební povahy jako darů.

1.2 TRH S KNIHAMÍ

Situace na trhu s knihami má dvě dimenze. První představuje trh s knihami v úzkém slova smyslu, tedy skutečný nákup knih v knihkupectvích nebo na e-shopech. Druhou je „pronájem“ knih prostřednictvím knihoven. Dalo by se říci, že situace je analogická současnému stavu trhu se zvukovými nahrávkami. Dříve

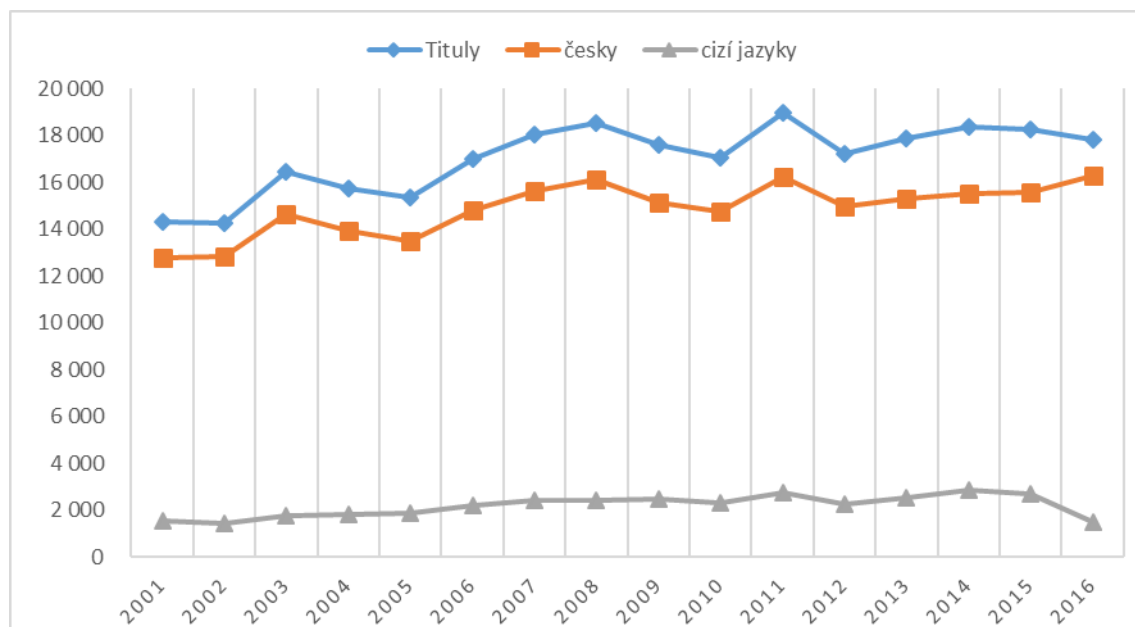
existující poměrně hustá síť půjčoven nosičů, kde bylo možno si je „pronajmout“ za jistý poplatek, prakticky vymizela. Její novodobou podobou jsou však služby typu vzpomínané Spotify, kde sice také lze „zakoupit“ nahrávky v tom smyslu, že je možné si je stáhnout do počítače či mobilního zařízení, dominantním způsobem jejich využívání je však poslech streamované hudby, tedy hudby, kterou si člověk nestahuje (tedy nevlastní ji v tom smyslu, že by ji měl alespoň uloženou v nehmotné podobě), ale pouze poslouchá, podobně jako v rozhlasovém vysílání, ovšem s tím, že má větší či menší možnost (podle toho, jakým způsobem platí či neplatí) výběr hudby ovlivňovat. Pokud bychom porovnali takovéto možnosti pronájmu hudby a knih, dalo by se konstatovat, že pronájem knih se aktuálně v Česku děje za výrazně nižší ceny (pokud bychom uvažovali roční „paušál“), než je tomu u hudby; přitom ceny fyzických nosičů (tedy třeba CD a knih) jsou v principu na srovnatelné úrovni. V této úvaze necháváme poněkud stranou trh s elektronickými knihami (e-booky), který u nás zatím není až tak rozvinutý, a způsob jejich nákupu dnes spíše nepřipomíná pronájem, protože obvykle znamená stažení do počítače, tedy skutečný nákup (byť nehmotného zboží).

Rok	Tituly	v tom		z toho			
		v českém jazyce	v cizím jazyce	beletrie	dětské knihy	školní učebnice	VŠ skript a učebnice
2001	14 321	12 759	1 562	3 726	575	276	1 277
2002	14 278	12 826	1 452	3 605	586	311	1 267
2003	16 451	14 669	1 782	3 498	746	281	1 603
2004	15 749	13 912	1 837	3 381	735	333	1 399
2005	15 350	13 493	1 857	3 340	866	236	1 540
2006	17 019	14 832	2 187	3 746	1 290	352	1 572
2007	18 029	15 624	2 405	3 927	1 187	369	1 602
2008	18 520	16 100	2 420	4 162	1 385	575	1 557
2009	17 598	15 141	2 457	4 475	1 367	374	1 115
2010	17 054	14 763	2 291	4 477	1 336	401	1 135
2011	18 985	16 254	2 731	5 174	1 569	500	1 096
2012	17 247	14 964	2 283	4 684	1 698	556	966
2013	17 876	15 316	2 560	5 190	2 031	483	1 055
2014	18 379	15 536	2 843	5 129	1 962	506	1 192
2015	18 282	15 598	2 684	5 297	1 955	658	893
2016	17 815	16 314	1 501	5 559	2 157	579	593

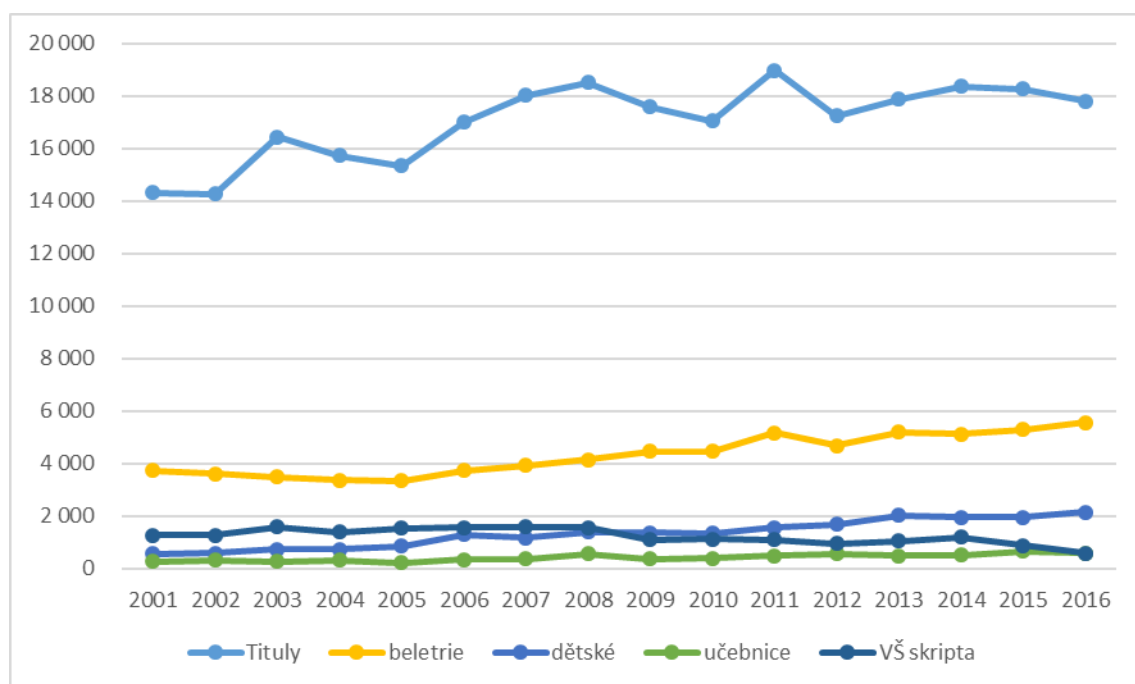
Tabulka 3 – Počty vydaných knih (Zdroj: ČSÚ, na základě dat NIPOS)

Data o prodeji knih v České republice jsou v současné době nedostupná, poněvadž nakladatelé pokládají náklad jednotlivých titulů (v knihách se obvykle neuvádí) i počet prodaných knih za obchodní tajemství. K dispozici jsou data o počtech vydaných titulů. Jak naznačuje tabulka i grafy, počet vydávaných titulů v celém sledovaném období (od roku 2001) roste. Byť s jistými výkyvy, přesto se dá říct, že trend je celkově rostoucí. To samozřejmě nemusí znamenat, že roste i počet prodaných knih, poněvadž knihy mohou být vydávány v menších nákladech. Pokud tedy budeme hovořit o počtu vydaných titulů, je vidět, že

dominantní část představují knihy vydané v českém jazyce, kde trend počtu vydaných titulů kopíruje celkové výsledky, zatímco u knih vydaných v jiných jazycích lze od roku 2014 pozorovat stagnaci či pokles (Ročenky, 2018).



Graf 4 – Počet vydaných knih podle jazyka (Zdroj: ČSÚ, na základě dat NIPOS)



Graf 5 – Počet vydaných knih podle žánru (Zdroj: ČSÚ, na základě dat NIPOS)

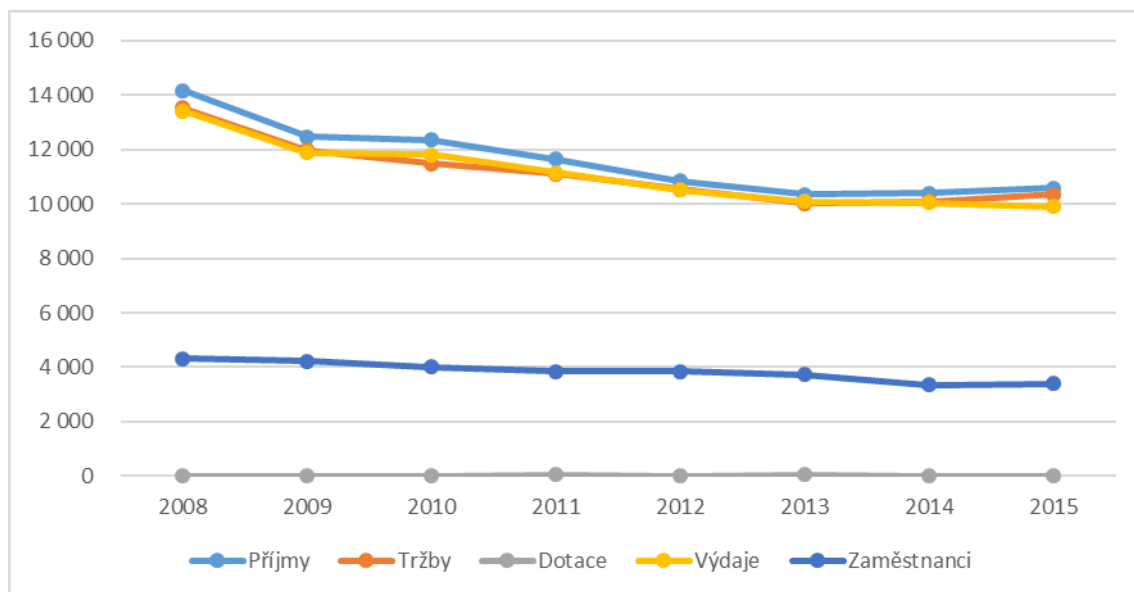
Pokud by šlo o skladbu z hlediska žánrového, největší část představuje beletrie, která stále mírně roste, další část dětské knihy, které zažívají nejdynamičtější růst, potom školní učebnice, kde počet vydávaných titulů v posledních letech spíše stagnuje, byť za celé období je také zřejmý růst. Nejméně se v současné

době vydává vysokoškolských skript a učebnic, u nichž lze v posledních letech pozorovat poměrně výrazný pokles počtu vydávaných titulů (Ročenky, 2018).

Rok	Příjmy (mil. Kč)	z toho		Výdaje (mil. Kč)	Zaměstnanci
		tržby za vlastní výkony	příspěvky, dotace a granty		
2008	14 173	13 528	5	13 418	4 327
2009	12 467	11 976	3	11 886	4 212
2010	12 347	11 486	3	11 819	4 020
2011	11 647	11 097	47	11 146	3 849
2012	10 846	10 547	16	10 527	3 853
2013	10 344	10 010	63	10 098	3 721
2014	10 409	10 085	3	10 045	3 363
2015	10 576	10 361	1	9 895	3 389

Tabulka 4 – Vydávání knih a maloobchod s neperiodickým tiskem (Zdroj: ČSÚ)

K dispozici jsou také údaje o tržbách, ovšem v kontextu celého trhu s neperiodickým tiskem (obsah pojmu je vymezen zákonem č. 37/1995 Sb., ovšem nikoliv precizně; v principu jde o rozmnoženiny literárních, vědeckých nebo uměleckých děl, včetně např. ročenek, zařazeny sem nejsou např. audiovizuální díla, programy počítačů nebo propagační materiály; dalo by se tedy říci, že jde z podstatné části o knihy a jim podobné produkty).



Graf 6 – Vydávání knih a maloobchod s neperiodickým tiskem (Zdroj: ČSÚ)

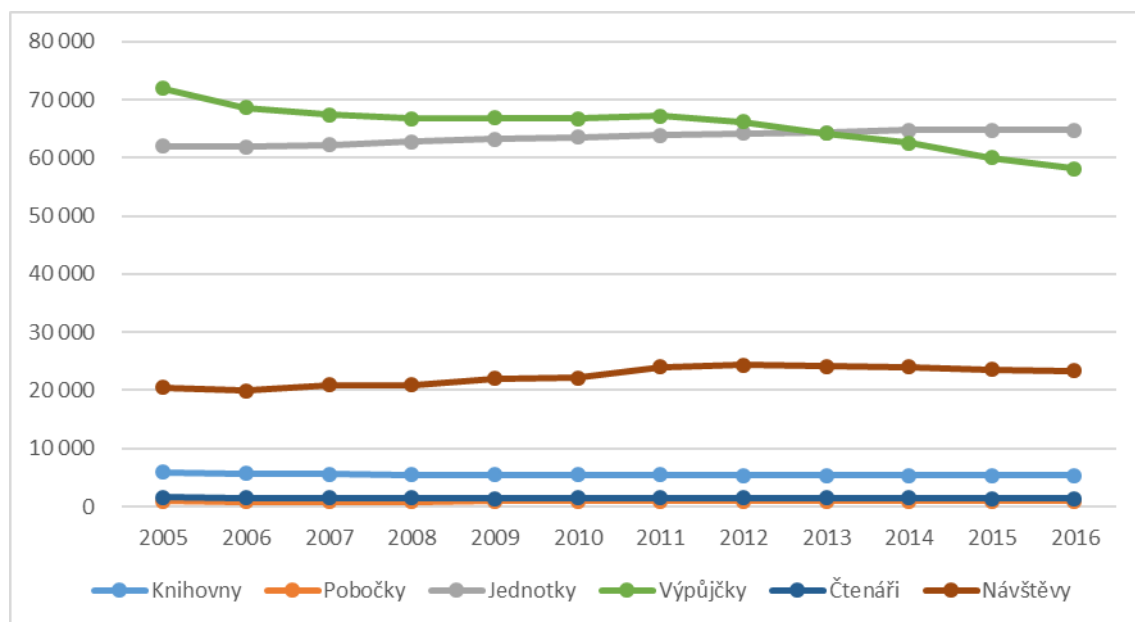
Předložená čísla naznačují, že celé odvětví zažívá od roku 2008, od kdy jsou čísla k dispozici, postupný propad. To se týká jak tržeb, tak i počtu zaměstnanců (Ročenky, 2018).

Tyto údaje doplňují data o situaci na trhu veřejných knihoven. Počet knihoven je relativně stabilní, přesto se od roku 2005, od kdy máme k dispozici statistická data, pomalu snižuje. To se netýká knihovního fondu (počet jednotek), který naopak mírně roste. Dlouhodobě se dá říct, že klesá počet registrovaných čtenářů

(aktuálně je to asi sedmina populace, včetně dětí), přitom však roste počet návštěv (otázkou je, zde nejde jen o důsledek zpřesňující se evidence). Klesá nicméně počet výpůjček, což by znamenalo, že pokud počet návštěvníků opravdu roste, každý z nich si půjčuje méně jednotek (Ročenky, 2018).

Rok	Knihovny	Pobočky knihoven	Knihovní jednotky (tis.)	z toho		Výpůjčky (tis.)	Registrovaní čtenáři (tis.)	Návštěvníci ¹⁾ (tis.)
				krásná literatura	naučná literatura			
2005	5 920	927	61 992	29 823	27 445	71 974	1 538	20 502
2006	5 662	869	61 888	38 839	27 330	68 697	1 476	19 902
2007	5 533	810	62 304	29 098	28 501	67 395	1 458	20 924
2008	5 438	847	62 765	29 110	28 780	66 744	1 448	20 913
2009	5 432	889	63 254	29 294	29 159	66 862	1 398	22 072
2010	5 415	924	63 580	30 277	28 379	66 773	1 431	22 157
2011	5 408	910	63 958	30 364	28 654	67 220	1 462	24 025
2012	5 401	897	64 253	30 403	28 824	66 258	1 450	24 298
2013	5 381	893	64 398	30 506	28 961	64 208	1 430	24 142
2014	5 360	891	64 741	30 704	29 032	62 614	1 436	24 053
2015	5 354	895	64 832	29 737	27 931	60 045	1 412	23 623
2016	5 353	893	64 778	29 603	27 975	58 204	1 372	23 400

Tabulka 5 – Veřejné knihovny (Zdroj: ČSÚ, na základě dat NIPOS)



Graf 7 – Veřejné knihovny (Zdroj: ČSÚ, na základě dat NIPOS)

1.3 POPTÁVKOVÁ STRANA TRHU S KNIHAMÍ

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; „Česká čtenářská republika; Trávníček, 2017).

Závěry těchto výzkumů je možno porovnat se závěry vlastních výzkumů (Bačuvčík, 2009, 2014a, 2015). 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 stredoevropského 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.

1.3.1 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 %). Podle vlastního výzkumu to bylo v roce 2014 85,1 % populace (Bačuvčík, 2015). 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 %). To vcelku odpovídá údajům z vlastního výzkumu (mezi muži 78,1 %, mezi ženami 91,9 %; Bačuvčík, 2015). 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 se závěry vlastního výzkumu, prezentovaného dále); 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. Podle vlastního výzkumu (Bačuvčík, 2015) je čtenářsky neaktivnější skupinou (ve smyslu čtení většího množství knih) věková skupina 20 – 24 let. 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. Podle vlastního výzkumu (Bačuvčík, 2015) je nejoblíbenějším žánrem detektivka (jako svůj preferovaný žánr si ji v testu spontánní atraktivity vybralo 22,8 % respondentů), dále historický román (17,7 %), dobrodružná literatura (17,1 %), ženský román (16,7 %), román ze současnosti (14,5 %), životopisná kniha (13,0 %), cestopis (12,4 %) a literatura faktu (12,0 %). 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 %).

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 (přibylo 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. přibylo vášnivých čtenářů, kteří přečetli více než 50 knih za rok).

1.3.2 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 znatelný 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, rozhlase 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 %). Podle vlastního výzkumu (Bačuvčík, 2015) je to 30,6 % populace. Připomeňme, že registrovanými čtenáři je ve skutečnosti asi sedmina populace. Ženy jsou aktivnější (39 %) než muži (25 %), nejaktivnější 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 %).

2 KNIHY, HUDEBNÍ A FILMOVÉ NOSIČE JAKO DAR : KVALITATIVNÍ VÝZKUM

2.1 CÍL VÝZKUMU

Kvalitativní výzkum měl za cíl zjistit postoje obyvatel České republiky k používání vybraných typů kulturního zboží, konkrétně tištěných knih a fyzických nosičů s hudbou a filmy, jako daru. Cílem bylo zjistit, jak lidé tyto produkty jako dar používají či nepoužívají, a jaké jejich benefity vnímají. Součástí výzkumu byly dva dílčí průzkumy, z nichž jeden byl zaměřen na zjišťování postoje (potenciálních) dárců, druhý na postoje (potenciálních) obdarovaných. Dva dotazníky, které byly v tomto výzkumu využity, obsahovaly tři otevřené obsahové otázky a uzavřené otázky na demografické a geografické údaje. Jednotlivé otázky se týkaly knih a hudebních a filmových nosičů. Vyhodnocení odpovědí je obsahem této a následující kapitoly.

2.2 METODA REALIZACE VÝZKUMU

Oba dílčí průzkumy byly realizovány formou on-line dotazníků umístěných na portálu www.vyplnto.cz (dotazníky viz na konci této monografie). Dotazování proběhlo během listopadu 2016. 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 schopnosti a ochoty odpovídat na otevřené otázky.

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 přehledu možných pohledů či postojů, nevýhoda spíše relativní, která možnost dosažení