

23 април е СВЕТОВЕН ДЕН НА КНИГАТА И АВТОРСКОТО ПРАВО!

4 от 5 българи четат книги. Харесваме криминалните романи най-много и все още предпочитаме книги на хартия вместо в дигитален формат

Скорошно изследване на Нилсен Адмосфер България и Български национален панел откри, че преобладаващата част от активните в интернет българи четат поне една книга годишно - почти 60% дори четат до 10 книги. По всичко личи, че читателите не намират достатъчно време да четат на спокойствие – половината от тях отделят време само веднъж седмично или по-рядко. Категорично все още предпочитаме книгите в хартиен вариант вместо алтернативните дигитални или аудио формати. Въпреки това безплатното сваляне на книги от интернет е вторият най-предпочитан метод за набавяне на книги след закупуване от книжарница. А що се отнася до любимите жанрове книги, криминалните романи водят класацията в България.

Онлайн изследването е въз основа извадка от 500 души, представители на българското онлайн население на възраст 15+.

Резултатите от проучването разкриват, че българите не са сред най-зарибените читатели в света, но въпреки това обичат да четат средно по няколко книги годишно. В отговор на въпроса колко книги/аудиокниги са прочели/изслушали през изминалата година, 58% отговориха с 1-10 книги (39% от 1-5 и 19% от 6-10). 22% са прочели повече от 10 книги през изминалата година, а 20% не са чели никакви.



Жените се изразяват като по-силни читатели, отколкото мъжете (84% от тях са прочели поне една книга през изминалата година в сравнение със 76% от мъжете). Анализирайки различните възрастови групи, най-стабилната база от читатели е съставена от по-възрастното поколение (на възраст 55+), но също така и от най-младото (15-34 годишните). Броят прочетени книги нараства с всяка следваща степен на завършено образование.

Любопитно е да се разгледа средният брой прочетени (или изслушани) книги за всеки вид формат. Най-високият брой прочетени книги е под формата на традиционния хартиен вариант – средно 7 книги годишно. След него се нареждат е-книгите – българските читатели четат средно около 4 книги в електронен формат в годината. Аудиокнигите остават на последна позиция, като средният им брой не достига дори 1 аудиокнига годишно.

Средната честота на четене (включително слушане на аудиокниги) върви ръка за ръка с броя прочетени книги. Около една четвърт от българите четат всеки ден и също толкова отделят време за това занимание няколко пъти седмично. Останалите (около половината читатели в извадката) четат веднъж седмично или по-рядко.

Като разгледахме предпочитанията спрямо различните жанрове, забелязахме голямо разнообразие, което е съвсем естествено. Въпреки широкия спектър от предпочитания, най-голям брой от запитаните в изследването избраха книгите с криминална тематика (45%). Следват тези на историческа (харесвани от 42% от респондентите) и класическите романи (40%). Но нека сравним преференциите между двата пола, защото резултатите показват доста значителни разлики. ТОП жанровете на мъжете са историческите (51%), криминалните (49%), класическите (38%) и шпионските (37%) романи. Списъкът на жените включва три жанра на топ позиция с 41% – криминалните, класическите и романтичните/еротични романи, следвани от историческите (35%) и тези с профил психология и личностно развитие (33%). Излиза, че мъжете най-малко предпочитат книги за юноши, както и комикси или графични романи (и двата с 5%), а жените тези на военна тематика (3%).



Въпреки, че живеем в „дигитален свят“, книгите в традиционния хартиен вид са най-често първи избор сред участвалите в проучването – 78% от респондентите споделят, че най-много обичат да четат именно тях. Е-книгите са сравнително по-непопулярни – 19% сочат тях за любими (било то на електронен четец, смартфон или др.). Само 3% споменават аудиокниги.

Средно колко на брой книги в хартиен вариант могат да се намерят в едно домакинство? Около 33% от хората притежават колекция от 40 до 200 книги, докато 30% имат повече от 200 книги у дома. Останалите 37% държат по-малко от 40 книги въщи.

Накрая респондентите бяха попитани къде най-често си набавят книги. Половината от тях отговориха книжарницата, но вторият най-често посочван начин е чрез безплатно сваляне от интернет, било то е-книги или аудиокниги. А който смята, че библиотеката е отживяла институция, ще бъде опроверган с това изследване – 30% от читателите в България си набавят книги именно от там. 28% ги взимат от близки или приятели, а 24% от книжен или битпазар.

Eliska Morochovicova | Public Relations

eliska.morochovicova@admosphere.bg | eliska.morochovicova@nielsen.com

Nielsen Admosphere Bulgaria JSC | Blvd. Hadzhi Dimitar No. 16 | Sliven, 8800 | www.nielsen-admosphere.bg

Nielsen Admosphere, a.s. | Ceskobratrskа 2778/1 | 130 00 Prague 3 | Czech Republic | www.nielsen-admosphere.eu

Julia Grigorova | Research Manager

julia.grigorova@admosphere.eu

Nielsen Admosphere Bulgaria JSC | Blvd. Hadzhi Dimitar No. 16 | Sliven, 8800 | www.nielsen-admosphere.bg

Nielsen Admosphere, a.s. | Ceskobratrskа 2778/1 | 130 00 Prague 3 | Czech Republic | www.nielsen-admosphere.eu

Magida Sukkari | Commercial Lead

magida.sukkari@admosphere.eu | magida.sukkari@nielsen.com

Nielsen Admosphere Bulgaria JSC | Blvd. Hadzhi Dimitar No. 16 | Sliven, 8800 | www.nielsen-admosphere.bg

Nielsen Admosphere, a.s. | Ceskobratrskа 2778/1 | 130 00 Prague 3 | Czech Republic | www.nielsen-admosphere.eu

Допълнителна информация:

Nielsen Admosphere Bulgaria JSC (www.nielsen-admosphere.bg) е дъщерно дружество на чешката изследователска агенция Nielsen Admosphere a.s. (част от NIELSEN Group), която предлага широка гама продукти и услуги в сферата на маркетинга и медийните изследвания, анализа на данни и развитието на специализиран софтуер. Агенцията развива редица мащабни, методологично и технологично сложни изследователски проекти, като Електронно измерване на телевизионната аудитория, с помощта на ТВ-метри, в Република Чехия и в България; Мониторинг на интернет трафика и мониторинг на социо-демографската структура на интернет потребителите в Република Чехия (NetMonitor); Мониторинг на инвестициите в медийна реклама на територията на Република Чехия; Мониторинг на интернет трафика и социо-демографската структура на интернет потребителите в Република Словакия (AIMonitor).

Развиваме и използваме наша собствена технология за електронно измерване на медиите – платформата SimMetry™, която включва ТВ-метърът SimEar™ - стационарно измерващо устройство, SimAir™ - мобилно измерващо устройство, както и система за производство и поддържане на данни за аудиторията SimBios™. За целта на провежданите от нас маркетингови изследвания в Република Чехия, ние сме съпритежател и на голяма представителна извадка от онлайн респонденти (Чешки Национален Панел).

Всички дружества от нашата група предлагат професионални услуги от най-високо качество. Членуваме в професионални организации като ESOMAR, SIMAR, TUESDAY Business Network. Притежаваме филиали в Република България, Чехия и Словакия, и развиваме тясно сътрудничество с голям брой чуждестранни партньори.

Български Национален Панел (www.nacionalenpanel.bg) е онлайн панел от респонденти. Той е част от мрежата панели на компанията European National Panels, опериращата към момента на пазарите в пет европейски държави – Чехия (55,000 респонденти), Словакия (28,000 респонденти), Полша (30,000 респонденти), Унгария (25,000 респонденти) и България (10,000 респонденти). Nielsen Admosphere е един от собствениците на European National Panels и в това си качество предоставя на българския пазар един качествен източник на данни, събирани сред интернет потребителите в страната.