

Slobodno vrijeme i čitanje

Stručni članak

mr.sc. Martina Dragija Ivanović

Sveučilište u Zadru

Odjel za knjižničarstvo

mdragija@unizd.hr

Dr.sc. Nives Tomašević, doc.

Sveučilište u Zadru

Odjel knjižničarstva

ntomasev@unizd.hr

Sažetak

Proučavanje ovoga rada usmjereno je na knjigu kao kulturni proizvod te na sklonost potencijalnih čitatelja njezinoj uporabi izraženoj kroz navike čitanja, odnosno na stajališta čitatelja prema književnim vrstama i žanrovima. Čitanje je promatrano kroz četiri funkcije koje se procesom čitanja ostvaruju - funkcija razvoja i funkcija korisnosti, funkcije čitanja i funkcija bijega. U radu su predstavljeni rezultati istraživanja o upražnjavanju aktivnosti slobodnog vremena i ulozi čitanja, kao jednoj od aktivnosti slobodnog vremena. Na temelju istraživanja autorice predlažu promjene koje su nužne za unapređenja pozicije nakladnika u Hrvatskoj.

Ključne riječi: čitanje, navike čitanja, slobodno vrijeme, istraživanje čitanja

Uvod

Izdavaštvo u svojoj primarnoj djelatnosti podrazumijeva djelatnost koja se bavi proizvodnjom knjiga. Iako o ovoj specifičnoj vrsti djelatnosti postoje rijetke studije, ona je ipak, još od socijalističkih uvjeta privređivanja, podrazumijevala četiri usko povezana područja djelovanja²⁵:

- a) stvaralaštvo i njegov razvoj,
- b) proizvodnju – kako izdavačku, tako i grafičku,
- c) promet i širenje knjiga,
- d) korištenje i javni fond sa sustavom utjecaja na stvaranje navika čitanja.

Tranzicija društva uvjetovala je i tranziciju odnosa prema knjizi kao kulturnomu dobru, ali i knjizi kao proizvodu izdavačke djelatnosti.

25 Juričević, Branko. *Ekonomija knjige*. Zagreb: Školska knjiga, 1988.

Istraživačke pretpostavke ovog istraživanja temeljene su na dvije osnovne postavke. Po prvoj²⁶ razlike u čitateljskim navikama rezultat su razlika kulturnih ponašanja, a po drugoj²⁷ kulturno je sudjelovanje uvjetovano pripadnošću socijalnoj klasi koja je određena osnovnim demografskim profilom ispitanika (*izobrazba, prihodi, zanimanje*). Zbog navedenih razloga, istraživanje je provedeno na tri središnja mjesta prikupljanja podataka – knjižnice/knjižare u Zagrebu, Filozofski fakultet u Zagrebu te Ekonomski fakultet u Osijeku.

Način na koji je istraživanje organizirano i provedeno, uveliko se oslanjao na dostignuća i spoznaje autorice Stokmans²⁸. Slijedeći njezine znanstvene spoznaje u istraživanju stajališta prema čitanju, kreiran je mjerni instrument koji obuhvaća četiri faktora zbog kojih se upražnjava čitanje: individualni razvoj, korisnost, uživanje i bijeg od dnevnih briga i rutine.

Na temelju gornjih navoda i prikupljenih podataka, analizirana su stajališta prema čitanju te navike potencijalnih čitatelja u okviru njihova slobodna vremena.

Stajališta prema čitanju

Stajališta prema čitanju nastojat će se konceptualizirati u skladu s „teorijom razlo-žne akcije“²⁹ odnosno, relacijom stajališta prema čitanju i čitateljskih karakteristika. Govoreći o stajalištu, za okosnicu stajališta uzima se pretpostavka njegove relativne trajnosti i stabilnosti. Drugim riječima, pretpostavlja se kako se stajalište neće znatno mijenjati zbog promijenjenih okolnosti (Allport³⁰, McGuire³¹). Osim navedenih karakteristika stajališta prema čitanju pretpostavlja se kako se na stajalište prema čitanju može primijeniti i ono što se u Bourdieuovoj teoriji o kulturnom kapitalu naziva „naučenom dispozicijom“, također trajnom i stabilnom kategorijom. Stajališta se načelno mogu podijeliti u dvije skupine: stajališta kao rezultat iskustva i stajališta kao rezultat „naučenih dispozicija“.

Stajališta kao rezultat iskustva mogu biti direktna (osobna iskustva tijekom učenja ili čitanja kao aktivnosti u slobodnome vremenu) kao i indirektna (izjave i ocjene čitanja iz okruženja o čitanju kao zabavnoj, korisnoj ili pak zamarajućoj aktivnosti).

Čitanje se, prije svega beletristike može instrumentalizirati u dostizanju dvaju ciljeve:

26 Kraaykamp, Gerbert. Over lezen gesproken. Een studie naar sociale differentiatie in leesgedrag. Amsterdam: Thesis Publishers, 1993.

27 Bourdieu, Pierre. Distinction. Cambridge, Massachusetts : Harvard University Press, 1984.

28 Stokmans, Mia, J. W. 1999. Reading attitude and its effect on leisure time reading. // Poetics, 26 (1999), str. 245-261.

29 Ajzen, Icek. ; Fishbein, Martin. Understanding attitudes and predicting social behavior. New York: Prentice Hall, Inc., 1980.

30 Allport, Gordon. Attitudes” in a handbook of socialpsychology. Worchester, Ma: Clark University Press, 1935.

31 Mc Guire, William, J. Constructing social psychology. New York: Cambridge University Press., 1989.

a) u cilju postizanja učenja zbog svojih primarno kognitivno/utilitarnih posljedica
b) u cilju postizanja zabave, odnosno primarno afektivno/hedonističke aktivnosti.
Za razliku od drugih proizvoda kulturne ekonomije posljedice koje se očekuju od korištenja knjige kao proizvoda tj. čitanja, usko su povezane s funkcijama koje proizvod obavlja³². U dvije studije o mjeranju dječjega stajališta prema čitanju stajalište se prema čitanju ekspliciteo tretiralo kao multidimenzionalni koncept povezan s funkcijama čitanja³³. U navedenim studijama izdvojene su četiri osnovne funkcije čitanja, kako za adolescente tako i za odrasle čitateljske skupine:

1. *Individualni razvoj*: funkcija čitanja koja se odnosi na vrijednost čitanja kao uvida u samoga sebe, u druge i/ili život općenito. Ona u sebi sadrži i moralnu kategoriju.
2. *(Obrazovna) korisnost*: funkcija čitanja koja se odnosi na vrijednosti čitanja pri dostizanju obrazovnog ili strukovnog uspjeha pojedinca.
3. *Uživanje*: funkcija čitanja koja se odnosi na zadovoljstvo koje proizlazi iz čitanja. Čitanjem se može začu u neki drugi svijet i iskusiti pustolovine.
4. *Bijeg*³⁴: funkcija čitanja u kojoj se koristi kao sredstvo skretanja pozornosti, odnosno kao sredstvo opuštanja i zaboravljanja osobnih briga.

Sve četiri funkcije čitanja čine jasne indikatore za kreiranje stajališta prema čitanju. Očito, konceptualizirajući stajalište prema čitanju prve se dvije funkcije čitanja (funkcija razvoja i funkcija korisnosti) odnose na korisnu ulogu čitanja te ih je moguće kategorizirati kao dio spoznajne (kognitivne) komponente prisutne pri izgradnji stajališta prema čitanju. Posljednje dvije funkcije čitanja (funkcije uživanja i funkcija bijega) povezuju se s hedonističkom ulogom čitanja i mogu se kategorizirati kao aspekti afektivne komponente stajališta prema čitanju.

Ponašanje prema čitanju

Ako se čitanje promatra u kontekstu dobrovoljna, samoinicirana ponašanja čije izvršenje ne sprečavaju nikakvi faktori (Ajzen³⁵, Bagozzi³⁶), na ponašanje pri čitanju mogu utjecati sljedeći faktori: nesposobnost čitanja, nedostupnost knjiga i nedostatak slobodnog vremena.

32 Guttman, J. M. A comprehensive introduction for social scientists. Cambridge: Cambridge University Press., 1982.

33 Lewis, Ramon. ; Teale, William, H. Primary school student's attitudes towards reading. // Journal of Research in Reading, 5 (1980), str. 113 - 122.

Greaney, Vincent. ; Neuman, Susan, B. The functions of reading: a cross cultural perspective. // Reading Research Quarterly 25(1990), str. 172 - 195.

Stokmans, Mia, J. W. Reading attitude and its effect on leisure time reading. // Poetics, 26 (1999), str. 245-261.

34 spominju ga samo Greaney i Neuman.

35 Ajzen, Icek. The theory of planned behavior. // Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50 (1991), str. 179-211.

36 Bagozzi, Richard. The Self-regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior. // Social Psychology Quarterly. 55 (1992), str. 178-204.

U Hrvatskoj jedini faktor koji ozbiljno može utjecati na ponašanje pri čitanju jest percepcija „slobodnog vremena“. Slobodno ili neobvezno vrijeme definira se kao vrijeme koje preostaje nakon rada i zadovoljavanja osnovnih zahtjeva vezanih uz egzistenciju. Drugim riječima, slobodno je vrijeme ono koje preostaje nakon vremena odvojenog za egzistenciju (zadovoljavanje bioloških potreba) i vremena za zadovoljavanje osnovnih potreba (rad na radnome mjestu ili obvezni zadaci vezani za skrb o domaćinstvu ili obitelji Stockmans³⁷). Za očekivati je da će veća količina slobodnog vremena pozitivno utjecati na čitanje. Takvo očekivanje podupiru Kraaykampova istraživanja³⁸ koja pokazuju kako će netko provoditi manje vremena čitajući ako ima manje slobodnoga vremena. Ako je ta količina slobodnoga vremena unaprijed određena, pretpostavlja se da je čitanje (posebno beletristike) dobrovoljno ponašanje. U skladu s tim, utjecaj stajališta prema čitanju na ponašanje pri čitanju može se promatrati u kontekstu teorije „razložne akcije“.

Po teoriji „razložne akcije“ uzročno-posljedična veza ponašanja temelji se na nečijoj namjeri da se angažira u tome ponašanju (Fishbein i Ajzen³⁹, Ajzen i Fishbein⁴⁰). Takva konceptualizacija korespondira s konceptualizacijom stajališta prema čitanju prikazanom u ovome dijelu. Dakle, stajalište prema čitanju odražava (utilitarne i hedonističke) beneficije koje se očekuju od čitanja (beletristike) i kao takvo utječe da intencije ponašanja pri čitanju (beletristike) budu pozitivne.⁴¹ Subjektivne norme odnose se na percepciju onoga za što ispitanik vjeruje da okruženje misli o tome što bi pojedinac trebao učiniti. U ovoj se studiji subjektivne norme nisu analizirale niti su se u komentiranju rezultata predmnijevale. Neuključivanje subjektivnih norma vjerojatno neće obezvrijediti ovdje prikazan odnos između stava prema čitanju i ponašanja pri čitanju prije svega jer se po teoriji „razložne akcije“ učinak subjektivnih norma i stajalište formiraju neovisno jedno o drugome.

Može se očekivati da će na ponašanje pri čitanju, osim percepcije slobodnoga vremena, utjecati i demografske varijable, prije svega izobrazba, odnosno viša razina obrazovanja trebala bi podrazumijevati i veću učestalost čitanja.

37 Nav.dj. Stokmans, Mia, J. W. Reading attitude and its effect on leisure time reading. // *Poetics*, 26 (1999), str. 245-261.

38 Isto.

39 Fishbein, Martin. ; Ajzen, Icek. *Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research*. Reading, M.A: Adison-Wesley, 1975.

40 Ajzen, Icek. ; Fishbein, Martin. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. New York: Prentice Hall, Inc.

41 Nav.dj. Stokmans, Mia, J. W. Reading attitude and its effect on leisure time reading. // *Poetics*, 26 (1999), str. 245-261.

Prikaz istraživanja

Cilj i metodologija istraživanja

Primarni cilj ovoga rada postavljeno mjerenje stajališta o čitanju, determiniranje čitateljskih faktora te na taj način i mjerenje sklonosti čitatelja ne samo prema književnim vrstama i žanrovima nego i razlozima zbog kojih ovjereni čitatelji čitaju.

Kako bi se ostvario navedeni cilj istraživanja, kreiran je upitnik za mjerenje stajališta o čitanju. Upitnikom su predviđena pitanja o „stajalištima o čitanju“ (*reading attitudes*) i čitateljskim navikama. Podaci su prikupljeni na izabranim centralnim lokacijama (knjižnice i knjižare, Filozofski fakultet u Zagrebu, Ekonomski fakultet u Osijeku) 2007. godine. Istraživanjem je obuhvaćeno 400 ispitanika. Rezultatima dobivenim statističkom analizom nastojao se prezentirati opći profil potencijalnih čitatelja, te njihovih sklonosti čitanju u kontekstu upražnjavanja slobodnog vremena.

Uzorak

Istraživanjem je obuhvaćeno 400 ispitanika. Centralno mjesto „knjižare/knjižnice“ izabrano je na temelju teorijskih spoznaja⁴² i pretpostavke kako navedena mjesta posjećuju oni koji su zainteresirani za knjigu, a time, u većoj ili manjoj mjeri, čine predstavnike populacije koja njeguje sklonosti čitanju.

Druga dva centralna mjesta prikupljanja podataka (Filozofski fakultet u Zagrebu i Ekonomski fakultet u Osijeku) izabrana su prije svega zbog dobne odrednice populacije, ali i zbog njihovih različitih zahtjeva prema stručnoj literaturi, odnosno prema budućoj profiliranosti za čitanje. Obje centralne skupine homogene su prema starosti, te će u dogledno vrijeme činiti vitalan intelektualni segment društvene zajednice. U knjižarama je anketirano 146 ispitanika, na Filozofskom fakultetu u Zagrebu 173 ispitanika a na Ekonomskom fakultetu u Osijeku 81 ispitanik. Ispitanici su procijenili postotak vremena koji utroše na čitanju. Od ukupnog broja ispitanika njih 102 napisalo je da 51-100% utrošenog slobodnog vremena provede čitajući, 182 ispitanika provodi 1-50% slobodnog vremena čitajući.

Rezultati statističke analize

Kako je bitna determinanta ove studije percepcija slobodnoga vremena, tablica 2. prikazuje varijacije kategorija ispitanika po centralnome mjestu prikupljanja podataka s obzirom na njihovu percepciju slobodnoga vremena koje provode čitajući.

42 Stokmans, Mia, J. W. 1999. Reading attitude and its effect on leisure time reading. // *Poetics*, 26 (1999), str. 245-261.

		Centralna lokacija prikupljanja podataka			Total
		Ekonomski fakultet u Osijeku	knjižare/knjižnice	Filozofski fakultet Zagreb	
ne čitam	broj ispitanika	6	33	77	116
	udio ispitanika prema mjestu centralne lokacije prikupljanja podataka	7,4%	22,6%	44,5%	29,0%
od 1 do 50%	broj ispitanika	60	60	62	182
	udio ispitanika prema mjestu centralne lokacije prikupljanja podataka	74,1%	41,1%	35,8%	45,5%
od 51 do 100%	broj ispitanika	15	53	34	102
	udio ispitanika prema mjestu centralne lokacije prikupljanja podataka	18,5%	36,3%	19,7%	25,5%
Total	broj ispitanika	81	146	173	400
	udio ispitanika prema mjestu centralne lokacije prikupljanja podataka	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Tablica 1: Udio utrošena slobodnoga vremena na čitanje po centralnoj lokaciji prikupljanja podataka

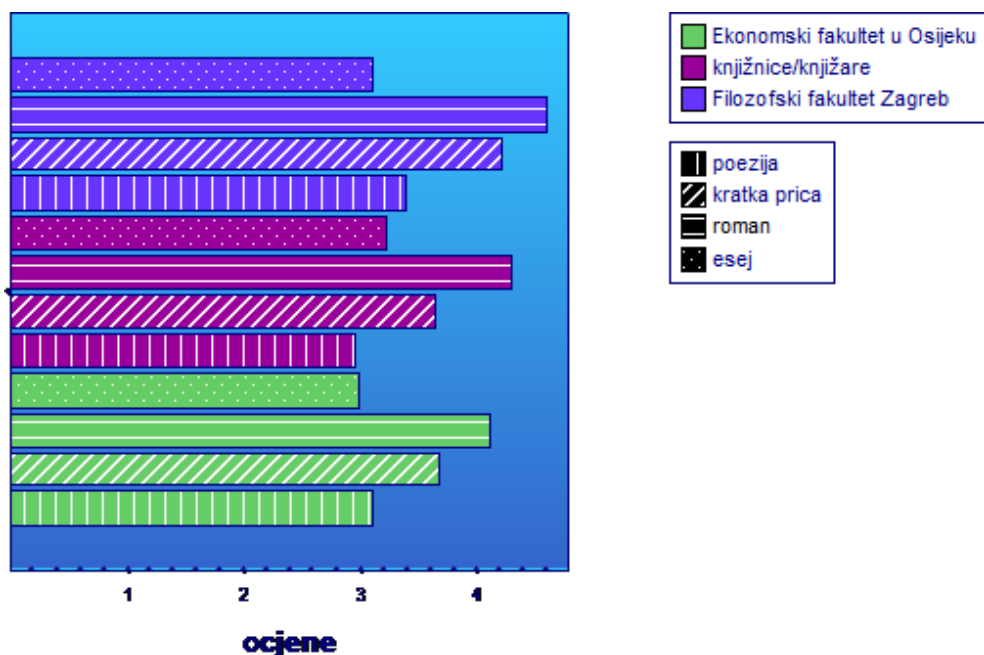
Na tragu gornje tablice kao prijeporna se činjenica uočuje udio ispitanika s Filozofskoga fakulteta u Zagrebu (44,5%) koji izjavljuju kako u slobodno vrijeme „ne čitaju“, te iznimno nizak udio onih (19,7%) koji u slobodno vrijeme „čitaju“. Kako je riječ o populaciji koja će u perspektivi odgajati „buduće čitatelje“, navedeni udjeli ostavljaju prostora za sugeriranje nekih budućih studija kojima bi se provjerila učinkovitost dosadašnjih obrazovnih postupaka, motiva studiranja i realnih osnova za buduća zanimanja. Kategorija „pravih čitatelja“ prepoznaje se u skupini respondenta s centralne lokacije prikupljanja podataka – knjižare/knjižnice, koja je izjavila kako više od 50% slobodnoga vremena izdvoji na čitanje (36,3%).

U nastavku istraživanja, pokušalo se utvrditi postoji li statistički značajna razlika u percepciji značenja književnih nagrada na potencijalnu zainteresiranost za izdavaštvo. Razlike su se utvrđivale s obzirom na izabrane demografske karakteristike ispitanika.

Statistički značajna razlika je utvrđena svega u jednoj demografskoj varijabli, točnije, stajališta ispitanika se značajno razlikuju s obzirom na centralnu lokaciju prikupljanja podataka. Značaj književnih nagrada kao potencijalni pokretač podizanja zainteresiranosti za izdavaštvo, najvišim ocjenama ocjenjuju studenti Filozofskog fakulteta (suglasni 13,2%, iznimno suglasni 10,9%), ali i studenti Ekonomskog fakulteta (suglasni 20,9%, iznimno suglasni 4,9%). Očito, studenti obaju fakulteta u književnim

nagradama prepoznaju izvrsno promocijsko sredstvo, te svojim stajalištima upućuju na novu dimenziju strukovnog nagrađivanja koju ona dobiva u nakladništvu tranzicijskih društava/država.

Istraživanjem je obuhvaćeno ocjenjivanje zainteresiranosti ispitanika za različite izdavačke grane, kao i književne vrste, a prikazat ćemo zainteresiranost ispitanika za četiri izabrane vrste – prozu, kratku priču, poeziju i esej.



Grafikon: Ocjena zainteresiranosti potencijalnih čitatelja za četiri književne vrste (poezija, esej, kratka priča, roman) s obzirom na centralnu lokaciju prikupljanja podataka

Uspoređujući prosječne ocjene zainteresiranosti za izabrane književne vrste, očito je kako je roman najprijemčivija književna vrsta svim analiziranim populacijskim skupinama. Uz roman, po ocjeni zainteresiranosti, izdvaja se i druga prozna vrsta – kratka priča.

Sukladno ovim rezultatima istraživanja, nakladništvo načelno može razvijati dvije strategije: a) primarnu orijentiranost na publiciranje proznih uradaka, i b) pokretanje šire inicijative za sinergijsku promidžbu preostalih književnih vrsta te razvijanje interesa za iste i na taj način stvaranje dugoročno atraktivne poslovne niše.

Pokušali su se izdvojiti i moguće aktivnosti kojima bi se čitanje moglo popularizirati. Analiza je provedena prema centralnoj lokaciji prikupljanja podataka.

Iznimno niske ocjene dobile su izjavu „kada mi knjige ne bi dosadile već nakon prvog sata čitanja“, „kada bih imao/la više povjerenja u preporuke književnih kritičara“ te „kada bi nagrade za književna djela odražavale kvalitetu nagrađenih književnih

djela“. Čini se, nastupilo je vrijeme u kojemu će nakladnicima postati iznimno bitno sinhroniziranje propagandnih aktivnosti s realnom vrijednošću knjige, odnosno, „negativni marketing“ za knjižnu industriju prestaje biti „dobar marketing“.

Želeći provjeriti opravdanost prethodne teze, analizirale su se statistički značajne razlike mogućih aktivnosti koje bi „podigle“ razinu čitanja s obzirom na udio slobodnog vremena koje ispitanici provedu čitajući. Poražavajućim se doima ocjena „pravih čitatelja“ (onih koji čitaju gotovo svo slobodno vrijeme, odnosno od 50%-100% slobodnog vremena. Oni su s najnižom prosječnom ocjenom (1,89) ocijenili upravo kategoriju prema kojoj bi čitali i više „kada im knjige ne bi dosadile već nakon prvog sata čitanja“. Također, ista skupina relativno niskom ocjenom ocjenjuje „povjerenje u preporuke književnih kritičara“ (2,64).

Izvjesno je, nakladnička struka u gotovo jednakoj mjeri ovisi i o književnoj kritici koliko i o čitateljima. Odnosno, čitatelji se bolje ili lošije uspijevaju orjentirati u množini knjižne ponude upravo prema preporukama književnih kritičara koji, kako direktno tako i indirektno, mogu pripomoći nakladničkoj struci. Vjerojatno predstoji razdoblje u kojemu će se morati postaviti novi kriteriji vrsnoće u preporuci objavljenih knjiga, a time i izvjesna rekategorizacija priznatosti (povjerenja) prosudbi književne kritike.

Kako bi se pokušalo odrediti mjesto čitanja u ostalim aktivnostima „slobodnog vremena“, ispitanici su zamoljeni da ocjene učestalost upražnjavanja slobodnovremen-skih aktivnosti, među njima i čitanja. Ispitanici se, gledano prema centralnoj lokaciji prikupljanja podataka, u upražnjavanju slobodnih aktivnosti, statistički značajno razliku u sljedećim aktivnostima: čitanju knjiga, gledanje TV, video, DVD, upražnjavanje sporta, učenje stranih jezika.

Čitanjem knjiga se u slobodno vrijeme najmanje bave studenti, primarno Ekonomskog fakulteta u Osijeku (prosjeck 2,96; st. dev. 0,741) a potom i studenti Filozofskog fakulteta u Zagrebu (prosjeck 3,60; st.dev. 0,932). Slobodnu aktivnost “čitanja” najvišom prosječnom ocjenom su ocijenili ispitanici obuhvaćeni ispitivanjem na centralnim mjestima knjižare/knjižnice (prosjeck 3,77, st.dev. 1,062).

Kada se analiza pokušala “zaokrenuti” i provjeriti postoji li statistički značajna razlika u upražnjavanju svih ostalih slobodnih aktivnosti u ovisnosti o sklonosti čitanju, ANOVA je pokazala kako statistički značajne razlike nema, osim, naravno, u bavljenju knjigom kao slobodnom aktivnosti. Oni ispitanici koji su se izjasnili kako 51 do 100% slobodnog vremena posvećuju čitanju knjiga, istu aktivnost su označili s prosječnom ocjenom 4,03 (i st. devijacijom 0,990) što je statistički značajna razlika u odnosu na druge dvije skupine “slabijih” čitatelja ili onih koji uopće ne čitaju.

Primjena saznanja na analizu nakladništva u Hrvatskoj

Na temelju analiza koje su provedene u svrhu predstavljenog istraživanja i na temelju novih saznanja i pilot istraživanja koje je provedeno u okviru kolegija Nakladništvo i

knjižarstvo koje se predaje na Odjelu za knjižničarstvo, Sveučilište u Zadru možemo zaključiti da je jedan od glavnih problema znanstvenog pristupa istraživanju nakladništva u Hrvatskoj nepostojanje ozbiljnih znanstvenih istraživanja. Istraživači se nalaze pred velikim problemom prikupljanja podataka o nakladničkoj produkciji. Nakladnici nisu zainteresirani za sudjelovanju u istraživanjima jer se od njih traže podaci koje oni smatraju poslovnom tajnom (broj primjeraka, ostvareni prihodi i slično). U nakladničkoj zajednici, marketinško istraživanje tržišta nije zaživjelo kao metoda kojom se ciljano želi doći do podataka o potencijalnim kupcima.

Danas u nakladništvu postoje dva ključna trenda – trend da se knjiga promatra kao materijalni proizvod i trendovi u nakladništvu u pogledu sadržaja. Kao materijali proizvod knjiga se promatra kroz dizajn koji je postao jedan od ključnih čimbenika za uspješnu prodaju, format (džepna izdanja, manji ili veći formati), vrste papira za tisak (razlike su u kvaliteti papira na kojem će se tiskati određena vrsta knjige, sve je više zahtjeva za recikliranim papirima), ekologiju (i tiskare i nakladnici pod lupom su ekološko osviještene javnosti. Korištenje recikliranog papira i ekoloških sirovina polako postaju imperativ u tiskarstvu i nakladništvu).

U pogledu sadržaja, u zadnjih pet godina u nakladništvu su prisutni sljedeći trendovi: poplava chick literature, pojačan interes za romane o egzotičnim i dalekim krajevima (arapska, kineska, indijska, japanska književnost), publicistika o gorućim pitanjima u društvu kao što je mafija i terorizam, pojava velikog broja biografija poznatih političara, pjevača, filmskih zvijezda. Promjene i problemi koji dolaze s novim načinom života pojačale su interes publike za priručnicima za samopomoć kao i priručnicima za takozvana „instant znanja“ (priručnici u obliku, naučite nešto 10 koraka).

Na porast izdavaštva utječu sljedeći čimbenici: zakoni o obveznom obrazovanju, poboljšana tehnologija, smanjivanje cijene knjiga, široka distribucija i dostupnost knjiga.

U Hrvatskoj potrebno je poraditi na sljedećim čimbenicima koji mogu potaknuti nakladništvo:

- vratiti povjerenje u nakladnika. U zadnjih nekoliko godina autor je postao brend. Potrebno je ponovno izgraditi jaka nakladnička imena koja će kupci povezivati s kvalitetom i jasnim nakladničkom pravcem
- nakladnici moraju izgraditi prepoznatljivu nakladničku politiku
- nakladnici sami a i odgovorne institucije moraju osvijestiti važnost knjige kao kulturnog dobra
- nakladnici i odgovorne ustanove moraju pronaći optimalan model distribucijske mreže. Potrebno je napraviti analizu svih prodajnih mjesta koji u ponudi imaju knjige
- posvijestiti važnost e-knjige za izdavaštvo. Potaknuti hrvatske nakladnike na prihvaćanje izazova izdavanja e-knjige

- revizija kriterija otkupa knjiga od strane Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa i Ministarstva kulture. U tablici je prikazan trend smanjenja potpore Ministarstva kulture.

Tablica 2: Otkupi knjige - Ministarstvo kulture Republike Hrvatske

Godina	Broj naslova	Iznos	Ukupno
2007	1482	18.401.580,00 kn	18.401.580,00 kn
2008	1017	12.000.260,00 kn	12.000.260,00 kn
2009	1361	14.144.060,00 kn	14.144.060,00 kn
2010	1217	12.327.540,00 kn	12.327.540,00 kn

Zaključak

Ovaj rad nastojao je istražiti osnovne odrednice stajališta prema čitanju kao aktivnosti slobodnog vremena. Stajalište prema čitanju tretiralo se kroz njegove dvije odrednice, kroz kognitivnu i afektivnu komponentu stajališta prema čitanju.

Izdvoji li se čitanje beletristike, kao posebna i sebi svojstvena čitateljska aktivnosti, tada se, kao i u drugim kulturalnim aktivnostima, mogu očekivati dvije osnovne posljedice po upražnjavanju aktivnosti: a) utilitarne – korisne, i b) hedonističke. Utilitarne posljedice reflektiraju kognitivnu komponentu konstrukcije stajališta i referiraju se na posljedice povezane s rezultatima kulturnog ponašanja, kao što je učenje nečega. Hedonističke posljedice reflektiraju afektivnu komponentu konstrukcije stajališta i referiraju se na osjećaje stvorene/doživljene tijekom kulturalne aktivnosti. Kognitivna i afektivna komponenta stajališta prema čitanju, u ovome su istraživanju operacionalizirana pitanjima u upitniku kojima su se mjerila uvjerenja ispitanika o četirima funkcijama čitanja. Funkcije korisnosti i razvoja bile su postavljene kao indicije za kognitivnu komponentu stajališta o čitanju; dok su funkcije užitka i bijega tretirane indicijama afektivne komponente stajališta o čitanju.

Književna vrsta za koju postoji najniži stupanj zainteresiranosti je esej. Roman je najzastupljeniji žanr. Nakladništvo može razviti dvije strategije: primarna orijentiranost na publiciranje proze ili pokretanje šire inicijative za sinergijsku promidžbu preostalih književnih vrsta (dugoročni plan).

Stavovi ispitanika upućuju na potrebu sinhronizacija propagandnih aktivnosti s realnom vrijednošću knjige.

Istraživanjem je utvrđeno kako postoji statistički značajna razlika pri samoocjenjivanju ispitanika u bavljenju knjigom kao slobodnom aktivnosti. Kao „čitatelji“ su se izdvojili

ispitanici koji su ispitivani u knjižnicama/knjižarama, te je zaključeno kako „pravi čitatelji“. Ujedno navedena mjesta potvrđuju svoju važnost i u edukacijskom i u promidžbenom smislu, te im se zbog svega navedenog treba pristupiti promišljenim, strateški koordiniranim aktivnostima.

Analiza nakladničke produkcije ukazuje na činjenicu da ne postoji profilirani nakladnički plan pri izdavačkim kućama. Svi nakladnici slijede svjetske trendove. Na tržištu je trenutno puno više prijevodne literature nego domaćeg proznog štiva. Nakladnici se sve više okreću komercijalnim naslovima i zanemaruju dio nakladničke zadaće a to je stvaranje kulturnog dobra.

Literatura

Ajzen, Icek. ; Fishbein, Martin. Understanding attitudes and predicting social behavior. New York: Prentice Hall, Inc., 1980.

Ajzen, Icek. The theory of planned behavior. // Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50 (1991), str. 179-211.

Ajzen, Icek. ; Fishbein, Martin. Understanding attitudes and predicting social behavior. New York: Prentice Hall, Inc., 1980.

Allport, Gordon. Attitudes, in a handbook of socialpsychology. Worchester, Ma: Clark University Press, 1935.

Bagozzi, Richard. The Self-regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior. // Social Psychology Quarterly. 55 (1992), str. 178-204.

Bourdieu, Pierre. Distinction. Cambridge, Massachusetts : Harvard University Press, 1984.

Fishbein, Martin. ; Ajzen, Icek. Belief, attitude, intention and behavior: an introduction to theory and research. Reading, M.A: Adison-Wesley, 1975.

Greaney, Vincent. ; Neuman, Susan. B. The functions of reading: a cross cultural perspective. // Reading Research Quarterly 25(1990), str. 172 - 195.

Guttman, J. M. A comprehensive introduction for social scientists. Cambridge: Cambridge University Press., 1982.

Juričević, Branko. Ekonomija knjige. Zagreb: Školska knjiga, 1988.

Kraaykamp, Gerbert. Over lezen gesproken. Een studie naar sociale differentiatie in leesgedrag. Amsterdam: Thesis Publishers, 1993.

Lewis, Ramon. ; Teale, William H. Primary school student's attitudes towards reading. // Journal of Research in Reading, 5 (1980), str. 113 - 122.

Mc Guire, William, J. Constructing social psychology. New York: Cambridge University Press., 1989.

Stokmans, Mia, J. W. Reading attitude and its effect on leisure time reading. // Poetics, 26 (1999), str. 245-261.