



**Το αναγνωστικό κοινό στην Ελλάδα τα δημογραφικά του
χαρακτηριστικά και η συμπεριφορά του**

Γιώργος Τσουρβάκας
Επίκουρος Καθηγητής του τμήματος δημοσιογραφίας και ΜΜΕ του Αριστοτελείου
Μέλος Επιτροπής Ερευνών-Μελετών Ινστιτούτου Επικοινωνίας

Συμπόσιο:
**Διαβασμένη ή αδιάβαστη Ελλάδα; Το πρόβλημα της ανάγνωσης στον 21^ο
αιώνα.**
30 Νοεμβρίου 2005 - Στοά του Βιβλίου



Εισαγωγή

Το βιβλίο υπήρξε για πολλά χρόνια υπήρξε το βασικό μέσο εκπαίδευσης, πληροφόρησης αλλά και ψυχαγωγίας των ανθρώπων. Το βιβλίο εξακολουθεί να αποτελεί ένα σημαντικό μέσο επικοινωνίας που συμβάλλει στην πολιτιστική ανάπτυξη των κοινωνιών.

Διαφέρει όμως από τα άλλα μέσα επικοινωνίας καθώς απαιτείται περισσότερος χρόνος από πλευράς κοινού για την κατανόηση του περιεχομένου του, γίνεται λιγότερη χρήση της εικόνας έναντι των ηλεκτρονικών μέσων και είναι ένα μέσο το οποίο δεν στηρίζεται στη διαφήμιση. Το βιβλίο αποτελεί επίσης και μια εμπορική δραστηριότητα καθώς παράγεται και προωθείται από ιδιωτικούς εκδοτικούς οργανισμούς οι οποίοι έχουν ως σκοπό το κέρδος.

Οι εκδοτικές επιχειρήσεις σήμερα βρίσκονται μπροστά σε νέες προκλήσεις και αλλαγές όσον αφορά στην παραγωγή του βιβλίου, καθώς οι νέες τεχνολογίες και οι καινοτόμες ιδέες έχουν δώσει επιπλέον ευκαιρίες ανάπτυξης του βιβλίου. Ωστόσο από τους εκδοτικούς οργανισμούς δεν λείπει η αβεβαιότητα, καθώς έχει αλλάξει ο τρόπος ζωής των σημερινών ανθρώπων σε σχέση με την ανάγνωση και ο ανταγωνισμός στην αγορά του βιβλίου έχει γίνει πολύ έντονος.

Η παρούσα μελέτη εξετάζοντας σε μια πρώτη φάση γενικότερα την αγορά του βιβλίου, επικεντρώνεται κατόπιν στην ελληνική αγορά και προσπαθεί, στηριζόμενη σε δευτερογενή στοιχεία, να διερευνήσει σε μεγαλύτερο βάθος το δημογραφικό προφίλ και τα χαρακτηριστικά της αναγνωστικής συμπεριφοράς των ελλήνων αναγνωστών. Η κατανόηση του ελληνικού αναγνωστικού κοινού θα μπορέσει να βοηθήσει τους εκδοτικούς οργανισμούς να γίνουν πιο αποτελεσματικοί στην ικανοποίηση των αναγκών τους.

Η Προσφορά και η ζήτηση βιβλίων

Οι εκδότες κάθε χρόνο επιλέγουν να προσφέρουν τρία βασικά είδη βιβλίων, καταναλωτικά με βασικό στόχο την ψυχαγωγία του κοινού, εκπαιδευτικά τα οποία συμπεριλαμβάνουν τα σχολικά και τα παιδικά βιβλία και επαγγελματικά βιβλία τα οποία δίνουν πρακτικές γνώσεις στους αναγνώστες (Albarran, 2002; Greco, 2004).

Κάποια από τα παραπάνω βιβλία αποτελούν εγχώριες παραγωγές, ενώ ένας αριθμός βιβλίων μεταφράζονται από άλλες χώρες του εξωτερικού, ακόμη λιγότερες είναι οι περιπτώσεις εκείνες που κάποια βιβλία που έχουν παραχθεί στο εξωτερικό πωλούνται απευθείας στην μητρική τους γλώσσα (Hjorth-Andersen, 2001).

Σύμφωνα με τον Hjorth-Andersen (2000, σ.29) τα βασικά κόστη για την παραγωγή των βιβλίων είναι τα σταθερά που έχουν να κάνουν τόσο με την διαδικασία παραγωγής, απόκτησης χαρτιού, δικαιώματα, επιμέλεια-μετάφραση, έκδοση και προώθηση, όσο και με τα σταθερά κόστη της ευρύτερης επιχειρηματικής δραστηριότητας των εκδοτών (μισθοί, ενοικίαση, κ.λ.π),

Τα βιβλία διατίθενται από τους εκδότες σε διαφορετικές αγορές είτε άμεσα από αντίστοιχα βιβλιοπωλεία που διαθέτουν οι εκδότες είτε έμμεσα σε λιανοπωλητές και μεγάλα καταστήματα που σχετίζονται πολύ ή λίγο με το βιβλίο. Επιπλέον



προσφορά βιβλίων μπορεί να υπάρξει μέσω διαδικτύου και δημόσιων βιβλιοθηκών (Hjorth-Andersen 2000). Θα προσθέταμε εδώ τη διεθνή αγορά βιβλίων, τις εκθέσεις, τις αγορές από δημόσιους φορείς και τις αγορές μεταχειρισμένων βιβλίων, η κάθε μια εκ των οποίων έχει τις δικές της ιδιαιτερότητες.

Σύμφωνα με τον Hjorth-Andersen (2000, σ.32) η ζήτηση βιβλίων επηρεάζεται μακροχρόνια από την δυνατότητα ανάγνωσης του πληθυσμού (ποσοστό αναλφάβητων), το εκπαιδευτικό του επίπεδο (τι γνώσεις που έχει κάποιος για να κατανοήσει πιο ειδικά κείμενα), τον ελεύθερο χρόνο που διαθέτει, τις εναλλακτικές λύσεις που έχει να διαλέξει στον ελεύθερο χρόνο του. Ενώ η βραχυχρόνια ζήτηση για βιβλία εξαρτάτε από το εισόδημα των αναγνωστών, την τιμή των βιβλίων, καθώς και των αριθμών των βιβλίων που προσφέρονται στις ανάλογες προτιμήσεις των καταναλωτών.

Η δομή της αγοράς του βιβλίου χαρακτηρίζεται ως αγορά μονοπωλιακού ανταγωνισμού, όπου υπάρχει χαμηλός βαθμός συγκέντρωσης ιδιοκτησίας εκδοτικών οίκων όπως και μεριδίων αγοράς (Greco, 2000). Υπάρχει επίσης μεγάλη ποικιλία και διαφοροποίηση τίτλων, ενώ τα περισσότερα βιβλία απευθύνονται σε ειδικά κοινά (niche markets). Επιπλέον οι συνθήκες εισόδου στον κλάδο είναι σχετικά εύκολες, υπάρχει μεγάλος αριθμός εκδοτών, ενώ οι τιμές, με τη θέσπιση ενιαίας τιμής (όχι εκπτώσεις), δεν παρουσιάζουν μεγάλη διαφοροποίηση με αποτέλεσμα ο ανταγωνισμός να γίνεται είτε πάνω στην ποιότητα του τρόπου διανομής και διάθεσης των βιβλίων είτε στον τρόπο προβολής και προώθησης. Επίσης το βιβλίο δεν έχει στενά υποκατάστατα σε σχέση με τα άλλα μέσα επικοινωνίας. Ενώ μεταξύ των βιβλίων υπάρχει διαφορετική ελαστικότητα ζήτησης, συνήθως τα πρακτικά βιβλία και τα εκπαιδευτικά έχουν ανελαστική ζήτηση ενώ τα καταναλωτικά, όπως τα λογοτεχνικά έχουν μεγάλη ελαστικότητα ζήτησης (Clerides, 2002; van der Ploeg, 2004).

Τέλος σήμερα, ένας σημαντικός παράγοντας της αγοράς του βιβλίου είναι η χρήση των νέων τεχνολογιών. Οι εκδότες έχουν νέες ευκαιρίες με την χρήση νέων τεχνολογιών για αποτελεσματικότερη παραγωγή, διανομή και ικανοποίηση των απαιτήσεων του αναγνωστικού κοινού (Shaver & Shaver, 2003; Ziv, 2002).

Η προσφορά και η ζήτηση βιβλίων στην Ελλάδα

Σύμφωνα με την μελέτη του Ε.ΚΕ.ΒΙ. (2004, σ.52) και τον πίνακα 1 οι νέοι τίτλοι βιβλίων που προσφέρθηκαν στους έλληνες αναγνώστες από το 1998 έως το 2002 αυξήθηκαν κατά 17.7%, για να φτάσουν το 2002 να προσφέρονται 6.826 νέα βιβλία

Πίνακας 1. Η παραγωγή νέων βιβλίων από το 1998 έως το 2002

ΕΤΟΣ	ΝΕΟΙ ΤΙΤΛΟΙ
1998	5.795
1999	6.358
2000	7.070
2001	6.726
2002	6.826



Πηγή: BIBAIONET, ενημέρωση 24.02.2004

Από αυτούς τους 6.826 νέους τίτλους το μεγαλύτερο ποσοστό αφορούσε, κατά πρώτο λόγο την παραγωγή βιβλίων των θεωρητικών επιστημών, σε ποσοστό 24.89% και κατά δεύτερον την παραγωγή λογοτεχνικών βιβλίων, σε ποσοστό 22.93% (δείτε πίνακα 2, από Ε.ΚΕ.ΒΙ, σ.53).

Πίνακας 2. Η παραγωγή διαφορετικών ειδών βιβλίων το 2002

ΕΙΔΗ ΒΙΒΛΙΟΥ	2002	%
Θεωρητικές επιστήμες	1.699	24.89
Θετικές και εφαρμοσμένες επιστήμες	511	7.49
Λογοτεχνία	1.563	22.93
Παιδικό βιβλίο	1.230	18.02
Εκπαιδευτικά βοηθήματα	845	12.38
Βιβλία τέχνης	302	4.42
Γενικά και πρακτικά βιβλία	674	9.87
Σύνολο	6.826	100.00%

Πηγή: BIBAIONET, ενημέρωση 24.02.2004

Σύμφωνα με την μελέτη του Ε.ΚΕ.ΒΙ. (2004) εκτός από την αύξηση της προσφοράς βιβλίων στην ελληνική αγορά υπήρξε και αύξηση της δαπάνης των νοικοκυριών για βιβλία. Η ποσοστιαία αύξηση της ιδιωτικής κατανάλωσης για βιβλία στην περίοδο 1994-1999 ήταν σχεδόν 35% μεγαλύτερη, σε σταθερές τιμές του 1994 (δείτε πίνακα 3).

Πίνακας 3. Ιδιωτική δαπάνη για βιβλία στην Ελλάδα (δισ. δρχ.)

ΕΤΟΣ	1994	1999
Τρέχουσες τιμές	75,5	136,1
Σταθερές τιμές	75,5	101,8
Μεταβολή σε σταθερές τιμές %		34,8

Πηγή: ΕΣΥΕ. Έρευνα Οικογενειακού προϋπολογισμού 1998/99 και τα οικονομικά του βιβλίου στην Ελλάδα 1998&1999

Επίσης σύμφωνα με τον πίνακα 4 αυξήθηκε η δαπάνη των ελληνικών νοικοκυριών για βιβλία σε σχέση με τις δαπάνες για άλλες πολιτιστικές δραστηριότητες και από την τρίτη θέση που βρισκόταν το 1974, το 1999 πέρασε στην πρώτη θέση.



Πίνακας 4. Ποσοστό συμμετοχής πολιτιστικών δαπανών στις συνολικές δαπάνες των νοικοκυριών 1974-1999 (%)

ΕΤΟΣ	1974	1982	1988	1994	1999
Βιβλία	0,34	0,39	0,26	0,66	0,71
Εφημερίδες / περιοδικά	0,52	0,58	0,81	0,70	0,66
Δημόσια θεάματα / κινηματογράφος	0,50	0,80	0,85	0,51	0,43

Πηγή: ΕΣΥΕ. Έρευνα Οικογενειακού προϋπολογισμού 1998/99 και τα οικονομικά του βιβλίου στην Ελλάδα 1998&1999 (1987/88, 1993/94, 1998/99)

Παρόλη όμως την αύξηση της προσφοράς και της ζήτησης βιβλίων στην ελληνική αγορά το επίπεδο ανάγνωση παρέμεινε χαμηλό.

Η Ταξινόμηση των ελλήνων αναγνωστών

Λίγο κάτω από τους μισούς έλληνες δεν διαβάζουν ποτέ βιβλία, ενώ το ποσοστό των ελλήνων που διαβάζει καθημερινά κάποιο βιβλίο είναι 8,8% (δείτε πίνακα 5)

Πίνακας 5. Συχνότητα ανάγνωσης βιβλίων στην Ελλάδα το 1998 (%)

Καθημερινά	8,8
Αρκετές φορές την εβδομάδα	8,0
1-2 φορές την εβδομάδα	7,4
Περίπου 2-3 φορές το μήνα	8,5
Περίπου 1 φορά το μήνα	10,6
Σπάνια	14,0
Ποτέ	42,7
Σύνολο	100,00

Πηγή: METRON ANALYSIS. Για λογαριασμό του Ε.ΚΕ.ΒΙ.
Δείγμα 5.147 Έλληνες άνω των 15, δομημένο ερωτηματολόγιο
Με πολυδιάστατη στρωματοποιημένη δειγματοληψία 23/5/98-20/7/98

Τα ποσοστά εξακολουθούν να παραμένουν σε μεγάλο βαθμό τα ίδια σύμφωνα και με την δεύτερη έρευνα κοινής γνώμης στην Ελλάδα, αλλά και με την διασταύρωση των στοιχείων της δεύτερης έρευνας με παλαιότερη της ίδια εταιρείας. Υπάρχει ένα σημαντικό ποσοστό της τάξεως του 43,8% των ελλήνων που δεν διαβάζει καθόλου βιβλία, ποσοστό το οποίο μάλιστα αυξήθηκε κατά 44% από το 1998 στο 2004 (δείτε πίνακα 6).



Πίνακας 6. Αριθμός ανάγνωσης βιβλίων στην Ελλάδα μεταξύ 1998-2004 (%)

ΑΡΙΘΜΟΣ ΒΙΒΛΙΩΝ/ ΕΤΟΣ	1998	2004
Πάνω από 10 βιβλία	8,5	8,6
1-9 βιβλία	29,3	25,4
Μόνο πρακτικά και επαγγελματικά	31,8	22,2
Κανένα	30,4	43,8
Σύνολο	100,00	100,00

Πηγή: VPRC Για λογαριασμό του Ε.ΚΕ.ΒΙ. Μέγεθος δείγματος 2.861 άτομα
Πολυσταδιακή στρωματοποιημένη δειγματοληψία, 4/1/04-14/3/04

Μελετώντας τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του ελληνικού κοινού που διαβάζει και δεν διαβάζει καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι υπάρχουν σημαντικές διαφορές ως προς το φύλο, την ηλικία την οικογενειακή κατάσταση, το εκπαιδευτικό επίπεδο, τη θέση του στην απασχόληση, το χώρο διαμονής και την κοινωνικοοικονομική του κατάσταση. Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με τον πίνακα 7 από εκείνους που δεν διαβάζουν καθόλου το 47,4% είναι άνδρες, ενώ όσοι διαβάζουν μόνο πρακτικά βιβλία και εκείνοι που διαβάζουν άλλα βιβλία εκτός των πρακτικών είναι γυναίκες σε ποσοστό 45,4% και 40,5% αντίστοιχα. Από εκείνους που δεν διαβάζουν καθόλου το 68% είναι άνω των 65, σε αντίθεση με αυτούς που διαβάζουν πρακτικά και καταναλωτικά βιβλία που σε ποσοστό 61,3% και 49,8% αντίστοιχα είναι νέοι 18-24 ετών. Από αυτούς που δεν διαβάζουν καθόλου είναι σε ποσοστό 56,5% παντρεμένοι και χωρίς παιδιά κάτω των 18, ενώ από εκείνους που διαβάζουν τόσο πρακτικά όσο και καταναλωτικά βιβλία ένα ποσοστό 60,5% και 53,5% αντίστοιχα είναι ανύπαντροι και ζουν μόνοι. Όσον αφορά το επίπεδο εκπαίδευσης, από αυτούς που δεν διαβάζουν καθόλου το 71,7% είναι κατώτερης εκπαίδευσης, ενώ όσοι διαβάζουν πρακτικά βιβλία έχουν σε ποσοστό 59,4% ανώτερη εκπαίδευση, όπως και όσοι διαβάζουν βιβλία πλην των πρακτικών σε ποσοστό 68,9%. Σχετικά με την θέση τους στην απασχόληση, το 63% των μη αναγνωστών είναι συνταξιούχοι, το 64,6% από αυτούς που διαβάζουν πρακτικά βιβλία είναι φοιτητές και το 59,2% αυτών που διαβάζουν καταναλωτικά βιβλία είναι μισθωτοί του δημοσίου. Η μη ανάγνωση βιβλίων παρατηρείται περισσότερο στις αγροτικές περιοχές, από αυτούς που δεν διαβάζουν το 57,5% ζει σε αγροτικές περιοχές, ενώ από όσους διαβάζουν πρακτικά βιβλία, ένα ποσοστό 48,1% και από όσους διαβάζουν βιβλία πλην των πρακτικών, ένα ποσοστό 44,2%, ζει σε αστικές περιοχές. Τέλος υπάρχει θετική συσχέτιση αναγνωσιμότητας και ανώτερης κοινωνικοοικονομικής κατάστασης, το ποσοστό του 61% των μη αναγνωστών ανήκουν στα κατώτερα κοινωνικοοικονομικά στρώματα ενώ ένα ποσοστό 65,2% από αυτούς που διαβάζουν πρακτικά βιβλία και ένα ποσοστό 68,8% από αυτούς που διαβάζουν άλλα βιβλία εκτός των πρακτικών, ανήκουν στα ανώτερα κοινωνικοοικονομικά στρώματα.

Πίνακας 7. Το δημογραφικό προφίλ των ελλήνων, μη αναγνωστών, αναγνωστών πρακτικών βιβλίων και αναγνωστών καταναλωτικών βιβλίων το έτος 2004 (%)

		ΜΗ ΑΝΑΓΝΩΣΤΩΝ	ΑΝΑΓΝΩΣΤΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΒΙΒΛΙΩΝ	ΑΝΑΓΝΩΣΤΩΝ ΠΛΗΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΒΙΒΛΙΩΝ
ΣΥΝΟΛΟ		43,8	43,2	37,2
Φύλο	Άνδρες	47,4	40,8	33,6
	Γυναίκες	40,5	45,4	40,5
Ηλικία	15-17	26,8	58,9	45,5
	18-24	26	61,3	49,8
	25-34	30,7	57,7	45,5
	35-44	38,5	47,8	40,8
	45-54	46,3	40,4	35
	55-64	55,3	31,7	28,7
	65 και άνω	68	18,5	23
Οικογενειακή κατάσταση	Ανύπαντροι / μόνοι	23,6	60,5	53,5
	Ανύπαντροι / συζούν	29,2	57	48,5
	Παντρεμένοι / χωρίς παιδιά κάτω των 18	56,5	32	28
	Παντρεμένοι / με παιδιά κάτω των 18	39,9	48,1	37,4
	Διαζευγμένοι / χήροι / άλλο	53,4	30,3	34,9
Επίπεδο εκπαίδευσης	Κατώτερη	71,7	20,3	14,7
	Μέση	35,9	50,8	40,6
	Ανώτερη	19,3	59,4	68,9
Θέση απασχόλησης	Εργοδ.- Αυτ/μενοι	47,8	41,8	32,3
	Μισθωτοί Δ.Τ.	25,5	58,8	59,2
	Μισθωτοί Ι.Τ.	36,1	49,1	43,1
	Μ.Α.Μ.Ο	46,5	47,4	23,9
	Άνεργοι	35,8	53,9	44,7
	Συνταξιούχοι	63	23,8	26,7
	Νοικοκυρές	53,6	35,7	25,1
	Φοιτητές	17,6	64,6	56,7
	Άλλοι / ΔΑ	29,7	26,8	43,6
	Τόπος κατοικίας	Αστική	37,3	48,1
Ημιαστική		47,3	40,4	32,7
Αγροτική		57,5	33,1	23,1
Κοινωνικο- οικονομική ένταξη	A	18,9	65,2	68,8
	B	23,9	61,3	58
	C1	29,3	57,5	49
	C2	44	43,3	31,3
	D	47,6	43,2	27,5
	E	61	26,5	23,8

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων της VPRC για λογαριασμό του Ε.ΚΕ.ΒΙ.



Οι λόγοι για του οποίους το 43,8 του δείγματος δεν διαβάζει καθόλου είναι σε ποσοστό 39,1% η έλλειψη χρόνου και σε ποσοστό 18,3% η γενικότερη αποστροφή προς το διάβασμα (δείτε πίνακα 8).

Πίνακας 8. Λόγοι για τους οποίους δεν διαβάζουν κανένα βιβλίο στην Ελλάδα το 2004 (%)

Έλλειψη χρόνου	39,1
Δεν μου αρέσει το διάβασμα / το βαριέμαι	18,3
Έλλειψη ενδιαφέροντος	5,9
Πρόβλημα με τα μάτια	4,2
Δεν ξέρω να διαβάζω	2,9
Λόγω φόρτου εργασίας	2,8
Από συνήθεια / δεν έτυχε να ασχοληθώ	2,5
Άλλες ασχολίες	2,2
Έλλειψη χρόνου λόγω σχολείου / σπουδών	1,9
Λόγω ηλικίας	1,7
Οικογενειακές υποχρεώσεις	1,7
Προβλήματα υγείας	1,6
Έλλειψη διάθεσης	1,4
Με κουράζει	1,4
Για οικονομικούς λόγους	1,0
Άλλο	4,5
ΔΓ	0,5
ΔΑ	6,4
Σύνολο	100,00

Πηγή: VPRC Για λογαριασμό του Ε.ΚΕ.ΒΙ

Σχετικά με τα πρακτικά βιβλία που διαβάζει το 43,2% του αναγνωστικού κοινού, το 17,2% των αναγνωστών προτιμά είδη βιβλίων που αφορούν την μαγειρική, το 13,4% ενδιαφέρεται για ιατρικά βιβλία και το 10,8% για βιβλία που πραγματεύονται θέματα υγιεινής διατροφής(δείτε πίνακα 9).



Πίνακας 9. Τα είδη πρακτικών βιβλίων που διάβαζαν οι Έλληνες το 2004

ΕΙΔΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Μαγειρική	17,2
Ιατρικά θέματα	13,4
Υγιεινή διατροφή	10,8
Διακόσμηση	10,2
Αυτοκίνητο	9,9
Υπολογιστές	8,9
Κατασκευές σπιτιού	6,8
Μουσική	6,8
Σπορ	6,3
Αστρολογία	4,2
Γυμναστική	3,8
Κήπος	3,5
Πρακτικά θέματα συμπεριφοράς	3,3
Ψάρεμα / κυνήγι	2,6
Κατοικίδια ζώα	1,9

Πηγή: VPRC Για λογαριασμό του Ε.ΚΕ.ΒΙ

Όμως αυτοί που διαβάζουν βιβλία στην Ελλάδα όχι για κάποιον πρακτικό λόγο αλλά για την ευχαρίστηση τους ή όχι πάντως για κάποιο λόγο ανάγκης, επιλέγουν τα βιβλία τους σε ποσοστό 37,7% με βάση το θέμα τους. Ενώ ένα ποσοστό 17,7% του κοινού επιλέγει να διαβάσει βιβλία επηρεαζόμενο από το όνομα του συγγραφέα τους (δείτε πίνακα 10).



Πίνακας 10. Κριτήρια για την επιλογή βιβλίων (μη πρακτικών) στην Ελλάδα το 2004

ΚΡΙΤΗΡΙΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Το θέμα του βιβλίου	37,7
Ο συγγραφές	17,7
Η κριτική που διάβασαν	10,6
Η γνώμη φίλων ή συγγενών	10,4
Η μεγάλη κυκλοφορία	4,3
Η τιμή των βιβλίων	3,2
Η διαφήμιση που του έχει γίνει	2,8
Το εξώφυλλο	2,7
Η βράβευση του στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό	2,3
Η συμβουλή του βιβλιοπώλη	1,9
Ο εκδοτικός οίκος	1,7
Η μεταφορά στον κινηματογράφο ή στην τηλεόραση	1,5
Άλλο	1,4
ΔΓ / ΔΑ	1,6

Πηγή: VPRC Για λογαριασμό του Ε.ΚΕ.ΒΙ

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα ευρήματα σχετικά με τον τρόπο ενημέρωσης των αναγνωστών. Από τον πίνακα 1,1 στον οποίο δεν συμπεριλαμβάνονται οι αναγνώστες πρακτικών βιβλίων, βλέπουμε ότι το 65,8% του κοινού μαθαίνει για τα βιβλία από φίλους, ενώ το 60,6% από επισκέψεις σε βιβλιοπωλεία και ένα 34,2% ενημερώνεται από συγγενείς.

Πίνακας 11. Πηγή ενημέρωσης για την αγορά βιβλίων στην Ελλάδα το 2004

ΠΗΓΗ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Από φίλους	65,8
Από επισκέψεις σε βιβλιοπωλεία	60,6
Από συγγενείς	34,2
Από εκθέσεις βιβλίων	33,3
Από κριτικές σε εφημερίδες και περιοδικά	32
Από παρουσιάσεις βιβλίων σε εφημερίδες και περιοδικά	28
Από ειδικές εκπομπές στο ραδιόφωνο και την τηλεόραση	22,2
Από επισκέψεις σε κάποια βιβλιοθήκη	17,7
Από το διαδίκτυο	8,7

Πηγή: VPRC Για λογαριασμό του Ε.ΚΕ.ΒΙ



Επιπλέον ορισμένα χαρακτηριστικά της συμπεριφοράς των αναγνωστών μη πρακτικών βιβλίων, σύμφωνα με τον πίνακα 12, είναι ότι αγοράζουν σε ένα ποσοστό 22,5%, από μικρά βιβλιοπωλεία και ένα 21,3% από μεγάλα βιβλιοπωλεία. Ένα ποσοστό 23,4% διαβάζει σχεδόν καθημερινά, ένα 28,8% τις βραδινές ώρες. Ο μέσος όρος ανάγνωσης σε καθημερινή βάση φτάνει την 1 ώρα και 46 λεπτά, όταν ο μέσος όρος τηλεθέασης καθημερινά είναι 3 ώρες και 24 λεπτά, για ακρόαση ραδιοφώνου 2 ώρες και 40 λεπτά και για ανάγνωση εφημερίδων 35 λεπτά.

Πίνακας 12. Επιλογή χαρακτηριστικών της συμπεριφοράς αναγνωστών μη πρακτικών βιβλίων το 2004

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Αγορά από μικρά βιβλιοπωλεία	22,5
Αγορά από μεγάλα βιβλιοπωλεία	21,3
Διαβάζουν σχεδόν καθημερινά όταν δεν έχουν άλλη ασχολία	23,4
Βραδινές ώρες	28,8
Μ.Ο. ωρών ανάγνωσης βιβλίων καθημερινές	1 ώρα και 45'

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων της VPRC Για λογαριασμό του Ε.ΚΕ.ΒΙ

Τέλος η προτιμώμενη θεματική κατηγορία σύμφωνα με τον πίνακα 13 των αναγνωστών βιβλίων (πλην των πρακτικών) είναι σε ποσοστό 65,5% η ελληνική λογοτεχνία και σε ποσοστό 52,3% η ξένη λογοτεχνία

Πίνακας 13. Προτιμώμενη θεματική κατηγορία βιβλίων των αναγνωστών πλην πρακτικών βιβλίων στην Ελλάδα το 2004

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ
Ελληνική λογοτεχνία	65,5
Ξένη λογοτεχνία	52,3
Ιστορία	45,2
Ψυχολογία	29,7
Γεωγραφία	28,7
Φιλοσοφία	27,6
Θρησκεία / θεολογία	25,2
Κοινωνικές επιστήμες	24,2
Αρχαίοι συγγραφείς	23,2
Τεχνολογία	22,4
Καλές τέχνες	18
Βιβλία για τη γλώσσα	16,9
Φυσικές επιστήμες	14
Κόμικς	13,5
Απόκρυφες επιστήμες	12



Συζήτηση των αποτελεσμάτων και συμπεράσματα

Σε σύγκριση με τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες τα δεδομένα δείχνουν τα εξής. Στην ερώτηση του Ευρωβαρόμετρου (του 2001) «εάν έχετε διαβάσει κάποιο βιβλίο τους τελευταίους 12 μήνες» η πλειοψηφία των ευρωπαίων απάντησε θετικά. Ένα ποσοστό 44,8% είχε διαβάσει βιβλία για άλλους λόγους πέραν του υποχρεωτικού διαβάσματος για εργασία ή μελέτη. Ωστόσο ένα 42,1% δεν είχε διαβάσει κανένα είδος βιβλίου τους τελευταίους 12 μήνες. Τα ποσοστά μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών διέφεραν με τους πολίτες των βορείων χωρών να διαβάζουν τα περισσότερα βιβλία για ευχαρίστηση και όχι για κάποιο πρακτικό σκοπό, το 71,8% των Σουηδών, το 66,2% των Φιλανδών και το 63,2% των Βρετανών. Αντιθέτως στις Νοτιοευρωπαϊκές χώρες το 67,3% των Πορτογάλων, το 54,3% των Ελλήνων και το 52,7% των Ισπανών δεν είχαν διαβάσει κανένα βιβλίο τους τελευταίους 12 μήνες (Consumers, 2005, σ.229).

Σε σχέση με τις εκπαιδευτικές διαδικασίες στην Ευρώπη, όπως έδειξε η μελέτη της Eurostat του 2003, το 42% των Ευρωπαίων πολιτών ηλικίας 25-64 χρονών συμμετείχαν σε κάποια μορφή εκπαίδευσης, επανεκπαίδευσης ή μαθησιακής δραστηριότητας. Το 4,4% συμμετείχε σε επίσημη εκπαιδευτική δραστηριότητα (σχολική, κολεγιακή, πανεπιστημιακή), το 16,5% συμμετείχε σε άτυπες εκπαιδευτικές δραστηριότητες και 1 στους 3 συμμετείχε στην απόκτηση γνώσης με άλλο τρόπο όπως ανάγνωση βιβλίων, κέντρα κατάρτισης, διαδικτυακή και τηλεοπτική μάθηση. Ωστόσο το 58% των Ευρωπαίων πολιτών δεν συμμετείχε σε καμία δραστηριότητα απόκτησης γνώσης. Υπάρχουν σημαντικές διαφορές ανάμεσα στις ευρωπαϊκές χώρες με την μικρότερη συμμετοχή να παρατηρείται στην Ουγγαρία με 12% και στην Ελλάδα με 17% και την μεγαλύτερη συμμετοχή να παρατηρείται στην Σλοβενία και στην Αυστρία με 89% (Kailis & Pilow, 2005).

Το ποσοστό των ατόμων με χαμηλό εκπαιδευτικό επίπεδο μειώνεται σταδιακά στις νεώτερες ηλικιακές ομάδες στην Ελλάδα. Η Ελλάδα έχει έναν ικανοποιητικό δείκτη μορφωτικού επιπέδου των νέων. Για το 2002, ο δείκτης για όλες τις ευρωπαϊκές χώρες ήταν 76,6, η Ελλάδα είχε 81,3, με μικρότερο δείκτη αυτόν της Ισπανίας 64,8 και μεγαλύτερο της Σλοβακίας 94. Όμως στο δείκτη δια βίου μάθησης η Ελλάδα έχει έναν από τους μικρότερους δείκτες στην Ευρώπη. Η Ευρώπη έχει δείκτη 8,0, η Ελλάδα 1,2, η Ρουμανία έχει μόνο 1,1, ενώ η Φιλανδία έχει 18,9 και η Σουηδία 18,4 (Η κοινωνική, 2004).

Όσον αφορά τον ελεύθερο χρόνο των ευρωπαίων πολιτών σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat ο ελεύθερος χρόνος που μένει από τις ώρες ύπνου, φαγητού, προσωπικής περιποίησης, εργασίας και καθημερινής μετακίνησης είναι για τη γυναίκα 4-5 ώρες την ημέρα και για τον άνδρα πάνω από 5 ώρες. Οι γυναίκες σε ποσοστό 29 με 56% κατά τον ελεύθερο χρόνο τους βλέπουν τηλεόραση, 20% αφιερώνουν τον χρόνο τους σε κοινωνικές σχέσεις (συγγενείς, φίλους) και 10% για να διαβάσουν, ακολουθούν οι αθλητικές δραστηριότητες και άλλες. Οι άνδρες σε ποσοστό 34-51% αφιερώνουν τον ελεύθερο χρόνο τους για να δουν τηλεόραση ακολουθούν οι κοινωνικές συναναστροφές και σε ένα ποσοστό 10% αξιοποιούν τον ελεύθερο χρόνο τους για να διαβάσουν. Οι γυναίκες αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στην ανάγνωση βιβλίων σχεδόν σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες ο χρόνος που



αφιερώνουν είναι από 35λεπτά μέχρι και 1 ώρα και 35 λεπτά ημερησίως (How Europeans, 2004).

Σύμφωνα με την τελευταία μέτρηση της κοινής γνώμης (πίνακας 14). Το διάβασμα των βιβλίων, μια φορά το μήνα, που δεν σχετίζεται με το επάγγελμα, σε ένα ποσοστό 37% αποτελεί την τρίτη πιο σημαντική δραστηριότητα των ελλήνων με πρώτη σε ποσοστό 64% την έξοδο σε ταβέρνα ή μπαρ με φίλους.

Πίνακας 14. Πως περνούν οι Έλληνες τον ελεύθερο χρόνο τους το 2005 (%)

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	ΠΟΤΕ	ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΤΡΙΜΗΝΟ-ΣΠΑΝΙΑ	ΜΙΑ ΦΟΡΑ ΤΟ ΜΗΝΑ
Βγαίνω έξω με φίλους /ταβέρνα / μπαρ	8	27	64
DVD / video	41	22	37
Διαβάζω βιβλία που δεν σχετίζονται με το επάγγελμα	30	39	31
Διαβάζω βιβλία που σχετίζονται με το επάγγελμα	52	23	24
Κινηματογράφο	27	53	19
Βιβλιοθήκη	68	24	5
Συναυλίες	30	65	4
Χορευτικές παραστάσεις	46	49	4
Θέατρο	36	60	4
Δημόσιες βιβλιοθήκες	68	28	4
Χώρους τέχνης	60	36	3
Αρχαιολογικούς χώρους	32	65	3
Μουσεία	35	62	3
Εθνική βιβλιοθήκη	86	12	-

Πηγή: METRON ANALYSIS για λογαριασμό του περιοδικού Highlights.
Ποσοτική Πανελλαδική έρευνα 2000 ατόμων 18 και άνω, από 15/9-3/10/2005.

Τα αποτελέσματα των μετρήσεων δείχνανε ότι υπάρχουν τέσσερις μεγάλες κατηγορίες αναγνωστών. Καταρχήν είναι οι *μη αναγνώστες* οι οποίοι αποτελούν ένα μεγάλο ποσοστό το οποίο κυμαίνεται μεταξύ του 42,7% και 43,7% στις δύο έρευνες κοινού. Οι μη αναγνώστες είναι συνήθως άτομα μεγαλύτερης ηλικίας, οι περισσότεροι άνδρες με χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης. Οι περισσότεροι από αυτούς είναι συνταξιούχοι. Μια από τις βασικές αιτίες που δεν διαβάζουν είναι η έλλειψη χρόνου. Επίσης η δεν αρέσκονται γενικότερα στο διάβασμα το βρίσκουν βαρετό.

Μια δεύτερη μεγάλη κατηγορία αναγνωστών είναι οι *περιστασιακοί αναγνώστες* οι οποίοι δεν διαβάζουν συστηματικά βιβλία αλλά διαβάζουν είτε για κάποιο συγκεκριμένο σκοπό για πρακτικούς ή επαγγελματικούς λόγους, και γενικότερα αγοράζουν βιβλία κάτω από την πίεση συνθηκών (υποχρεωτική ανάγνωση για το σχολείο, το πανεπιστήμιο γιατί χρειάστηκε στο επάγγελμα ή για τις ανάγκες του



σπιτιού) και όχι ως θετική επιλογή που εντάσσεται στον τρόπο ζωής τους. Σε αυτή την κατηγορία αναγνωστών θα εντάσσαμε και εκείνους που διαβάζουν μόνο κάποια πρακτικά βιβλία ή διαβάζουν κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού, αγοράζουν περιστασιακά από super market ή stands και που δηλώνου ότι διαβάζουν σπάνια. Ο μέσος όρος ηλικίας σε σχέση με τους μη αναγνώστες μικραίνει ενώ αναβαίνει το εκπαιδευτικό και κοινωνικοοικονομικό τους επίπεδο.

Μια τρίτη κατηγορία είναι οι *βιβλιόφιλοι* είναι νέοι 18-34, γυναίκες στην πλειοψηφία τους ζουν στα αστικά κέντρα και έχουν υψηλή μόρφωση και κοινωνικοοικονομική κατάσταση. Διαβάζουν 1-9 βιβλία το χρόνο. Πηγαίνουν συχνά στα βιβλιοπωλεία και διαβάζουν τόσο ελληνική λογοτεχνικά όσο και ξένη λογοτεχνία, το διάβασμα είναι χόμπι τους, επηρεάζονται πολύ από τη μόδα, τις διαφημίσεις τα άλλα μέσα και κυρίως από το word of mouth τη διάδοση νέων για το βιβλίο από στόμα σε στόμα (συγγενείς ή φίλους) και από τις κριτικές που διαβάζουν.

Μια τέταρτη κατηγορία είναι οι «*βιβλιοφάγοι*», πρόκειται για φανατικούς αναγνώστες που διαβάζουν πάνω από δέκα βιβλία το χρόνο, η ανάγνωση βιβλίων αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής τους, το διάβασμα των βιβλίων είναι το πάθος τους. Συνήθως διαβάζουν ειδικές κατηγορίες βιβλίων, είναι το 8,8% του πληθυσμού, είναι νέοι άνθρωποι, στην πλειονότητα τους γυναίκες, υψηλής μόρφωσης και εισοδήματος, αγοράζουν τα βιβλία με βάση το περιεχόμενο, παρακολουθούν την εξέλιξη τόσο των συγγραφέων που διαβάζουν όσο και γενικότερα την εκδοτική δραστηριότητα. Είναι γνώστες του αντικειμένου, πιθανών και οι ίδιοι είναι συγγραφείς κάποιων κειμένων ή σχετίζονται με το γράψιμο ή με ανθρώπους που γράφουν, έχουν άποψη για το βιβλίο, μπορεί να ανήκουν σε κάποιο όμιλο φιLANAγνωστών, μπορεί να συλλέγουν κάποιες σπάνιες εκδόσεις, το βιβλίο είναι αναπόσπαστο μέρος της ζωής τους και της καθημερινότητας τους. Ενδιαφέρονται λιγότερο για το κόστος του βιβλίου όσο για την ποιότητα του περιεχομένου του.

Το συμπέρασμα είναι ότι αρχίζει να διαμορφώνεται μια πρώτη κατηγοριοποίηση της αναγνωστικής συμπεριφοράς των ελλήνων η οποία θα μπορούσε να βοηθήσει τους εκδότες να βελτιώσουν την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν. Είναι φανερό ότι οι εκδότες δεν έχουν την δυνατότητα διαφοροποίησης των τιμών, μπορούν όμως να βελτιώσουν τα κανάλια διανομής τους είτε προσφέροντας ποιοτικότερες υπηρεσίες στο χώρο του βιβλιοπωλείου (χώροι ανάγνωσης, εξειδικευμένο προσωπικό, χρήση νέων τεχνολογιών) είτε αναπτύσσοντας νέα κανάλια διανομής όπως είναι μέσω διαδικτύου ή μέσω ταχυδρομικών υπηρεσιών με σκοπό την αύξηση της προσφοράς βιβλίων στην περιφέρεια.

Οι εκδότες μπορούν να βελτιώσουν αυτή καθεαυτή την παραγωγή του βιβλίου προσφέροντας εκδόσεις με σκληρό εξώφυλλο, εκδόσεις χαμηλότερου κόστους, εκδόσεις με διαφορετικές ποιότητες χαρτιού, εκδόσεις με προσεγμένα γραφικά και βιβλιοδεσία, ειδικές εκδόσεις για βιβλιόφιλους, ηλεκτρονικές εκδόσεις, δίγλωσσες εκδόσεις και άλλα.

Επιπλέον οι εκδότες θα μπορούσαν να επενδύσουν περισσότερο στην προβολή και προώθηση των βιβλίων, το γεγονός ότι η διάδοση από στόμα σε στόμα αποτελεί τον αποτελεσματικότερο μηχανισμό πληροφόρησης του κοινού για τα βιβλία χρειάζεται να γίνει ένας συνδυασμός επικοινωνιακών τεχνικών, οι οποίες θα



ξεκινούν από την απλή τηλεοπτική διαφήμιση, και θα συνεχίζουν σε εκδηλώσεις γύρο από το βιβλίο, προσκλήσεις να επισκέπτονται τα βιβλιοπωλεία κάποιες ημέρες ολόκληρες οικογένειες, τοποθέτηση stands σε χώρους μετακίνησης του κοινού, όπως κατά την διάρκεια των διακοπών, μεγαλύτερη δραστηριοποίηση των έκδοτων στο χώρο της χορηγίας σε επιστημονικές δραστηριότητες, παρουσιάσεις συγγραφέων, τηλεοπτικές εκπομπές, ειδικά αφιερώματα και βιβλιοκριτική στις εφημερίδες, εξειδικευμένες εκδόσεις και φυλλάδια για την παραγωγή των βιβλίων, εκθέσεις βιβλίου, συνεργασίες για τη μεταφορά βιβλίων στο σινεμά και στο θέατρο. Και άλλες δραστηριότητες προώθησης των πωλήσεων και ίσως και μέσα από ένα επίπεδο συνεργασιών με αντιστοίχους φορείς να γίνουν περισσότερες έρευνες αγοράς.

Τέλος οι εκδοτικοί οίκοι θα μπορούσαν να ακολουθήσουν ευρύτερες οικονομικές στρατηγικές, όπως διεθνείς συνεργασίες, εγχώριες συνεργασίες, συνεργασίες με άλλα μέσα επικοινωνίας.

Η παρούσα μελέτη βασίστηκε σε δευτερογενή στοιχεία και με βάση το προφίλ των ελλήνων αναγνωστών και ορισμένα χαρακτηριστικά της αναγνωστικής του συμπεριφοράς διαμόρφωσε μια πρώτη κατηγοριοποίηση που θα μπορούσε να βοηθήσει στην κατανόηση του πόσο διαβάζει ο σύγχρονος Έλληνας. Αυτή η πρώτη προσέγγιση του θέματος έχει πολλούς περιορισμούς όπως το γεγονός ότι βασίστηκε σε κάποια στοιχεία χωρίς προηγούμενη διατύπωση υποθέσεων, επίσης η τυπολογία των αναγνωστών χρειάζεται να εμπλουτισθεί με ψυχογραφικά χαρακτηριστικά και τα χαρακτηριστικά του τρόπου ζωής της κάθε ομάδας αναγνωστών. Επόμενη επίσης μελέτη θα πρέπει να επεκτείνει την μελέτη της αναγνωσιμότητας των Ελλήνων στα περιοδικά και στις εφημερίδες ώστε να υπάρξει μια καλύτερη σύγκριση και εικόνα του κατά πόσο διαβασμένοι ή όχι είμαστε οι Έλληνες σήμερα.



Βιβλιογραφία

- Albarran, A. (2002). *Media Economics. Understanding Markets, Industries and Concepts* (2nd ed). Ames: Iowa State Press.
- Clerides, S. (2002). Book value: Intertemporal pricing and quality discrimination in the US market for books. *International Journal of Industrial Organization*, 20, 1385-1408.
- Consumers in Europe Facts and Figures Data 1994-2004. *Eurostat. Theme Population and Social Conditions*. Επιτροπή Ευρωπαϊκών κοινοτήτων. Αντιπροσωπεία στην Ελλάδα, τμήμα ενημέρωσης και τεκμηρίωσης. 2005 edition chapter 6.
- E.ΚΕ.ΒΙ. (2004). *Η δύσκολη ανάπτυξη. Τα οικονομικά του βιβλίου στην Ελλάδα*. Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Βιβλίου.
- Greco, A. (2004). In Alexander, H., Owers, J., Carveth, R., Hollifield, A., and Greco, A. *Media Economics. Theory and Practice*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Publishers Associates, Inc.
- Greco, A. (2000) Market concentration levels in the U.S. consumer book industry: 1995-1996. *Journal of Cultural Economics*, 24, 321-336.
- Η κοινωνική κατάσταση στην Ευρωπαϊκή Ένωση (2004) *Επισκόπηση Ευρωπαϊκή Επιτροπή Eurostat* σελ. 42-43.
- Hjorth-Andersen, C. (2001). A model of translation. *Journal of Cultural Economics*, 25, 203-217.
- Hjorth-Andersen, C. (2000). A model of the Danish Book Market, *Journal of Cultural Economics*, 24, 27-43.
- How Europeans Spend their Free Time Everyday life of women and men Data 1998-2002. *Eurostat Theme 3 Population and Social Conditions*. Edition 2004, pages 85-93.
- Kailis, E., & Pilow, S. (2005/8) Statistics in focus. Population and social conditions. *Eurostat. Life Long Learning In Europe*.
- Shaver, D., & Shaver, M.A. (2003). Books and Digital Technology: A new industry model, *Journal of Media Economics*, 16(2), 71-86.
- Van der Ploeg, F. (2004). Beyond the Dogma of the fixed book price agreement. *Journal of Cultural Economics*, 28, 1-20.
- Ziv, N. (2002). New Media as Catalysts for change in the transformation of the book publishing industry. *The International Journal on Media Management*, 4(2), 66-74.