
КУПОВИНА, ЧИТАЊЕ И ОГЛАШАВАЊЕ КЊИГА У СРБИЈИ

Љубица Јеротијевић
AQUAGROUP, Београд

УДК 655.421:303.425(497.11)"2006"
УДК 028:303.425(497.11)"2006"

изазивају друштвено пожељне одговоре, као и да упитник не садржи вредносне судове и процене. Истраживање је обављено у Београду на шест група селекционисаних по полу и годинама. Важно је напоменути да је узорак по образовању и просечним приходима био у просеку и изнад њега, а да су сви испитаници бирани међу људима који читају и купују књиге.

СТРУКТУРА ТРЖИШТА – ОДНОС ПРЕМА КУПОВИНИ КЊИГА

Основни циљ овог истраживања био је прикупљање квалитативних података везаних за ставове, мишљења и очекивања Београђана на тему куповине, читања и оглашавања књига. Подаци добијени на овај начин требало је да нам помогну да правилније сагледамо структуру тржишта, познатост, преференције, као и однос према различитим едицијама, издавачима и жанровима књига. Сазнали смо, такође, који су ставови Београђана у односу на место и начине куповине и позајмљивања књига.

За прикупљање података коришћен је полустандардизовани, за ову сврху посебно конструисани интервју. (Све информације добијене су у личном контакту испитаника и модератора.) Све теме је читао модератор и ниједан одговор није био понуђен. Трудили смо се да питања не буду сугестивна, да не

При избору књига већина испитаних ослања се на препоруке које добије од пријатеља – и то независно од узраста или пола. Скоро исто толико важан је и сажетак који се налази на крају књиге или на задњој корици – и њега већина учесника обавезно прочита. Не мали број купаца књига књигу и отвори са намером да провери да ли је комплетна, те да ли су странице добро одштампане (већином мушкарци), или са жељом да насумично прочита неки пасус и установи колико им је књига занимљива (углавном жене). Ставовима критичара или изводима из новина (који се често штампају на корици) већина учесника не верује, као ни наводима да је књига бестселер или добитник неке више или мање познате награде.

Веома је занимљиво да је најмлађа група (узраста од 14 до 18 година) била најскептичнија према наводима критике и квалитету награђених књига.

Мушкарци чешће проверавају шта о књизи која их занима и коју намеравају да купе пише на Интернету, а жене чешће и радије одлазе у књижаре и тамо траже и листају, или се обавештавају у часописима (прикази у *Yellow Cab* и *Elle*).

Заједничко свим учесницима фокуса је да дефинитивну одлуку о куповини књиге доносе на месту куповине – и то после детаљне и често дуге потраге (знатно је ређи случај да се у књижару уђе са јасном идејом шта се хоће и само то и купи).

Занимљиво је да ниједан од учесника није међу прва три критеријума по којима бира књигу навео цену, а на директно питање колико им је важна цена књиге коју намеравају да купе, већина је одговорила да цена није много важна. Чак и они учесници којима је цена књиге важна, углавном су додали да беспарица може да одложи куповину, али да ће за књигу коју заиста желе увек сакупити паре. Млађима је цена важнија него старијима и то независно од пола.

Парадоксално, иако готово никоме није важна цена, ипак сви радије купују када су попусти или у књижарама где на основу картице имају попуст (обавесте се да ли жељена књига постоји у књижари у којој имају попуст, па тек ако не могу тамо да је нађу купују је другде по пуној цени). Дакле цена није важна или бар није пресудна, али је могућност попушта веома битан фактор при избору књиге.

Сви учесници преферирају тврд повез, али многима је (нарочито женама и млађима) небитно како је књига опремљена (важно је само да се не распада при листању, да се „не дезинтегрише“ и „да може да стоји расклопљена док је читам на столу“). Повез такође добија на значају ако је у питању важна и драга књига, купљена да траје, као и ако се књига купује као поклон.

На директно питање да ли при куповини књига обраћају пажњу на аутора, издавача или едицију,

већина учесника одговорила је да им ништа од наведеног није пресудно, уколико им се књига допадне по садржају или уколико су добили препоруку од поуздане особе. Међу старијим мушкарцима неколицина ипак обраћа пажњу на издавача или едицију „јер су неким издавачима спремни да опросте и покоји промашај“. Занимљиво је и мишљење једног од учесника млађе мушке групе (од 19–24 године) „Аутор је важан за белетристику, а едиција за стручну литературу“, као и мишљење једне девојчице од 14 година која каже: „Едиција ми је важна ако видим да издају само добре књиге, али више као препорука, а не као обавеза да купим“. Највећу толерантност показала је најмлађа група. Њима нису важни ни дизајн корица, ни аутор, ни наслов, као ни илустрације. Уколико им је књига препоручена од неког коме верују, купиће је без обзира на све.

Сви учесници себи купују више књига него другима, осим најмлађе групе (14–18 година) чији припадници у просеку више књига купују као поклон. При избору књига за поклон већина жена има исте критеријуме као за себе („па ако се књига не допадне, увек могу да ми је врате“ или „бирам као за себе, па је после позајим да и ја прочитам“).

Мушкарци углавном у ту сврху бирају лепше, скупље и тврдо коричене књиге, а нико од учесника (независно од пола и година) не поклања половне књиге, мада их многи мање или више радо купују себи.

Што се теме и врсте књига тиче, изгледа да се млађи купци књига више труде да пронађу адекватну књигу за поклон, или да „погоде“ укусу особе којој је поклон намењен, док старији учесници (који углавном књиге купују себи) ретко купују књиге на поклон и то само ако веома добро познају особу којој ће поклонити књигу, или ако добију прецизну наруџбину.

Мишљења Београђана о томе шта би их навело да купују више књига се разликују више по полу него по узрасту. Жене би се више радовале попустима и

слободном времену, а мушкарци већем избору књига (нарочито стручних). Сви би радо били боље информисани од стране издавача и књижара, и сматрају да би боља информисаност, и чак реклама, вероватно повећала број књига које купују, а само један учесник је рекао да он ни под којим условима не би куповао више књига. Неколико пута поменуто је да је избор страних књига недовољан, као и да фали више добрих превода, а најсимпатичнији одговор добили смо од једне учеснице најмлађе групе која је рекла да би још један распуст сигурно допринео да она купи више књига.

Занимљиво је да је побољшање материјалних услова („када би књиге биле јефтиније“ или „када бих имао/ла више новца“) прилично ретко навођено као разлог за повећану куповину књига, а готово никад на првом месту, што је прилично другачије од података добијених преко квантитативног истраживања. Разлог овоме је вероватно тај што је узорак само београдски (а не обухвата репрезентативну Србију), као и што је селекционисано „читачки“ (дакле образованији и вероватно богатији од просека).

Најмлађа група (14–19 година) најчешће купује авантуристичке, „хорор“ и „крими“ књиге, и то независно од пола, омладина (19–24) најрадије купује историјске, затим „крими“ књиге, научну фантастику, епску фантастику, популарну психологију, као и стручне књиге потребне за факултет. У овом узрасту полне разлике у омиљеним књигама су већ прилично упадљиве, да би се током каснијих година све више продубљивале. Мушкарци од 25 до 34 године најчешће купују стручне књиге, затим научну фантастику, историографију, епску фантастику и путописе, слично као и мушкарци од 35 до 54 године, с тим што старија група радо купује и књиге о уметности, као и „што дуже романе“ и класике. Жене у доби од 25 до 34 године купују стручне књиге, али много радије „књиге разбриге“, романе са савременом тематиком, фантастику и кримиће. Старија група жена (35–54 година) купује

романе, љубавне и историјске, кратке приче и савремене новеле.

Међу нашим испитаницима (Београд и натпросечно образовање) сви бар повремено купују књиге на страним језицима, а неки чешће купују књиге на енглеском него на српском, чак и у најмлађој групи. Ово се не може узети као популациони просек, али се може посматрати као добар тренд и као тржишна ниша за стране књиге (велики број учесника жалио се да је понуда страних књига премала и преуска).

Најразличитије разлоге због којих купују књиге наводиле су жене од 25 до 54 године: „Волим да читам“, „Имам навику“, „Бежим од реалности“, „Вежба мозак“, „Образујем се“, „Уживам у тражењу књиге, куповини и читању“. Преовлађујући мотиви међу женама су ипак уживање, забава и нова сазнања, и то изгледа тим редоследом, а можда најбоље објашњење је: „Купујем књиге да би их читала, јер док чита човек је добар са самим собом“. Млађи мушкарци књиге купују из два основна разлога, да би се образовали и стицали нова сазнања и да би се опуштали. Старији мушкарци (35–54 године) поред информисаности и уживања наводе и још један битан разлог куповине и читања књига „То је једино време само за мене“. Група (19–24 године) превасходно купује књиге да би се образовала и научила нешто ново, што је сасвим логично јер већина испитаника тог узраста иде на факултет, или да се разоноди (што је такође очекивано од ове групе). Најмлађи учесници купују књиге најчешће да би их поклонили некоме, а затим да би их читали личног образовања ради, па онда јер воле да читају, или да би просто „убили време“.

На питање којих све издавача можете да се сетите, најмлађа група (до 18 година) навела је Народну књигу, Стубове културе, Плато, Лагуну, Соларис. На исто питање млади, узраста од 19 до 24 године рекли су: Реч и мисао, Градац, Геопоетика, Лагуна, Самиздат, Плато, Микрокњига, Нолит, Моно и Мањана. Млађа женска група (25–34 године) навела

је Самиздат, Клио, Стубове културе, Геопоетику, Плато, Дерету, Народну књигу, Лагуну и Нолит. Старија женска група (35–54 године) прво је навела Лагуну, затим Дерету, Просвету, Вука Караџића, Мона и Мањану, Геопоетику, Плато, Паидеју, Либрето, Нолит, Народну књигу, Езотерију, Клио и Рад. Млађа мушка група узраста од 25 до 34 године навела је Дерету, Стубове културе, Бигз, Лагуну, Анлари, Нолит, Самиздат, Југословенску књигу, Привредни преглед, Плато, Поларис, Народну књигу, Драганића, Геопоетику и Лагуну. Старија мушка група (35–54 године) прво се сетила Нолита, затим следе Стубови културе, Клио, Дерета, Народна књига, Просвета, Рад, Лагуна, Драганић, те Градина.

Изгледа да се Стубови културе, Плато, Лагуна и Народна књига помињу у свим групама, а Клио, Геопоетика и Самиздат су познати у групама старијим од 19 година. Од „старе гарде“ најбоље је прошао Нолит. Старије групе још увек се сећају Просвете или Вука Караџића, али њих нико није навео у групама млађим од 34 године. Издавача стручних књига сетили су се само у мушким групама, а типичних „дечјих“ издавача нико. Омиљене издаваче и едиције има мали број учесника, осим што је пар старијих мушкараца навело Клио јер једини имају нешто бољи избор књига из области друштвених наука, а неке од жена из старије групе најрадије погледају нову понуду Самиздата, Геопоетике, Мона и Мањане. Међу младима су најомиљеније књиге Лагуне, Геопоетике, Самиздата и Стубова културе и то независно од пола. Само један од свих учесника има омиљену едицију и то је Алеф издавача Градац; ово је дефинитивно изузетак који потврђује правило да едиције купцима књига уопште нису важне нити се за њих везују на било који начин.

Судећи по учесницима у фокусу, сви Београђани чешће купују белетристику него стручне књиге. Млађи од 19 година купују само белетристику, затим у студентском добу и младим годинама нагло расте број стручних књига, па многи млади професионалци

купују готово једнак број научних књига и оних за опуштање. У каснијим годинама мушкарци настављају да купују велики број стручних књига, док је код жена ситуација другачија утолико што оне са годинама повећавају удео белетристике у укупном броју књига. Дечје књиге не купује само група од 14. до 19. година (или бар не признаје пред својом старосном групом), а сви остали купују их као поклон својој или туђој деци. Најчешћи купци дечјих књига су жене од 25 до 34 године, али ни мушкарци не купују знатно мање. Основна разлика је што многе жене (и из старије и из млађе групе) дечје књиге обавезно прочитају пре него што их поклоне, за разлику од већине мушкараца. Изузетак је наравно Хари Потер, кога изгледа да су сви читали – и који је многим у групи 14–18. година најомиљенија књига.

Публицистику најмлађи не читају уопште, а онда негде после двадесете мушкарци почну да се занимају за те теме и интересовање им са годинама расте. Жене (бар у Београду) изгледа да се никад не заинтересују за књиге из области публицистике (само једна жена млађа од 35 година рекла је да повремено воли добру књигу овог жанра). Што се поезије тиче, на основу података које смо добили нејасно је како се књиге песама уопште продају, јер не само да већина и мушкараца и жена са индигнацијом одбија и саму могућност да купи књигу песама него је већини она при врху књига које „никада не би купили“. Свега неколико људи стидљиво је признало да понекад прочита неку песму. Атласе на нашем језику и школске речнике систематски купују сви ђаци, атласе на страном језику старији мушкарци (они исти који воле и купују путописе), а енциклопедије су неки (углавном старији) желели да сакупе уз лист Политика и дубоко разочарани квалитетом одустали од тога већ после прве свеске. Енциклопедијом коју су комплетирали уз Забавник сви су било много задовољнији (чак и они до 25 година). Иначе већина младих сматра да је време енциклопедија прошло, јер све што човека може да занима много се брже и лакше нађе на Интернету.

МЕСТО КУПОВИНЕ

Сви учесници књиге најрадије купују у књижарама (само повремено по сајмовима књига и то због великог избора и попушта) што је у складу са подацима добијеним квантитативним истраживањем. Књижаре треба да буду добро снабдевене, светле, простране и прегледно организоване, добро је и да буду велике да би избор књига могао да траје и траје. Свега пар учесника (понеко у свакој групи) радије бира мале прашњаве и скучене књижаре пуне кутија са половним издањима где се може „избуришкати“ неки неочекивани наслов.

Оно око чега се сви учесници слажу је важност продаваца за атмосферу у књижари. Од продаваца у књижари се очекује да буду информисани о књигама, по могућству и „начитани“, љубазни и дискретни, да „не смарају“ и не сметају, а нарочито да не стоје као полицајци будно пазећи да се нешто не украде.

На питање шта фали књижарама у граду најчешћи одговор је био образовани продавци, а затим „столице да човек може да седне док листа“, кафа и чај... На питање где никад не би купили књигу најмлађа група (до 18. година) била је најтолерантнија – књигу коју желе купили би било где (свега неколицина њих рекло је да би нерадо купили књигу на улици). На исто питање млади, узраста између 19 и 24. године рекли су да књигу не би купили на киоску (јер то деградира књигу и није прави угођај бирати књигу пар секунди између људи који купују новине и цигарете), затим на улици или у кафићу. Млађа женска група 25–34. године навела је да књигу не би купила на улици, киоску, самопослузи, као и преко интернета (зато што мора да опипа све што жели да купи). Млађа мушка група 25–34. године књигу не би купила на улици, на киоску, у Максију, Меркатору, Меркуру „то је бизарно – мало алат, а мало књиге“. Старије групе, поред свих претходно наведених места, нерадо купују и поужећем, у Гарден центру и на местима где

су продавци досадни и необразовани, као и у књижарама где између књига и купца стоји тезга.

Укратко, што су потенцијални купци старији то им је теже удовољити и то су мушчавији при избору места у коме ће купити књигу, а све се ређе среће одговор „све ми је једно где ћу купити књигу, важно је да желим да је купим“.

Млађа мушка група између 25-те и 34. године поводом продаје књига на киосцима има подељена мишљења, неки акцију здушно подржавају (иако сами нису куповали) неки су пак противници – због тога што књигама није место на киосцима, а неки акцију сматрају лошом јер су издања лоше опремљена и урађена. Старија мушка група, они од 35-те до 54. године нерадо купује на киосцима, продају књига на такав начин сматра деградацијом књиге, а мотиве акције види у богаћењу издавача. И млађа и старија женска група су доста толерантније од мушкараца по питању продаје књига на киосцима: иако већина учесница није никада купила ниједну књигу на киоску (свега пар их је купило по књигу или две – и биле су углавном незадовољне опремом, папиром и преводом), жене подржавају ову акцију много више него мушкарци, као могућност да књига уђе и у куће у којима је мање има. Ипак, испитане жене ће наставити да радије купују књиге у књижари, јер је „важан ритуал“, „одличан провод“ и „јер на киоску немаш ни места ни времена да књигу прелисташ како треба“. Млади чешће купују књиге на киоску и више подржавају овакав начин продаје, мада је приметно да што су старији имају више примедби.

Што се тиче Београдског сајма књига ситуација је доста јасна и једнообразна – осим пар изузетака (из групе старијих мушкараца који „мрзе масовне манифестације“ и из групе старијих жена које „не подносе гужву“) сви остали једва чекају Сајам – и из године му се верно враћају. Мотиви су различити, неки воле ту гужву, неким је важно што су на Сајму присутни сви домаћи издавачи, укључујући и оне чије се књиге иначе ретко могу наћи у књижарама, па

долазе, упркос гужви, а већина се радује попустима. Ретки чекају Сајам да би купили књигу коју желе на попуст, мада има и таквих, нарочито међу млађима, али сви понесу неки фонд и нико га оданде не врати. Неколицина штеди паре наменски за Сајам књига не би ли их тамо немилице трошила.

Поред Сајма, постоји још неколико мањих градских сајмова у Дому синдиката, Дому омладине и другде, судећи по нашим учесницима сваки сајам је добро прихваћен и због понуде и због попушта.

И млађа и старија женска група имају мало искуства са куповином књига преко Интернета, сматрају да је такав начин користан, али истовремено сумњају да ће га лично упражњавати, јер када купују воле да „опипају, прегледају и омиришу“. Свега пар жена куповало је преко Интернета, и то „из белог света“, и то стручну литературу. Нико у групи младих (19–24 године) није никад куповао преко Интернета (био је један покушај у коме је младић наручио и платио књигу, а онда му је накнадно било јављено да књиге нема, па су му паре биле враћене). Млађа мушка група (од 25 до 34 године) често купује стручне књиге, али и белетристику, преко Интернета али их још много чешће „скида“ или „down-load-ује“ бесплатно. Старија мушка група (35–54) купује преко Интернета, „скида“ а један од учесника само тако и долази до нових издања (он најмање већ годинама чита само са компјутера).

Мушкарци су очигледно много склонији да користе компјутер при куповини књига, и не само књига.

УТИЦАЈИ

Заједничко за све учеснике је да се о књигама најрадије обавештавају од пријатеља, рођака и колега са посла. Немали број учесника је рекао да највише верује само себи, било тако што посети књижаре и сам потражи, прелиста, и прочита понеки део, било тако што се обавести на више страна, па

сам донесе закључак. Клубови читалаца Клио, Лагуна, Плато, Соларис, Самиздат, Књига и ми, Маркет принт – обавештавају своје чланове о новим издањима, било тако што им шаљу каталоге на кућу или обавештења на e-mail, и сви који их приме кажу да се и на тај начин и информишу о књигама. Knjizara.com такође обавештава заинтересоване о новим издањима свих издавача и неколицина учесника (нарочито млађих) користи и ту могућност. Мушкарци се чешће информишу на Интернету, а жене из часописа.

ЧИТАЊЕ КЊИГА

Сви учесници се углавном слажу да су им критеријуми за куповину књига строжи него критеријуми за читање, што значи да повремено прочитају и неку књигу коју не би купили. Свега пар учесника (међу старијима, независно од пола) поштује иста правила за читање и куповину – и то су углавном они који читају само књиге које купе – јер им је веома важно да књиге буду сасвим нове. Сви учесници који више не иду у школу читају увече или ноћу, више викендом него радним даном. Ђаци читају кад нису у школи, а студенти кад нису рокови. Више се чита током одмора, али као доба године преовлађују јесен и зима, а не лето. Међу старијим групама има доста оних који већ годинама читају сваког дана у мање-више исто време, независно од доба године, (често после ручка или пред спавање). Неколико учесника најрадије чита у природи, или бар на тераси, многи, углавном млађи, у превозу, али највећи број њих чита у фотељи или у кревету. Ово важи за белетристику, стручна литературе се углавном чита за столом. Неки од мушкараца и жена из старије групе (35–54. г.) читали су највише у школи и на студијама, али већина сада чита највише, или одувек чита много, или повремено прави паузе од по пар месеци, или „не чита кад је заљубљена“, или „не чита у септембру јер је то диван месец за шетање“. Мушкарци (и старији

и млађи) примећују да са годинама читају све више стручну литературу, а сразмерно мање белетристику, а жене имају веће паузе везане за материнство, али судећи по старијим учесницама кад деца порасту долази најбоље доба за читање.

Изгледа да су жене углавном читале „одувек“, а мушкарци су читање „открили“, касније. Ови подаци нису сасвим у складу са подацима добијеним квантитативним истраживањем, али се различитост у резултатима вероватно може објаснити чињеницом да су у фокусима учествовали селекционисани и пасионирани „читачи“.

На тему библиотека, највише је имала да каже најмлађа група (до 18 година). Они су углавном сви учлањени у библиотеке, и с обзиром да је реч о пасионираним „читачима“ огорчени на чињеницу да се књиге враћају са закашњењем и да то пролази некажњено, ужаснути тиме што друга деца жврљају и цепају књиге, па су оне у „катастрофалном стању“, као и што „осим лектире, нема ничег другог“. На исту тему млади, узраста 19–24. године, који су такође углавном учлањени у библиотеке, рекли су да су библиотеке „јадне“, да пропадају, да се књиге распадају, да нема нових наслова и да има мало стручних књига. Нико ни из млађе ни из старије женске групе није учлањен у библиотеку, (осим једне девојке којој мајка ради тамо и неколико девојака које су учлањене у British Council). Разлози су вишеструки, добрих и нових књига нема и не могу се видети ни додирнути, човек мора да зна шта жели или треба да се снађе међу картицама, а не међу књигама, као што је случај у многим библиотекама на Западу. Поред тога, неке од учесница нерадо читају туђе и половне књиге, па самим тим и књиге позајмљене из библиотеке. Мушкарци нису чланови библиотека углавном зато што радије читају своје књиге, или их „смара“ што

морају да мисле који је рок за враћање књига. Само неколицина не позајмљује књиге из библиотеке зато што је слаба понуда стручних књига или зато што нема довољно нових наслова, па се чека на ред.

Љубица Јеротијевић
Куповина, читање и оглашавање књига у Србији

Резиме

Овај текст настоји да што прецизније сагледа структуру тржишта књига. С тим у вези, бави се анализом прикупљених података – мишљења, ставова и очекивања Београђана на тему куповине, читања и оглашавања књига, при чему је коришћен полустандардизовани, за ову сврху посебно састављени интервју. Све информације су добијене непосредно, личним контактом, а да притом није било понуђених одговора на постављена питања. Ово истраживање спроведено је искључиво на територији града Београда, међу шест селекционих група, одабраних на основу пола и старосне доби. Што се личног образовања и просечних прихода испитаника тиче – они се крећу у просеку или изнад њега, док су у интервјуисану групу могли да уђу само они грађани Београда који читају и купују књиге. Посебан осврт у тексту одређује услове у којима тржиште функционише, тј. видове оглашавања, места куповине, односно читања књига.

Ljubica Jerotijević
Buying, Reading and Publicising Books in Serbia

Summary

The aim of this text is to introspect in the most precise way a structure of book market. It presents results of data gathered – opinions, attitudes and expectations of Belgraders concerning buying, reading and publicising books. For this purpose, a specially designed semi-standardised interview was used. All information were collected directly through personal contacts, and no previously prepared answers were offered. The survey was conducted on the territory of Belgrade, among six selected groups, drawn on the basis of sex and age. As for the education level and personal income – they are around the average or above it. Members of groups could become only persons who read and buy books. A special interest was taken in market conditions, in ways of publicising, and in places where books are being bought or read.